Dal 1845
BRANCA

Informe de Sostenibilidad y Sensibilización 2023

ACTUAR CON RESPONSABILIDAD EN UN MUNDO INTERCONECTADO

Índice

CARTA DEL PRESIDENTE **3**

NOTA METODOLÓGICA **5**

LOS PRINCIPALES RESULTADOS: UNA VISIÓN GENERAL **7**

QUIÉNES SOMOS: NUESTRA IDENTIDAD Y NUESTRA HISTORIA **8**

El perfil del Grupo Branca 9

La historia de Branca: del nacimiento del amargo curativo al Grupo líder 11

Nuestras marcas 16

Concursos y premios internacionales 21

Los premios y el reconocimiento del Grupo Branca como empresario 21

Nuestros valores: del lema "Novare Serbando" a los principios de la Economía de la concienciación 22

GESTIÓN EMPRESARIAL CONSCIENTE **23**

Nuestros grupos de interés 26

Cuestiones de sostenibilidad y análisis de materialidad 28

El Grupo Branca y la Agenda 2030: los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU 31

GOBIERNO CORPORATIVO **34**

Estructura de gobierno 35

Legalidad, transparencia, ética e integridad 37

Valor económico generado y distribuido directamente 38

LA EXCELENCIA DE LOS PRODUCTOS BRANCA **44**

La cadena de valor y la gestión responsable de la cadena de suministro 45

La calidad y seguridad de las materias primas y del producto 53

La protección del consumidor y la promoción del consumo responsable 56

Satisfacción del cliente 61

PERSONAS Y COMUNIDADES **66**

Perfil de los empleados del Grupo Branca 67

Diversidad e inclusión en el entorno laboral 70

Desarrollo del capital humano y formación 72

Salud y seguridad en el trabajo 75

Bienestar de los empleados 78

El Grupo Branca, cultura y territorio 80

PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE **88**

Consumo de energía y emisiones 90

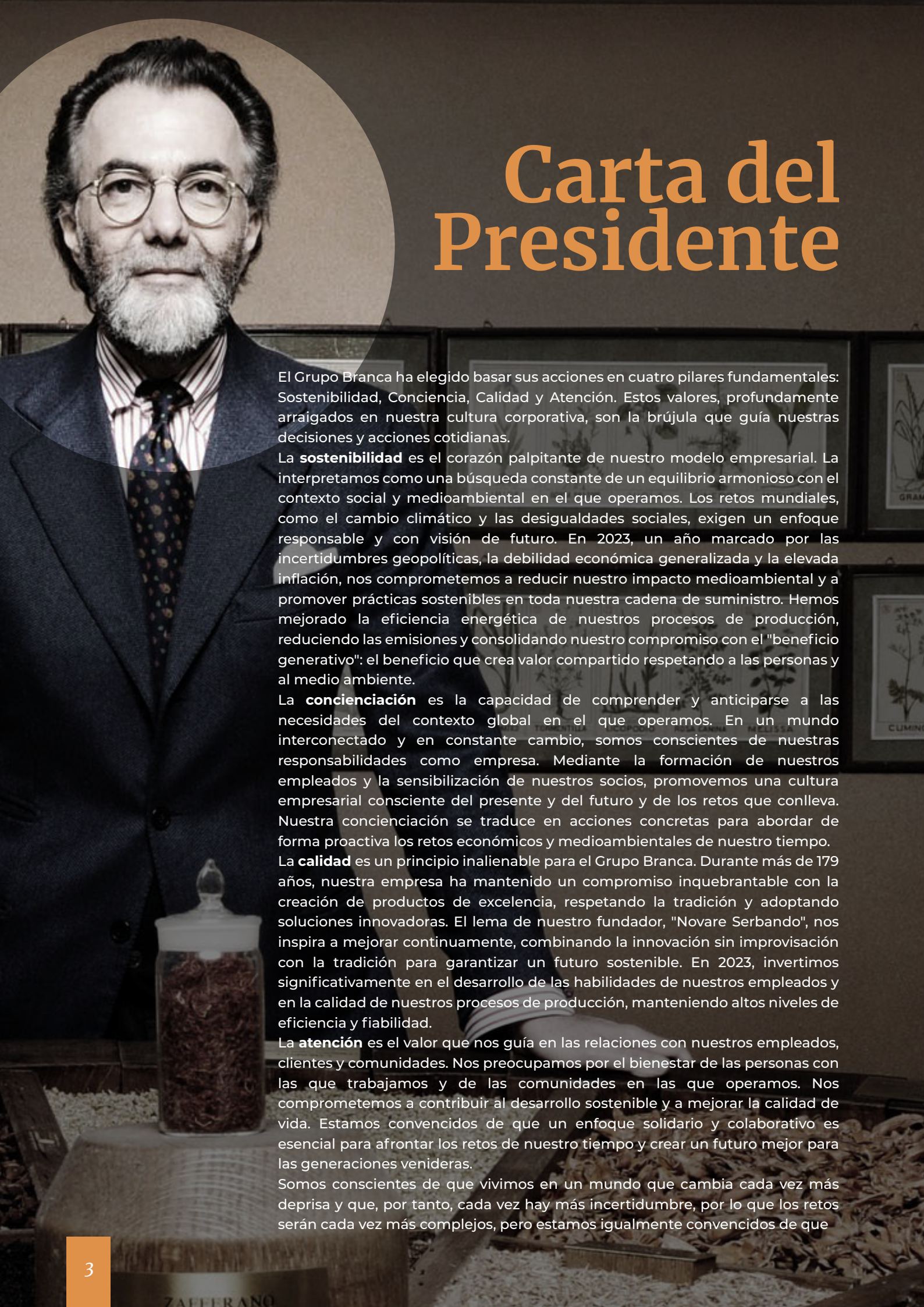
Economía circular y reciclabilidad 96

ANEXOS **103**

Metodologías de cálculo 103

Tablas de rendimiento 104

Índice GRI 118



Carta del Presidente

El Grupo Branca ha elegido basar sus acciones en cuatro pilares fundamentales: Sostenibilidad, Conciencia, Calidad y Atención. Estos valores, profundamente arraigados en nuestra cultura corporativa, son la brújula que guía nuestras decisiones y acciones cotidianas.

La **sostenibilidad** es el corazón palpitante de nuestro modelo empresarial. La interpretamos como una búsqueda constante de un equilibrio armonioso con el contexto social y medioambiental en el que operamos. Los retos mundiales, como el cambio climático y las desigualdades sociales, exigen un enfoque responsable y con visión de futuro. En 2023, un año marcado por las incertidumbres geopolíticas, la debilidad económica generalizada y la elevada inflación, nos comprometemos a reducir nuestro impacto medioambiental y a promover prácticas sostenibles en toda nuestra cadena de suministro. Hemos mejorado la eficiencia energética de nuestros procesos de producción, reduciendo las emisiones y consolidando nuestro compromiso con el "beneficio generativo": el beneficio que crea valor compartido respetando a las personas y al medio ambiente.

La **concienciación** es la capacidad de comprender y anticiparse a las necesidades del contexto global en el que operamos. En un mundo interconectado y en constante cambio, somos conscientes de nuestras responsabilidades como empresa. Mediante la formación de nuestros empleados y la sensibilización de nuestros socios, promovemos una cultura empresarial consciente del presente y del futuro y de los retos que conlleva. Nuestra concienciación se traduce en acciones concretas para abordar de forma proactiva los retos económicos y medioambientales de nuestro tiempo.

La **calidad** es un principio inalienable para el Grupo Branca. Durante más de 179 años, nuestra empresa ha mantenido un compromiso inquebrantable con la creación de productos de excelencia, respetando la tradición y adoptando soluciones innovadoras. El lema de nuestro fundador, "Novare Serbando", nos inspira a mejorar continuamente, combinando la innovación sin improvisación con la tradición para garantizar un futuro sostenible. En 2023, invertimos significativamente en el desarrollo de las habilidades de nuestros empleados y en la calidad de nuestros procesos de producción, manteniendo altos niveles de eficiencia y fiabilidad.

La **atención** es el valor que nos guía en las relaciones con nuestros empleados, clientes y comunidades. Nos preocupamos por el bienestar de las personas con las que trabajamos y de las comunidades en las que operamos. Nos comprometemos a contribuir al desarrollo sostenible y a mejorar la calidad de vida. Estamos convencidos de que un enfoque solidario y colaborativo es esencial para afrontar los retos de nuestro tiempo y crear un futuro mejor para las generaciones venideras.

Somos conscientes de que vivimos en un mundo que cambia cada vez más deprisa y que, por tanto, cada vez hay más incertidumbre, por lo que los retos serán cada vez más complejos, pero estamos igualmente convencidos de que

nuestros cuatro pilares - Sostenibilidad, Conciencia, Calidad y Atención - son la clave para un futuro más justo y sostenible.
Queremos agradecer a todos nuestros empleados su compromiso y su pasión, que nos permiten construir un mañana más sostenible.

Niccolò Branca
Presidente y director ejecutivo
de Branca International y F.lli Branca Distillerie S.p.A.

Nota metodológica

PRINCIPIOS Y CRITERIOS DE INFORMACIÓN

La Memoria de Sostenibilidad y Concienciación del Grupo Branca representa un compromiso continuo con la transparencia y la comunicación de los objetivos alcanzados y las acciones emprendidas en los ámbitos social, medioambiental y de gobernanza. Elaborado anualmente de conformidad con las Normas para la elaboración de memorias de sostenibilidad 2021 de la Global Reporting Initiative (GRI), este documento ofrece una visión global de los resultados del Grupo Branca y de las iniciativas puestas en marcha para promover el desarrollo sostenible.

PERÍMETRO

Este Informe de Sostenibilidad y Concienciación mantiene la coherencia con las ediciones anteriores al ampliar la presentación de informes a todas las empresas operativas del Grupo Branca, es decir, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. , Fratelli Branca Destilerías S.A. y Branca USA Inc. Estas empresas informan plenamente de todos los indicadores ESG. Por otro lado, las empresas no operativas, como Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., Branca International S.p.A y Branca Real Estate S.r.l., presentan informes centrados en aspectos sociales y de gobernanza. No se encontraron cambios significativos en la estructura organizativa, la propiedad y la cadena de suministro.

INDICADORES DE RENDIMIENTO

La información contenida en este documento, referida al periodo de información comprendido entre el 1 de enero de 2023 y el 31 de diciembre de 2023, a menos que se especifique lo contrario, refleja el principio de materialidad o relevancia, un elemento previsto por las Normas GRI. El análisis de materialidad y las cuestiones relevantes para el Grupo Branca se describen en la sección "Cuestiones de sostenibilidad y análisis de materialidad".

Para garantizar la continuidad en la presentación de informes y permitir un análisis comparativo a lo largo del tiempo, se han comunicado y comparado los datos de los años 2021 y 2022. Las tendencias presentadas se han calculado con precisión, utilizando datos decimales aunque no se indique explícitamente en el documento. Para garantizar la fiabilidad de la información, se ha reducido al mínimo el uso de estimaciones, y éstas se han comunicado adecuadamente cuando estaban presentes. Para una mejor comprensión de los resultados, los datos se han desglosado por empresas o zonas geográficas cuando se ha considerado pertinente, mientras que en otros casos se han presentado a nivel consolidado. Cuando se han introducido cambios en las cifras de años anteriores, se han indicado claramente en las notas.

Los datos y la información contenidos en el documento se recopilaron mediante el envío de los correspondientes paquetes de información a las distintas funciones y empresas del Grupo Branca. En línea con el año anterior, la Memoria de Sostenibilidad y Concienciación 2023 fue redactada por un Grupo de Trabajo especialmente constituido, cuyos miembros representan transversalmente todas las áreas relacionadas con la elaboración de informes sociales, medioambientales y económicos de las distintas empresas del Grupo Branca.

Para este periodo de información, la empresa ha optado por no encargar la auditoría del documento a empresas externas. El documento se publicará y difundirá a través de las herramientas de comunicación utilizadas por el Grupo Branca, incluida la página web: www.brancainternational.com. Para cualquier aclaración sobre este Informe de Sostenibilidad, póngase en contacto con: ufficiostampa@branca.it.

Los principales resultados

UNA VISIÓN GENERAL

GOBERNANZA Y NEGOCIOS

355
miliones de ingresos en 2023
(-16 respecto a 2022)

79.701
toneladas de producto embotellado
(-6% respecto a 2022)

160
paises exportadores
(en linea con 2022)

TEMAS SOCIALES

341
empleados
(+8% respecto a 2022)

99%
empleados con contratos indefinidos
(en linea con 2022)

24%
de presencia femenina sobre
el total de empleados
(+3pp en comparación con 2022)

más de 10.800
horas totales de formación impartidas
(-6% respecto a 2022)

CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES

0,502 Gj/ton
Índice de intensidad energética
(en linea con 2022)

0,035 tCO2eq/ton
Índice de intensidad de las emisiones
(-10% respecto a 2022)

0,044 ton/ton
Índice de generación de residuos
(+4% respecto a 2022)

1,08 L/ton
Índice de consumo de agua
(aproximadamente en linea con 2022: +3,9%)

Quiénes somos

NUESTRA IDENTIDAD Y NUESTRA HISTORIA

El perfil del Grupo Branca

El Grupo Branca es una realidad empresarial italiana con una importante presencia internacional. El Grupo Branca está formado por varias empresas, entre ellas Branca International S.p.A., Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerias S.A., Branca Real Estate S.r.l. y Centro Studi Fratelli Branca S.r.l..

Durante más de cinco generaciones, con la sexta ya en la empresa, la familia Branca ha controlado y dirigido Fratelli Branca Distillerie S.p.A., una empresa con 179 años de experiencia en la industria de las bebidas espirituosas. El Grupo Branca supervisa una amplia gama de actividades, desde la producción y distribución de bebidas espirituosas hasta las inversiones inmobiliarias y financieras. La empresa se ha comprometido a ser un modelo de negocio responsable, promoviendo una alianza entre ética y beneficio mediante la aplicación de los principios de la Economía de la Conciencia.

VISIÓN

El Grupo Branca es una empresa italiana con vocación internacional que opera desde una visión de equilibrio e interdependencia de todas sus actividades -desde la producción y distribución de bebidas espirituosas hasta las actividades inmobiliarias y financieras- y de todos los niveles del proceso de producción.

El Grupo Branca activa circuitos positivos de crecimiento en sus actividades como parte de un único organismo vivo interconectado internamente y con el entorno exterior, respetando a las generaciones pasadas, presentes y futuras.

MISIÓN

El Grupo Branca pretende presentarse como un modelo de empresa responsable que promueve una alianza definitiva entre la ética y el beneficio mediante la aplicación de los principios de la Economía de la Conciencia a nivel corporativo y social.

El Grupo Branca pretende potenciar sus actividades cuidando de las personas implicadas, del planeta y de sus recursos.

El Grupo Branca. pone la sostenibilidad en primer lugar, para conseguir beneficios duraderos y un modelo de desarrollo ético y responsable en todos los niveles de la actividad empresarial.

La familia cuenta con una larga tradición empresarial en el sector de las bebidas alcohólicas, que comenzó en Milán en 1845 con la fundación de Fratelli Branca Distillerie por Bernardino Branca. Su estructura actual, resultado de una reorganización iniciada en 1999 por el actual Presidente y Director General, Niccolò Branca, ha dado lugar a la creación del Grupo Branca.

Branca International S.p.A. tiene su sede en Milán y controla **las tres empresas dedicadas a la producción y comercialización de espirituosos**, centros neurálgicos del mundo Branca: la histórica **Fratelli Branca Distillerie S.p.A.**, con sede en Italia en la planta de via Resegone en Milán, la argentina **Fratelli Branca Destilerías S.A.**, con sede en Tortuguitas en la provincia de Buenos Aires, y **Branca USA Inc**, la oficina de ventas establecida en 2019 en Nueva York, **EE.UU.**, con el objetivo de gestionar la importación, distribución y venta directa de los productos Branca en Norteamérica.

A través de las tres empresas, los productos Branca se comercializan en 160 países de los cinco

continentes: la planta de Milán abastece no sólo al mercado nacional, sino también a los mercados europeo, estadounidense y asiático, mientras que el centro de producción de Buenos Aires se dedica al mercado argentino y a algunos países sudamericanos como Chile, Uruguay, Paraguay, Bolivia y Brasil. Gracias a numerosos acuerdos de colaboración firmados a lo largo de los años, el Grupo Branca también se ocupa de la distribución de productos internacionales de gama alta en los mercados nacionales.

El Grupo Branca también destaca en el **sector inmobiliario** a través de **Branca Real Estate S.r.l.,** que ha agregado los activos inmobiliarios del Grupo, incluyendo edificios industriales y espacios para uso residencial, comercial y cultural, así como fincas agrícolas, tanto en Italia como en el extranjero. La importante presencia internacional y el rápido crecimiento del producto habían llevado a Fratelli Branca Distillerie S.p.A., en las primeras décadas del siglo XX, a invertir en plantas de producción en varios países europeos, así como en América del Norte y del Sur (Nueva York y Buenos Aires). La estrategia de reestructuración de la estructura corporativa iniciada por Niccolò Branca ha dado lugar a una reconversión de las fábricas en desuso y a la creación de empresas separadas para las actividades de producción y comerciales frente a las relacionadas con la propiedad inmobiliaria, ahora gestionadas con un enfoque empresarial, con el apoyo del holding para la coordinación estratégica del crecimiento y la creación de valor.

Branca International S.p.A. también opera en **el sector financiero**, gestionando de forma independiente sus activos a través de inversiones diversificadas a escala mundial.

En el **ámbito cultural**, el Grupo Branca gestiona el **Centro Studi Fratelli Branca S.r.l.**, un laboratorio de última generación dedicado al estudio de las hierbas medicinales. Este centro no sólo garantiza el control y la calidad de los productos Branca, sino que también promueve iniciativas innovadoras como la Academia Branca, la Colección Branca y la Torre Branca.

La historia de Branca

DEL NACIMIENTO DEL AMARGO CURATIVO AL GRUPO LÍDER

En 1845, el boticario Bernardino Branca ideó en su taller de Milán y comenzó a producir y comercializar **un preparado a base de hierbas, especias y raíces para el tratamiento de enfermedades** entonces muy extendidas, como el cólera y la malaria. Así nació Fernet-Branca y, con él, la larga historia de Fratelli Branca Distillerie S.p.A.. El producto tuvo un gran éxito, tanto que en poco tiempo, en Italia y en el extranjero, se extendió la fama de este amargo curativo. En pocos años, gracias a sus grandes propiedades, a la intuición del fundador y a las oleadas migratorias italianas que alcanzaron picos sin precedentes durante la Gran Depresión, el **Fernet-Branca** comenzó a difundirse primero en Europa y más tarde también en América del Norte y del Sur.

Fue durante esos años cuando Fratelli Branca Distillerie S.p.A. pasó de ser un taller artesanal a una empresa de éxito: en poco tiempo, las instalaciones originales de Porta Nuova en Milán tuvieron que ampliarse para satisfacer la demanda de la amplia gama de productos que entretanto se habían añadido al Fernet-Branca, y posteriormente se sustituyeron por una nueva planta en Via Resegone, que sigue siendo el centro de producción en la actualidad.

El considerable crecimiento del consumo a finales del siglo XIX llevó también a la empresa, que hasta entonces se apoyaba en un distribuidor de confianza, a invertir en 1935 en la **creación de la planta de Buenos Aires** y a constituir en 1941 la sociedad argentina Fratelli Branca Destilerías S.A. para la fabricación in situ del producto. En 1982, la empresa se trasladó a la planta de Tortuguitas, en la provincia de Buenos Aires, donde Fratelli Branca Destilerías S.A. sigue residiendo en la actualidad y opera una planta de producción de bebidas alcohólicas tecnológicamente avanzada. Desde el año 2000, cuando se construyó la nueva planta de producción en Tortuguitas, bajo el liderazgo estratégico de Niccolò Branca como Presidente, apoyado por la dirección local, el mercado argentino ha crecido significativamente. Incluso durante los años de la difícil crisis económica de este país, Fratelli Branca Destilerías S.A. ha gestionado la emergencia con valentía e innovación, evitando reducciones de personal y confirmando las inversiones en la empresa y su desarrollo hasta el punto de que, entre 2006 y 2015, ha ampliado progresivamente el centro de producción.

La continua expansión del Grupo Branca, que comenzó con Fernet-Branca, ha pasado por la creación de otras marcas "históricas" -como Stravecchio Branca y Brancamenta- y la ampliación de su cartera de productos mediante una política de adquisiciones, líneas de ampliación y entrada en sectores relacionados con su actividad principal. Desde 1999 hasta hoy, las decisiones estratégicas y operativas tomadas han llevado al Grupo Branca a ocupar nuevas e importantes posiciones en sus mercados de referencia y a competir con las principales multinacionales, salvaguardando al mismo tiempo la autonomía de la empresa y manteniendo a la familia fundadora al timón.

De 1845 a nuestros días

ENTRE INGENIO Y CREATIVIDAD

1845: Fundación

Bernardino Branca inventa el Fernet-Branca, un amargo con una fórmula secreta que hará historia. De la producción doméstica a la apertura de la fábrica en Corso di Porta Nuova: nace en Milán una de las empresas más vivas de Italia, Fratelli Branca Distillerie S.p.A., desde la que se distribuye Fernet-Branca por toda Italia.

1862

Stefano Branca se incorporó a la empresa, lanzó nuevos productos al mercado y organizó la gran exposición internacional milanesa de 1881: fue un éxito inmediato.

1891

A la muerte de Stefano, su esposa Maria Scala dirigió con éxito la empresa hasta que el joven Bernardino alcanzó la mayoría de edad.

1895

La icónica imagen del águila agarrando una botella de Fernet-Branca mientras sobrevuela el mundo fue creada por Leopoldo Metlicovitz. Tras unos años de uso, el 27 de noviembre de 1905, el logotipo de la empresa, que invadió bares, restaurantes y confiterías de todo el mundo en el nuevo siglo, fue depositado oficialmente en el Ministerio de Economía Nacional.

1907

Dino Branca asume el cargo de director y comienza las obras de construcción de la nueva fábrica en Via Resegone 2, en Milán, sede de la actual planta de producción y del museo de la empresa, inaugurado en 1911.

1918

Dino Branca transforma Fratelli Branca Distillerie S.p.A. en una sociedad anónima, consolida el capital a 150 millones de liras y lo amplía construyendo centros de producción en todo el mundo. Durante la posguerra, se ocupa de la reconstrucción y de la reanudación de la producción. En 1933, se le autoriza a utilizar el título pontificio de conde y, en 1938, el rey Víctor Manuel III le confiere el título de Conte di Romanico, en reconocimiento a sus méritos en los ámbitos industrial y asistencial.

1930

Se inaugura la planta de Saint-Louis en Alsacia.

1932

Se establecen Fratelli Branca Distillerie S.A. en Chiasso y Fratelli Branca & C. Inc. en Nueva York, donde en 1934 se abre una planta para la producción de un Fernet-Branca medicinal en el 131 de la calle Hudson.

1941

Se funda en Buenos Aires la empresa argentina Fratelli Branca Destilerías S.A. El Fernet-Branca ya había llegado a Argentina con las migraciones italianas de finales del siglo XIX y, dada su gran popularidad, en 1925 la empresa decidió autorizar a la Società Hofer & C. -concesionaria exclusiva del producto en Sudamérica- a fabricar el licor en Argentina a partir del extracto enviado desde la sede italiana.

1955

Dos años antes de su muerte, Dino Branca renuncia a la presidencia, que pasa a manos de su hijo Pierluigi: con él comienza la plena recuperación y expansión de las ventas y la comunicación en Italia.

1965

Pierluigi renovó la empresa centrándose en la producción italiana, introduciendo un licor innovador, Brancamenta, que combina cualidades beneficiosas y digestivas con el placer de un sabor refrescante. En Estados Unidos reposicionó el producto del canal farmacéutico al minorista.

1981

Se funda el Centro de Estudios Fratelli Branca para el control de calidad y la investigación en el campo de las hierbas medicinales.

1985

Es Giuseppe Branca quien desarrolla las adquisiciones de marcas históricas italianas, como la Destilería Candolini en Tarcento. Villa Branca S.r.l. se establece en Mercatale Val di Pesa, y la cartera de productos de Branca se enriquece con los vinos Villa Branca Chianti Classico, Villa Branca Chianti Riserva y un aceite de oliva virgen extra. Se firma un acuerdo con el Ayuntamiento de Milán para el "uso exclusivo de la Torre del Parco durante un periodo de 29 años como contraprestación por la ejecución, a cargo y cargo de la empresa, de las obras de restauración de la estructura". En 1990 comienzan las obras de ampliación de la zona de la fábrica en Via Resegone, que más tarde se dedicará al Museo Branca.

1999

Se crea el holding Branca International S.p.A.: el hijo de Pierluigi, Niccolò, asume la presidencia y se convierte también en director general de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. Niccolò Branca da un fuerte impulso al rediseño y la reorganización del Grupo según el principio de innovación respetando la tradición, y también comienza a profundizar en los conceptos de sostenibilidad y ética empresarial, que inspiran todo el trabajo de Branca International.
Las opciones estratégicas y operativas que se tomen a partir de ahora llevarán a las destilerías a ocupar nuevas posiciones significativas en los mercados de referencia y a competir con las multinacionales líderes. Se consolidan las marcas existentes, se adquieren nuevos productos y se crean líneas de extensión. También se refuerza la presencia en Argentina y en el mercado estadounidense, continúa y se intensifica el proceso de internacionalización y se diversifican las actividades.

2001

Branca adquiere Carpano, la histórica empresa turinesa que había creado el vermut mezclando hierbas y especias con vino moscatel en 1786. Las actividades de producción de la empresa se trasladan a la sede de Milán de Fratelli Branca Distillerie S.p.A.. Desde entonces, la marca no ha dejado de crecer tanto en Italia como en el extranjero, y el mercado del vermut original se ha ampliado, de acuerdo con el lema de Branca de "Novare Servando": en los años siguientes nacieron el Carpano Dry y el Carpano Botanic Bitter.

2001

Ese mismo año, Borghetti, el auténtico licor de café espresso, elaborado a partir de la antigua receta transmitida desde 1860 por Ugo Borghetti y distribuido por la empresa desde 1982, entra también en la cartera de productos Branca.

2002

Finalizada la restauración de la torre, Branca inaugura su apertura al público: un bien y un símbolo muy querido por los milaneses se devuelve así a la ciudad con un nuevo punto de encuentro en el pulmón verde del parque Sempione.

2004

La antigua destilería Fernet-Branca de Saint-Louis, construida a principios del siglo XX, se convierte en museo y el 15 de junio de 2004 abre sus puertas al público el Espace d'Art contemporain Fernet-Branca, que se inscribe en el contexto cultural transfronterizo vinculado a la ciudad vecina de Basilea.

2006

Branca Real Estate S.r.l. empezó a funcionar a pleno rendimiento.

2009

Se abre al público el Museo Collezione Branca, un patrimonio de historia y cultura en el corazón de Milán. Un itinerario entre materias primas y herramientas de trabajo, hierbas, raíces y especias, historias y objetos, preciosas pruebas de un sistema de producción.

2015

Branca celebra su 170 aniversario: un hito que concierne a la empresa, a su tradición y a su alma. Para la ocasión, el Grupo Branca presenta a la ciudad de Milán una revisitación de la chimenea de la fábrica de via Resegone: una obra de street-art que se eleva sobre la ciudad en un juego de colores y figuras que recuerdan las hierbas y la botella de Fernet-Branca. Rizzoli publica la monografía "Branca, sulle ali dell'eccellenza" (Branca, sobre las alas de la excelencia), reconocida como la mejor publicación del año por el Osservatorio Monografie Italiane (OMI), y el Ministerio de Desarrollo Económico reconoce la excelencia productiva de Branca emitiendo un sello de correos de edición limitada.

2019

Se crea la filial Branca USA en Nueva York, con el objetivo de gestionar la importación, distribución y venta directa de los productos Branca en Norteamérica. Una guarnición más para garantizar la expansión del mercado americano.

Hoy en día

El Grupo Branca está presente en 160 países de los cinco continentes, con una extensa y bien organizada red de distribución. La empresa se orienta cada vez más hacia la diferenciación de su oferta, expandiéndose mucho más allá del campo de los licores y vermuts, aunque el amargo inventado por el fundador sigue constituyendo la base del negocio, el secreto de un éxito que dura ininterrumpidamente desde hace 179 años.

Nuestras marcas

El Fernet-Branca, licor creado por el fundador en 1845, sigue siendo el pilar indiscutible de las actividades de Fratelli Branca Distillera S.p.A. y representa el secreto de un éxito que se perpetúa desde hace 179 años.

A lo largo de los años, el Grupo Branca ha ampliado su oferta más allá de los amargos, consolidando sus **productos históricos**, como Fernet-Branca, Brancamenta, Stravecchio Branca y, a partir de 2019, Stravecchio Branca XO. Desde una perspectiva industrial, el Grupo Branca, a través de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. y Fratelli Branca Destilerias S.A., ha adoptado una estrategia de asociaciones estratégicas para entrar en nuevos mercados y ha diversificado su cartera con ampliaciones de línea y **adquisiciones de marcas prestigiosas**.

Entre las adquisiciones recientes figuran los productos Borghetti (el auténtico licor de café espresso y sambuca) y Carpano (Carpano Classico, conocido como "Rosso" en Argentina, Bianco, Dry, el reciente Carpano Botanic Bitter y los nuevos Carpano Negroni y Carpano Mi-To listos para beber), Punt e Mes y el excelente vermut Antica Formula. Además, la cartera de productos del Grupo Branca incluye la grappa Candolini (líder en Italia), el vino Chianti Villa Branca y el vodka Sernova (en las variantes estándar, aromatizado, Pasión Tropical y Pera Manzana Dulce).

