

Una scelta di sostenibilità
per l'ambiente, la persona e la casa.



SEGUICI SU



HOME PRIMO PIANO PRODOTTI & PACK LOGISTICA & PROCESSI AMBIENTE & TERRITORIO **SUCCESSI & STRATEGIE** PERSONE & IMPRESE

FOCUS & SPECIALI VIDEO NEWS



Successi & Strategie

Cielo e Terra sustainable con 1% For The Planet

Publicato: Mercoledì, 19 Gennaio 2022 08:45



Share Twitter

Fare business facendo bene si può.

Cielo e Terra, azienda vinicola vicentina presente in 65 Paesi nel mondo, sceglie di entrare in 1% for the Planet, organizzazione che conta 3.000 membri nel mondo uniti dalla volontà di proteggere il futuro del nostro pianeta.

“Per fare un litro di vino ci vogliono centinaia di litri d’acqua, l’acqua è un fattore critico della nostra filiera – spiega **Piepaolo Cielo**, Vice Presidente dell’azienda - per questo siamo sensibili al tema idrico e abbiamo scelto di entrare nel grande mondo di 1% for the Planet. Ci

Ultimi pubblicati

Federdistribuzione aderisce al manifesto di Valore D per la promozione dell’inclusività e della parità di genere

Cielo e Terra sustainable con 1% For The Planet

Mugo Retail: in-store e online una spesa a impatto zero

Share Now chiude il 2021 raggiungendo 3,4 milioni di utenti

Rifiuti elettronici, con le EcoSole Raee di Ecolight raccolte 20 tonnellate di smartphone e piccoli elettrodomestici



Video Interviste ▶

Si è verificato un errore.

Prova a guardare il video su www.youtube.com oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

è piaciuto molto l'approccio disintermediato del movimento che si limita semplicemente a favorire l'incontro fra i membri e le organizzazioni attive nella difesa del pianeta, dopo aver verificato la congruità fra obiettivi e finalità dei partners. Come **Cielo e Terra** nel 2021, attraverso la vendita di vini specifici nei mercati internazionali, abbiamo raccolto circa 50.000 euro che abbiamo scelto di destinare a due ONG impegnate nella fornitura di acqua pulita e sana: Winetowater e Amref Health Africa".

Creato nel 2002 da **Yvon Chouinard**, fondatore di Patagonia, e da **Craig Mathews** per incoraggiare altre aziende a fare donazioni in natura (Patagonia dal 1985 ha donato 89 milioni di dollari per l'ambiente), il movimento è cresciuto come alleanza fra imprese consapevoli dell'impatto socio-ambientale che possono avere nel proprio settore, convinte che profitti e perdite sono e saranno sempre più collegati alla salute dell'ambiente. Rispetto ad altre strutturate Organizzazioni Non Governative internazionali, il business model di 1% for The Planet ottimizza la destinazione delle donazioni contenendo costi intermedi che vanno a detrimento delle cause a cui sono destinati. Dal 2002, anno della fondazione, ha raccolto 250 milioni di dollari.

Un impegno, un merito, una sensibilità che conferma il lungo percorso iniziato da **Cielo e Terra** oltre 15 anni fa verso la cura, il rispetto e la protezione di risorse preziose per ogni azienda che opera con coscienza e senso di responsabilità, verso la natura e verso il prossimo. Impegno premiato nel Marzo del 2020 con l'ingresso dell'azienda nel grande mondo *BCorp*, il movimento che promuove il paradigma più evoluto di impresa che, oltre a generare profitto, impatta positivamente su persone e ambiente. È in corso di definizione l'adesione al programma VIVA – La sostenibilità della viticoltura in Italia – promosso dal Ministero per l'Ambiente, per valutare l'uso ottimale delle risorse impiegate nella filiera vitivinicola e misurarne i miglioramenti nel tempo, percorso visibile e tracciabile per i consumatori.

Nella foto: da sinistra Luca Cielo Direttore Generale, Ivano Tadiello Presidente e Pierpaolo Cielo Vicepresidente di **Cielo e Terra**.



Unicomm rafforza la copertura dei dipendenti post Covid



Code' Crai ovest cresce nella bergamasca all'insegna della sostenibilità'



Allianz risk barometer 2022: i rischi informatici superano il Covid-19

Technoretail



La spesa diventa ecosostenibile con MUGO Retail

Featured



Una nuova veste e una nuova identità per il sito web istituzionale di Oleificio Zucchi

Featured



Il futuro della customer experience visto da Medallia