Fratelli Branca Distillerie S.p.A. también distribuye el coñac De Luze, la ginebra Nicholson y la ginebra Tobermory de marca premium, así como los whiskies Tobermory, Deanston, Bunnahabhain, Templeton Rye, Scottish Leader, Ledaig y Black Bottle, la especialidad Passoã y el licor Amarula.

En Argentina, Fratelli Branca Destilerías S.A. distribuye el licor Strega, el licor de limón Strega, los prestigiosos vinos de las bodegas Fabré Montmayou e Infinitus, y whiskies de fama mundial como The Macallan, The Famous Grouse y Highland Park. A continuación se resumen los productos con sus respectivos logotipos.

ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS BRANCA Y MARCAS HISTÓRICAS

OTRAS MARCAS DISTRIBUIDAS – ITALIA

OTRAS MARCAS DISTRIBUIDAS – ARGENTINA

LOS PRINCIPALES PRODUCTOS BRANCA Y LAS MARCAS HISTÓRICAS ADQUIRIDAS

FERNET-BRANCA

Nacido en 1845, Fernet-Branca ha mantenido a lo largo del tiempo la personalidad y originalidad con las que ha conquistado los cinco continentes. Su fórmula secreta, transmitida de padres a hijos, ejemplo de gran experiencia y pasión por la "elaboración", ha garantizado a lo largo del tiempo la excelente calidad de Fernet-Branca. Veintisiete hierbas, especias y raíces componen el producto con su típico color marrón y proceden de cuatro continentes: ruibarbo de China, galanga de Asia, manzanilla de Europa y Argentina, por citar sólo algunas. Las hierbas, especias y raíces se procesan en infusiones alcohólicas, extractos o incluso decocciones. Al cabo de un año, cuando la mezcla, que ha reposado en barricas de roble, evoluciona y afina todos los componentes aromáticos, se completa el proceso de producción. Este largo proceso confiere al Fernet-Branca su sabor inimitable.

BRANCAMENTA

Brancamenta nació en los años sesenta, una época caracterizada por grandes cambios, por el auge económico, por un nuevo modo de vida, más individualista y menos conformista y, en consecuencia, por grandes deseos de novedad, también en gustos y sabores. Fratelli Branca Distillerie S.p.A., gracias a la gran y especial intuición que siempre la ha distinguido, decidió estudiar y emprender la producción de una bebida perfecta para cada estación y creó Brancamenta, un producto que sorprende a sus consumidores y admiradores por la "emoción de intenso placer" que consigue regalar con cada sorbo. Su fórmula, compuesta de hierbas y especias, está enriquecida con el aceite esencial de menta piamontesa, el más fino del mundo. El resultado es un licor amargo de gran calidad, natural y particularmente refrescante.

STRAVECCHIO BRANCA

Stravecchio Branca, el brandy por excelencia de la tradición italiana, es un destilado de autor con un sabor cálido y envolvente y complejas notas amaderadas de frutos secos. Su secreto reside en la capacidad de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. para cuidar un producto centenario que refleja los conocimientos de su productor. El sabor y el perfume permanecen inalterados gracias al secreto guardado en la Barrica Madre de roble, autora de una de las fases más delicadas de la producción: la mezcla de diferentes aguardientes envejecidos entre un mínimo de tres y un máximo de diez años. Un tercio de la amalgama permanece siempre en el interior de la Barrica Madre, una peculiaridad que da vida al bouquet único del Stravecchio Branca dal 1888.

STRAVECCHIO BRANCA XO (EXTRA VIEJO)

Procede de la hábil mezcla de aguardientes obtenidos de la destilación de vinos finos italianos y dejados reposar primero en barricas de roble y después en la "Botte Madre". Esta segunda fase es crucial, para que todos los componentes se enriquezcan y armonicen lentamente, revelando una personalidad compleja y equilibrada. Es en este momento cuando se añaden los aguardientes envejecidos hasta 20 años para conseguir un perfil elegante, intenso y satisfactorio con una persistencia aromática especial.

ANTICA FORMULA

El vermut italiano por excelencia fue creado por Antonio Benedetto Carpano, el inventor de la categoría del vermut, allá por 1786 en Turín. La Fórmula Antigua ha llegado hasta nuestros días en su receta original e inimitable gracias a la pasión y la habilidad de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. para preservar el bouquet único del producto con inconfundibles notas de vainilla. Este "néctar de los dioses", caracterizado en sabor y aroma por una infusión de hierbas y especias de montaña cuidadosamente seleccionadas, incluido el preciado azafrán, se produce en cantidades limitadas y se envasa en preciosas botellas de vidrio soplado con una reproducción de la etiqueta original de 1786.

CARPANO CLASSICO
(CARPANO ROSSO EN ARGENTINA)

El Carpano Classico, también llamado Carpano Rosso en Argentina, nació en la década de 1900 y es el clásico vermut italiano, de carácter fuerte, con toques cítricos y persistente en boca. Su sabor agridulce está perfectamente equilibrado, gracias a la utilización de cáscara de naranja amarga fresca y azúcar quemado, que también confiere al producto su característico color ámbar. En su receta original, las notas especiadas y cítricas armonizan entre sí, complementando los aromas derivados de la absenta y haciendo que este vermut clásico sea equilibrado y perfecto para mezclar.

CARPANO BIANCO

El Carpano Bianco nació en la década de 1930 y es el vermut blanco italiano, dulce y con un aroma fresco y rico. Los aromas y la mineralidad de los vinos que componen la mezcla del Carpano Bianco se equilibran con notas especiadas y cítricas. Se trata del producto más perfumado de la gama Carpano. Al sabor inicialmente dulce le siguen inmediatamente unas complejas notas botánicas ligeramente amargas que hacen que el producto sea agradable y adecuado para cualquier ocasión. Los ingredientes principales son la cáscara de naranja amarga fresca, el macis y la canela, que aporta una nota picante especial al producto.

CARPANO DRY

El Carpano Dry se caracteriza por su sabor seco, conseguido gracias a un contenido de azúcar inferior al de los otros tipos y a una selección de vinos italianos de primera calidad que permite que el producto conserve sus propiedades organolépticas durante mucho tiempo. Los ingredientes característicos del Carpano Dry son el Absintio, cultivado en Italia y procedente de zonas montañosas no contaminadas, y el Dittamo Cretico, una planta herbácea de la isla de Creta que confiere al producto su sabor típico.

CARPANO BOTANIC BITTER

Creado y lanzado en 2019 mezclando la experiencia típica de la marca Carpano en saber elegir y dosificar hierbas y productos botánicos con las nuevas necesidades de los consumidores en la revalorización de los cócteles clásicos, Carpano Botanic Bitter, único en su género, nace de la cuidadosa selección de diez hierbas infusionadas según el método artesanal para equilibrar lo mejor posible todos los componentes botánicos. Su sabor aromático y equilibrado combina perfectamente con los vermuts Carpano en la preparación de cócteles de calidad como el Negroni o el Americano.

CARPANO READY-TO-DRINK NEGRONI Y MI-TO (MILÁN-TURÍN)

Creados y lanzados en 2020 adaptando el conocimiento de la marca Carpano y su experiencia en producción a la tendencia de consumir en casa auténticos cócteles de alta calidad. Los Carpano Ready-To-Drinks, elaborados exclusivamente con productos Carpano y disponibles en un formato de 10 cl de una sola porción que puede adquirirse individualmente o en un paquete de 10 unidades, son cómodos de guardar en el frigorífico y están listos para consumir.
Carpano Ready-To-Drinks sigue las recetas icónicas del Negroni (Carpano Classico, Carpano Botanic Bitter y Carpano Gin creadas especialmente para este producto) y del Milano-Torino (Carpano Classico y Punt e Mes).

PUNT E MES

Punt e Mes es un producto con una historia legendaria. Se cuenta que en 1870, en la tienda Carpano's, un corredor de bolsa enzarzado en una discusión con sus colegas, pidió vermut mezclado con media dosis de quina, utilizando la expresión dialectal "Punt e Mes". El extraño origen del nuevo nombre se vio reforzado, poco después, por una curiosa costumbre de los asiduos del local, a saber, pedir el Punt e Mes con un gesto. De hecho, bastaba con que el cliente hiciera un gesto al camarero consistente en levantar el pulgar (un Punt) y luego trazar una línea horizontal en el aire (Mes) con la mano extendida, para obtener inmediatamente el Punt e Mes deseado. El Punt e Mes es hoy un vermut conocido en todo el mundo por su perfecto equilibrio entre la intrigante nota cítrica típica del Carpano y el amargor de la quina y la absenta. Tiene un color rojo oscuro, con vetas bermellón. Sus aromas recuerdan al "vino de Oporto", las hierbas aromáticas, el "toffee" y el clavo.

BORGHETTI

Borghetti es el auténtico licor de café espresso elaborado a partir de la receta original creada por Ugo Borghetti en 1860 para celebrar la inauguración de la línea ferroviaria Pescara-Ancona y que rápidamente adquirió notoriedad y fama en Italia y Europa. Un sabor italiano, un producto que refleja la tradición y los procesos originales que se han convertido en el sello distintivo de una cultura, una receta que ha sido la misma durante mucho tiempo. Una mezcla especial de Arábica y Robusta de primera calidad, preparada directamente en la empresa en enormes cafeteras. Aromático, con un gusto dulce y suave y un sabor envolvente, el Borghetti tiene un aroma rico e intenso que no olvidará y un agradable regusto a café espresso, capaz de conquistar cualquier ocasión.

SAMBUCA BORGHETTI

Nace gracias a la meticulosa selección de flores de anís estrellado, de origen oriental, que garantizan su excelencia organoléptica. La elegante botella, con sus decoraciones doradas, y el nombre elegido para el producto, "Sambuca Borghetti Oro", pretenden resaltar la singularidad, preciosidad y perfección de esta flor. Transparente y cristalina, es dulce en nariz, con un sabor suave y delicado.

GRAPPA CANDOLINI

Candolini es la grappa suave y elegante preferida por los italianos, adquirida por Fratelli Branca Distillerie S.p.A. en 1987. Producida a partir de destilados escrupulosamente seleccionados de la más alta calidad, Candolini amplió su presencia lanzando al mercado las variantes monovarietales, elaboradas con destilados de calidad procedentes de una única variedad de uva: "Candolini Bianca", "Candolini Classica", "Candolini Riserva", "Candolini Ruta", "Candolini Gran Miele", "Candolini Monovitigno Moscato Barrique", "Candolini Monovitigno Chardonnay".

SERNOVA

Sernova es un producto único empezando por su nombre, resultado de la fusión de "Novare Serbando", el lema de Fratelli Branca Distillerie S.p.A.. Es un vodka sofisticado y delicado, un producto de alta calidad al estilo italiano, fruto del conocimiento y la pasión de Branca. El proceso de producción de Sernova -que se elabora con trigo nacional en Italia- consiste en una serie de etapas sucesivas de destilación y filtración, durante las cuales el vodka se refina y perfecciona. Para garantizar un producto neutro y puro, Sernova también se filtra con diamantes negros, caso único en el mercado argentino. En 2020, se lanzaron al mercado argentino dos nuevas variantes, Vodka Sernova Wild Berries y Vodka Sernova Fresh Citrus, y en 2021, otras dos, Vodka Sernova Sweet Apple Pear y Vodka Sernova Tropical Passion, elaboradas a partir de alcohol seleccionado de producción local y filtradas mediante un proceso único y noble, con un sabor natural.

VILLA BRANCA

El Chianti Classico es un vino afrutado muy fragante y vivo. El sabor es potente, cálido, con buena estructura. Es el resultado de una mezcla de uvas Sangiovese con la adición de otras uvas negras. El Chianti Classico Riserva, resultado de una maduración prolongada en madera y un posterior afinamiento en botella, se caracteriza por un color rojo intenso con reflejos granates, un bouquet persistente de frutosidad viva y fragante. El sabor es sabroso, armonioso y de estructura considerable.

CONCURSOS Y PREMIOS INTERNACIONALES

Los concursos internacionales, con paneles de expertos catadores que otorgan premios a las distintas categorías de productos, son un elemento importante de la estrategia de marca de la cartera de productos Branca. Dentro de las distintas posibilidades, el Grupo Branca se centra en los **concursos mundiales más reconocidos y respetados** para las categorías de productos en las que opera. A lo largo de los años, el Grupo Branca ha ganado numerosos premios que demuestran la excelencia de su cartera de productos: en particular, en los dos últimos años, Carpano Botanic Bitter, obtuvo la Medalla de Oro en la categoría de aperitivos en la San Francisco World Spirits Competition, la competición más importante de Norteamérica que incluye la mayor selección de bebidas espirituosas del mundo. El jurado, compuesto por 70 expertos del sector, evaluó alrededor de 5.000 bebidas espirituosas a lo largo de dos semanas y finalmente concedió la Medalla de Oro en reconocimiento a las bebidas espirituosas excepcionales que establecen estándares de calidad en su categoría.
Entre los principales premios **obtenidos recientemente** por los productos de la cartera de Branca se incluyen[1]:

PRODUCTO	PREMIOS MÁS RECIENTES Y SIGNIFICATIVOS OBTENIDOS
FERNET-BRANCA	**Medalla de plata** – International spirits challenge 2019 **Medalla de oro** – Concurso Internacional de Espirituosos y Vinos de Los Ángeles 2016
BRANCAMENTA	**Medalla de plata** – International spirits challenge 2019 **Medalla de oro** – Concurso mundial de camisetas de San Francisco 2016
ANTICA FORMULA	**Mejor vermut dulce** - Los premios mundiales de bebidas 2021 **Medalla de oro** - Excellence Spirits Awards 2020 **Medalla de plata** – International spirits challenge 2019 **Medalla de oro** – San Francisco World Spirts Competition 2017
CARPANO	**Medalla de oro** - Concurso Mundial de Espirituosos 2022 **Mejor vermut seco** - Los premios mundiales de bebidas 2021 (seco) **Medalla de plata** – International spirits challenge 2019 (Blanco) **Doble Medalla de oro** – San Francisco World Spirts Competition 2016 (Blanco) **Doble Medalla de oro** – San Francisco World Spirts Competition 2016 (Clásico)
PUNT E MES	**Medalla de plata** – International spirits challenge 2019 **Doble Medalla de oro** – San Francisco World Spirts Competition 2016
BORGHETTI	**Premios Mundiales del Licor** – Mejor licor de café del mundo 2019
CANDOLINI	**Doble Medalla de oro** – Los Angeles International Spirits&Wine Competition 2018 **Medalla de oro** – Mejor de la División y Mejor de la Categoría de Los Ángeles **Medalla de oro** – Concurso Internacional de Espirituosos y Vinos de Los Ángeles

Premios y reconocimientos
DEL GRUPO BRANCA COMO EMPRESARIO

Niccolò Branca y el Grupo Branca han recibido importantes premios a lo largo de los años.
Entre ellos: el prestigioso 'Premio a los Resultados 2007' promovido por: Bain & Company, Il Sole 24 Ore, Centrale dei Bilanci y la Universidad Bocconi, la concesión en 2007 del título de Profesor Honorario de la Facultad de Economía de la Universidad del Salvador de Buenos Aires, el nombramiento como Cavaliere del Lavoro por el Presidente de la República Giorgio Napolitano en 2011, el reconocimiento de LIDE Italia y del Consulado argentino por su compromiso con las relaciones entre Italia y Argentina, el premio 'Di Padre in Figlio - Il gusto di fare impresa' (De Padre a Hijo - El gusto de hacer negocios), evento promovido por Credit Suisse y KPMG al mejor relevo generacional y mención especial para la categoría de Rendimiento Financiero en 2013, el Premio Internacional 'Il Leader Consapevole' de la República de San Marino en 2016 y el nombramiento, ese mismo año, como Caballero Oficial de la Orden de Sant'Agata de la República de San Marino.
Durante dos años consecutivos, el Presidente Niccolò Branca estuvo entre los tres finalistas del Premio EY: 'Empresario del Año', Categoría Global en 2008 y Finanzas en 2009; en julio de 2010, fue galardonado por la revista mensual Capital como uno de los empresarios italianos que han hecho grande a Italia, recibiendo 'El Libro de Oro del Empresariado Italiano' en presencia del Primer Ministro. En diciembre de 2011 recibió el Sello de la Universidad de Parma y en 2016 fue galardonado con el Premio 'Capitanes del Año' - Lombardía, y el Premio 'Crecimiento y Sostenibilidad', mención especial, 'Premio a la Excelencia Empresarial'.
En julio de 2019, el presidente Niccolò Branca recibió un premio de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) por su destacada trayectoria en la gestión empresarial y su compromiso con la educación, y en diciembre, Forbes y Business International le otorgaron el 'CEO Italian Awards 2019' en la categoría de Gastronomía y Vino.
En 2020, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. recibió el premio "Industria Felix, l'Italia che compite", seleccionado entre 122 empresas con sede social en Italia que se distinguieron por sus resultados de gestión, su fiabilidad financiera y, en ocasiones, por su sostenibilidad. Lombardía y Véneto con 22 galardonados cada una, entre ellas Fratelli Branca Distillerie S.p.A., que fue elegida entre 18 sectores estratégicos y galardonada con este premio sobre la base de criterios objetivos, que tuvieron en cuenta un algoritmo de competitividad incontestable (evaluado sobre la base de los estados financieros depositados), el Cerved Group Score (el indicador de fiabilidad financiera de una de las agencias de calificación más importantes de Europa) y, como en el caso de Fratelli Branca Distillerie S.p.A., el informe de sostenibilidad.
El Grupo Branca ha recibido un premio como "Líder en sostenibilidad" basado en una investigación publicada por Il Sole 24 Ore. Fruto de la colaboración entre la empresa de análisis Statista e Il Sole 24 Ore, el premio designa a las 200 empresas italianas más sostenibles y tiene en cuenta, con referencia a 2020, una serie de indicadores medioambientales como: el consumo de energía, las emisiones y la gestión de residuos; sociales, como la seguridad en el trabajo, el porcentaje de empleados fijos, las condiciones laborales y económicas, la estabilidad financiera, el cumplimiento y la transparencia en la divulgación de información.
El Presidente Niccolò Branca ha sido nombrado Académico Correspondiente de Italia por la Academia Nacional de Ciencias Económicas de Argentina. El galardón reconoce la extraordinaria trayectoria industrial del Grupo Branca en Argentina y su visión de una forma de hacer negocios basada en la Conciencia, testimonio del vínculo único entre la Empresa y el país.
Además, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. obtuvo el Premio a la Innovación Smau: un galardón que se concede a las empresas que han realizado una aportación innovadora y concreta a su negocio y han contribuido al crecimiento del sistema del país en su conjunto. El premio reconoce el programa de digitalización del Grupo, que el Grupo Branca ha emprendido implicando transversalmente a varias empresas en diversos proyectos internacionales, con el objetivo de rediseñar, simplificar y automatizar los procesos empresariales clave y mejorar la fluidez operativa, el rendimiento y el nivel de servicio tanto interno como externo, con un intercambio puntual y continuo de información y KPI.

[1] Puede consultar la lista completa de los premios obtenidos en el sitio web del Grupo Branca, en las páginas dedicadas a cada producto.

Nuestros valores

DEL LEMA "NOVARE SERBANDO" A LOS PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA DE LA CONCIENCIA

El lema "**Novare Serbando**" - transmitido de generación en generación - es el principio rector del crecimiento de la empresa, que siempre ha combinado calidad e innovación respetando la tradición. Este enfoque está en armonía con el cambiante entorno socioeconómico, las tendencias del mercado y las necesidades de los consumidores. El lema expresa y resume los valores fundamentales de la empresa, que hoy se alinean con los principios de la **Economía de la Conciencia**. "Novare Serbando" resume la forma en que el Grupo Branca gestiona el presente y mira hacia el futuro, teniendo siempre presentes los valores que han hecho sólida la realidad industrial y empresarial de la familia, ahora en su sexta generación. El "serbare" representa la intuición del fundador que inició una larga tradición de artesanía y producción, utilizando fórmulas invariables para la elaboración de los productos. La innovación ha permitido a la empresa crecer y establecerse como un negocio de éxito. El valor fundamental del Grupo es la **Conciencia**, que equilibra el beneficio y la ética para crear valor generativo, fomentando la armonía entre la empresa, sus empleados y el territorio. A través de su Conciencia, el Grupo Branca produce excelencia y gestiona la empresa con atención a los territorios y comunidades que la acogen.

Gestión empresarial consciente

A lo largo de los años, el Grupo Branca ha sabido combinar crecimiento y tradición, manteniendo al mismo tiempo sus **valores fundamentales**. Valores que aún hoy encuentran inspiración en los principios de la **Economía de Conciencia**, guiando al Grupo hacia un desarrollo sostenible que respete a todas las partes interesadas. El enfoque en los valores se traduce diariamente en iniciativas concretas que abarcan todos los aspectos del negocio: desde la gestión eficiente de los recursos hasta el máximo respeto por el medio ambiente, pasando por un sólido sistema de bienestar dedicado a los empleados y sus familias.

El Grupo Branca siempre se ha inspirado en **sólidos valores y principios rectores** que han dado forma a su crecimiento y éxito. En el centro de esta filosofía se encuentran **las personas**, un recurso precioso y protagonista del desarrollo del Grupo. **Crecimiento, excelencia y calidad** son los principios en los que se basa la cultura corporativa del Grupo Branca. Cada producto Branca es el resultado de un compromiso constante de búsqueda de la perfección, garantizando a los consumidores la máxima seguridad y satisfacción. Consciente de su papel social y medioambiental, el Grupo Branca se compromete activamente a promover un desarrollo integrador y sostenible en todos los procesos que rigen sus actividades en los países en los que opera.

Crear un entorno de trabajo positivo y productivo es crucial para el éxito de cualquier organización. El Grupo Branca sitúa la escucha, el diálogo y la transparencia en el centro de su filosofía empresarial. La empresa está convencida de que sólo estableciendo relaciones de confianza y cooperación con sus empleados es posible crear un clima de trabajo sereno y estimulante. El Grupo Branca invierte mucho en la mejora de sus recursos humanos, comprendiendo sus **necesidades y expectativas**. Con este fin, el Grupo ha adoptado una serie de proyectos e iniciativas de bienestar corporativo destinados a mejorar la calidad de vida de sus empleados y sus familias. Entre ellos se incluyen casi todos los contratos indefinidos, que proporcionan estabilidad y seguridad a los trabajadores.

El Grupo Branca también presta gran atención al respeto de los derechos fundamentales de los trabajadores, una cuestión que forma parte integrante de su cultura empresarial . A este respecto, cabe señalar que el Grupo lleva a cabo sus operaciones más significativas en Italia y Argentina, países que han ratificado y aplicado, en sus respectivas legislaciones nacionales, la **Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU** y los convenios fundamentales de la **Organización Internacional del Trabajo (OIT)**, incluido el relativo a la abolición del trabajo forzoso y del trabajo infantil y al respeto de la libertad de asociación y de negociación colectiva.

En el ámbito de los productos, uno de los principales retos del Grupo es promover el concepto de consumo responsable, concentrando -a través de las diversas iniciativas promovidas- el compromiso de la empresa con la difusión de una **cultura de consumo de calidad** que coincida con el placer del sabor.

En el ámbito medioambiental, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha adoptado un **Sistema de Gestión Medioambiental certificado (ISO 14001)** que reconoce su compromiso con la mejora continua en las áreas de consumo energético, emisiones atmosféricas, uso eficiente de los recursos hídricos y gestión de residuos y vertidos de agua. Además, para demostrar su sensibilidad hacia las cuestiones medioambientales, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. se ha adherido al **Reglamento CE nº 1221/2009 EMAS**, que prevé un sistema de certificación de la obtención de resultados de excelencia en la mejora medioambiental.

Fratelli Branca Distillerie S.p.A. también ha implantado **sistemas de gestión certificados** para la Salud y la Seguridad en el Trabajo (**OHSAS 18001, posteriormente ISO 45001**), confirmados en 2019 tras las auditorías pertinentes. Además, el Sistema de Gestión de Calidad y Seguridad Alimentaria, ya certificado en años anteriores de acuerdo con las normas BRC e IFS, se adaptó a los requisitos de la norma ISO 22000, una norma de calidad adoptada durante 2015. El sistema establecido según la norma **ISO 22000** fue auditado y confirmado en noviembre de 2022.

La filial argentina, Fratelli Branca Destilerías S.A., también ha implantado una serie de sistemas de gestión como ISO 22000, ISO 14001 y, a partir de 2021, ISO 45001, además de haber desarrollado políticas específicas. Durante 2017, por otra parte, el modelo organizativo, que ya se había implantado en 2014 junto con un código de conducta y el "Código Ético", se ha actualizado en varias ocasiones con los cambios normativos que se han producido y las necesidades de la empresa.

De cara al futuro, el Grupo Branca es consciente de los retos que le esperan y de que sólo será posible alcanzar sus objetivos mediante el compromiso continuo de su gente y **escuchando constantemente a sus grupos de interés.**

La economía de la concienciación

Y LA CULTURA DE LA SOSTENIBILIDAD EN EL GRUPO BRANCA

Desde 1999, Niccolò Branca, Presidente y Director General, ha promovido la Economía de la Conciencia dentro de la empresa. Este enfoque empresarial sitúa a las personas en el centro, en armonía con el medio ambiente y la comunidad.

El término "Economía de la conciencia" deriva de la etimología de "economía" (del griego oikos - hogar, y nomos - regla), lo que indica una vida en armonía con uno mismo y con el medio ambiente. La conciencia implica un sentido de los límites y un equilibrio en la producción, el consumo y el crecimiento.

Estos principios son los pilares de la sostenibilidad del Grupo Branca y reconocen la interdependencia de los aspectos económicos, sociales, medioambientales y humanos en los negocios.

El Grupo Branca siempre ha valorado la naturalidad de los productos, la calidad, la protección del medio ambiente y la seguridad en el trabajo. Cree que el beneficio, esencial para la prosperidad colectiva, debe perseguirse de forma ética.

Los beneficios permiten pagar los salarios, a los proveedores, invertir en investigación y contribuir a los servicios del Estado a través de los impuestos. Una empresa sana crea prosperidad para todos. Sin embargo, el Grupo Branca hace hincapié en que el beneficio debe respetar a las personas, el medio ambiente, las comunidades y los consumidores, recordando nuestra interconexión y nuestro propósito común. Es un deber moral considerar también los aspectos no financieros en las nuevas oportunidades de negocio.

Los objetivos del Grupo Branca también se comparten con todas las personas, para que todos tengan una visión clara de la finalidad de su trabajo dentro de un proyecto común.

Nuestras partes interesadas

Las partes interesadas, tal y como las definen también las Normas GRI, son individuos o grupos que tienen **un interés significativo** en las actividades, productos o servicios de la organización, o cuyas acciones pueden **influir en** la capacidad de la organización para alcanzar con éxito sus estrategias y objetivos. Para el Grupo Branca, representan las principales partes interesadas con las que es esencial establecer una relación y a las que deben dirigirse las decisiones estratégicas y las acciones cotidianas.

Desarrollar una colaboración activa y mantener un diálogo constante con las partes interesadas es crucial para mejorar la percepción del Grupo Branca de cara al exterior y alinear las expectativas de las partes interesadas. En 2019, al elaborar el Informe de Sostenibilidad y Concienciación, el Grupo Branca **actualizó su mapeo de las partes interesadas** para definir mejor su relevancia y el impacto de sus expectativas en las estrategias del Grupo. Este mapeo también se ha confirmado para 2023.

El mapeo no sólo identificó a las partes interesadas más relevantes, teniendo en cuenta los cambios dentro del Grupo Branca y el contexto operativo, sino que también identificó **áreas** específicas **de interés** para cada categoría de partes interesadas. Esta identificación es crucial para alinear **las prioridades corporativas con los intereses de las partes interesadas**, proporcionando una perspectiva más clara de las acciones del Grupo. De hecho, el Grupo Branca reconoce que satisfacer las necesidades y expectativas legítimas de las partes interesadas es esencial para crear valor en los territorios en los que opera.

CATEGORIA DE PARTES INTERESADAS	RELEVANCIA Y MODOS DE INTERACCIÓN
Clientes	**Los clientes son los primeros interlocutores del Grupo Branca: el éxito de cada marca y del Grupo Branca depende de la capacidad de interceptar sus necesidades y de identificar los canales de distribución de productos más eficaces. Para comprender sus necesidades, el Grupo Branca mantiene un contacto directo con sus clientes a través de canales en línea y telefónicos.**
Consumidores finales	**La atención prestada a la difusión de una cultura de consumo responsable y a la protección de la seguridad de los consumidores mediante el desarrollo de un producto de calidad es un aspecto clave de la política de gestión del Grupo Branca. En las numerosas ocasiones en las que se relaciona con los consumidores finales, el Grupo Branca se asegura de que sus mensajes se transmitan de forma coherente y responsable.**
Accionistas	**Los accionistas del Grupo Branca se centran cada vez más en cómo crea valor sostenible, sobre todo a largo plazo. Hoy en día, la responsabilidad social corporativa desempeña un papel estratégicamente importante porque, además de mejorar la reputación, es la forma en que el Grupo Branca mira hacia el futuro.**

Proveedores

El Grupo Branca exige a sus proveedores una gestión responsable de sus negocios, en línea con las normas éticas del Grupo. Teniendo esto en cuenta, el Grupo coopera activamente, organizando inspecciones y reuniones periódicas de coordinación con el objetivo de establecer relaciones de confianza mutua con sus proveedores y garantizar una buena gestión empresarial.

Comunidades locales

El Grupo Branca siempre ha sido parte integrante de los territorios en los que opera, así como participante activo en un intercambio y enriquecimiento cultural hacia el territorio. Para ello, el Grupo Branca emprende y colabora de forma independiente con diversas realidades en la puesta en marcha de iniciativas que apoyan el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, y mantiene un diálogo activo con ellas a través de canales online y telefónicos.

Empleados

Las personas, consideradas como un fin y no como un medio, son el recurso más valioso. El Grupo Branca se compromete a implicar a sus empleados en la vida de la empresa, fomentando el compromiso y el sentimiento de pertenencia. En particular, organiza evaluaciones de rendimiento y debates para identificar las necesidades de su gente.

Administración pública

Las relaciones con la Administración Pública se inspiran en los principios de equidad y transparencia y se gestionan con imparcialidad. El Grupo Branca actúa de conformidad con la ley y adopta un modelo de organización y gestión para prevenir cualquier violación de la normativa vigente y garantizar su pleno cumplimiento.

Asociaciones profesionales

El diálogo continuo con las asociaciones comerciales permite al Grupo Branca mantenerse al día sobre las tendencias del sector y desarrollar iniciativas coordinadas sobre temas de interés común, como el consumo responsable, que requieren la participación de múltiples partes interesadas para ser eficaces y no pueden limitarse al tamaño de una sola empresa.

Imprimir / medios de comunicación

La prensa y los medios de comunicación, entendidos en el sentido más general del término, incluyendo por tanto también las redes sociales, representan un actor cada vez más estratégico en la construcción de relaciones sólidas con sus clientes y consumidores finales, así como en el establecimiento de un diálogo real con los diferentes destinatarios. Las actividades de relación y comunicación, bidireccionales y constantes, se basan en los principios de transparencia, responsabilidad y pertinencia de los contenidos.

Camarero

La satisfacción de la comunidad de barmans, en su sentido más amplio, es un elemento clave para crear una relación de preferencia de las marcas de la cartera frente a la competencia. Con esto en mente, el Grupo Branca organiza periódicamente múltiples iniciativas destinadas a implicar y motivar a los barmans.

Cuestiones de sostenibilidad y análisis de materialidad

La identificación de **las cuestiones distintivas y relevantes** para la empresa es fundamental para definir las estrategias de creación de valor, garantizar la ejecución eficaz de las actividades y establecer el contenido de la comunicación y el diálogo con las partes interesadas. En los últimos años, el Grupo Branca ha adoptado las directrices de la Norma GRI para la elaboración de informes de sostenibilidad, identificando **las cuestiones "materiales"** en las que basar sus informes. El análisis de materialidad, es decir, el proceso de identificación de las cuestiones de sostenibilidad sobre las que informar, se llevó a cabo en tres etapas, en las que participaron varias divisiones y oficinas internacionales del Grupo Branca.

Para identificar una larga lista inicial de temas de sostenibilidad relevantes para el Grupo Branca, se examinaron las publicaciones del sector en el campo de la alimentación y las bebidas y se analizaron los pares y los competidores. Posteriormente, para determinar los temas verdaderamente materiales para la empresa, se contó con la participación de 26 personas, entre directores generales y ejecutivos de Italia, Argentina y EE.UU., que calificaron el nivel de relevancia de cada tema (en una escala del 1 al 10) tanto internamente como para las principales partes interesadas. Los temas con una calificación superior a 7, indicativa de una relevancia alta o muy alta, se consideraron materiales.

En 2023, el Grupo Branca confirmó los resultados del análisis de materialidad concluido en 2022, en línea con las nuevas directrices de las Normas Universales 2021 del GRI, que introdujeron el concepto de **"materialidad de impacto"** o **materialidad de los impactos**. Esta actualización preveía la identificación de las cuestiones materiales en función de la materialidad, es decir, del nivel de beneficio o gravedad de los impactos positivos y negativos actuales y potenciales que la organización puede generar en la economía, la sociedad y el medio ambiente. El análisis de las tendencias del sector y de los documentos de sostenibilidad de los homólogos confirmó la importancia de los temas que surgieron el año anterior.

TALLA ESG	TEMA MATERIAL	IMPACTOS RELACIONADOS	NATURALEZA DEL IMPACTO
Gobierno corporativo	**Legalidad, transparencia, ética e integridad empresarial**	Un sistema de administración y control de la empresa que funcione de acuerdo con los principios de integridad y ética profesional, en cumplimiento de las leyes y reglamentos, contribuye a construir una relación de confianza entre la empresa y sus partes interesadas.	**Actual**
	Creación y distribución del valor económico	Un negocio fiable y resistente permite el aumento continuo de la generación de valor socialmente orientado, creando impactos positivos para todas las partes interesadas.	**Actual**
Sostenibilidad de negocios	**Gestión director de la cadena de suministro**	Vigilancia deficiente o falta de principios y directrices con respecto a La gestión de las cuestiones medioambientales y sociales por parte de sus proveedores aumenta el riesgo de impactos negativos en toda la cadena de suministro, tanto medioambientales como sociales, con consecuencias económicas y de reputación. Para mitigar el riesgo, el Grupo Branca se compromete a aplicar un proceso de selección basado en criterios económicos, medioambientales, sociales y locales y pretende, en la medida de lo posible, establecer asociaciones que garanticen suministros a largo plazo y relaciones marcadas por los principios de equidad, transparencia, corrección y basadas en la confianza mutua.	**Posible**
	Calidad y seguridad de las materias primas y el producto	La falta de calidad en las materias primas repercute negativamente en la posibilidad de establecer relaciones de confianza con los clientes, debido a la oferta de productos que no se ajustan a sus expectativas y necesidades. Para mitigar el riesgo, estableciendo su presencia en la cadena alimentaria como sinónimo de calidad, las empresas de producción del Grupo Branca han implantado sistemas y procedimientos de control de calidad adecuados.	**Posible**
	Marketing, comunicación y consumo responsable	El consumo excesivo de productos alcohólicos podría tener un impacto negativo en la salud de los consumidores. Para contrarrestar este impacto, el Grupo Branca promueve el consumo responsable de sus productos a través de campañas de comunicación que transmiten a sus consumidores la importancia de utilizarlos moderadamente.	**Posible**
	Cliente Relación y satisfacción	La satisfacción del consumidor final y la implicación de la comunidad de barmans son elementos fundamentales y distintivos para el reconocimiento de las marcas de la cartera. Para implicarlos y comprender mejor sus necesidades, el Grupo Branca pone a disposición de los clientes/consumidores finales canales de comunicación directos, inmediatos y de fácil acceso con las distintas empresas. A través de estos mecanismos de escucha, es posible comprender las necesidades y ofrecer productos acordes con las exigencias de los consumidores.	**Actual**

TALLA ESG	TEMA MATERIAL	IMPACTOS RELACIONADOS	NATURALEZA DEL IMPACTO
Temas sociales	**Salud y seguridad en el trabajo**	El uso de maquinaria de producción, la manipulación de mercancías, la organización de almacenes, todo ello puede provocar accidentes para la salud de los empleados. Para minimizar estos riesgos, las empresas de producción del Grupo Branca han establecido sistemas de gestión de la salud y la seguridad y organizan iniciativas para desarrollar y promover una cultura dentro de la organización que garantice la eficacia y la eficiencia del sistema.	**Posible**
	Desarrollo, formación de capital humano y meritocracia colaborativa	Ofrecer a los empleados oportunidades de crecimiento personal y profesional, invirtiendo en su desarrollo y actualización continuos, favorece la adquisición por su parte de competencias necesarias para el desarrollo del negocio y el aumento de la capacidad de atracción y retención del Grupo Branca. Esto favorece la continuidad del negocio y al mismo tiempo genera impactos positivos en la satisfacción de los empleados y en su crecimiento personal y profesional, además de generar empleo en la zona.	**Actual**
	Bienestar corporativo	La atención al empleado y a sus necesidades, el desarrollo de iniciativas diversificadas para su salud física, mental y económica, garantizan un impacto positivo en la satisfacción de los empleados, indispensable para la continuidad de la empresa. Al ser una organización multinacional, el Grupo Branca se enfrenta al reto de gestionar una plantilla heterogénea, trabajando diariamente para satisfacer las diversas necesidades de su gente con el fin de crear un entorno de trabajo virtuoso, saludable y motivado.	**Actual**
	Diversidad, inclusión y los derechos humanos	Un entorno de trabajo orientado a la inclusión, que valore la diversidad y respete las necesidades de todo el personal (por ejemplo, étnicas, religiosas, etc.), permite crear un ambiente sano en el que los empleados se sienten aceptados y comprendidos, lo que repercute positivamente en su satisfacción y en su desarrollo personal y profesional.	**Actual**
	Desarrollo de iniciativas e implicación de las comunidades locales	El Grupo Branca crea valor en el área local, contribuyendo al desarrollo económico local mediante la organización y participación en iniciativas de apoyo a la comunidad.	**Actual**
Temas medioambiental	**Eficiencia energética y cambio climático**	No controlar el impacto medioambiental generado por las operaciones industriales intensivas en energía conduce a un aumento de las emisiones de gases de efecto invernadero (contribuyendo así al cambio climático y al calentamiento global). Consciente del impacto de sus operaciones, aunque el Grupo Branca no es una empresa intensiva en energía, siempre ha estado comprometido con la reducción progresiva del consumo energético.	**Actual**
	Economía circular y reciclabilidad	No controlar el impacto medioambiental generado por las operaciones y actividades que consumen mucha agua puede repercutir en la disponibilidad de agua, especialmente en las zonas con estrés hídrico, del mismo modo que el almacenamiento o la eliminación inadecuados de residuos pueden contaminar las aguas y los suelos circundantes. Para mitigar estos impactos, la gestión adecuada de los residuos, la atención al uso de envases reutilizables y la optimización del consumo de agua desempeñan un papel central en el enfoque del Grupo Branca con respecto al medio ambiente.	**Actual**

Los temas materiales son fundamentales para la elaboración de la **Memoria de Sostenibilidad y Concienciación**, ya que determinan los indicadores, los datos y la información que se incluirán en el documento. Además, su definición será, en el futuro, la principal herramienta utilizada por el Grupo para desarrollar **políticas y estrategias de sostenibilidad**. Esto le permitirá adaptarse a los cambios en el contexto espacial y temporal en el que opera e identificar las áreas en las que centrar las actividades de participación de las partes interesadas.

El Grupo Branca y la Agenda 2030

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ONU

En 2015, las Naciones Unidas adoptaron la Agenda Global para el **Desarrollo Sostenible**, que consta de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Se dividen en 169 metas y se supervisan a través de más de 240 indicadores, con fecha límite en 2030. Dada la magnitud y la importancia de los objetivos, la aplicación de la Agenda requiere la **implicación de todos los componentes de la sociedad**, incluidas las empresas, el sector público, la sociedad civil, las instituciones filantrópicas, las universidades, los centros de investigación y los medios de comunicación.

A partir de la edición 2019 del **Informe de Sostenibilidad y Conciencia**, con el fin de situar sus objetivos y desempeño en materia de sostenibilidad en un contexto más amplio y ambicioso, alineado con la forma de hacer negocios y entender el desarrollo del **Grupo Branca, éste ha decidido hacer referencia a los ODS**, y en particular a las metas más afectadas por sus actividades. Este reconocimiento representa el primer paso hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, con la perspectiva de una integración progresiva en la estrategia del Grupo Branca, así como en la elaboración de informes, para dar testimonio de la contribución del Grupo Branca a su consecución.

ODS	DESCRIPCIÓN DEL OBJETIVO	RAMA MATERIAL TEMAS*	OBJETIVOS ODS VINCULADOS
	Garantizar la salud y el bienestar para todos y para todas las edades.	• Calidad y seguridad de las materias primas y del producto • Marketing, comunicación y consumo responsables • Salud y seguridad en el trabajo • Bienestar corporativo • Desarrollo de iniciativas e implicación de las comunidades locales	3.5 Reforzar la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias, incluido el consumo de drogas y el uso nocivo del alcohol 3.6 Para 2030, reducir a la mitad el número mundial de muertos y heridos por accidentes de tráfico
	Garantizar una educación de calidad, equitativa e inclusiva y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.	• Desarrollo, formación de capital humano y meritocracia colaborativa • Bienestar corporativo • Desarrollo de iniciativas e implicación de las comunidades locales	4.4 De aquí a 2030, aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos con las competencias necesarias, incluidas las técnicas y profesionales, para el empleo, el trabajo digno y la capacidad empresarial
	Lograr la igualdad de género y la capacitación de todas las mujeres y niñas.	• Bienestar corporativo • Diversidad, inclusión y derechos humanos • Desarrollo de iniciativas e implicación de las comunidades locales	5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres, niñas y jóvenes en todo el mundo 5.5 Garantizar la participación plena y efectiva de la mujer y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles de la adopción de decisiones en la vida política, económica y pública
	Garantizar el acceso a sistemas energéticos asequibles, fiables, sostenibles y modernos para todos.	• Eficiencia energética y cambio climático	7.2 Para 2030, aumentar significativamente la proporción de energías renovables en la combinación energética mundial
	Promover el crecimiento económico duradero, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	• Creación y distribución de valor económico • Salud y seguridad en el trabajo • Gestión responsable de la cadena de suministro	8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de trabajo digno, el espíritu empresarial, la creatividad y la innovación, y fomenten la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, en particular mediante el acceso a los servicios financieros 8.8 Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes, y los que tienen empleos precarios
	Garantizar modelos sostenibles de producción y consumo.	• Economía circular y reciclabilidad • Gestión responsable de la cadena de suministro	12.5 Para 2030, reducir sustancialmente la generación de residuos mediante la prevención, la reducción, el reciclaje y la reutilización. 12.6 Animar a las empresas, especialmente a las grandes y transnacionales, a adoptar prácticas sostenibles y a integrar la información sobre sostenibilidad en sus informes periódicos

ODS	DESCRIPCIÓN DEL OBJETIVO	RAMA MATERIAL TEMAS*	OBJETIVOS ODS VINCULADOS
	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus consecuencias.	• Eficiencia energética y cambio climático	13.2 Integrar las medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales
	Promover sociedades pacíficas y más inclusivas para el desarrollo sostenible; proporcionar acceso a la justicia para todos y crear organismos eficaces, responsables e inclusivos a todos los niveles.	• Legalidad, transparencia, ética e integridad empresarial	16.5 Reducir sustancialmente la corrupción y el soborno en todas sus formas

● Temas sociales ● Cuestiones medioambientales ● Cuestiones de gobernanza ● Temas de la cadena de suministro

*El tema "Relación y satisfacción del cliente" no está vinculado a ningún ODS

Gobierno corporativo

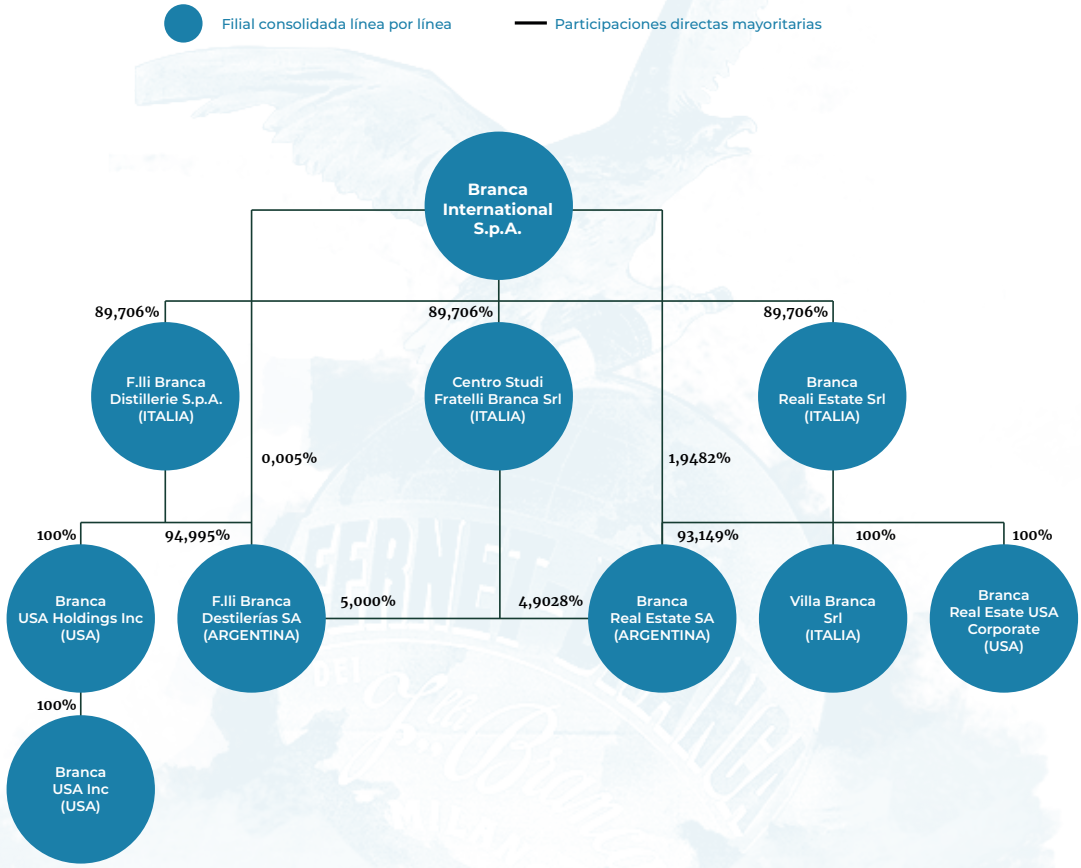
ESTRUCTURA DE GOBIERNO

El límite de información se refiere a las empresas del Grupo Branca. Con referencia a estas entidades, se informa sobre el desempeño económico, social y medioambiental, en la medida en que corresponde a cada una de ellas, de acuerdo con las directrices establecidas en la Norma 2021 del GRI para definir el contenido de las Memorias de Sostenibilidad.[2]

En particular, las empresas Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerías S.A., Branca USA Inc. informan de todos los indicadores ESG reportados, mientras que las empresas Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., Branca International S.p.A y Branca Real Estate S.r.l no productiva informan únicamente de los indicadores relevantes en las áreas social y de gobernanza.

[2] Esta empresa no es significativa ya que no tiene empleados, gestiona sus propias propiedades que son utilizadas por las otras empresas del Grupo para las que se han identificado los KPI relevantes.

LA ESTRUCTURA DEL GRUPO BRANCA



El Grupo Branca adopta las mejores prácticas en materia de gobernanza y coopera continuamente con la dirección de sus filiales, respetando al mismo tiempo su autonomía operativa.
El sistema de gobierno corporativo del Grupo Branca se inspira en los principios de **equidad y transparencia** en la gestión y en la información a las partes interesadas, que además se garantizan mediante un proceso de verificación continua que asegura su aplicación concreta y su eficacia. De hecho, el Grupo Branca ha estructurado su propia organización de Gobierno Corporativo, en la que están representadas las funciones y responsabilidades de las figuras profesionales implicadas en la gestión y el control de los procesos de la empresa. Además, para garantizar una "certificación de calidad" de sus actividades en favor de las contrapartes con las que interactúa, el Grupo Branca dispone de un **Modelo de organización 231**.
Los principales órganos implicados en las actividades de gobernanza del Grupo Branca son:

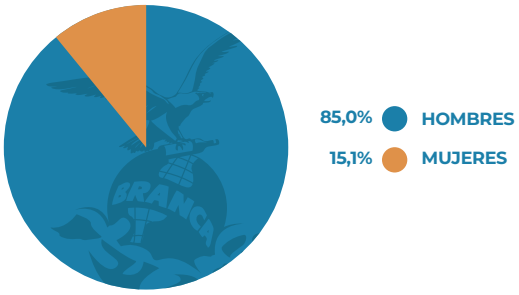
- **Junta de Auditores Estatutarios: lleva a cabo actividades de control continuo para verificar la conformidad de las operaciones de la empresa con las directivas internas y los objetivos corporativos, al tiempo que garantiza la protección de los activos de la empresa, la exactitud de los datos y la prevención de fraudes y errores significativos;**

- **Consejo de Vigilancia: (Consejo de Vigilancia, de conformidad con el Decreto Legislativo 231/01) que se encarga de supervisar el funcionamiento y el cumplimiento del Modelo de Organización, Gestión y Control, así como de ocuparse de su actualización. El Organismo también es destinatario de flujos de información tanto de carácter periódico como de "eventos". Estos últimos, en particular, permiten a quienes tengan conocimiento de posibles violaciones de las disposiciones del Código Ético o de las medidas del Modelo presentar informes para proteger la integridad de la Empresa.**

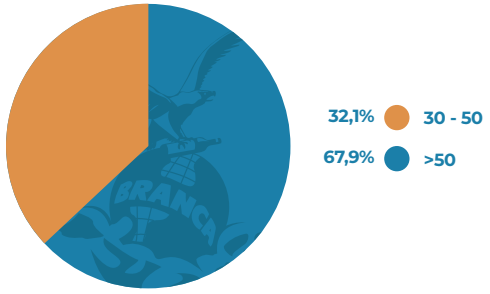
En virtud del control de la sociedad matriz, la estructura accionarial de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. es propiedad al 100% de la familia Branca. El Consejo de Administración de Branca International S.p.A. fue nombrado por la Junta General de Accionistas el 25 de junio de 2020 para un mandato de tres años y está presidido por Niccolò Branca, que también es Presidente y Consejero Delegado de la Sociedad Matriz, Presidente Ejecutivo de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. y Presidente de Fratelli Branca Destilerías S.A. De acuerdo con las disposiciones del Código Ético, el Grupo Branca actúa para garantizar que el Presidente, así como todas las personas que participan de algún modo en las transacciones, no se encuentren en una situación de conflicto de intereses.

Como se muestra en los gráficos siguientes, que recogen los porcentajes relativos a la composición del Consejo de Administración de todas las empresas del Grupo Branca, las mujeres representan el 15,1% del total de miembros. En cuanto a la composición por edades, el 32,1% del total está formado por miembros de entre 30 y 50 años y el 67,9% restante por miembros de más de 50 años.

PRESENCIA FEMENINA EN LOS CONSEJOS DE ADMINISTRACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL GRUPO EN 2023 (EFECTIVOS)



DISTRIBUCIÓN POR GRUPOS DE EDAD DE LOS MIEMBROS DE LOS CONSEJOS DE ADMINISTRACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL GRUPO (EFECTIVOS)



En el caso concreto de las tres empresas objeto de este informe, el Consejo de Administración de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. cuenta con 8 miembros, 2 de los cuales son mujeres; el Consejo de Administración de Fratelli Branca Destilerías S.A. tiene 8 miembros, 2 de los cuales son mujeres (29% del total); por último, el Consejo de Administración de Branca USA tiene 6 miembros masculinos. Ningún miembro de los BoDs es menor de 30 años y, en línea con los demás órganos de gobierno del Grupo Branca. Para **Fratelli Branca Destilerìas S.A.**, el Consejo de Administración está compuesto por un número de miembros decidido por la Junta de Accionistas, que varía entre tres y nueve, con un mandato de tres años, renovable, de acuerdo con los estatutos de la empresa. Cada director titular puede tener un director suplente, nombrado por el mismo periodo, para sustituir al titular en caso de ausencia o impedimento. Las decisiones de la Junta Directiva requieren la presencia de la mayoría de los miembros y se aprueban por mayoría de los votos presentes. La representación legal corresponde al Presidente de la Junta Directiva o, en su ausencia, a un Vicepresidente. La supervisión se confía a un Fideicomisario titular, elegido por la Junta de Accionistas para un mandato de tres años, que puede ser reelegido. La Junta de Accionistas también elige a un administrador suplente para sustituir al titular en caso de ausencia. Actualmente, el Consejo está formado por ocho consejeros titulares y seis suplentes, así como por un auditor y un administrador suplente. El Consejo establece la estrategia y supervisa la gestión, reuniéndose trimestralmente para examinar el rendimiento de la empresa. La empresa está sujeta a la Ley de Sociedades n° 19.550. El mandato de los directores finaliza con la Asamblea General Anual al cierre del ejercicio 2024, prevista para abril de 2025.
Branca USA está gobernada y guiada por el Consejo de Administración, compuesto por seis miembros. En consonancia con la empresa matriz, el Consejo define los objetivos a largo plazo, establece las políticas corporativas y garantiza la plena adhesión a la visión y los valores del Grupo Branca.
Además, Branca USA cuenta con tres comités. El Comité de Remuneración se encarga de definir y aplicar políticas de remuneración competitivas y alineadas con los objetivos corporativos, garantizando que la remuneración de los ejecutivos esté vinculada a los resultados individuales y colectivos. Por otro lado, el Equipo de Liderazgo Ejecutivo, compuesto por ejecutivos clave, es responsable de definir e implementar la estrategia corporativa, supervisar las operaciones y desarrollar el talento. Por último, el Equipo de Liderazgo de Ventas, formado por los mejores vendedores, dirige las actividades de ventas y promueve una cultura orientada al cliente.

LEGALIDAD, TRANSPARENCIA, ÉTICA E INTEGRIDAD

El Grupo Branca se compromete a garantizar **la equidad y la corrección** en las relaciones corporativas en todos los países en los que opera. De hecho, el Grupo Branca garantiza un control y seguimiento constantes de sus socios y terceros para que se comporten **de forma ética, no discriminatoria y respetuosa con el entorno laboral y con la personalidad y dignidad** de cada individuo en cualquier parte del mundo. El compromiso del Grupo Branca de reconocer sus propios valores fundacionales como un activo único a través del cual difundir una cultura corporativa orientada hacia la legalidad, la equidad y la lealtad se ha puesto en práctica a través de diversas herramientas que se han ido introduciendo a lo largo del tiempo:

- **el Código Ético, redactado en 2006 a raíz de la evolución y expansión del Grupo Branca, que recoge el núcleo esencial de valores arraigados en la cultura corporativa que subyace a la actuación de las personas y que define los compromisos éticos y las responsabilidades de los directivos, empleados y colaboradores del Grupo Branca, tanto en la conducción de los negocios como en la gestión de las relaciones;**
- **el Modelo de Organización, Gestión y Control conforme al Decreto Legislativo n° 231/01 (en adelante también Modelo 231) con el fin de prevenir los delitos previstos en el mismo, incluidos los delitos contra la Administración Pública, los delitos societarios y financieros, los delitos contra el Medio Ambiente y contra la Seguridad en el Trabajo;**
- **el Código de Conducta, parte integrante del Modelo 231, que regula el conjunto de derechos, deberes y responsabilidades que el Grupo Branca asume, a través de sus órganos sociales y de su personal, en el desarrollo de su actividad, frente a todos los grupos de interés que tienen una relación directa o indirecta con el Grupo Branca y que pueden influir en su actividad o se ven afectados por ella;**
- **las políticas y procedimientos adoptados a nivel local que, en línea con los valores y directrices establecidos por el Grupo Branca, guían a cada empresa en la consecución de los objetivos comunes;**
- **el Informe de Sostenibilidad y Concienciación como una herramienta más para que las partes interesadas difundan el compromiso del Grupo Branca con las cuestiones de Responsabilidad Social Corporativa.**

Gracias a las herramientas descritas anteriormente, el Grupo Branca se esfuerza a diario por garantizar en cada decisión el cumplimiento de las normativas locales y del sector, así como **un alto nivel de integridad, transparencia y ética** en la gestión empresarial.
El Grupo Branca garantiza el cumplimiento de todas las normativas en las áreas de calidad del producto, salud y seguridad del consumidor, medio ambiente y prácticas de marketing: todas ellas áreas en las que, en los últimos tres años, **no ha** habido **informes ni incidentes de incumplimiento ni se han recibido sanciones monetarias**. Además, dentro del Grupo Branca no hay empresas ni unidades operativas situadas en países de baja fiscalidad o con restricciones a la libertad sindical.
Con el fin de implicar activamente a los empleados en la prevención de conductas ilícitas o violaciones de la ley en las operaciones o relaciones comerciales de la organización, la empresa italiana Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha activado una **plataforma de denuncia de irregularidades**. A través de este canal, cualquier empleado puede realizar denuncias anónimas y confidenciales, independientemente de si las propias personas han sido agraviadas o no, dentro de un sistema protegido conforme a las disposiciones de la normativa pertinente.
En los últimos tres años, **no se ha registrado y/o denunciado ningún caso de corrupción** en ninguna de las entidades en las que opera el Grupo Branca.

EL PRINCIPIO DE LA MERITOCRACIA COLABORATIVA Y LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

El enfoque de gobernanza adoptado por la empresa se ha definido como "**Meritocracia colaborativa**", es decir, una cultura de responsabilidad y no de poder, una lógica organizativa basada en la cooperación y el reconocimiento del mérito no sólo individual sino de todas las personas que, con su trabajo y apoyo, han contribuido a poner en práctica la idea original.
La Meritocracia Colaborativa fomenta el intercambio de ideas y desarrolla la autorresponsabilidad, reconociendo que el bienestar de la empresa y de su gente está interconectado.
La proactividad, la asertividad, la responsabilidad, la integridad y la capacidad de ejecución son de hecho los pilares de la actividad empresarial, según un principio de organización del entorno de trabajo basado en la simplificación de los procedimientos, la circulación de la información y una cultura de colaboración y responsabilidad.
Las políticas de gestión de recursos humanos también se centran en los principios de selección meritocrática y en la "atracción y retención de talentos". Por último, el Grupo mantiene un diálogo constante y constructivo con los sindicatos en todas sus oficinas territoriales.

Valor económico generado y distribuido directamente

En 2023, el Grupo Branca confirma la exportación del Made in Italy a todo el mundo. Con su modelo empresarial consciente y la calidad de sus productos, el Grupo Branca basa su estrategia en las siguientes **palancas estratégicas**:

LAS PALANCAS ESTRATÉGICAS DEL GRUPO BRANCA

- *MARCAS*
- *PATRIMONIO DEBIDO A LA PRESENCIA EN EL MERCADO CON IMPORTANTES E INNOVADORAS INVERSIONES PUBLICITARIAS DESDE HACE CASI 180 AÑOS*
- *ALTOS ESTÁNDARES DE CALIDAD DEL PRODUCTO: MATERIAS PRIMAS, PROCESO DE PRODUCCIÓN Y SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD*
- *LA SINGULARIDAD DE LOS PRODUCTOS, VINCULADA TAMBIÉN AL SECRETO DE LAS RECETAS HISTÓRICAS*
- *EL SABER HACER ITALIANO*
- *ARTESANÍA QUE EN EL MUNDO DE LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS APORTA NO SÓLO ATENCIÓN AL PRODUCTO, SINO TAMBIÉN LA PERSONALIDAD DEL GUSTO, HACIÉNDOLO ACCESIBLE A TODOS*
- *PRESENCIA GEOGRÁFICA PROGRESIVAMENTE AMPLIADA DESDE EL INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL A MEDIADOS DEL SIGLO XIX*
- *LA VALORIZACIÓN DE LAS PERSONAS, CONSIDERADAS COMO UN FIN Y NUNCA COMO UN MEDIO, EN LA LÓGICA MÁS AMPLIA DE LA "MERITOCRACIA COLABORATIVA".*

El Grupo Branca opera con una perspectiva cada vez más internacional, continuando la tendencia de desarrollo que ha seguido a lo largo de los años y que también se confirma con el inicio de las operaciones de Branca USA en 2019.

En este contexto, sin perjuicio de la apreciación de los productos italianos y de la reconocida calidad de los productos Branca, los resultados económicos no pueden sino estar condicionados también por variables exógenas que no dependen de las decisiones del Grupo Branca. El acontecimiento más significativo, y más difícil, del año fue sin duda el conflicto en curso entre Rusia y Ucrania, cuya magnitud y desenlace siguen siendo por el momento en gran medida imprevisibles. Además, el conflicto entre Israel y Palestina prolongó y agravó aún más la situación de incertidumbre y un mayor endurecimiento de los costes, debido principalmente al aumento del coste del gas y la energía, así como a una menor disponibilidad de materias primas.

A pesar del inestable contexto geopolítico y macroeconómico, 2023 fue un año positivo para el Grupo Branca. En Italia, en su segmento específico, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. aumentó su cuota en valor hasta los 6,3 puntos y registró un incremento de +0,1pts en comparación con el año pasado, mientras que en volumen la cuota alcanzó los 5,7 puntos con un aumento de +0,2pts. Todas las marcas contribuyeron al crecimiento registrando resultados positivos tanto en volumen como en valor.

El año 2023 resultó especialmente complejo para Argentina, caracterizado por un entorno político y macroeconómico inestable. Las elecciones presidenciales, celebradas a finales de año, generaron un alto grado de incertidumbre, con un resultado electoral fragmentado que complicó aún más la situación política. Al mismo tiempo, el país se enfrentó a una de las peores sequías en décadas, con graves repercusiones en el sector agrícola, pilar fundamental de la economía argentina. La drástica reducción de las exportaciones agrícolas limitó la entrada de divisas, presionando las reservas del banco central y alimentando las tensiones en el mercado de divisas. Ante esta situación, el gobierno introdujo medidas cambiarias restrictivas, intentando contener la demanda de dólares y evitar una devaluación excesiva de su moneda. Sin embargo, estas medidas han generado una importante brecha entre el tipo de cambio oficial y el paralelo, alimentando aún más la inestabilidad económica.

La incertidumbre política y la crisis económica desencadenaron una espiral inflacionista sin precedentes. El tipo de cambio se depreció un 356,3% anual, mientras que la inflación superaba el 211%. A pesar de los controles de precios, la inflación ha erosionado el poder adquisitivo de los consumidores y ha dificultado la planificación económica tanto de las empresas como de los hogares.

En Argentina, Fratelli Branca Destilerias S.A. logró un crecimiento de las ventas del 13,5%, y un aumento de los volúmenes totales vendidos del +5,6% en comparación con el año anterior, donde el mercado local creció un 15,2%, mientras que el mercado exterior tuvo un aumento significativo del 15,6%. La empresa registró un crecimiento continuado en Fernet-Branca y buenos resultados en la línea de vodka Sernova y en el vermut Carpano, con aumentos de volumen muy superiores a la media general de la empresa.

Branca USA inició sus operaciones a principios de 2019, sustituyendo de forma efectiva al importador titular y encargándose de la coordinación y gestión de la vertiente comercial en el territorio norteamericano mediante la importación directa de productos y la implementación de estrategias de difusión de las marcas y productos de la marca Branca. En línea con los años anteriores, la empresa se compromete a consolidar las bases de un crecimiento sólido, sostenible y duradero. En 2023, los ingresos netos por ventas disminuyeron un 13,8% interanual.

En general, los mercados de exportación (especialmente Extremo Oriente, Europa y Estados Unidos) confirmaron una tendencia significativamente creciente, contribuyendo de forma decisiva a los resultados positivos de la actividad principal.

Durante el año de referencia, **la gestión de la cartera de productos de Branca confirmó** la estrategia de mantener el enfoque en los productos existentes y tradicionalmente fuertes, como Fernet-Branca y Brancamenta, y en el segmento del vermut y el aperitivo. Este segmento sigue despertando especial interés entre los consumidores, tanto en el mercado nacional como en los mercados internacionales en los que compite el Grupo Branca.

A nivel general, **los objetivos de desarrollo ulterior** del Grupo Branca por países/marcas incluyen

- **Continuación y consolidación del desarrollo internacional del Grupo Branca;**
- **desestacionalización y desregionalización del consumo de determinadas marcas;**
- **ampliación de la cartera de productos a los clientes ya atendidos;**
- **ampliación de la base de clientes atendidos;**
- **mejorar la integración operativa interna;**
- **compartir internamente los objetivos de desarrollo y la gestión común de la marca;**
- **Consolidación de un modelo empresarial sostenible que integre los aspectos ASG en toda la cadena de valor.**

Resultados del Grupo Branca

Los resultados de las operaciones se resumen en las siguientes tablas, tal y como se presentan en los Estados Financieros Consolidados del Grupo Branca, que muestran las principales cifras 2023 del Balance Consolidado y de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias de las empresas pertenecientes al Grupo Branca, es decir, Branca International S.p.A, Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerías S.A., Branca USA Inc., Branca Holding Inc., Branca Real Estate S.r.l, Branca Real Estate USA Corp., Branca Real Estate Argentina S.A y Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., en comparación con los dos años anteriores.

PRINCIPALES PARTIDAS DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	GRUPO CONSOLIDADO BRANCA		
Importes en Euro/000[3]	**2021**	**2022**	**2023**
Ingresos	**307.473**	**420.142**	**355.219**
Margen bruto de explotación	**124.920**	**192.219**	**168.001**
Resultado de explotación	**111.379**	**179.803**	**157.186**
Resultado neto	**36.451**	**51.872**	**76.284**

Como se muestra en la tabla, las principales partidas de la Cuenta de Resultados (Ingresos, Margen Bruto de Explotación, Resultado de Explotación y Resultado Neto) referidas al ejercicio 2023, muestran una disminución respecto al ejercicio anterior. En particular, los ingresos por ventas y servicios ascienden a 64.923 euros (-18,27%) con respecto a 2022, situándose en 355.219 euros en 2023, frente a los 420.142 euros del año anterior. Esta disminución es el resultado de una reducción de los volúmenes de negocio de las empresas argentinas debido a la devaluación del tipo de cambio euro/ARS.

Los resultados de 2023 son un reflejo de la situación geopolítica teniendo en cuenta que la debilidad de la economía mundial y la del comercio internacional, ligadas a la persistente incertidumbre geopolítica, continuaron en los primeros meses del año. Esto provocó que la inflación se mantuviera en niveles elevados en las principales economías avanzadas y que subieran los tipos de interés.
A continuación se presentan las principales partidas del Balance y del Balance consolidado del Grupo Branca. Como puede observarse en el cuadro, el Activo Circulante a finales de 2023 aumentó debido al crecimiento de la actividad del Grupo Branca (aumento de los títulos) mientras que los Acreedores disminuyeron alrededor de un 28%, los Fondos Propios siguen aumentando alrededor de 6 puntos porcentuales cada año debido a un crecimiento constante de los beneficios de la empresa.

PRINCIPALES PARTIDAS DEL BALANCE	GRUPO CONSOLIDADO BRANCA		
Importes en Euro/000	**2021**	**2022**	**2023**
Activos circulantes	**694.231**	**741.112**	**785.497**
Activo Fijo	**179.982**	**187.577**	**172.422**
Fondos propios	**772.884**	**818.427**	**879.375**
Deudas	**94.866**	**106.211**	**75.780**

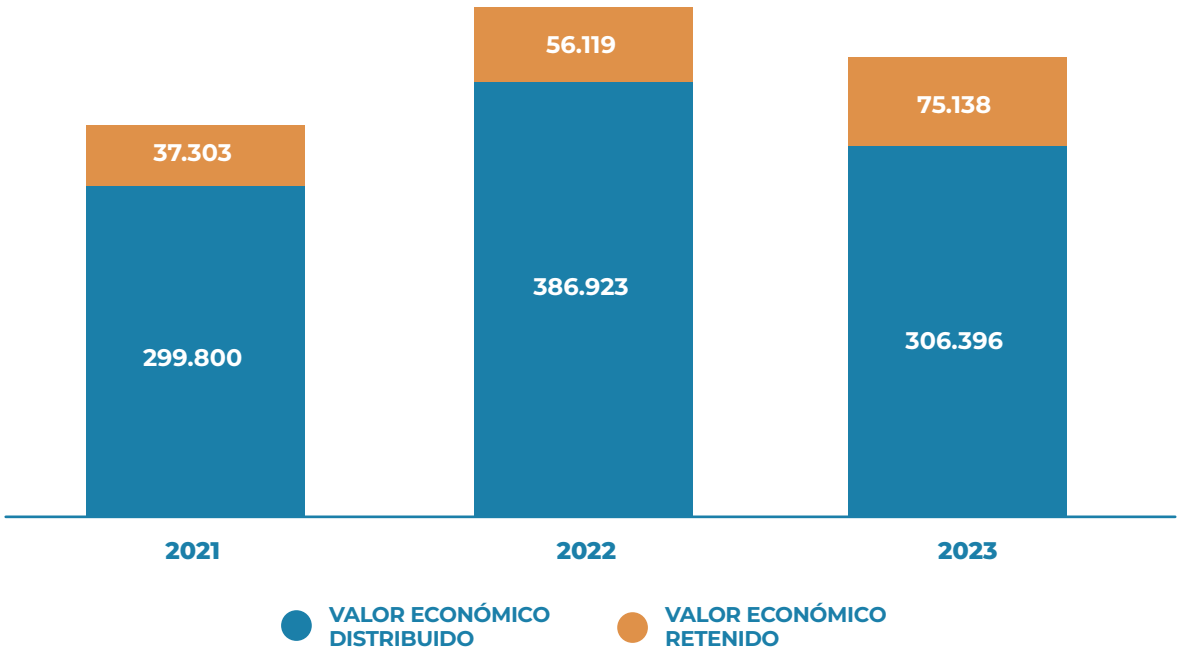
[3]Las cifras indicadas proceden del Informe de Gestión elaborado por la dirección del Grupo Branca

Valor económico generado y distribuido directamente

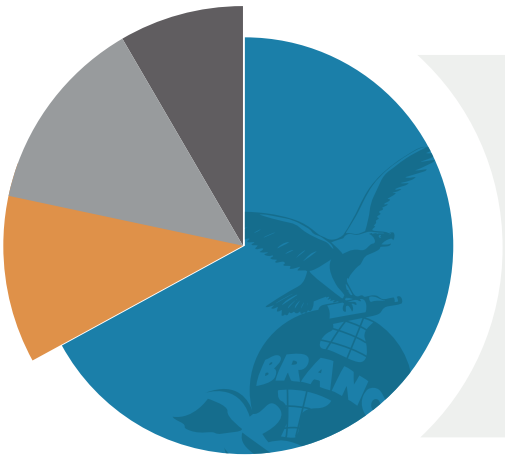
En 2023, el Grupo Branca generó un valor económico de 381,53 millones de euros a través de sus actividades empresariales, un 14% menos que en 2022. Esto se debe en parte al inestable entorno geopolítico provocado por las guerras en curso, que se traduce en una inflación de los costes y un aumento de los impuestos. A pesar de ello, el Grupo Branca ha registrado un crecimiento real del volumen de negocios, principalmente en Italia, Argentina y Estados Unidos. La incidencia de los costes de producción disminuyó a pesar de la subida general de los precios; esta mejora se debe principalmente a los mayores volúmenes vendidos, que permitieron una buena absorción del aumento de los costes.

Más del 80% del valor generado (correspondiente a 306,4 millones de euros) se distribuyó entre las distintas partes interesadas. El valor distribuido disminuyó un 20% con respecto a 2022 (sin reconfirmar la tendencia al alza que ya se había registrado en 2022 con respecto a 2021).

CONSOLIDADO
VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO EN EL TRIENIO (EN MILES DE EUROS)



[4]Más concretamente, como se muestra en el gráfico siguiente, más del 57% del valor económico **distribuido** se destinó a cubrir los costes de la empresa para la adquisición de bienes y servicios (costes de producción, pagos a proveedores) y el 21% a proveedores de capital. En menor medida, el 13,4% se destinó a la administración pública para el pago de impuestos, el 8% se distribuyó entre los empleados y el 0,1 se destinó a inversiones en la comunidad, por ejemplo, a través de subvenciones y donaciones.



57,02% COSTES DE EXPLOTACIÓN

8,43% COSTES DE PERSONAL Y PRESTACIONES

21,06% PAGOS A PROVEEDORES DE CAPITAL

13,47% PAGOS A LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

0,01% INVERSIONES EN LAS COMUNIDADES

[4] Este valor incluye la contabilización de la consolidación de la hiperinflación en Argentina y otras evaluaciones financieras incluidas en la partida de la cuenta de resultados C [17]) Intereses y otros gastos financieros

En total, **el valor económico retenido**, es decir, la diferencia entre el valor generado y el valor distribuido, ascendió a unos 75,13 millones de euros.

La excelencia de los productos branca

La calidad y la innovación Made in Italy, junto con el respeto por la tradición, son los valores que hacen que los productos Branca sean únicos y apreciados en todo el mundo. La cuidadosa selección de los ingredientes y el respeto de las fórmulas tradicionales, transmitidas intactas a lo largo del tiempo, permiten al Grupo Branca mantener un estricto control de calidad en **toda la cadena de producción**.

La cadena de valor y la gestión responsable de la cadena de suministro

Para garantizar **productos de la máxima calidad** a sus consumidores, el Grupo Branca adopta un enfoque riguroso y cuidadoso en cada etapa del proceso de producción. La empresa sigue cuidadosamente cada paso, desde la selección de las materias primas hasta la elaboración y el envasado, para garantizar la máxima calidad y seguridad alimentaria. La colaboración con los proveedores es un elemento clave en este proceso. El Grupo Branca comparte altos estándares de calidad y garantiza una cadena de producción eficiente y transparente. En 2023, el Grupo Branca se embarcó en un proceso de racionalización de la cadena de suministro, preservando los pilares de alta calidad y excelencia en las materias primas, disminuyendo el riesgo de abastecimiento y salvaguardando el equilibrio con la rentabilidad.

1 MATERIAS PRIMAS

Para la producción, la empresa se abastece de materias primas naturales, genuinas y de calidad procedentes de todo el mundo.

2 FABRICACIÓN

En esta fase se elaboran los productos semiacabados, según recetas y procesos tradicionales, hasta obtener el producto a granel para embotellar.

3 EMBOTELLADO

En esta fase tiene lugar el embotellado de los productos a granel y el envasado de los paquetes.

4 LOGÍSTICA

Los productos se distribuyen a través de diversos canales de venta hasta que llegan al consumidor final.

5 CONSUMO

El Grupo Branca se compromete a difundir la cultura del consumo responsable y a proteger la seguridad de los consumidores.

6 RECICLAJE Y REUTILIZACIÓN

El reciclaje de materiales es necesario para reducir el impacto medioambiental dentro de la cadena de valor de la organización.

Gestión responsable de la cadena de suministro

El Grupo Branca considera la cadena de suministro un **activo fundamental** para garantizar la **calidad de sus productos**. Los proveedores, de hecho, se consideran socios estratégicos en la creación de valor y en el desarrollo de un producto excelente a partir de materias primas de alta calidad. La búsqueda de proveedores adecuados para satisfacer **los elevados estándares** de producción requiere el establecimiento de relaciones comerciales estables y duraderas con sujetos de todo el mundo.
El Grupo Branca se compromete a explorar constantemente nuevas oportunidades de abastecimiento, manteniendo relaciones con socios alternativos y complementarios dentro de grupos de productos homogéneos. La selección de nuevos proveedores es, por tanto, una actividad especialmente sensible para el Grupo Branca, tanto para garantizar la calidad de sus productos como para asegurar la creación de relaciones con interlocutores adecuados. Durante 2023, el Grupo Branca trabajó para reducir el impacto del transporte de materias primas. Concretamente, se intentó racionalizar la cartera de productos de los proveedores para optimizar las entregas.
El Grupo Branca se compromete a aplicar un proceso de selección basado en criterios económicos, medioambientales, sociales y locales y pretende, en la medida de lo posible, establecer asociaciones que garanticen suministros a largo plazo y relaciones marcadas por los principios de **equidad, transparencia, corrección** y basadas en la **confianza** mutua.

El proceso de selección de proveedores adoptado incluye los siguientes pasos:

- previa evaluación técnica genérica;
- evaluación de los requisitos en función de las necesidades de producción;
- análisis de los principales indicadores económicos/financieros;
- análisis de las normas voluntarias con las que se ha dotado el proveedor;
- evaluación de la oferta industrial.

En la selección de proveedores, un elemento especialmente sensible -también teniendo en cuenta **la extensión geográfica** de la cadena de **suministro-** es el cumplimiento de las normativas locales, incluidas las relativas a los derechos humanos, por parte de las partes que operan fuera del perímetro de la empresa. La atención al cumplimiento de estas disposiciones es constante y se actualiza continuamente en relación con la evolución de la normativa. Todos los socios seleccionados como proveedores oficiales se encuentran en países que han ratificado los principales **convenios de la OIT y la ONU**, y cuyas leyes ya regulan de forma independiente la violación de los derechos humanos como delito.
Además de cumplir estrictamente esta normativa, el Grupo Branca difunde entre sus proveedores los valores y principios expresados en el Código Ético y comprueba periódicamente su correcta aplicación. De hecho, se exige a los proveedores que firmen el **Código Ético** y se comprometan a **cumplirlo** como condición general del contrato.
Para el Grupo Branca, también se da preferencia en el proceso de selección a aquellos proveedores que cuentan con su propio plan de continuidad empresarial, que garantizan el

pleno cumplimiento de la fiscalidad específica y restrictiva de la industria de las bebidas alcohólicas y que disponen de una gestión oportuna y eficaz de los incumplimientos.
Tras la selección de un proveedor y el establecimiento de una relación de cooperación, se llevan a cabo actividades para **evaluar y supervisar** el rendimiento del proveedor y el cumplimiento de las condiciones contractuales. Estas actividades incluyen el muestreo y los análisis de laboratorio, la realización de **auditorías periódicas** a los proveedores y la evaluación de cualquier no conformidad que surja.

En 2023, el Grupo Branca dio un paso importante para potenciar el territorio europeo seleccionando nuevos proveedores de materias primas y envases. Todos los socios seleccionados por la empresa se encuentran en Europa y garantizan el pleno cumplimiento de la normativa vigente en la Unión Europea.
A continuación se enumeran los principales tipos de bienes y servicios adquiridos, en particular en los centros de producción de Italia y Argentina:

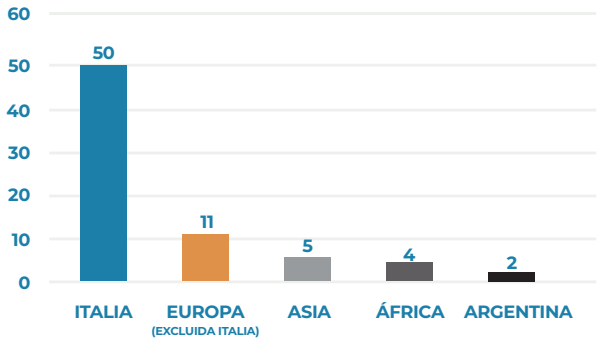
- Materias primas secas (por ejemplo, hierbas, especias, raíces, aromatizantes naturales);
- materias primas alcohólicas (por ejemplo, alcohol, aguardientes de vino, aguardientes de orujo de uva, vino);
- materiales de envasado (primario, secundario);
- material auxiliar de producción;
- material promocional (por ejemplo, material para el punto de venta, regalo en el envase);
- servicios logísticos;
- maquinaria y equipos;
- servicios de automatización;
- servicios generales;
- servicios de apoyo a la producción;
- flotas de vehículos de empresa.

A continuación, presentamos algunas perspectivas cualitativas-cuantitativas de la cadena de suministro de Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerías S.A. y Branca USA inc. Esta última, al no ser una empresa de producción sino de distribución, cuenta con un número y un tipo de proveedores más limitado y diferente al de las empresas italiana y argentina.

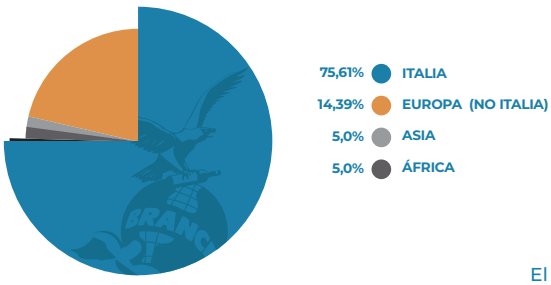
Destilería Fratelli Branca

En 2023, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. trabajó con **72 proveedores**. El desglose **del valor de los pedidos por zona geográfica** se muestra en el siguiente gráfico. A este respecto, cabe señalar que una parte de las compras de la empresa se realiza a través **de intermediarios** con los que Fratelli Branca Distillerie S.p.A. colabora para garantizar la alta calidad de las materias primas adquiridas. Estos corredores, empleados para la compra de determinados tipos de materias, tienen la función de supervisar el mercado y abastecerse de los proveedores que, en el periodo de referencia, ofrecen la mejor materia prima del mercado. En consecuencia, para algunos materiales de los que se abastece la empresa, el origen de un proveedor/corredor puede ser diferente del origen del material comprado.

Número de proveedores por zona geográfica



Valor de los pedidos por zona geográfica (%)



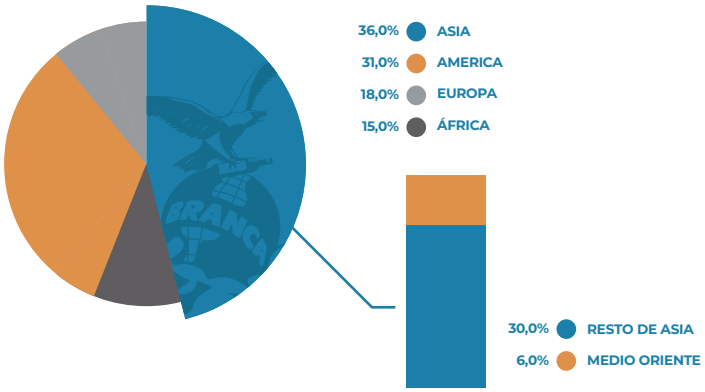
El desglose del valor de los pedidos por zona geográfica se realizó teniendo en cuenta el origen del material adquirido y no el origen del proveedor/corredor al que se compró el material.

El Grupo Branca confirma su compromiso con la sostenibilidad y la calidad, eligiendo proveedores locales para el 76% del valor de los pedidos realizados en 2023. Esto es especialmente evidente en la categoría de **envases**, que constituye la partida de gastos más importante. Abastecerse **de proveedores italianos y europeos** ofrece múltiples ventajas. En primer lugar, garantiza la máxima calidad de los materiales, gracias a la selección de socios fiables y certificados, y ayuda a reducir el impacto medioambiental del transporte de mercancías, reduciendo las emisiones de CO y los kilómetros recorridos.

Para sus **hierbas, especias y raíces**, materias primas importantes para la calidad de sus productos, el Grupo Branca se apoya en una red de proveedores internacionales. Como muestra el gráfico, estos preciados ingredientes

proceden de **distintas partes del mundo, en particular de Asia y Sudamérica**. A lo largo de los años, el Grupo Branca ha identificado y seleccionado cuidadosamente a los mejores proveedores que pueden garantizar materias primas de la más alta calidad, en perfecta consonancia con los elevados estándares de la empresa. El Grupo Branca se compromete a trabajar con sus socios de forma sostenible y responsable, promoviendo prácticas agrícolas justas y respetuosas con el medio ambiente.

MATERIAS PRIMAS SECAS (HIERBAS, ESPECIAS, RAÍCES) POR ZONAS GEOGRÁFICAS



El proceso de evaluación de los proveedores tiene en cuenta diferentes criterios. En concreto, un cuestionario de evaluación, elaborado por el Grupo, identifica:

- cumplimiento de las especificaciones técnicas requeridas;
- puntualidad en la tramitación de solicitudes y entregas;
- administración, concretamente la precisión y exactitud del proceso administrativo;
- la gestión de las no conformidades, en particular la puntualidad, la flexibilidad y la eficacia en el tratamiento de las no conformidades;
- Organización, diseño y producción, con verificación y evaluación del proceso de desarrollo y producción;
- organización logística mediante la verificación y evaluación del proceso logístico;
- sistema de seguridad medioambiental de calidad para verificar y evaluar el sistema implantado;
- servicio al cliente, con verificación y evaluación del nivel de servicio al cliente;
- gestión de riesgos, mediante la revisión y evaluación de los procesos de gestión de riesgos.

El 100% de los nuevos proveedores son evaluados incluyendo criterios medioambientales y sociales y, con el fin de animarles a adoptar modelos de negocio cada vez más sostenibles, la Empresa participa en las oportunidades de debate. En este sentido, durante 2023, la Empresa participó en un simposio que organiza anualmente un proveedor de etiquetas, sobre el tema ético y estético del diseño, para promover un intercambio constructivo de ideas sobre las formas más eficaces de combinar belleza y sostenibilidad medioambiental sin concesiones.

El Grupo Branca también está trabajando en la aplicación de una estrategia de "contratación ecológica", capaz de garantizar cada vez más la adquisición de productos y servicios sostenibles, teniendo en cuenta además una evaluación de costes y beneficios.

El Grupo Branca confía en proveedores que cumplen la normativa en materia de seguridad y medio ambiente. En 2023, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha reforzado aún más su sistema de gestión de la calidad, desarrollando **tres nuevos módulos internos** que contribuyen a: la gestión de las no conformidades del lado del consumidor, la gestión de las no conformidades del lado del cliente y la gestión de las no conformidades del lado del subcontratista y del proveedor. Estos módulos se integran perfectamente con los procedimientos existentes, creando un sistema completo y estructurado para la gestión de las no conformidades. El Grupo Branca también colabora activamente con sus proveedores. Se organizan reuniones periódicas para analizar la evolución de las reclamaciones, identificar los problemas críticos y definir acciones correctivas conjuntas.

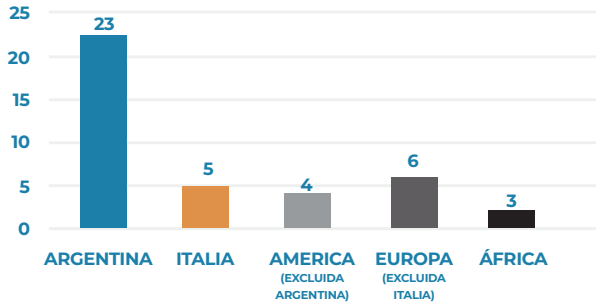
La empresa trabaja a diario para crear sinergias virtuosas con proveedores sensibles a las cuestiones de sostenibilidad. **El 86% de los proveedores** de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. posee **al menos una certificación**, entre sistemas de gestión de calidad, medio ambiente, energía, salud y seguridad de los trabajadores y/o seguridad alimentaria:

ISO 9001 **Sistema de gestión de la calidad**	**68%**
ISO 14001 **Sistema de gestión medioambiental**	**28%**
OHSAS 18001/ISO45001 **Sistema de gestión de la salud y la seguridad**	**22%**
ISO 2200, BRC, IFS **Sistema de gestión de la seguridad alimentaria**	**20%**

Fratelli Branca Destilerías S.A.

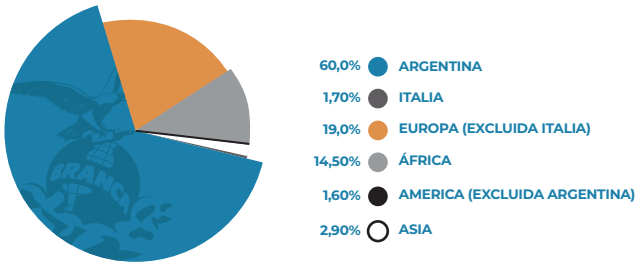
Fratelli Branca Destilerías S.A., sobre la base del plan de producción, identifica mensualmente las necesidades de **aprovisionamiento** de materias primas y materiales de embalaje nacionales, y anualmente (con revisiones trimestrales) las necesidades de materias primas importadas.
En la fase de selección de proveedores, la empresa lleva a cabo una evaluación económica del servicio junto con una evaluación cualitativa: para cada proveedor identificado, se realiza una **evaluación** basada en determinados análisis establecidos en la **norma de calidad adoptada** y, tras esta verificación, tiene lugar la fase de **selección de proveedores**. Siendo en ambos casos centros de producción, los principales tipos de bienes y servicios adquiridos por Fratelli Branca Destilerías S.A. son materias primas (azafrán, aloe ferox, goma mirra, agárico y sobre todo alcohol) por un 19% de la compra total y suministros de embotellado (botellas, cápsulas de aluminio antirrobo, etiquetas, cajas de cartón) por un 38% de la compra total.
En 2023, Fratelli Branca Destilerías S.A. colaboró con **41 proveedores**. 6 proveedores más que en 2022. Los detalles del **valor por zona geográfica** pueden verse en el gráfico siguiente.

Número de proveedores por zona geográfica (nº)



Valor de los pedidos por zona geográfica (%)

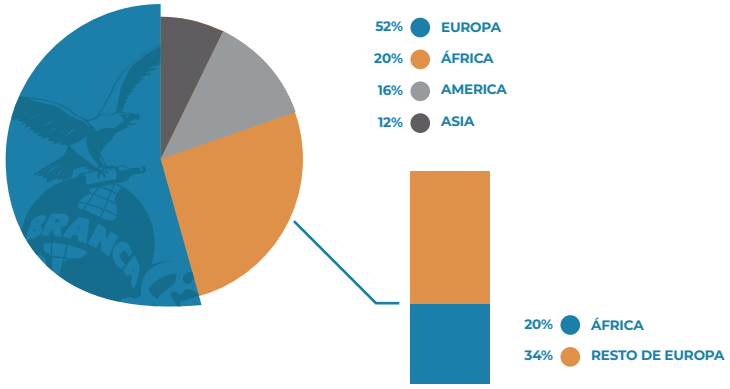
El desglose del valor de los pedidos por zona geográfica se realizó teniendo en cuenta el origen del material adquirido y no el origen del proveedor/corredor al que se compró el material.



Al igual que Fratelli Branca Distillerie S.p.A., parte de las compras de Fratelli Branca Destilerías S.A. se realizan mediante el uso de intermediarios, cuyo origen puede ser diferente del origen del material adquirido.
Aproximadamente el 57% de los proveedores operan en Argentina, y más de la mitad, es decir, el 60,3%, del valor de los pedidos emitidos son argentinos. En cuanto a la filial italiana, el aprovisionamiento de hierbas, especias y raíces tiene una connotación **más internacional**.

[7]En referencia, en cambio, al proceso de calificación de los proveedores, cabe señalar que, en línea con 2022, **el 100%** de los proveedores calificados de Fratelli Branca Destilerías S.A. **poseen al menos una de las siguientes certificaciones**:

MATERIAS PRIMAS SECAS (HIERBAS, ESPECIAS Y RAÍCES) POR ZONA GEOGRÁFICA DE ABASTECIMIENTO EN 2023



[7] La tabla hace referencia a 24 proveedores cualificados de materias primas primarias y materiales de envasado. Estos proveedores representan alrededor del 80% del pedido total.

ISO 9001 **Sistema de gestión de la calidad**	**81,8%**
ISO 14001 **Sistema de gestión medioambiental**	**68%**
OHSAS 18001/ISO45001 **Sistema de gestión de la salud y la seguridad**	**48%**
ISO 2200, BRC, IFS **Sistema de gestión de la seguridad alimentaria**	**65%**

Todos los nuevos proveedores de Fratelli Branca Destilerìas S.A. fueron evaluados según criterios medioambientales y sociales y, en comparación con el año anterior, el número de proveedores con ISO 14001, OHSAS 18001 e ISO 45001 aumentó en más de un 50%.

Branca EE.UU.

Branca USA distribuye los productos acabados fabricados por la sede de Milán, por lo que, incluso en 2023, la empresa mantiene relaciones con proveedores que son instrumentales para ofrecer sus servicios y no están relacionados con las actividades de producción. En concreto, Branca USA ha mantenido inalterada su estrategia, centrándose exclusivamente en la gestión de productos acabados, tanto espirituosos como vermut, bajo la dirección de la sede de Milán.

Durante 2023, los socios estadounidenses de la cadena de suministro siguieron prestando únicamente servicios, excluyendo cualquier actividad relacionada con la producción. La empresa se ha asociado con éxito con cuatro transitarios especializados en el envío de vinos y licores, y también ha utilizado los servicios de tres operadores logísticos externos con sede en Nueva Jersey y California. A través de un diálogo constante y una total transparencia tanto con los proveedores como con la empresa matriz, Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Branca USA ha consolidado sus relaciones y garantizado la continuidad de las actividades de los socios implicados en las operaciones de importación, transporte y almacenamiento. Este enfoque ha permitido a la empresa afrontar con éxito los retos de un entorno logístico aún complejo.

Branca USA ha mejorado la planificación y previsión de la demanda con el objetivo de reducir el exceso de aprovisionamiento y racionalizar el movimiento de mercancías a lo largo de la cadena de suministro. Además, la empresa ha reforzado sus relaciones, proporcionando total transparencia de los procesos de producción, compartiendo previsiones a corto y medio plazo con los proveedores, con el fin de favorecer la continuidad de los socios importadores, las empresas de transporte y los almacenes.

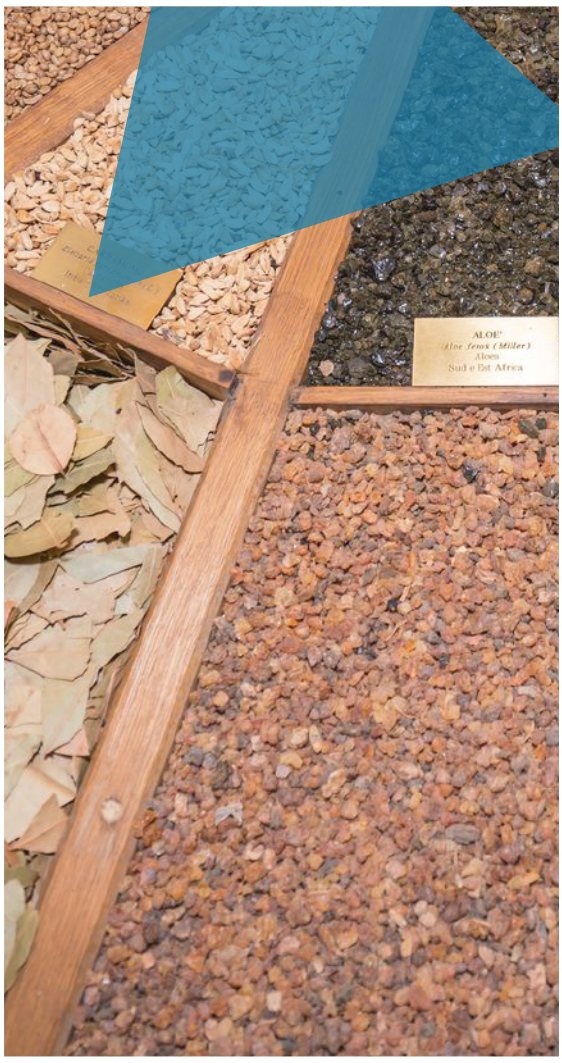
Como resultado, en la continuación de 2022, Branca USA redujo su inventario mínimo y continuó optimizando las cargas de camiones y barcos, también con vistas a reducir su huella de carbono. El contacto frecuente entre los responsables de la función de aprovisionamiento de Branca USA, los equipos de operaciones, producción y logística de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. y sus proveedores le ha permitido construir una cadena de suministro ágil capaz de responder a los retos planteados por un entorno externo en constante cambio.

En 2022 Branca USA se relacionó con un total de 10 proveedores, todos ellos de Estados Unidos, de los cuales el 25% posee al menos una de las siguientes certificaciones:

ISO 9001 Sistema de gestión de la calidad	**10%**
ISO 14001 Sistema de gestión medioambiental	**10%**
OHSAS 18001/ISO45001 Sistema de gestión de la salud y la seguridad	**10%**

En 2023, tras la renegociación trimestral de las tarifas con los cargadores nacionales y los socios transportistas, impuesta por el nuevo escenario post-pandémico de la cadena de suministro, Branca USA registró una importante reducción de costes en comparación con el año anterior.

La calidad y la seguridad de las materias primas y del producto



Para el Grupo Branca, **la excelencia** de sus productos no es un objetivo, sino un compromiso diario. La calidad, que es sinónimo de excelencia, es el resultado de la dedicación y la pasión de todas las personas que trabajan con constancia para difundir por todo el mundo los valores de una marca única. El Grupo Branca tiene una historia rica en experiencia, habilidad y respeto.

Los productos Branca se distinguen por su singularidad, fruto de una tradición secular. Recetas originales, celosamente guardadas a lo largo del tiempo, y una marca reconocida internacionalmente son los pilares sobre los que se asienta la identidad del Grupo Branca. La autenticidad es un valor fundamental para el Grupo Branca. La empresa presta la máxima atención a la protección de las plantas aromáticas y medicinales, garantizando que proceden de cultivos seleccionados y utilizando métodos de recolección y transformación respetuosos con el medio ambiente.

El Grupo Branca persigue la excelencia en todos los aspectos, **desde la tradición hasta la innovación**. El respeto por las fórmulas originales y el estricto control de calidad a lo largo de toda la cadena de producción son testimonio de un compromiso constante con la búsqueda de la perfección. La innovación, sin embargo, nunca es un fin en sí misma. El Grupo Branca la integra perfectamente con la tradición, alimentándola a través de **la investigación y el desarrollo, la certificación, la fabricación, la producción y la distribución**. El objetivo principal sigue siendo satisfacer las necesidades de sus consumidores en un mundo en constante cambio.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

En continuidad con 2022, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. se beneficia del **sistema de gestión de Calidad y Seguridad Alimentaria** certificado según la norma **ISO 22000:2018**. El Grupo Branca garantiza la **mejora continua** de sus procesos de producción y afirma su presencia en la cadena alimentaria. Este Sistema de Gestión fue auditado y confirmado el año pasado por el organismo certificador, que evalúa el cumplimiento de principios como: la calidad y la seguridad de los productos (seguridad alimentaria), la precisión en el enfoque de la selección de proveedores y materias primas, la comunicación a lo largo de la cadena de suministro y la trazabilidad de las actividades realizadas, la eficacia del sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC) y, de forma más general, la aplicación constante del Código Ético de la empresa.

El Sistema de Gestión de Calidad de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. se basa en la **Política de Calidad de la empresa**, que, inspirada en los valores del **Código Ético**, define el compromiso de la empresa para garantizar la seguridad, calidad y **fiabilidad** de sus productos. Mediante el uso de tecnologías avanzadas y el cumplimiento de la normativa vigente, la empresa persigue la mejora continua, tanto en lo que respecta al cumplimiento de la normativa como a su oferta al mercado.

Fratelli Branca Distillerie S.p.A., con el fin de **supervisar la cadena de valor**, lleva a cabo estrictos controles de las materias primas, desde la fase de adquisición hasta la distribución. La empresa supervisa constantemente toda la cadena de producción, garantizando el cumplimiento de las especificaciones definidas y los requisitos de seguridad alimentaria. El personal recibe formación periódica sobre las normas higiénicas y sanitarias.

Como reconocimiento a la calidad y seguridad de los productos Branca, cabe destacar que la empresa ha obtenido las certificaciones **Kosher y Vegana** para algunos de sus productos más emblemáticos, como el Fernet-Branca y la Brancamenta.

En lo que respecta al seguimiento del proceso de producción, el Grupo Branca presta especial atención a las siguientes actividades:

- [8]**Adaptación del etiquetado a los requisitos normativos: el etiquetado de todos los productos comercializados en la UE se ajusta a la normativa europea pertinente (Reglamento (UE) nº 1169/2011). Todas las etiquetas de los productos comercializados incluyen información sobre el uso seguro de los productos y los impactos medioambientales y/o sociales relacionados, en cumplimiento de las leyes vigentes en los países en los que se distribuyen. También en 2023, en línea con los requisitos normativos, la empresa italiana Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha continuado el proceso de integrar en las etiquetas de todos los productos para el mercado italiano la referencia a un enlace que explica cómo deshacerse correctamente del envase;**

- **Promoción del consumo responsable de bebidas alcohólicas: en las etiquetas y, en particular, en productos específicos, se incluyen indicaciones sobre la forma mejor y más segura de beber;**

- **Evaluación y revisión de los tipos de cierres/precintos: para mitigar el riesgo de manipulación (tampering), haciendo evidente cualquier intento de manipulación de los precintos de cierre de las botellas.**

En 2023, el Grupo Branca dio un paso importante hacia la sostenibilidad y la transparencia al renovar los envases de algunos productos emblemáticos. Se llevaron a cabo dos acciones principales:

1. Reducción del plástico mediante la eliminación del dispensador de plástico para Fernet-Branca, Brancamenta y Borghetti. 2El Grupo Branca disminuye la cantidad de CO emitida al medio ambiente, contribuyendo así a la lucha contra el cambio climático.

2. Etiquetas más informativas. El Grupo Branca ha revisado y actualizado sus etiquetas de Vermut para garantizar una comunicación más clara y transparente a los consumidores. Ha añadido la declaración nutricional y energética en cumplimiento de la normativa vigente. Actualizó la lista de ingredientes para una mayor exhaustividad y transparencia. Por último, se adaptó a la IGP (Indicación Geográfica Protegida) Vermut di Torino para realzar su origen y calidad.

La empresa lleva a cabo controles y pruebas periódicas de retirada de productos para garantizar una respuesta rápida de la empresa en caso de que se produzcan casos de defectos relacionados con la seguridad alimentaria y gestiona cualquier queja de acuerdo con un procedimiento interno desarrollado según la norma **ISO 22000:2018**. Las quejas, que se recogen y gestionan con vistas a una mejora continua, se reciben principalmente a través de: la página web, llamadas telefónicas de los consumidores o informes de los distintos departamentos de la empresa.

[8] Para más información, consulte el siguiente enlace: EUR-Lex - 32011R1169 - ES - EUR-Lex (europa.eu)

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

El objetivo de Fratelli Branca Destilerías S.A., en línea con el del Grupo Branca, es garantizar la seguridad de sus productos, asegurando el cumplimiento de la normativa legal vigente y de los estrictos parámetros de calidad establecidos. Para lograr este objetivo, la Empresa ha adoptado una **Política de Gestión de Calidad, Seguridad Alimentaria y Medio Ambiente y un Sistema de Gestión de Calidad y Seguridad Alimentaria**, basado en la norma **ISO 22000:2018**. El Sistema de Gestión está certificado desde 2007 por Bureau Veritas y acreditado por UKAS, y se somete a una auditoría anual de recertificación por parte del organismo certificador, que ha reconfirmado la validez de la certificación para 2023. Además, la estrategia de la empresa se basa en la producción y comercialización de productos premium de alta calidad, lo que le permite alcanzar y mantener excelentes márgenes brutos y resultados operativos.

Para la implantación de buenas prácticas de calidad en sus operaciones, la empresa se guía por el Manual SGIA, el Manual de Buenas Prácticas de Fabricación, el Plan APPCC, las Buenas Prácticas de Fabricación (BPF) y los POES (Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento) y una serie de procedimientos e instrucciones para la implantación de los requisitos de la norma (Control de Calidad, gestión de no conformidades, verificaciones, auditorías internas, formación, etc.). Entre ellos, la empresa dispone de un procedimiento de "trazabilidad" para determinar el lote de materia prima utilizado en cada producción, y de un procedimiento de gestión de reclamaciones, establecido por el Sistema de Gestión de Calidad y Seguridad Alimentaria (SGIA). Con respecto a ambos procedimientos, se realizan anualmente ejercicios de retirada de productos, que son verificados por Bureau Veritas.

También en 2023, la empresa persiguió con:

- **Análisis de peligros y puntos de control crítico (APPCC);**
- **Seguimiento de los puntos críticos de control, puntos de control, actividades de BPF y aplicación de POES;**
- **Formación del personal**

Además, para controlar la cuestión dentro de los procesos de producción, la empresa supervisa los siguientes KPI:

- **Índice de Buenas Prácticas de Fabricación (BPF): el informe, que se basa en auditorías internas mensuales y tiene en cuenta varios criterios, entre ellos: la higiene de la empresa, la formación del personal y los avances en infraestructuras, obtuvo una puntuación del 89,5% (en línea con el año anterior);**
- **número de reclamaciones de los consumidores: durante 2023, se mantuvo el objetivo corporativo de recibir un número máximo de reclamaciones de los consumidores de 0,64 por cada 100.000 botellas al año. Durante 2023, Fratelli Branca Destilerìas S.A. aumentó su cobertura de nuevas regiones y redes, ampliando así la base de consumidores escuchados;**
- **Ahorro de energía y de procesos: a partir del análisis de los procesos de decantación de la infusión y de los equipos, fue posible optimizar estos procesos; además, se mantuvo el objetivo de suministrar un 100% de productos liberados a la primera, reduciendo los costes de reelaboración y los tiempos de inactividad.**

Los resultados obtenidos durante 2023 confirman el compromiso y la constante evolución de la empresa para garantizar altos niveles de calidad en sus procesos productivos. Con vistas a la mejora continua, entre las iniciativas promovidas por Fratelli Branca Destilerías S.A. se encuentran

- **Lanzamiento de nuevos productos: la gama de productos se amplió con la introducción de London Dry Gin Spirito Blu y Sernova Caribbean Blend, un nuevo sabor de la línea Sernova caracterizado por notas de coco natural y piña.**
- **Optimización de la logística: se implantaron nuevos procedimientos para mejorar la codificación de los palés y optimizar el sistema de trazabilidad de las mercancías.**
- **Automatización del proceso de producción: se introdujo en el proceso de fabricación un sistema de automatización de la infusión que garantiza un control más preciso y constante de las dosis de alcohol, infusión y agua, mejorando la higiene y la eficacia general.**
- **Mejora de la calidad del producto: en Vodska Sernova se instaló un nuevo equipo de filtrado específico con el objetivo de optimizar la calidad del producto acabado.**

Además de vigilar la cuestión en las fases en las que desempeña un papel protagonista, la Empresa mantiene un estrecho contacto con los proveedores para supervisar los procesos de producción desde el principio, verificar la calidad de las materias primas antes del envío y limitar los posibles impactos negativos relacionados con la cadena de suministro. Para supervisar la cuestión a lo largo de la cadena de valor, la Empresa realiza auditorías a los proveedores para verificar el cumplimiento de las buenas prácticas de fabricación y las condiciones laborales que garantizan a sus empleados y para comprobar la calidad de las materias primas antes del envío. No obstante, la Empresa examina los productos acabados para verificar su aptitud para el consumo y su seguridad, respetando la frecuencia definida en los Organismos Nacionales de Control.

Por último, la empresa se compromete a garantizar que los clientes y usuarios finales reciban información adecuada y accesible sobre el impacto medioambiental y social de sus productos para orientarles en la toma de decisiones de compra responsables. Por este motivo, el 100% de sus productos están etiquetados con información que ayuda a los clientes a tomar decisiones de compra responsables. Gracias a su compromiso con la gestión de los aspectos relacionados con la calidad y la seguridad de los productos, la empresa no ha registrado ningún incumplimiento ni ninguna observación relativa a la inadecuación de los métodos de etiquetado y de la información contenida en ellos.

BRANCA EE.UU.

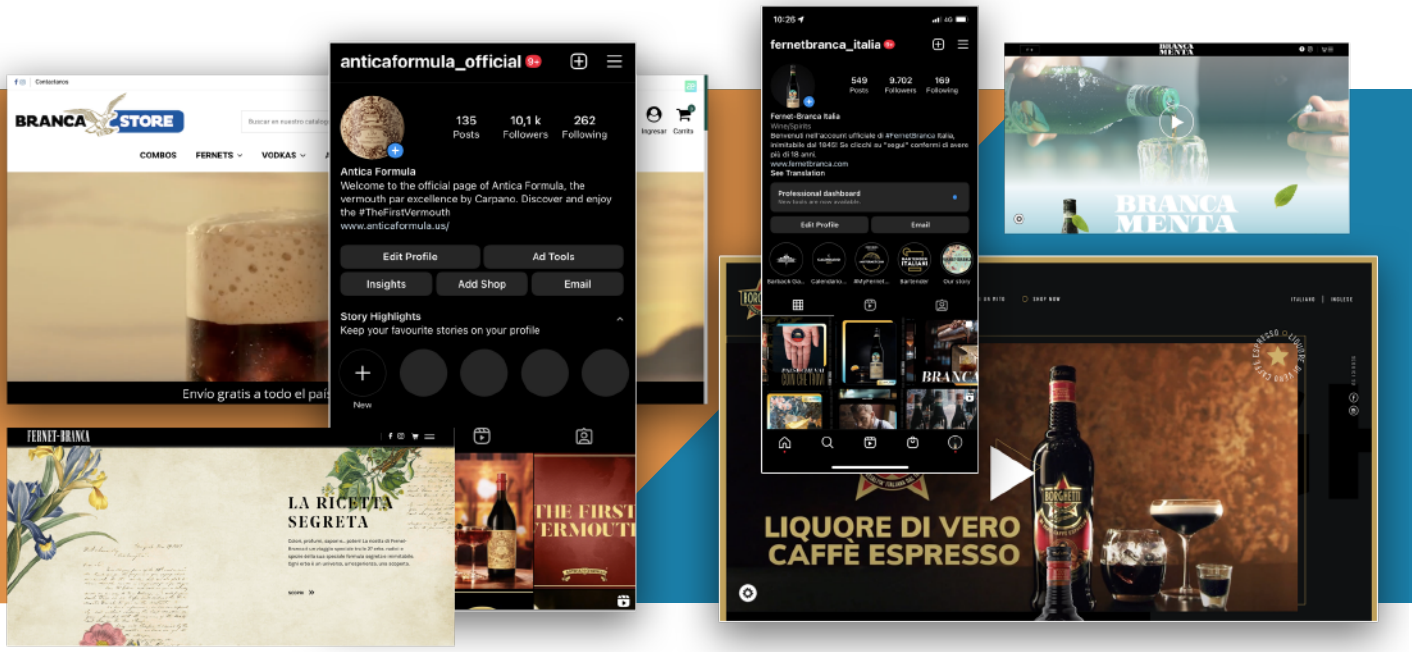
En lo que respecta al control de calidad de los productos finales, Branca USA confía en los procesos y procedimientos de Fratelli Branca Distillerie S.p.A.. Branca USA sólo se ocupa del producto final adquirido en la sede de Milán, por lo que los controles y verificaciones de la producción corren íntegramente a cargo de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. El 100% de los productos distribuidos llevan etiquetas con información útil para que los clientes puedan hacer una elección de compra responsable. En este contexto, cabe señalar que la empresa no ha registrado ningún episodio de incumplimiento en materia de etiquetado e información sobre los productos y servicios en virtud de la normativa federal y estatal de la Oficina de Impuestos y Comercio de Alcohol y Tabaco (TTB) y de las Juntas de Control de Licores.

Protección del consumidor y fomento del consumo responsable

Desde hace años, el Grupo Branca destaca por su compromiso activo en la **promoción del consumo responsable de bebidas alcohólicas**. A través de campañas de comunicación específicas, la empresa persigue el objetivo de difundir una cultura de consumo de calidad, que se combina con el placer del sabor y la moderación. En el núcleo de la filosofía del Grupo Branca está la idea de que sus productos pueden enriquecer la vida de las personas, siempre que se consuman con conciencia y moderación. La empresa está convencida de que un enfoque consciente del consumo de bebidas alcohólicas es fundamental para crear una sociedad más sana y responsable.

Por ello, el Grupo Branca se compromete a llevar a cabo sus actividades de promoción y comunicación cumpliendo plenamente la normativa vigente en materia de marketing. La empresa nunca ha registrado ningún caso de incumplimiento de esta normativa, lo que demuestra su compromiso con una comunicación responsable y transparente. Las botellas de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. en Italia y de Fratelli Branca Destilerías S.A. en Argentina muestran claramente las recomendaciones sobre consumo responsable, así como las advertencias legales necesarias. La empresa pone especial cuidado en transmitir mensajes que desaconsejan el consumo de alcohol a las mujeres embarazadas y a los conductores.
El compromiso del Grupo Branca con el consumo responsable se extiende también a los eventos presenciales, como las degustaciones. La empresa activa mecanismos de control específicos para vigilar el consumo por parte de los visitantes, garantizando el cumplimiento de la normativa y la protección de los menores. En los stands promocionales de los productos Branca se instalan carteles informativos que recuerdan la prohibición de consumir alcohol a los menores. La protección de los menores se extiende también al mundo digital. El acceso a las páginas web institucionales y de productos del Grupo Branca está regulado por un **sistema de comprobación de la edad**, que sólo permite acceder a los contenidos a los usuarios mayores de edad.

La promoción responsable también se refleja en la gestión de las campañas publicitarias. Las comunicaciones corporativas sólo se emiten en franjas horarias protegidas para evitar exponer a los menores a contenidos alcohólicos. Todos los anuncios, vídeos promocionales o comerciales de los productos Branca incluyen claramente la advertencia "**Beba con responsabilidad**". Este mensaje se transmite de forma clara y concisa para concienciar al público de la importancia de un consumo moderado y consciente de alcohol. Las comunicaciones de marketing del Grupo Branca **prestan siempre atención al contexto y al contenido**. La empresa presta especial atención a transmitir mensajes que promuevan el consumo responsable, protejan a **los menores**, desaconsejen **la conducción** bajo los efectos del alcohol y desaconsejen el consumo de alcohol a las mujeres **embarazadas**.
Fratelli Branca Destilerías S.A. es un miembro clave de **FADA**, la Federación Argentina de la Industria de la Destilación, que ha llevado a cabo varias campañas en este sentido, como: 'Menores Ni una Gota', 'Toma el Control', 'Disipando Mitos', 'Mejor Juntos', 'El Ajuste Correcto' a través de sus plataformas de medios sociales e invirtiendo en publicidad dirigida para aumentar la visibilidad. En el caso concreto de la campaña 'Menores Ni Una Gota' (FADA), la marca Fernet-Branca integró el hashtag #MenoresNiAGota en sus anuncios televisivos, impresos y vallas publicitarias.
Asimismo, en el 'Mes del Consumo Responsable', Fernet-Branca abraza su rol trascendente en la cultura argentina, reafirmando su compromiso con el cuidado de la comunidad. Con la campaña 'Fernet Tranka: Niño con Responsabilidad', se promovieron contenidos educativos proporcionados por influencers, llegando a más de 14 millones de personas en Argentina.
El Grupo Branca también está comprometido con la comunicación responsable en **las redes sociales**. La empresa se adhiere a los principios de la Netiqueta, que promueve el consumo moderado



y consciente de productos alcohólicos en la plataforma Facebook. **Supervisa** cuidadosamente **el contenido digital** producido o transmitido por sus proveedores. Las Fanpages del Grupo Branca, tanto las gestionadas directamente por la empresa como las creadas por terceros, están sujetas a un sistema de moderación activo, que garantiza que el contenido publicado sea siempre respetuoso y coherente con la filosofía de la empresa. Por último, el Grupo Branca lleva a cabo regularmente una actividad de revisión de prensa, tanto en línea como tradicional, para supervisar las percepciones de los medios de comunicación e intervenir con prontitud en caso de noticias o comentarios negativos.

El objetivo primordial de todas estas actividades de seguimiento de los medios de comunicación es garantizar que el nombre Branca se asocie siempre a un mensaje que promueva el consumo responsable, entendido como elemento fundador de la cultura del **consumo de calidad**.

Para garantizar que la actividad empresarial llevada a cabo, tanto interna como externamente, se perciba como responsable y atenta a la salud y la seguridad de sus consumidores, Branca USA tiene previstos cursos de formación interna para sus empleados.

Para garantizar que siempre haya **diálogo y cooperación con las instituciones y las asociaciones comerciales**, las empresas están en contacto con importantes asociaciones comerciales de las zonas en las que opera el Grupo Branca.

En Italia, el Grupo Branca participa en la elaboración de directrices asociativas sobre Consumo Responsable, en particular a través de Federvini y Federalimentare, ambas pertenecientes a Confindustria y Centromarca. No obstante, la Empresa es miembro de Utenti Pubblicità associati (UPA), el organismo asociativo que reúne a las empresas industriales, comerciales y de servicios más importantes y prestigiosas que invierten en publicidad. Además, la empresa es miembro del Consorzio del Vermouth di Torino (Consorcio del Vermut de Turín), cuyo objetivo principal es la protección, promoción, valorización, supervisión y cuidado general de los intereses del IG "Vermut di Torino". Por último, el Grupo Branca se adhiere al Código de Autodisciplina Publicitaria establecido por el IAP, el Instituto de Autodisciplina Publicitaria.

En Argentina, el Grupo Branca es un miembro clave de la Federación Argentina de la Industria de la Destilación, (FADA) que representa y une a los destiladores y productores de licores de Argentina, defendiendo sus intereses y trabajando en colaboración para el desarrollo del sector. La Fundación Anden participó en el concurso "Arte Único" con el objetivo de brindar oportunidades artísticas a las comunidades más vulnerables. La asociación Digitalizadas, dedicada a empoderar a las mujeres empresarias, colaboró con Fratelli Branca para apoyar a las empresarias y fomentar un entorno empresarial inclusivo. Publicitarias contribuyó al concurso "Arte Único" creando espacios innovadores y seguros para la educación y la inspiración, con especial atención a la promoción de la diversidad y la perspectiva de género. Además, la Universidad UADE respaldó la formación ofrecida a través de la Academia Branca, demostrando un compromiso compartido con la educación de alta calidad.

Por último, en Estados Unidos, el Grupo Branca es miembro de: American Distilled Spirits Association (DSA), la principal voz y defensora de las bebidas espirituosas destiladas en Estados Unidos; Wine & Spirits wholesalers of America (WSWA), una organización nacional que se ocupa de cuestiones federales, estatales, normativas y legales que afectan a los distribuidores y a la industria de las bebidas espirituosas; y, Women of the Vine, la principal organización de miembros dedicada a potenciar y promover a las mujeres en la industria de las bebidas espirituosas, en todo el mundo.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

En Argentina, Branca ha seguido promoviendo el consumo responsable en todas sus iniciativas de comunicación y marketing. La estrategia de la empresa se centra en garantizar que los mensajes transmitan la idea de disfrutar de los productos de forma responsable, haciendo hincapié en el placer y en la experiencia compartida de momentos memorables. El Grupo Branca cree que comprender las tendencias y actitudes de los consumidores hacia el consumo de bebidas alcohólicas es esencial para transmitir mensajes coherentes y responsables. Además, la empresa cree firmemente que diversas iniciativas pueden ser herramientas poderosas para impulsar un cambio social positivo.
A continuación se enumeran las principales iniciativas en 2023.

Fernet-Branca 'Campaña mensual esponsable'	**En el "Mes del Consumo Responsable", Fernet-Branca abraza su rol de marca trascendente en la cultura argentina para transmitir un mensaje de consumo responsable, reafirmando nuestro compromiso y responsabilidad con la comunidad. A través de la creación de contenidos educativos, facilitados por un equipo de influencers, pretendemos transmitir un mensaje creíble y auténtico, distanciándonos de la mera publicidad.**
Experiencias de marca: Garantizar controles y medidas responsables	**Se mantuvieron controles estrictos para prohibir la degustación a los menores de 18 años en todos los eventos de la Experiencia de Marca. Se aplicaron medidas de comunicación claras en los stands y se formó al personal para garantizar el estricto cumplimiento de estas normas.**
Etiquetas de los productos: Mejores advertencias legales en las etiquetas de los productos	**El compromiso con el consumo responsable se demostró no sólo mediante la inclusión de las advertencias legales esenciales, sino también a través de mensajes en las contraetiquetas que desaconsejaban el consumo de bebidas alcohólicas a las mujeres embarazadas y a los conductores.**
Comunicación: Inclusión de anuncios #MenoresNiUnaGota	**Para amplificar la campaña "Menores Ni Una Gota" (FADA), se integró el hashtag #MenoresNiUnaGota en los anuncios televisivos, impresos y vallas publicitarias, junto a las advertencias legales obligatorias.**
Arte Único: Asociación con la Fundación Anden	**En colaboración con la Fundación Anden, se ha integrado una perspectiva social más profunda en el concurso "Arte Único", con el objetivo de crear oportunidades para las comunidades más vulnerables a través del arte. El Grupo Branca cree firmemente que el arte, al ser parte integrante de su patrimonio y de su ADN, es una herramienta poderosa y creativa que puede inspirar el desarrollo personal.**
Arte Único: Acuerdo con la ONG "Publicitarias"	**En el contexto del concurso Arte Único, una colaboración con la asociación y fundación "Publicitarias" garantizó un acto de lanzamiento y una comunicación continua a lo largo de la campaña para promover la diversidad y las perspectivas de género.**
Academia Branca: Taller sobre consumo responsable	**La comunidad local y regional de barmans es crucial para el desarrollo de la cartera de productos de Fratelli Branca Destilerías S.A.. Reconociendo la importancia de este papel en la industria de las bebidas alcohólicas, en 2019 se creó el programa de fidelización "Familia Branca", que incluye a los bartenders más respetados y reconocidos. Esta iniciativa está diseñada para promover la colaboración, la innovación y la excelencia en la industria.**

Academia Branca: Aprobación de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE)	En el marco del programa Branca Academy, se inició una colaboración con la prestigiosa universidad argentina UADE. Nuestros embajadores de marca impartieron clases magistrales para estudiantes en los campos de la gastronomía y la ingeniería alimentaria. Además, se organizaron talleres especiales y visitas a destilerías para los estudiantes con mejores resultados académicos. Parte de este programa incluyó una clase específica sobre consumo responsable, centrada en la educación de adultos y la promoción de hábitos correctos de consumo de alcohol.
Academia Branca: acuerdo ONG con la 'Fundación Pescar	Además, Fratelli Branca Destilerías S.A. continuó su evolución colaborando con la Fundación Pescar para apoyar a los jóvenes con bajos ingresos. Gracias a esta asociación, se proporcionaron herramientas de formación esenciales para facilitar la integración de estos jóvenes en el mercado laboral. Como parte de este compromiso, se concedieron 50 becas a jóvenes adultos asociados a la ONG para el curso inaugural del programa de camareros Famiglia Branca, "Academia Branca". Esta iniciativa pretende capacitar y elevar a la generación más joven, ofreciéndoles un camino hacia un futuro más prometedor.
Academia Branca: Acuerdo "Digitalizadas"	En colaboración con Digitalizadas, una organización dedicada a empoderar a las mujeres empresarias, se diseñó específicamente para sus miembros femeninos un curso de formación exclusivo de la Academia Branca. Esta asociación refleja el compromiso de la empresa con la promoción y el éxito de las mujeres en los negocios. Además, Fratelli Branca Destilerías S.A. participó activamente en el evento Digitalizadas Day, que reunió a más de 500 mujeres empresarias, demostrando así su apoyo a sus iniciativas. Este compromiso subraya los continuos esfuerzos de la empresa por apoyar la igualdad de género y la diversidad en los negocios.
Lanzamiento de Blue Spirit en Argentina: celebrando la "Buena Vida" y promoviendo la filosofía de las Zonas Azules	El lanzamiento de la nueva ginebra Spirito Blu en Argentina no sólo introdujo en el mercado una bebida espirituosa de alta calidad, sino que también tuvo un impacto positivo en la comunidad, gracias a la filosofía de "La Buona Vita". Esta filosofía, inspirada en los valores italianos de celebración y comunidad, ha dado lugar a iniciativas que promueven el bienestar dentro de la industria.
Campaña de la Semana de Carpano	La Semana del Carpano se ha convertido en un acontecimiento cultural de gran relevancia para Argentina. Ayudó a revalorizar la categoría del vermut, destacando la importancia de la mixología argentina y promoviendo el vermut como bebida cultural de bajo contenido alcohólico. Además, creó espacios de encuentro y socialización.
Campaña 'Noche interminable' de Sernova Vodka	La campaña 'La noche interminable' de Sernova Vodka, lanzada en 2021 y 2022 para celebrar el solsticio de invierno en Ushuaia, ha tenido un impacto significativo en el turismo de la ciudad. Combinando experiencias únicas, fiestas inolvidables y la belleza natural de la "Noche más larga del mundo", esta iniciativa ha atraído a nuevos visitantes y ha contribuido a posicionar Ushuaia como un destino turístico fascinante, ideal para vivir una noche extraordinaria dirigida a un público joven-adulto.

Fratelli Branca Destilerías S.A. es un miembro clave de FADA, la Federación Argentina de la Industria de la Destilación. Esta federación representa y une a los destiladores y productores de licores de Argentina, defendiendo sus intereses y trabajando en colaboración para el desarrollo del sector. FADA está comprometida con la defensa de los derechos y regulaciones relativos a la producción y comercialización de bebidas destiladas, así como con la promoción de estándares de calidad y prácticas sostenibles.

La FADA ha llevado a cabo numerosas campañas a favor del consumo responsable de alcohol, entre ellas: 'Menores, ni una gota', 'Toma el control', 'Derriba mitos', 'Juntos mejor' y 'El ajuste correcto'. Estas campañas se amplificaron a través de plataformas de medios sociales y publicidad específica para aumentar su visibilidad.

En el marco de la campaña "Menores, ni una gota", en colaboración con la Fundación Padres, se contactó con 500 escuelas, llegando a unas 80.000 personas. Se organizaron 45 talleres para padres, profesores y alumnos, con unos 3.600 participantes. Se utilizaron programas de radio con una audiencia de 70.000 oyentes para amplificar la iniciativa, y la actividad contó con el apoyo de periodistas y organizaciones gubernamentales.

Branca Brothers Destilerías S.A. en apoyo de las 'Campañas Responsables de FADA'

Fratelli Branca Destilerías S.A. ha emprendido una serie de iniciativas significativas para promover el consumo responsable y apoyar a la comunidad. La campaña 'Fernet Tranka' llegó a más de **14 millones de personas en Argentina**, reforzando el mensaje contra el consumo por menores y utilizando pictogramas de prohibición en los productos. En colaboración con la Fundación Anden, la empresa ofreció oportunidades artísticas a sectores de bajos ingresos a través del concurso 'Arte Único', promoviendo la inclusión y el desarrollo personal.

Fratelli Branca Destilerías S.A. también colaboró con Publicitarias para garantizar una representación y participación inclusivas en el concurso "Arte Único", apoyando **la diversidad y la igualdad de género**. En cuanto a la formación, organizó talleres y cursos para educar a más de **480 camareros** en prácticas de consumo responsable y sostenible, con la participación de expertos del sector.

Con Accademia Branca, la empresa extendió sus mensajes de responsabilidad a estudiantes universitarios y jóvenes en situación económica vulnerable, ofreciéndoles oportunidades educativas. Trabajando con Digitalizadas, Fratelli Branca Destilerías S.A. apoyó **a las mujeres empresarias**, contribuyendo a un entorno empresarial más equitativo.

El lanzamiento de Blue Spirit en Argentina promovió los valores de Blue Zones9, abogando por el bienestar y las prácticas sostenibles. La Semana del Vermut de Carpano revitalizó la cultura del vermut, atrayendo a turistas gastronómicos y creando nuevas oportunidades en el sector de la hostelería. Por último, la campaña "Never Ending Night" de Sernova Vodka **aumentó el atractivo turístico** de Ushuaia para un público joven-adulto, convirtiendo la ciudad en un destino único.

[9] Término acuñado por el demógrafo Michel Poulain. En la década de 2000 introdujo el concepto de "zona azul" vinculado a poblaciones con una longevidad excepcionalmente alta.

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es una prioridad máxima para el Grupo Branca, que se compromete a mantener unos niveles de calidad elevados y constantes. La empresa presta especial atención a las consultas, informes y quejas de los clientes/consumidores, proporcionándoles respuestas adecuadas. La satisfacción **del consumidor final** y la implicación **de la comunidad de barmans** son elementos clave para distinguir las marcas de la cartera Branca de las de la competencia y establecer relaciones privilegiadas con las partes interesadas.

Para mantener un diálogo constructivo, el Grupo Branca ofrece **canales de comunicación directos, inmediatos y de fácil acceso**, como soluciones web, correo electrónico y visitas a las plantas. Además, para implicar activamente a clientes y comunidades, las empresas desarrollan actividades de comunicación basadas en la transparencia y la relevancia de los contenidos, destacando las características únicas de las marcas y los vínculos con sus comunidades.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

El Grupo Branca ha puesto en marcha un procedimiento interno de gestión de reclamaciones, conforme a la norma **ISO 22000:2018**, para recoger los informes de los clientes procedentes de diferentes canales, como la página web, las llamadas telefónicas y los informes internos. El objetivo es gestionar las solicitudes de forma constructiva para mejorar continuamente la satisfacción del cliente. Paralelamente, la empresa alimenta un diálogo constante con los consumidores a través de los canales sociales de su marca, fomentando los comentarios directos y espontáneos.

Durante 2023, la empresa puso en marcha varias iniciativas de comunicación destinadas a consolidar un vínculo relacional con sus consumidores y a implicarlos activamente.

La empresa participó en **la Mixology Experience International Bar & Beverage Trade Show 2023**, celebrada en **Milán**. La feria, dedicada al mundo de la mixología, contó con la presencia de las marcas más reconocidas del sector, entre ellas las del Grupo Branca, que ofrecieron a los participantes la posibilidad de degustar los productos icónicos y sus variaciones en diferentes cócteles. Para la ocasión, la empresa creó un impresionante stand trayendo a la feria la histórica furgoneta Branca que funciona como un auténtico bar y fue una interesante atracción para todos los invitados.

Durante el evento también se celebró la primera prueba milanesa de los **Juegos BarBack**. Se trata de un juego-evento épico abierto al público y dedicado a quienes trabajan duro cada noche detrás de la barra para preparar cócteles impecables: los 'barbacks'. Los 'barbacks', también conocidos como corredores, desempeñan un papel clave en los locales nocturnos. Su trabajo consiste en apoyar a los camareros para que desempeñen su función lo mejor posible, ocupándose de tareas menos visibles pero fundamentales, como gestionar el suministro de hielo y alcohol y mantener la barra ordenada en todo momento. El objetivo del juego es demostrar la centralidad de esta figura para el funcionamiento del bar y el éxito de las veladas a través de una serie de retos físicos, de resistencia pero también de competencia, velocidad y versatilidad a los que se enfrentan los barmans para ganar el título de "Héroe de la Noche" de Italia 2023.

En el transcurso de las dos veladas, el Grupo Branca estuvo presente con su propio stand y un programa de bartending invitado . Además, la empresa participó como socio principal en el evento "**Torino Cockatil Week**". Una semana de la mezcla en Turín a la que asistieron más de 15.000 personas entre participantes en eventos, clases magistrales,

experiencias y talleres. La empresa contribuyó a difundir la experimentación y la calidad de sus productos, así como una cultura de consumo consciente y responsable, a través de su colaboración con locales de alto nivel.

Febrero fue el mes de **Beer&Food Attraction**, un evento organizado por Italgrob. El único evento de este tipo que presenta la oferta más completa de cervezas, bebidas, alimentos y tendencias para el sector Out Of Home mundial, todo en un solo evento. La presencia de la empresa se materializó en una completa presentación de los productos Branca y, por primera vez, en el COCKTAIL LAB, un momento para la educación y la formación en la preparación de cócteles de alto nivel.

Numerosas campañas de comunicación están en el aire para 2023, empezando por Fernet-Branca, que consolida su posición de Top Investor en el mundo de la comunicación con la histórica campaña "Código" que relata la importante herencia de la marca, confirmada década tras década.

No obstante, para dar a conocer sus productos a los consumidores, la empresa lanzó una campaña de televisión en la que Borghetti era el patrocinador oficial de las reuniones con amigos, y otra para celebrar el hecho de que la Grappa Candolini es la grappa número 1 en ventas en el consumo doméstico, a través del posicionamiento histórico del producto "es lo que parece". Pero la gran novedad 2023 fue el lanzamiento de la nueva campaña de comunicación y plataforma de posicionamiento de la marca Brancamenta. El nuevo spot de Brancamenta inaugura un nuevo rumbo para la marca Fratelli Branca Distillerie S.p.A. Se trata de una historia que comienza con algunas imágenes icónicas de la marca, en torno a las cuales se desarrolla un storytelling centrado en el sabor y las sensaciones que proporciona el producto. "¿Sientes la emoción?" es la pregunta que acompañy las diversas actividades de la marca a lo largo del verano. Con esta nueva campaña, queremos transmitir la autenticity y genuinidad de Brancamenta, nuestro amargo refrescante que quita la sed perfecto para el verano y rey indiscutible de las bebidas heladas. Una campaña que pretende mostrar el carácter distintivo de Brancamenta que despierta los sentidos y, al mismo tiempo, acerca a los consumidores en busca de una bebida fresca y versátil.

El verano Brancamenta vio llegar a las mejores playas de Versilia y Apulia una gira de fiestas dedicadas al verano y a estar juntos. Treinta y dos locales participaron en dos meses para dar vida a la emoción del placer que sólo el helado Brancamenta puede ofrecer.

También recorrió Italia la primera gira de Antica Formula dedicada tanto a la comunidad de barmans como al consumidor final. "La Formula dell'Eccellenza", la gira multicopa de Antica Formula por los locales más cool de Italia, incluyó un completo calendario de experiencias para profesionales, desde clases magistrales dedicadas hasta catas guiadas para los amantes del vermut.

Las citas reservadas a los profesionales del comercio y la industria corrieron a cargo de dos invitados de la mixología italiana: "El Maestro" Salvatore Calabrese, barman y empresario de varios bares prestigiosos, y Fabio Bacchi, barman, gerente, formador, redactor jefe de la revista BarTales y cofundador de Roma Bar Show.

Las veladas abiertas al público incluyeron una degustación de Fórmula Antica con maridaje ad hoc y una exclusiva carta de bebidas firmada por un invitado de excepción: Bruno Vanzan, barman de éxito y empresario.

Además de las mencionadas, las iniciativas de marketing incluyen:

- **Pack especial Fernet-Branca: para la Navidad de 2023, de hecho, viene con una nueva botella y un vaso de coleccionista en un revival super pop del cartel publicitario de los años 20 protagonizado por un cocodrilo. Cuenta la leyenda que el icónico personaje ha comido demasiado, pero en lugar de llorar sus lágrimas aparece alegre y boyante, luciendo una botella de Fernet-Branca, un remedio impecable para hacer la digestión lo mejor posible y continuar las fiestas sin agobios en el estómago. Con su receta mezcla de 27 hierbas, se convierte en el regalo perfecto para poner bajo el árbol y en el remedio ideal para sobrevivir a las borracheras.**
- **Pack especial Stravecchio: para honrar a los compradores de Stravecchio con una copa icónica perfecta para apreciar todos los aromas y matices del brandy italiano por excelencia.**
- **Brancamenta Special Pack: un homenaje dedicado a los compradores de Brancamenta, que incluye el icónico "ICE GLASS", un vaso con un gráfico de efecto hielo. Este diseño subraya la forma ideal de consumir Brancamenta, servido rigurosamente frío.**
- **Borghetti: una copa perfecta para saborear todo el sabor intenso y envolvente de Borghetti, el auténtico licor expreso de aroma inconfundible. Tantos regalos "perfectos" gracias a "Borghetti".**

Nuestros canales sociales están siempre activos, lo que permite a las marcas establecer una relación y una participación directas con la comunidad. Además, los canales sociales de las marcas fueron el principal medio de difusión de las actividades realizadas.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

En lo que respecta a la empresa argentina, se ha producido una importante **ampliación de los canales de comunicación con los consumidores**, lo que también ha redundado en una mejora de la calidad de los productos entregados a los clientes (en las fases de almacenamiento y distribución). En particular, a través del SAC (Servicio de Atención al Consumidor, que cubre todo el territorio nacional), la empresa puede responder a cualquier pregunta o reclamación en el mismo día y tomar las medidas necesarias para resolver cualquier malentendido, poniéndose en contacto telefónico con los consumidores.

Gracias a estos canales, la empresa ha podido establecer **un diálogo constructivo con los consumidores** que ha influido positivamente en el desarrollo d**e nuevos productos**. De hecho, gracias a las numerosas **encuestas y pruebas** realizadas en todo el país, fue posible incorporar sugerencias y realizar mejoras o cambios en la formulación de los productos, lo que en última instancia condujo a una recepción más amplia y positiva de estos productos por parte de las comunidades de consumidores finales. En particular, de las encuestas realizadas a los consumidores se desprende que las mejoras en el envasado de los productos fueron muy apreciadas. Además de mantener un diálogo constructivo con ellos, la Compañía involucra a los consumidores apoyando los eventos culturales más relevantes del país. En particular, en 2023 Fratelli Branca Destilerías S.A. participó en las siguientes iniciativas:

Patrocinio de eventos musicales, entre ellos: 'Cosquín Rock', el festival nacional de música más importante de Argentina al que asisten 120.000 personas en 2 días, como patrocinador principal; 'Lollapalooza', un festival de música que se organiza anualmente y que en 2023 contó con 300.000 visitantes en 3 días; 'Jesús María', un evento de música folclórica al que asisten 200.000 personas y sus familias.

Patrocinio de **iniciativas deportivas y culturales**, entre ellas: el patrocinio de los campeonatos de fútbol amateur masculino y femenino que disfrutaron más de 55.000 jóvenes en 2023, y el patrocinio de la Batalla de Rap entre los mejores freestylers nacionales e internacionales (un fenómeno seguido por millones de fans, principalmente Gen Z y Millenials). El evento fue organizado por la Free Style Master Series (FMS), la única liga profesional de Free Style del mundo que ha convertido las batallas de rap en un deporte, una disciplina y una competición.

Además, la Compañía **organiza eventos y promueve** campañas **televisivas** y **sociales** destinadas a crear un clima de sana diversión, promoviendo los valores que sustentan la marca. Entre ellas se incluye la campaña social que la Empresa publica anualmente en el Día del Amigo, una fecha importante para Fernet-Branca, entre cuyos valores de marca figura la amistad como uno de sus pilares más arraigados. Con el objetivo de llegar incluso a los clientes más jóvenes, la campaña social muestra a Fernet-Branca como un miembro más del siempre presente grupo de amigos.
Este fue el año de la inteligencia artificial. En esta línea, también se desarrolló una campaña llamada "**Armadores**" para apoyar a los barmans y a los consumidores finales en la preparación del Fernet-Branca.
Además, para apoyar los sentimientos de empatía y cercanía, la empresa realizó por primera vez una amplia campaña para el **Día del Consumo Responsable**, en la que, junto con sus Embajadores de Marca y los influencers de Fernet-Branca, difundió mensajes de moderación y concienciación, instando a los consumidores a consumir bebidas alcohólicas de forma responsable.
Para honrar sus raíces y su herencia, Fernet-Branca presentó una actualización de su campaña "**ÚNICA**", lanzada en 2022. Esta vez, el concepto creativo ahondó en los valores que representan los ingredientes principales de la fórmula secreta. Con altos niveles de producción cinematográfica, las piezas consiguieron representar visual y emocionalmente lo que implica la selección y el cultivo del azafrán, el hongo agárico y la mirra, entre otros componentes. El mensaje también se reforzó mediante la presencia de personas influyentes, prensa, publicidad digital, publicidad no tradicional y puntos de venta. Además, se reintrodujo el concurso "Branca abre las puertas", que invitaba a los consumidores a visitar la destilería. Los resultados de estas iniciativas publicitarias volvieron a marcar un récord en la historia de la marca.
En marzo, volvió a celebrarse la '**Semana Vermuth**'. Esta vez, extendiéndola más allá de Buenos Aires y fomentando la creación de nuevos 'Distritos Carpano' (barrios Vemutero patrocinados por la marca). En cualquier caso, fueron siete días ininterrumpidos de fiesta en varios bares de Buenos Aires con actuaciones musicales en directo, juegos y tapas acompañadas, por supuesto, de Vermut Carpano. Todo ello fue fuertemente promocionado en redes sociales y medios de comunicación a través de Branded Content.
Por último, la empresa volvió a crear **"La noche interminable"**, una campaña televisiva y digital destinada a describir el carácter innovador y divertido de la marca Sernova, que conoce lo mejor de la noche. Buscando apropiarse de la "noche más larga del mundo", que tiene lugar cada año el 21 de junio en Ushuaia, la empresa se centró en gran medida en los medios de comunicación, dentro y fuera del comercio. Un grupo de celebridades y personas influyentes vivieron una experiencia única, a partir de la cual se produjeron contenidos para difundir en los medios orientados al público objetivo juvenil. Como parte del mismo concepto, se organizaron fiestas por todo el país, en las que el público pudo experimentar la misma sensación y compartirla con su grupo.
Para concluir el año, en noviembre se **lanzó Gin Spirito Blu**, una nueva marca de empresa inspirada en Cerdeña, la primera Zona Blu del mundo. Los dos últimos meses del año se centraron en la distribución del producto, pero también comenzaron las presentaciones a los clientes, la fuerza de ventas y la prensa, para las que se crearon experiencias digitales inmersivas en la costa italiana, con el fin de transmitir la singularidad de una propuesta que desafía los paradigmas en todos los sentidos.

ACTIVIDADES ORGANIZADAS EN EL RESTO DEL MUNDO

En 2023, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. consolidó su presencia mundial con una serie de actividades estratégicas en mercados clave y promocionando las marcas a través de eventos e iniciativas de gran impacto.

Para celebrar y continuar el éxito de las monedas Fernet-Branca, se crearon e introdujeron monedas especiales para cada uno de los siguientes países: Dinamarca, España, México, Reino Unido, Alemania, Suecia y Suiza. Estas monedas no sólo reflejan la rica diversidad cultural y las tradiciones locales, sino que también sirvieron como símbolo tangible de la profunda conexión entre la marca y cada mercado, apoyando y promocionando Fernet-Branca con un toque personalizado y distintivo.

En **Alemania**, Fernet-Branca regresó a la televisión con un anuncio basado en la campaña **La vida es amarga**, patrocinando uno de los programas de máxima audiencia. Este regreso reforzó la presencia de la marca en un contexto de gran visibilidad, enfatizando el mensaje icónico de la campaña con una audiencia amplia y relevante.

Los Juegos de Barbacoa, un acontecimiento anual de gran éxito, contaron con una entusiasta participación en **Dinamarca**, **México**, **Reino Unido** y **Suecia**. Estos torneos mostraron el talento y la creatividad de los mejores barbacks de sus respectivos países, proporcionando una plataforma para competir y celebrarse mutuamente. Cada evento se vio reforzado por una fuerte presencia en los medios de comunicación y una estrategia en las redes sociales, que amplificaron la visibilidad y el impacto de la iniciativa. Además, Global Export lanzó los primeros **Juegos de Invierno Brancamenta**, un evento innovador que tuvo lugar en **Polonia**, **Noruega** y **Suecia**. Estos eventos celebraron la estación invernal con una mezcla de actividades atractivas, reforzando el posicionamiento de la marca como protagonista de momentos de convivencia.

2023 fue también un año de festivales memorables, con **CopenHell** marcando un hito importante como primer festival patrocinado por Branca Global Export. Este patrocinio representó un paso significativo en nuestra estrategia de marketing, ampliando nuestra visibilidad en el sector musical y cultural y creando nuevas oportunidades para conectar con un público amplio y diverso.

Además, el Grupo Branca participó en ferias de alto nivel, como la **TFWA de Cannes** y el **Bar Convent de Berlín**. Estos eventos han sido oportunidades cruciales para interactuar con los profesionales del sector y reforzar nuestra red de **12 embajadores de marca**, que no deja de crecer y ha desempeñado un papel clave en la promoción de la marca y sus valores.

Además, 2023 marcó el lanzamiento de la nueva campaña de **Antica Formula**, titulada **La Fórmula Perfecta**, que puso de relieve el papel protagonista de este producto de la familia Carpano. La división de Exportación Global centró sus esfuerzos en esta campaña para realzar la Fórmula Antica, la joya de la corona de la familia Carpano, destacando su elegancia, calidad artesanal y tradición histórica. A través de una estrategia de comunicación sofisticada y específica, La Fórmula Perfecta reafirmó la posición de Antica Formula como símbolo de excelencia en el mundo de los vermuts.

El vínculo histórico entre el Grupo Branca y la comunidad de barmans

En el pasado, los camareros solían beber un vaso de Fernet-Branca cuando cambiaban de turno; esta costumbre se conoció como el "apretón de manos del camarero". Estando naturalmente cerca de la comunidad de camareros, el Grupo Branca aprovechó la oportunidad para materializar este ritual creando una moneda para celebrar este preciso momento. Desde entonces, el ritual se ha extendido a todos los bares; así, cuando un barman visita otro bar y muestra una moneda Fernet-Branca a un colega detrás de la barra, se le ofrece un chupito de Fernet gratis, a menos que se le presente otra moneda como respuesta, y se produce el 'apretón de manos del barman' para celebrar su pertenencia conjunta al Grupo Branca.

Las monedas Fernet-Branca se han convertido rápidamente en un símbolo de pertenencia a la comunidad de barmans. Han atravesado océanos y continentes hasta llegar a los rincones más recónditos del mundo. Representan no sólo un logro momentáneo sino un auténtico objeto de coleccionista, celosamente guardado como símbolo de estatus y privilegio. En ellos resplandece el sentido de pertenencia mutua y el deseo de ser grandes protagonistas de la familia Fernet-Branca. En nombre de estos valores, la comunidad más apasionada de barmans colecciona, intercambia y solicita desde hace años las monedas Fernet-Branca, que se fabrican incansablemente en Edición Limitada desde 2013.

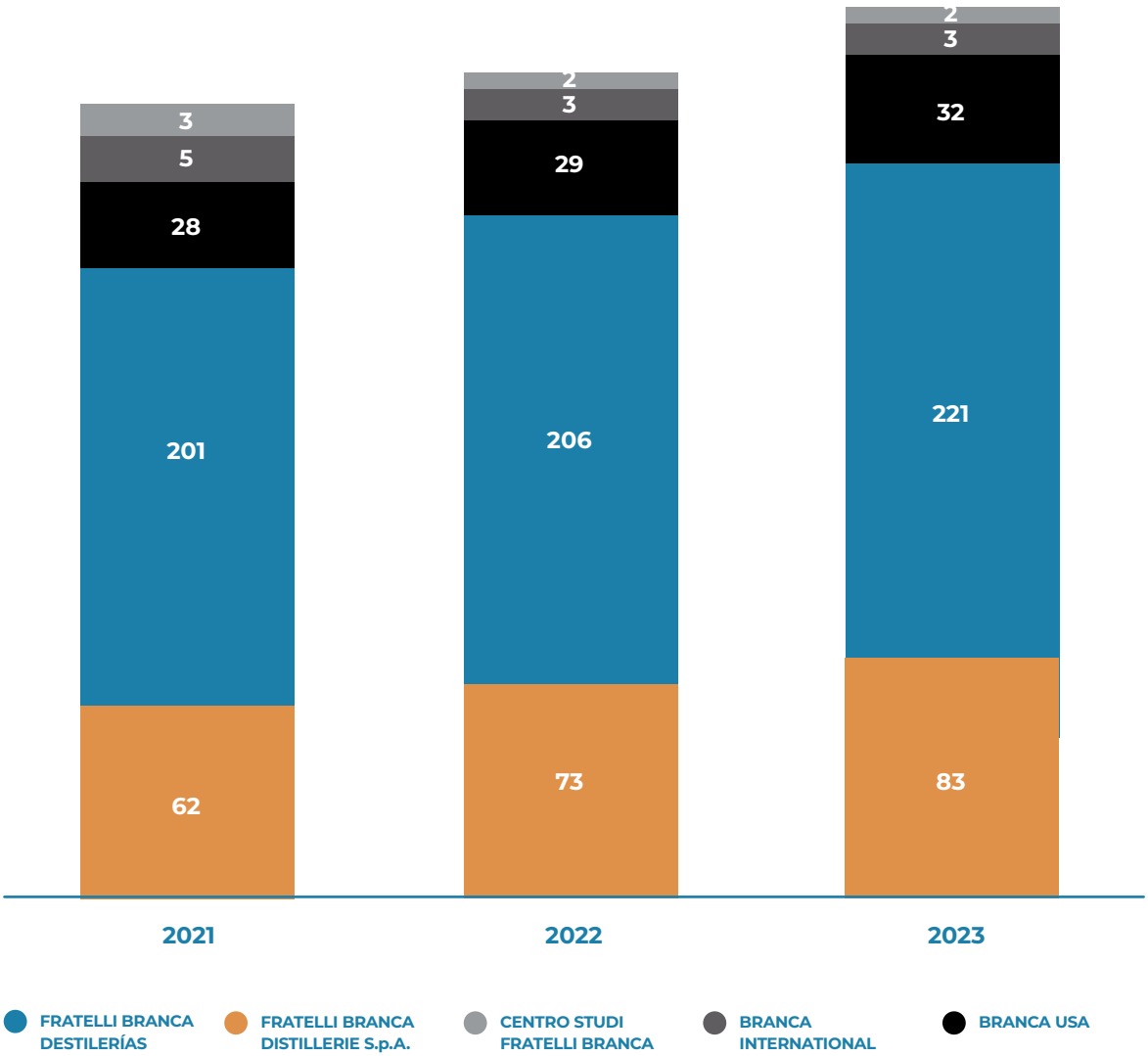
Personas y comunidades

Para el Grupo Branca, la valoración de las personas y la construcción de un entorno de trabajo basado en la escucha, el diálogo y la transparencia son los pilares fundamentales de la gestión empresarial, en línea con los principios de la Economía de la Conciencia. Considerando a las personas como un fin y no como un medio, la empresa se compromete a crear un contexto positivo y cohesionado, fomentando el éxito organizativo mediante la aplicación de los principios de la meritocracia colaborativa.

Perfil del empleado Grupo Branca

A 31 de diciembre de 2023, el Grupo Branca contaba con un total de 341 empleados, lo que supone un aumento del 7% con respecto al año anterior. El 99% de la plantilla está formada por empleados con contratos indefinidos a tiempo completo, lo que da fe de la estabilidad laboral que ofrece la empresa.

CONSOLIDADO EVOLUCIÓN DE LA PLANTILLA DURANTE EL TRIENIO POR EMPRESA (HEADCOUNT)



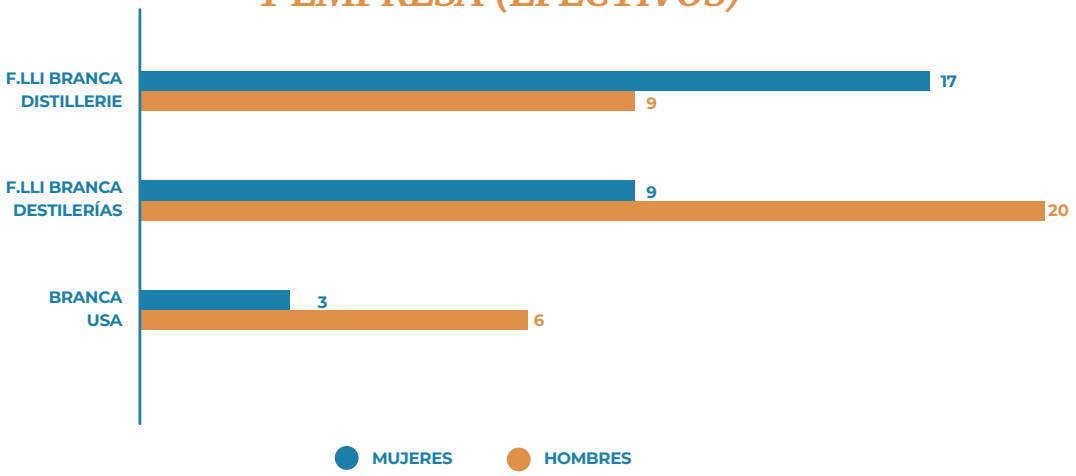
Además de los empleados, el Grupo Branca también cuenta con 21 becarios y trabajadores temporales en 2023 (23 en 2022).

Nombramientos y ceses[10]

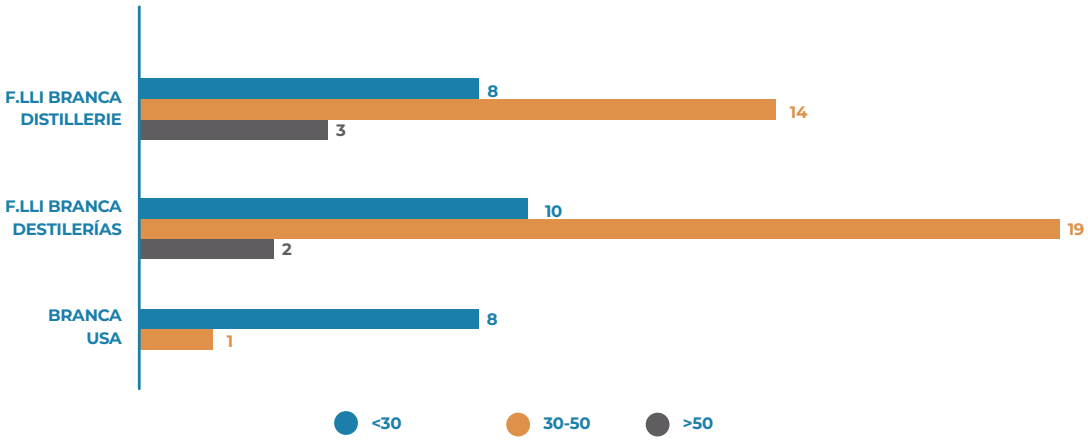
A diferencia del año pasado, en el actual se ha producido un **aumento del número de contrataciones**, hasta 64, frente a las 60 de 2022. La composición de la nueva plantilla muestra continuidad respecto a la paridad de género, con un 46% representado por mujeres y un predominio del grupo de edad de 30 a 50 años (52%). Cabe destacar el aumento de la contratación de jóvenes talentos menores de 30 años, que representan el 40% del total de nuevas contrataciones, lo que supone un incremento de 9 con respecto al año anterior.

[10] El número de altas y bajas y el cálculo de los índices de rotación no tuvieron en cuenta las rescisiones de contrato de los empleados de Branca International que se incorporaron a F.lli Branca Distillerie. Las posibles diferencias en el balance entre los empleados que entraron y salieron y los vigentes durante el año pueden depender de los empleados con contratos rescindidos y de la forma en que se extraen los datos del sistema.

CONTRATACIÓN EN 2023 POR SEXO Y EMPRESA (EFECTIVOS)



CONTRATACIÓN EN 2023 POR EDAD Y EMPRESA (EFECTIVOS)



En línea con las políticas de contratación de la empresa, la **tasa de rotación entrante** del Grupo Branca se mantuvo estable en 2023, en el 19% de la plantilla total. Al mismo tiempo, se produjo un ligero descenso en la rotación saliente, que pasó del 16% en 2022 al 11% este año.

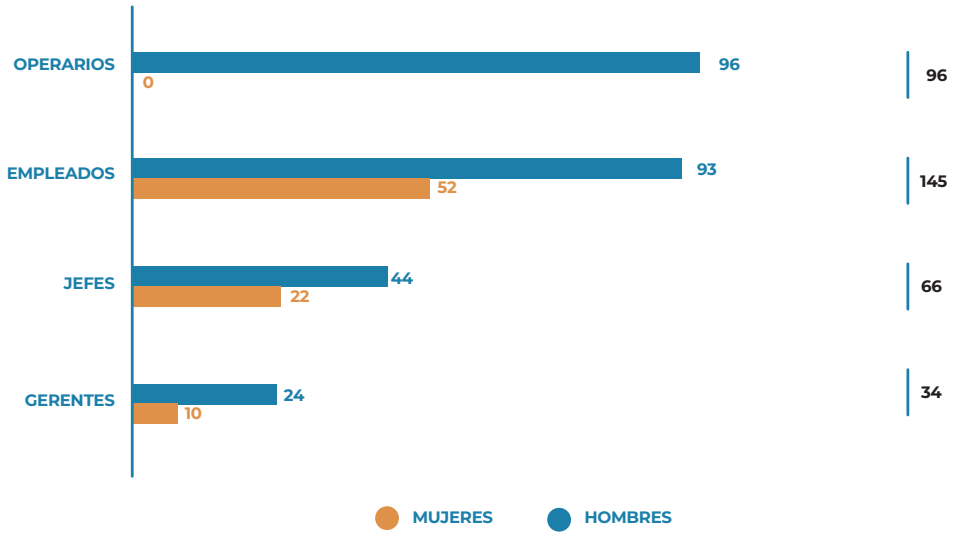
Diversidad e inclusión en el entorno laboral

El Grupo Branca reconoce el papel fundamental de las personas en todos los niveles organizativos, considerándolas activos estratégicos para la consecución de los objetivos corporativos. La empresa está comprometida con la mejora y el desarrollo de las competencias de su capital humano. Gracias a su presencia en numerosos países y a la diversidad cultural de sus recursos, el Grupo Branca se beneficia de un enriquecimiento mutuo que favorece su crecimiento y desarrollo.

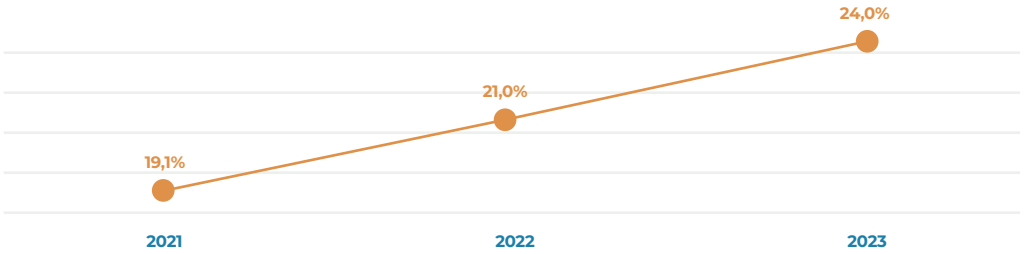
Todo el Grupo Branca adopta un único Código Ético que promueve los valores de la inclusión, los derechos humanos, la igualdad de oportunidades y la no violencia. Reconociendo el papel central de las personas en la consecución de los objetivos de la empresa, el Grupo Branca se compromete a potenciar su capital humano, garantizando la igualdad de oportunidades a todos los empleados en todas las etapas de su relación laboral. Las políticas de la empresa, desde la selección de personal hasta la gestión de la carrera profesional, están diseñadas para evitar cualquier forma de discriminación.

El Grupo Branca alcanzó un nuevo hito en la promoción de la diversidad de género: **las mujeres representan ahora el 24%** del total de la plantilla, lo que supone un aumento significativo respecto al año anterior.

CONSOLIDADO NÚMERO DE EMPLEADOS POR SEXO Y CATEGORÍA PROFESIONAL (EFECTIVOS)

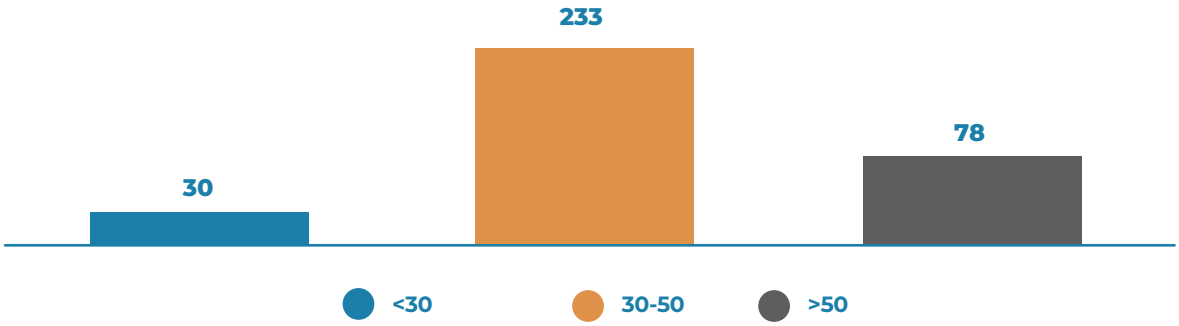


CONSOLIDADO
TENDENCIA DE CRECIMIENTO DE LA PRESENCIA DE MUJERES EN EL PERSONAL TOTAL (%)



En cuanto a la edad de los empleados, en línea con el año anterior, el grupo de edad más numeroso del Grupo Branca en 2023 es el comprendido entre los 30 y los 50 años (233 recursos, es decir, el 68% de la plantilla total). Los porcentajes de empleados menores de 30 años y mayores de 50 son del 8,9% (+0,9% respecto a 2022) y del 22,6%, respectivamente.

CONSOLIDADO
PROPORCIÓN DE EMPLEADOS POR GRUPO DE EDAD EN 2023 (EFECTIVOS)



REMUNERACIÓN

El Grupo Branca adopta una **política de remuneración** destinada a incentivar y retener a los empleados con las competencias necesarias[10] [11] [12]. Las empresas del Grupo Branca realizan un seguimiento constante de la brecha salarial entre hombres y mujeres , es decir, de la diferencia salarial entre ambos sexos, analizando tanto el salario base como la remuneración total de los empleados masculinos y femeninos. Para un examen más profundo de los métodos de cálculo y de los datos, consulte las secciones específicas.

En referencia a Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerías S.A. y Branca USA, si consideramos el salario base percibido de media por las trabajadoras en comparación con el salario base medio de los hombres pertenecientes a la misma categoría de empleados, no existe ninguna brecha tanto para los ejecutivos como para los mandos intermedios, mientras que hay una brecha máxima del 4% para los empleados de cuello blanco. Del mismo modo, si consideramos el salario medio percibido por las trabajadoras en comparación con el salario medio de los hombres pertenecientes a la misma categoría de asalariados, la brecha en el nivel salarial de las mujeres con respecto al de los hombres es nula para los ejecutivos y los mandos intermedios y se sitúa en torno al 3% para los oficinistas.

[11] Para más detalles cualitativos y cuantitativos, consulte las secciones: "Metodologías de cálculo" y "Cuadros de rendimiento".

[12] El salario base se define como la cantidad mínima fija que se paga a un empleado por realizar las tareas que le han sido asignadas, excluyendo cualquier remuneración adicional como el pago de horas extraordinarias o primas.

[13] La remuneración total, por su parte, incluye tanto el salario base como los importes adicionales, como los basados en los años de servicio, las bonificaciones en metálico y las participaciones (acciones y participaciones), los beneficios, las horas extraordinarias, el tiempo adeudado y cualquier asignación adicional, incluidos los gastos de viaje, manutención y alojamiento y las contribuciones para el cuidado de los hijos.

Relaciones laborales

El Grupo Branca ha establecido un diálogo constructivo con los representantes sindicales con el fin de satisfacer las necesidades de todas las partes interesadas. En 2023, todos los empleados de las empresas italianas del Grupo Branca (Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Centro Studi Fratelli Branca S.r.l. y Branca International S.p.A) fueron contratados de conformidad con los convenios colectivos nacionales pertinentes. [14]En cuanto a Fratelli Branca Destilerías S.A., cabe señalar que el 44,8% de los empleados están cubiertos por acuerdos sindicales.

[14] El indicador no es aplicable para Branca USA.

Desarrollo del capital humano y formación

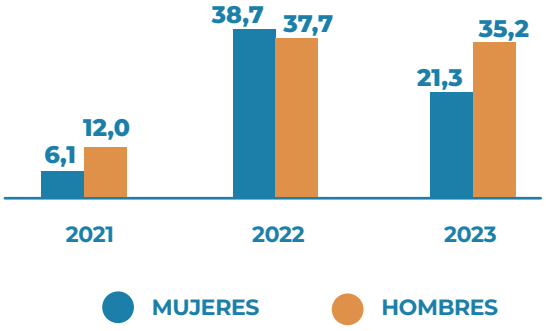
El Grupo Branca considera la formación un pilar fundamental para el desarrollo profesional de sus empleados y el logro de la excelencia operativa en la industria.

El Grupo Branca promueve activamente el desarrollo profesional de sus empleados a través de diversas iniciativas, entre las que se incluyen la evaluación de las habilidades directivas, la formación individualizada y los itinerarios de competencias, los planes de desarrollo personalizados y las políticas de remuneración competitivas. Con el fin de mejorar el potencial de cada empleado, se han implementado o planificado programas de formación específicos en todas las sedes de la empresa.

Como puede observarse en el siguiente gráfico, durante 2023 se produjo un aumento significativo del número de horas de formación impartidas a todas las categorías de empleados con el fin de estimular su crecimiento profesional y personal, con el objetivo de mejorar sus habilidades y competencias. [15]Las empresas del Grupo Branca impartieron un total de 10.832 horas de formación a los empleados (lo que corresponde a una media de 31,4 horas en total). En concreto, se dedicaron 403 horas a directivos, 1.821 horas a mandos intermedios, 3.771 a oficinistas y 4.837 a operarios.

[15] El número medio de horas de formación por empleado viene dado por la relación entre el número total de horas de formación impartidas a los empleados y el número total de empleados

HORAS PROMEDIO DE FORMACIÓN IMPARTIDAS DURANTE EL PERIODO DE TRES AÑOS (NÚMERO DE HORAS)



FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

En los últimos años, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha podido desarrollar un curso de formación centrado en la concienciación de las personas sobre su dimensión profesional, actual y prospectiva. Los cursos impartidos incluyen: Diversidad e Inclusión, Liderazgo Emocional, Desarrollo Directivo, Trabajo en Equipo y Mejora de la Cultura del Feedback han sido diseñados utilizando una metodología basada en la participación activa. Los distintos cursos impartidos proporcionan el marco teórico en el que las personas han podido desarrollarse -a través de ejercicios estructurados, juegos de rol y autocasos- que estimulan la comparación mutua y la reflexión sobre la experiencia de la que surge el verdadero aprendizaje. 2023 fue también un año en el que se redactó -en colaboración con una empresa de formación externa- la "Carta de Valores" de Fratelli Branca Distillerie S.p.A., en la que se definieron los valores clave de la empresa. Todos los departamentos y la alta dirección participaron en la definición y redacción de esta importante iniciativa. "Visión y Conciencia; Tradición e Innovación; Pertenencia y Responsabilidad; Colaboración e Interdependencia; Asertividad y Autenticidad" son los valores descritos para el Grupo Branca.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

La empresa argentina da a cada empleado la oportunidad de expresar su satisfacción con los cursos de formación recibidos y realizó una encuesta sobre la implicación de los empleados durante el año de referencia. A partir de los resultados, se elaboró un plan de acción para la mejora que se supervisa mensualmente. También con vistas a la mejora continua, la empresa está trabajando en un proyecto para digitalizar y construir un sistema de formación y seguimiento en una plataforma basada en la web con el fin de fomentar cada vez más la participación del mayor número posible de empleados.

BRANCA EE.UU

En 2023, Branca USA centró sus esfuerzos en redefinir su visión y crear un entorno de trabajo más estable mediante la formación y la implicación intensivas del personal. Al igual que las demás empresas del Grupo Branca, aunque en un número mucho menor atribuible al menor tamaño de la empresa, Branca USA también impartió formación a todos sus empleados.

EVALUACIÓN PERIÓDICA DEL RENDIMIENTO

Durante 2023, **Fratelli Branca Distillerie S.p.A.** continuó con sus actividades de evaluación del rendimiento, en las que participó toda la población directiva, casi todos los mandos intermedios y más de la mitad de los empleados. Este proceso también incluyó a los ejecutivos contratados por la **empresa matriz Branca International S.p.A.** Paralelamente, **Fratelli Branca Destilerías S.A.** evaluó el rendimiento de todos los empleados, una práctica iniciada en 2018 y consolidada en los años siguientes. En **Branca USA**, se prestó especial atención al establecimiento de objetivos individuales y de equipo y a la medición del rendimiento. Los indicadores clave de rendimiento (KPI) se han alineado con los objetivos corporativos a nivel nacional y regional, con un enfoque específico en aspectos como la distribución, la exposición de productos y el posicionamiento de los bares. Para supervisar y medir los KPI con mayor eficacia, se implantó el sistema KARMA basado en aplicaciones.

Salud y seguridad en el trabajo

Como ya se ha destacado en relación con las actividades de formación, el Grupo Branca considera la creación de un entorno de trabajo seguro y saludable un elemento clave de su estrategia. La protección de la salud y la seguridad de los empleados requiere un **enfoque integrado que abarque múltiples aspectos**, desde la gestión de riesgos hasta la formación y la cultura corporativa. Durante 2023, sólo se registró un accidente en la planta de Fratelli Branca Destilerìas S.A.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Reconociendo la importancia de la salud y la seguridad en el trabajo como indicador de la buena gestión de la empresa, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha implantado, desde 2010, un sistema de gestión de la salud y la seguridad certificado según la norma OHSAS 18001, ahora ISO 45001. Este sistema, basado en un enfoque orientado al riesgo (Risk Based Thinking), define funciones, responsabilidades y procedimientos específicos para prevenir los riesgos asociados a la producción y comercialización de bebidas espirituosas, destilados y vinos aromatizados.

La empresa ha implantado un Sistema de Gestión Integrada para el medio ambiente y la seguridad en el trabajo, promoviendo activamente la participación e implicación de los trabajadores. Con este fin, las políticas de la empresa sobre medio ambiente, seguridad y prevención de accidentes graves se han puesto a disposición de los trabajadores en varios lugares de Italia, con el fin de facilitar la consulta y comunicar claramente los objetivos de la empresa en estas áreas.

Como empresa clasificada como de riesgo de accidente grave de conformidad con el Decreto Legislativo 105/15, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha adoptado un enfoque proactivo en la **gestión de la salud y la seguridad**. La empresa se compromete constantemente a mejorar su rendimiento en este ámbito, mediante la actualización del sistema de gestión de la seguridad, la evaluación de riesgos específicos, el mantenimiento de las instalaciones y la formación del personal. El objetivo es crear un entorno de trabajo seguro y saludable para todos los empleados. Prevé una mejora continua del control de estas cuestiones y la definición de **objetivos** para cuya consecución se definen **planes de actividad** específicos.

La empresa se compromete a:

- **Actualizar constantemente el sistema de gestión de la seguridad;**
- **Evalúe y minimice los riesgos específicos de cada actividad;**
- **Supervise y mantenga las instalaciones y el equipo;**
- **Planifique las intervenciones y la gestión de la planta y el equipo, en caso de cambios que puedan afectar a la seguridad y la prevención de riesgos;**
- **Proporcione a los empleados formación en materia de seguridad y promueva una cultura de prevención.**

La empresa ha implantado un sistema de gestión de riesgos, basado en un Documento de Evaluación de Riesgos (DVR) que se actualiza periódicamente. Este documento, elaborado con el apoyo de organismos certificados, permite identificar y evaluar los riesgos presentes en el lugar de trabajo. Además, la empresa ha establecido un canal de denuncia para que los empleados recojan información sobre cualquier anomalía o situación de riesgo. Los informes son tratados por el Responsable del Servicio de Prevención y Protección (RSPP) con la máxima confidencialidad.

Para garantizar **la mejora constante** del sistema de gestión de la seguridad, la empresa lleva a cabo revisiones periódicas de los procedimientos de emergencia, las instrucciones de funcionamiento y las listas de comprobación. Además, los indicadores de rendimiento de la seguridad se supervisan periódicamente. Para garantizar la objetividad de las evaluaciones, la empresa inspecciones anuales realizadas por un organismo de certificación. Por último, se organiza una reunión estratégica anual con el Servicio de Prevención y Protección (SPP) para compartir las mejores prácticas y definir nuevos objetivos.

Basándose en la descripción del puesto de trabajo, el Grupo Branca proporciona a sus empleados equipos de protección individual (EPI) y pone a su disposición un médico competente que, salvo necesidad específica, está presente en la Empresa al menos una vez al mes para realizar reconocimientos médicos y/o para alinearse con el SSP y el Director de Planta. El médico realiza los reconocimientos en la Empresa, en un entorno dedicado y durante las horas de trabajo y, una vez al año, lleva a cabo la inspección de los entornos de trabajo, en referencia a las obligaciones establecidas en el artículo 25, párrafo 1l del Decreto Legislativo 81/08. La Empresa también supervisa constantemente los riesgos derivados de las tareas realizadas y se compromete a poner en marcha todas las actividades necesarias para proteger la salud del personal, incluida la revisión periódica de los riesgos de estrés relacionados con el trabajo.

La empresa ha puesto en marcha un plan de formación anual, conforme al Decreto Legislativo 81/08, destinado a garantizar que todos los trabajadores reciban una formación adecuada en materia de salud y seguridad. Además de la formación inicial, los programas de actualización periódica prevén diversas sesiones de formación sobre temas específicos (y por área de competencia) con el fin de mejorar la concienciación de cada trabajador sobre la gestión de la seguridad en el lugar de trabajo. Con vistas a la mejora continua, el Plan de Formación se elabora y aprueba anualmente con el objetivo de aumentar la concienciación sobre cuestiones de salud y seguridad en todos los puestos de la organización.

De hecho, el aspecto de la formación está fuertemente vinculado al de **la sensibilización del personal**, que la Empresa se compromete a implicar de forma permanente. En este sentido, la documentación que recuerda las buenas prácticas en materia de salud y seguridad, así como sobre la correcta gestión de las emergencias sanitarias y en el lugar de trabajo, está expuesta en las zonas más frecuentadas de la Empresa y en las vías de tránsito, con el fin de garantizar la máxima visibilidad. Las políticas de salud, seguridad y medio ambiente y los certificados de organismos acreditados también se exponen en las zonas de entrada de la Empresa y en otros puntos relevantes.

Fratelli Branca Distillerie S.p.A. consiguió registrar cero accidentes en 2023, al igual que en años anteriores, con la excepción del único accidente ocurrido en 2022. Además, la organización no registró ningún episodio atribuible al desarrollo de enfermedades profesionales, es decir, problemas de salud agudos, recurrentes o crónicos causados o agravados por las condiciones o prácticas de trabajo.

De cara al futuro, la empresa está reduciendo gradualmente las cantidades de líquidos inflamables con el objetivo de dejar de ser una empresa con grandes riesgos de accidente.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

En línea con 2022, también en 2023 la empresa implantó un sistema de gestión de la salud y la seguridad conforme con la norma ISO 45001 y la normativa local, que abarca todas las actividades de la planta. En 2023, el sistema fue auditado con éxito por TÜV, confirmando su eficacia.
La empresa ha implantado una **matriz de riesgos** personalizada para clasificar los peligros y evaluar su gravedad. Basándose en los resultados de esta evaluación, se adoptan medidas de control específicas para mitigar los riesgos identificados. En caso de incidente, un comité ad hoc analiza el suceso y define **acciones correctivas y preventivas**. En los últimos años, estas acciones han incluido la mejora de la protección de las máquinas, la instalación de barreras de seguridad y el análisis de los riesgos de posibles explosiones.
Para fomentar la participación activa de los empleados en la gestión de la salud y la seguridad, la empresa organiza reuniones semestrales periódicas con todas las áreas operativas y ha creado un comité paritario, con representación sindical, que se reúne mensualmente para debatir cuestiones de seguridad laboral. El funcionamiento del comité se ajusta a la legislación vigente. Los accidentes, si los hay, se analizan periódicamente para identificar sus causas. La empresa ha confiado la gestión del servicio médico a un profesional externo que trabaja in situ 20 horas semanales, superando los requisitos reglamentarios. El servicio está coordinado por las funciones de SSMA y RRHH. La comunicación tiene lugar a través de diversos canales y se organizan reuniones semestrales para hacer balance de la situación. La empresa cuenta con un equipo dedicado a la seguridad y está asesorada por una aseguradora especializada.
Durante 2023, se emprendieron varias iniciativas para seguir mejorando la seguridad laboral, como la verificación y gestión de la norma ISO 45001, la ampliación de las campañas de salud, el aumento de los cursos de formación sobre seguridad y el lanzamiento de la "Semana de la Seguridad".

Se llevaron a cabo varias actividades en el marco del Día Internacional de la Seguridad y la Salud en el Trabajo. Entre ellas, actividades de formación sobre reanimación cardiopulmonar, uso de extintores y simulacros de incendio con fuego real. También durante 2022, la empresa llevó a cabo estudios sobre tareas administrativas de acuerdo con la Resolución 886/15 del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social con respecto a los riesgos para la salud y la seguridad en el trabajo. De acuerdo con las recomendaciones de este estudio, se adquirieron y entregaron al personal elementos específicos para ajustar la altura de los monitores y adaptadores ergonómicos para ordenadores portátiles.

Gracias a los métodos de gestión de problemas descritos, Fratelli Branca Destilerías S.A. no registró ningún accidente en 2023. Además, no se ha comunicado a la organización ningún episodio atribuible al desarrollo de enfermedades profesionales, es decir, problemas de salud agudos, recurrentes o crónicos causados o agravados por las condiciones o prácticas de trabajo.

BRANCA EE.UU.

Branca USA se compromete a proporcionar un lugar de trabajo libre de riesgo de lesiones físicas, que, dada la naturaleza del negocio y el cumplimiento de las disposiciones de la Ley de Seguridad y Salud Ocupacional (OSH Act) de 1970, es relativamente bajo. Al igual que en 2022, la empresa no registró ninguna lesión en 2023.

Bienestar de los empleados

El Grupo Branca considera prioritario el bienestar de sus empleados. [16]Las tres empresas del Grupo Branca ofrecen una serie de prestaciones que incluyen seguros de vida y de enfermedad, primas anuales, pólizas de accidentes, uso de coches de empresa o reembolso de gastos de vehículos privados, tarjetas de crédito corporativas y dispositivos móviles de empresa. Además, las tres empresas persiguen otras iniciativas que se adapten mejor a los diferentes contextos en los que operan.

[16] Cabe señalar que la forma en que se proporcionan estos beneficios varía en función del contexto legislativo en el que operan las distintas empresas.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

APOYO FAMILIAR

- **Reembolso por participación en centros de verano para hijos de empleados**
- **Reembolso en la compra de libros de secundaria para promover la educación de los hijos de los empleados**
- **Bonificación para la promoción de los hijos de los empleados que asisten a escuelas secundarias**
- **Bonificación para la promoción de los hijos de los empleados que hayan aprobado el bachillerato**
- **Beca para hijos de empleados matriculados en la universidad**
- **Premio por los exámenes universitarios realizados durante el año por los hijos de los empleados y por la graduación**

OTRAS INICIATIVAS

- **Prima de antigüedad de los empleados**
- **Medalla a la antigüedad**
- **Premios (paquetes de productos) durante la temporada festiva (Navidad y Semana Santa)**
- **Permisos retribuidos de diversa índole**

En 2017, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. obtuvo la certificación BSCI - Business Social Compliance Initiative, un reconocimiento internacional que atestigua el respeto de elevados estándares éticos y sociales en su cadena de suministro. La empresa se compromete a garantizar unas condiciones de trabajo dignas, la igualdad de género y el respeto de los derechos de los trabajadores mediante la adhesión a los principios fundamentales del Código de Conducta. Por ello, opera sobre la base de los siguientes valores: mejora continua, colaboración y capacitación, y garantiza el cumplimiento de los siguientes principios: libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva, no discriminación, remuneración adecuada, horarios de trabajo razonables, protección de los trabajadores, prohibición del trabajo infantil, prohibición del trabajo forzado, protección del medio ambiente y comercio ético.

Las empresas comerciales adheridas a la certificación BSCI deben cumplir los principios establecidos en el documento y cumplir con su responsabilidad de respetar los derechos humanos en su ámbito de influencia. Este código se basa en convenios internacionales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las Directrices sobre los Derechos del Niño y la Acción Empresarial, las Directrices Económicas y de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, las Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), así como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Convenios y Recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), fundamentales para la mejora de las condiciones laborales en la cadena de suministro.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Por lo que respecta a Fratelli Branca Destilerías S.A., cabe señalar que la empresa realiza un seguimiento anual del índice de satisfacción de los empleados con respecto a las prestaciones ofrecidas. En 2023, confirma su apoyo a las siguientes iniciativas:

APOYO FAMILIAR

- **Permiso de paternidad ampliado (15 días)**
- **Día del Niño, un día dedicado a los hijos de los empleados de hasta 12 años, en el que se dona un pequeño regalo (147 regalos donados en 2023)**
- **Mochilas con material escolar gratuito para los hijos de los empleados (185 mochilas donadas en 2023 a 118 familias)**
- **Cesta de Navidad**

APOYO A LA SALUD

- **Ampliación de la campaña de vacunación contra la gripe: de acuerdo con el calendario oficial de salud pública, se desarrolla el programa de vacunación para el personal y sus familias.**
- **Presencia en el comedor de empresa de alimentos elegidos para una dieta sana**
- **Seguro de vida**
- **Asistencia para la compra de determinados fármacos y medicamentos**
- **Transporte bonificado**
- **Gimnasio**

BRANCA USA

En lo que respecta a **Branca USA**, la asistencia sanitaria en Estados Unidos no es universal y, por lo tanto, representa un gasto importante para el empleador y puede serlo también para el empleado. Por ello, en 2023 la empresa siguió asociándose con una organización (Professional Employment Organisation) con el objetivo de ofrecer a su personal una cobertura sanitaria completa, manteniendo los costes pagados por los empleados y sus familias por debajo de la media nacional. Durante 2023, se ofrecieron varios paquetes de seguros para proporcionar a los empleados diversas opciones de precios adaptados a sus necesidades individuales y/o familiares específicas, incluida la cobertura para cónyuges, parejas de hecho y dependientes cualificados.
A continuación, puso en marcha las siguientes iniciativas adicionales:

APOYO FAMILIAR

- **Permiso de maternidad y paternidad pagado al 100%**

OTRAS INICIATIVAS

- **Planes complementarios de contribución a la pensión (401(k)) igualados por el empleador**
- **Incapacidad a corto y largo plazo**
- **Seguro de vida y seguro de vida complementario**
- **Cobertura sanitaria (incluye seguro médico/mental, seguro dental y seguro de visión)**

El Grupo Branca, cultura y territorio

Consciente de su influencia en las comunidades locales, la familia Branca siempre ha mostrado una profunda sensibilidad hacia el contexto social y cultural en el que opera. Desde sus orígenes, la empresa ha apoyado activamente el desarrollo de las comunidades locales, contribuyendo a generar un impacto positivo en la sociedad, las personas y el medio ambiente.

Aprovechando sus lazos históricos con la cultura, el Grupo Branca sigue promoviendo y apoyando iniciativas culturales, tanto de forma independiente como en colaboración con socios locales, nacionales e internacionales, con el objetivo de implicar a las comunidades y compartir sus valores.

Las principales iniciativas

Museo de la Colección Branca

Un viaje a través de la historia, la tradición y la innovación

Inaugurado en 2009, el Museo de la Colección Branca ofrece una experiencia de inmersión en la historia y la cultura de la empresa. Nacido de una iniciativa de la familia Branca, el museo narra la evolución empresarial de la compañía desde sus orígenes hasta la actualidad, guiando a los visitantes en un viaje sensorial a través de aromas inconfundibles. Los visitantes son recibidos por el inconfundible aroma del Fernet-Branca que impregna las salas del museo y les acompaña en un viaje que les permite revivir la historia de la empresa, respirar los aromas, ver de cerca las herramientas artesanales de los inicios y seguir la evolución de la técnica y la innovación. Un recorrido de más de 1.000 metros cuadrados que serpentea entre cuadros, esculturas, materias primas y herramientas de trabajo que hablan de una realidad hecha de calidad y pasión.

La "Colección Branca", resultado de más de diez años de trabajo de investigación, selección y restauración, incluye también una rica colección de carteles promocionales, campañas publicitarias y calendarios, testimonio de la especial atención prestada a la comunicación de la imagen corporativa que distinguió al Grupo Branca, ya a mediados del siglo XIX, a través de métodos vanguardistas. La exposición también muestra en sus espacios diversos objetos que han sido donados a la "Colección Branca" por entusiastas. Por tanto, la Colección no es sólo un itinerario de historia empresarial que repasa la historia pasada, sino también un espacio en el que los objetos adquieren un doble significado como documentación histórica de un sistema de producción, así como un concepto de comunicación y organización. También desempeña un papel formativo y educativo, a través de una política de "puertas abiertas" hacia asociaciones y escuelas de todo el contexto urbano milanés, que garantiza el acceso gratuito a las secciones del museo que cuentan la historia de la empresa, así como la posibilidad de activar posibles prácticas curriculares de formación y/o aprendizaje para jóvenes titulados.

En los últimos años, la ruta histórica ha experimentado una gran afluencia de visitantes, que han confirmado su satisfacción también a través de comentarios positivos en la plataforma Tripadvisor y en las redes sociales Instagram y Facebook. Cuando es posible, se planifican aperturas extraordinarias durante el periodo de la "semana cultural", así como aperturas nocturnas, en respuesta al gran interés de la comunidad.

Torre Branca

Diseñada por el famoso arquitecto Giò Ponti y construida en un tiempo récord para la V Trienal de Milán, la Torre Branca es un icono del diseño italiano y un símbolo de la ciudad. Con sus 108,6 metros y su estructura de acero, la torre ofrece una impresionante vista panorámica de la ciudad. Restaurada por la familia Branca y reabierta al público en 2002, es ahora un punto de referencia para milaneses y turistas, una atalaya privilegiada sobre la cambiante ciudad. Acogiendo a miles de visitantes cada año, sigue estando al servicio de la ciudad ofreciendo a los turistas, pero sobre todo a los residentes, una perspectiva diferente de la belleza de Milán.

En línea con el compromiso social del Grupo Branca con la comunidad local, se ha construido una estructura complementaria en la base de la torre que, con su pared de cristal transparente y su sugerente perspectiva sobre la torre, pretende ser un nuevo punto de referencia para la ciudad, un símbolo de un nuevo fermento creativo proyectado hacia el futuro. La estructura, concebida como un restaurante-bar, acoge actos culturales e innovadores.

Fundación Fernet-Branca, Saint Luis

Parte del desarrollo del Grupo Branca está escrito en las páginas de la historia francesa. En Saint Louis, de hecho, funciona desde 1909 una de las destilerías de la familia milanesa. El edificio, de 50 metros de largo, está coronado por un águila de cobre, emblema de Fratelli Branca Distillerie S.p.A., diseñada para dominar el pabellón de la empresa durante la Feria Internacional de Milán de 1906.
Hoy en día, con las actividades de destilación interrumpidas, el edificio alberga la Fundación Fernet-Branca y está incluido en el inventario de monumentos históricos franceses desde el 4 de julio de 1996, tras el reconocimiento del prefecto de la región de Alsacia.

La idea de transformar la antigua destilería Fernet-Branca en un museo de arte contemporáneo nació en 2003 de un proyecto conjunto del gobierno local y de la familia Branca, siempre sensible a las cuestiones sociales y culturales e interesada en encontrar un nuevo uso para la fábrica, durante años centro dinámico de la vida de la ciudad de Saint Louis, y para su territorio. En 2003, el conde Niccolò Branca firmó un acuerdo con la ciudad de Saint Louis por el que, durante 23 años, ponía a disposición el edificio de la fábrica para la creación del museo. La iniciativa se inscribe en el contexto cultural transfronterizo conectado con la vecina ciudad de Basilea, donde se encuentran la Fundación Beyeler, el Museo Tinguely, el Schaulager, la exposición anual "Art'Basel" y en Weil am Rhein, Alemania, donde se encuentra el "Vitra Design Museum".
La obra fue diseñada por el arquitecto Jean-Michel Wilmotte, que estudió la transición al futuro espacio expositivo en dos etapas: la primera con la utilización de la zona para albergar las exposiciones y al público, y una segunda intervención con la cubrición del patio interior con un techo de cristal y la creación de un restaurante subterráneo en la antigua bodega donde se encuentran las barricas originales. El museo fue inaugurado el 15 de junio de 2004 por el Presidente de la República Francesa.

Museo Carpano

El Grupo Branca, en colaboración con Eataly y los servicios museísticos de la ciudad de Turín, ha dedicado un museo a la historia de la marca Carpano. El Museo Carpano se encuentra en la primera planta de la antigua fábrica, en los espacios que ahora albergan Eataly Torino, y ofrece un recorrido por la historia y los hitos de la producción del vermut Carpano. Un viaje que comienza en Turín, en 1786, cuando Antonio Benedetto Carpano inventó la bebida favorita del Rey en el antiguo taller de la Piazza Castello, y llega a Milán, en la actualidad, a las destilerías Fratelli Branca.

Chimenea Branca

La colaboración entre los Orticanoodles y Fratelli Branca Distillerie S.p.A. en 2015, con motivo de los ciento setenta años de actividad de la empresa, dio lugar al proyecto de arte callejero dedicado al restyling de la chimenea Branca de via Resegone. Una iniciativa que simboliza la unión entre el arte contemporáneo y la empresa, promovida con la intención de realzar la chimenea situada en el interior de la fábrica, un elemento urbano verdaderamente común en la arquitectura industrial que, antes de los murales, había sido casi olvidado, pero de tales dimensiones que no podía ser ignorado por quienes abren sus ventanas por la mañana y miran en su dirección.

La obra, conforme a la tradición de la empresa, siguió el tema de "Novare Serbando" renovando la chimenea, que data de principios del siglo XX, con los elementos clave de la comunicación del Grupo y colores acentuados, conservando al mismo tiempo su forma original y su vínculo con el territorio.

El mural, uno de los más altos de Europa, para Orticanoodles representa el laborioso y hábil proceso de producción del famoso Fernet-Branca: una colorida maraña de hierbas que se entrelazan y trepan hacia el cielo de Milán, todo ello en medio de botellas e iconos históricos de la empresa como el globo terráqueo con el águila y el irreverente cocodrilo de los años veinte. Las hierbas representadas crean juegos de formas y colores que sólo pueden percibirse plenamente a cientos de metros de la obra. Para la creación, que duró unos 10 días, los orticanoodles utilizaron la técnica del "spolvero", la misma que ya empleaba Miguel Ángel en 1500.

El proyecto continuó también en el interior de la planta, donde se permitió a todos los empleados y familiares que formaban parte integrante de esta obra de arte al participar en la actividad de pintura colectiva poner su firma en las raíces dibujadas en la base de la chimenea, simbolizando en cierto sentido las raíces de la empresa y su historia. La decisión de la empresa de utilizar el canal artístico del arte callejero está sin duda ligada a la aspiración de querer llegar al mayor número de personas posible, y ello a través de una obra capaz de contar la historia del Grupo Branca a través de imágenes, dialogando con el territorio.

La realización del proyecto ha dado un nuevo rostro al skyline de Milán a través de una obra innovadora con un atractivo original y colorista tanto de día como de noche. De hecho, gracias a la colaboración con Futuro Luce, la chimenea brilla incluso de noche con su sistema de iluminación LED en el que la luz y la tecnología punta se unen a los valores de tradición, excelencia, refinamiento y arte contemporáneo milanés.

Las iniciativas más recientes

En línea con la cultura corporativa del Grupo Branca, incluso Branca USA, a pesar de ser una empresa relativamente joven, ha puesto en marcha una serie de iniciativas para apoyar a las comunidades locales. Aunque los proyectos son aún limitados, representan un primer paso hacia un compromiso más estructurado y duradero.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Fratelli Branca Distillerie S.p.A. colabora activamente en numerosas iniciativas sociales para responder a las diferentes realidades culturales del territorio, creando momentos de intercambio y diálogo con sus grupos de interés y, en particular, desarrollando y reforzando un continuo intercambio y enriquecimiento cultural hacia el territorio. Entre las principales iniciativas de 2023, cabe destacar el **Museo de la Colección Branca**:

- **Participación en el proyecto MuseoCity con el Ayuntamiento de Milán, con la realización de un vídeo que simula una visita virtual de la Colección Branca para el canal YouTube;**
- **Realización de un recorrido virtual en vídeo por el Museo de la Colección Branca también para la Semana de la Cultura promovida por Musei d'Impresa, publicado en el canal YouTube y puesto a disposición con enlaces de la asociación Museimpresa;**
- **presencia en el seminario y encuentro anual organizado por la asociación Museimpresa, que reúne a más de 130 museos y archivos de grandes, medianas y pequeñas empresas italianas para la definición de nuevos proyectos;**
- **Aumento de los reportajes televisivos, los artículos de prensa y el uso de las redes sociales Facebook, Instagram y YouTube para dar a conocer la Torre Branca a un número cada vez mayor de personas. Se publicaron vídeos sobre la Torre Branca en páginas sociales que mostraban la belleza de Milán, alcanzando una media de 20.000 visitas. Como resultado, la Torre Branca atrajo a 27.000 personas en 2023 (15.800 en 2022), registrando un aumento significativo de visitantes en comparación con el año anterior, compuesto en gran parte por visitantes extranjeros;**
- **Visitas diurnas y nocturnas a la Colección Branca en presencia de 160 grupos de visitantes, para un total aproximado de 2.400 personas, incluidos estudiantes universitarios del Politécnico de Bovisa, la Università Cattolica y la Università Bocconi. Con el objetivo de acercar a los jóvenes a la historia y la cultura del Grupo Branca, se amplió la posibilidad de visitar la colección en horario nocturno.**

Además, el Museo de la Colección Branca acoge a menudo iniciativas culturales como visitas de profesores universitarios, científicos y hombres de cultura, presentaciones de libros y conferencias para compartir la historia de la empresa italiana y la cultura de las especias, las hierbas y las raíces.

Por último, en referencia a las iniciativas desarrolladas sobre los productos, a lo largo de los años el Grupo Branca ha participado en numerosas actividades con importantes empresas Made in Italy que, al igual que el Grupo Branca, son portavoces de una **cultura del "saber hacer"** de calidad.

A través de contactos telefónicos, correo electrónico y canales sociales, la Empresa gestiona las posibles quejas y mantiene conversaciones con los afectados para responder a sus preguntas y curiosidades; en 2022, en línea con años anteriores, la Empresa no registró ninguna queja en este ámbito.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

Fratelli Branca Destilerìas S.A. refuerza la confianza de los jóvenes argentinos a través de un compromiso permanente con la marca Fernet-Branca. Una de las iniciativas es la fuerte presencia de la marca en el arte. En 2023, Fratelli Branca continuó desarrollando su plataforma artística y cultural a través **del Concurso Arte Único**, manteniendo su rica y extensa tradición y permitiendo a jóvenes y nuevos artistas argentinos plasmar su arte y darlo a conocer. Por segundo año consecutivo, se sumó a la **Fundación Cultural Anden 2222**, que promueve el acceso y la difusión de las artes en contextos desfavorecidos. De este modo, se fomentó la participación de personas interesadas en las artes y económicamente vulnerables. Por otro lado, este año se integró al ecosistema de la campaña la fundación **Publicitarias** para complementar su compromiso con la promoción de la diversidad y la equidad de género. Esta asociación garantiza la representación y la participación inclusiva de diversas voces y talentos dentro de la industria creativa.

Otra área importante es el universo de acceso al trabajo dentro de la actividad principal: **el comercio y la hostelería**. Así nació el Proyecto Familia Branca, a partir del cual la empresa lanzó este año el segundo nivel de "**Accademia Branca**" para el Cono Sur. "Accademia Branca" es el primer programa educativo virtual para el desarrollo profesional en bartender, con contenidos de primer nivel aprobados por una de las universidades más prestigiosas del país (UADE). El objetivo es ofrecer oportunidades únicas de desarrollo profesional a los bartenders de la región, fomentando al mismo tiempo la inclusión social: para ello, se ofrecen cursos tanto a miembros de la Familia Branca como a jóvenes de bajos recursos que buscan empleo. Para estos últimos, se ha forjado una sólida alianza con la Fundación Pescar, a la que se conceden becas para la Academia.

La igualdad de género es una cuestión que debe atenderse con gran responsabilidad y sensibilidad. En 2023, Fratelli Branca Destillerìas S.A. colaboró con **Digitalizadas**, una organización comprometida con el empoderamiento de las mujeres empresarias. Se impartió una formación exclusiva de la Academia Branca diseñada específicamente para sus miembros. Este compromiso refleja los esfuerzos constantes por apoyar la igualdad de género y la diversidad.

Además, Fratelli Branca Destillerìas S.A. ha colaborado con diversas entidades de la región para desarrollar múltiples iniciativas que contribuyan a la creación de valor sostenible en el tiempo.

ATENCIÓN PERSONAL, INFANTIL Y FAMILIAR:

• Cáritas: Cáritas es una organización de la Iglesia católica que agrupa a 165 organizaciones nacionales de ayuda, desarrollo y servicios sociales. Se dedica a la lucha contra la pobreza, la exclusión, la intolerancia y la discriminación.

• Casa Cuna: el hospital infantil más antiguo de América, también conocido por su nombre tradicional "Casa Cuna". Cada año se trata a unos 550.000 niños con diversas enfermedades y dolencias.

• Union Memorial: una ONG que proporciona almuerzos y meriendas a niños y adolescentes de entre 3 y 18 años en situación de vulnerabilidad. Actualmente se presta asistencia a 398 familias.

• Fundación Fátima: ONG dedicada a proporcionar un espacio educativo terapéutico a personas con sordoceguera para lograr su integración familiar y social y mejorar su calidad de vida.

• Vivienda digna: Fundación que trabaja con familias de bajos ingresos en la construcción, mejora y equipamiento de sus viviendas. La empresa ha implicado a sus empleados en actividades de voluntariado.

• Nutriéndonos: ONG dedicada al tratamiento y prevención de la desnutrición infantil que apoya a mujeres embarazadas, madres y niños de hasta 5 años en situación de vulnerabilidad.

Educación, empleo y apoyo al empleo:

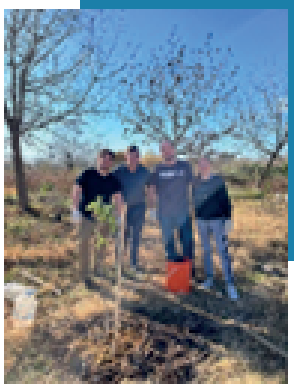
• Fundación Cimientos: ONG que promueve la equidad educativa a través de programas que mejoran la calidad de la educación y promueven la continuidad educativa y/o el empleo de jóvenes que viven en contextos vulnerables. La empresa ha otorgado varias becas.

• Fundación Pescar: proporcionar herramientas de formación a jóvenes con bajos ingresos para facilitar su integración en el mundo laboral: se concedieron 50 becas a jóvenes adultos asociados a la ONG para el primer curso del programa Branca Family Bartender 'Branca Academy'.

• Universidad Argentina de la Empresa (UADE): en el marco del programa Famiglia Branca, representantes de la empresa tuvieron el placer de dictar Clases Magistrales para los alumnos de las carreras de Gastronomía e Ingeniería en Alimentos de la UADE, organizando talleres y diversas visitas a la destilería Fratelli Branca Distillerie S.p.A. para los alumnos más meritorios.

• La Fundación Margarita Barrientos es una institución que da de comer a unas 2700 personas al día, entre ellas niños de todas las edades, madres, abuelos y personas en situación precaria. Se les proporciona desayuno, almuerzo, merienda y cena.

• Fundación Reinicia es una asociación cuyo reto es acompañar a los jóvenes con trastornos neurológicos en una nueva etapa, de acuerdo a sus necesidades, intereses y edad, promoviendo su desarrollo integral, contribuyendo a su felicidad y mejorando su calidad de vida.



PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

• La Reserva Natural Bella Vista está ubicada en las cercanías del Río Reconquista, en el municipio de Bella Vista, distrito de San Miguel. A través de diversas actividades en las que se invita a participar a la comunidad, la reserva se propone llevar a cabo una completa restauración ambiental en toda su extensión, para convertir un lugar que estaba destinado a la disposición de todo tipo de residuos, en un área de recreación y sustentabilidad. La empresa donó hierbas para la elaboración de compost e implicó a sus empleados en actividades de voluntariado.

BRANCA USA

Para Branca USA, el compromiso con las comunidades locales representa una estrategia beneficiosa para todos: por un lado, permite reforzar la marca y crea una conexión más profunda con los consumidores; por otro, ofrece la oportunidad de apoyar iniciativas benéficas y contribuir al desarrollo de los territorios.

De acuerdo con este pensamiento, la empresa sigue patrocinando las siguientes iniciativas de desarrollo social:

• [17]Tales of the Cocktail una organización local, nacional e internacional sin ánimo de lucro fundada en Nueva Orleans que sirve de catalizador para educar, promover y apoyar a las comunidades al tiempo que hace avanzar la industria de la hostelería.

• Women of the Vine & Spirits, una organización mundial cuyo objetivo es empoderar y hacer progresar a las mujeres en el sector de las bebidas alcohólicas, impulsando la industria hacia una era más diversa e inclusiva.

• Speed Rack Women, una competición de coctelería de alta velocidad exclusivamente femenina cuya recaudación se destina a la investigación y concienciación sobre el cáncer de mama.

Con el objetivo de proteger la biodiversidad, la empresa apoyó financieramente la creación de una zona de polinización en el corazón de Atlanta, Georgia. Esta iniciativa no sólo ha fomentado la polinización de los jardines circundantes, sino que también ha contribuido a sensibilizar a la opinión pública sobre la importancia de las abejas. Además, a través del programa "Branca Gives Back", la empresa organizó diversas actividades de voluntariado, como la limpieza de playas y la restauración de hábitats naturales, promoviendo así un enfoque de colaboración para la protección del medio ambiente.

[17] Para más detalles, consulte el siguiente enlace: Tales of the Cocktail® - Fundación Tales of the Cocktail

Protección del medio ambiente

Para el Grupo Branca, la sostenibilidad medioambiental es un pilar fundamental de sus actividades. La empresa se compromete a operar de forma responsable, respetando el medio ambiente y utilizando los recursos naturales de forma eficiente.

El Grupo Branca ha adoptado un Código Ético que promueve la equidad, la lealtad y el rigor profesional en todas las actividades de la empresa. Estos principios son la base de la Política Medioambiental, adoptada por Fratelli Branca Distillerie S.p.A. y Fratelli Branca Destilerías S.A. desde 2019, que define el compromiso de la empresa con la gestión responsable de las cuestiones medioambientales.

La empresa persigue un proceso de mejora continua mediante la supervisión constante de los indicadores de rendimiento y el establecimiento de objetivos específicos a alcanzar. Mediante el análisis oportuno de los datos, la empresa es capaz de medir los progresos y adaptar sus estrategias para optimizar las actividades, yendo más allá de las meras obligaciones reglamentarias.

El Grupo Branca está activamente comprometido con la promoción de la sostenibilidad medioambiental, yendo más allá de la simple gestión de su impacto en el ecosistema. La empresa considera la sostenibilidad un elemento clave de su estrategia, implicando activamente a sus grupos de interés en la difusión de un comportamiento responsable con el medio ambiente.

Para optimizar el uso de los recursos y reducir su impacto medioambiental, el Grupo Branca ha puesto en marcha varias iniciativas, como el control continuo del consumo de energía y agua, la adopción de tecnologías innovadoras y la concienciación del personal. Además, la empresa presta gran atención a todas las fases del proceso de producción para evitar la contaminación y promueve prácticas sostenibles también entre sus proveedores.

Tanto Fratelli Branca Distillerie S.p.A. como Fratelli Branca Destilerías S.A. han implantado un Sistema de Gestión Medioambiental certificado ISO 14001:2015 a , destinado a controlar y mejorar el rendimiento medioambiental de sus operaciones industriales. Este sistema les permite gestionar eficazmente aspectos clave como el consumo de energía, las emisiones, el uso del agua y la gestión de residuos.

Fratelli Branca Distillerie S.p.A., confirmando su compromiso con la sostenibilidad medioambiental, también ha decidido adherirse al Reglamento CE n° 1221/2009 EMAS, que prevé un sistema de certificación que reconoce a nivel europeo el logro de la excelencia en la mejora medioambiental. En 2008 obtuvo la certificación EMAS, que acredita la excelencia de la empresa en la mejora de su rendimiento medioambiental y la gestión óptima de los recursos.

Este capítulo presenta un análisis detallado de los resultados medioambientales del Grupo Branca, centrándose en los datos consolidados e investigando los aspectos más relevantes relacionados con los centros de producción de Italia y Argentina. Estas últimas, al ser las principales fuentes de impacto medioambiental en términos de consumo energético, emisiones y gestión de residuos, constituyen el centro del análisis. Los datos de Branca USA, aunque se incluyen, tienen un peso menor al no tratarse de un centro de producción.

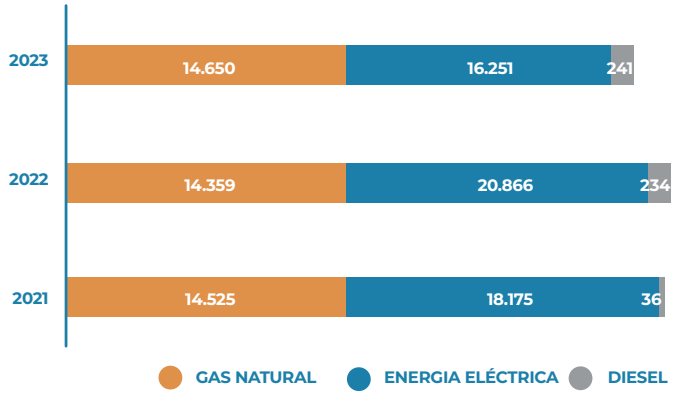
Consumo de energía y emisiones

El Grupo Branca se esfuerza constantemente por minimizar el impacto medioambiental de sus actividades, desde la producción hasta el final de la vida útil del producto. Aunque no es una empresa que consuma mucha energía, el Grupo Branca siempre ha invertido en eficiencia energética.

CONSUMO DE ENERGÍA

[18] [19] En 2023, el consumo de energía relacionado con las instalaciones de producción en Italia y Argentina en las dos filiales ascendió a 31.141 Gigajulios (GJ) , lo que supone una disminución del 12,1% en comparación con 2022. En concreto, esta reducción se atribuye principalmente a la externalización del proceso de embotellado, iniciada en 2021, que supuso un importante consumo de energía para el funcionamiento de los equipos relacionados. En 2023, se produjo una nueva, aunque ligera, disminución del consumo, resultante de la sustitución de lámparas y carretillas elevadoras por modelos más eficientes. El consumo de gas natural se mantuvo más o menos en línea con el año anterior, mostrando una tendencia ligeramente creciente del 1,02%.

INSTALACIONES DE PRODUCCIÓN
DETALLE CONSOLIDADO DEL CONSUMO DE ENERGÍA POR FUENTE (GJ)



Los datos se refieren al consumo energético de las plantas presentes en Fratelli Branca Distillerie S.p.A. y Fratelli Branca Destilerias S.A. e incluyen el consumo de la empresa subcontratista encargada del embotellado para Fratelli Branca Distillerie S.p.A.

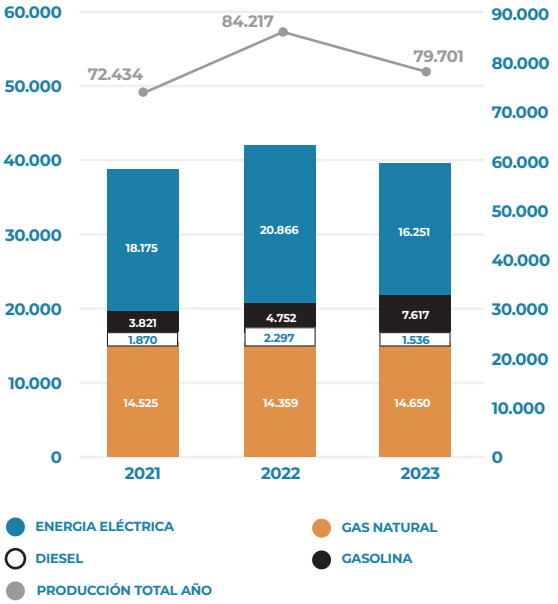
Al consumo energético utilizado para la calefacción y los procesos industriales, y por tanto directamente relacionado con las plantas, hay que añadir el consumo de gasolina y gasóleo, con el que las empresas alimentan la flota de vehículos de empresa, que en 2023 ascendió a 7.617 GJ y 1.536 GJ respectivamente. Estos valores aumentan de media respecto a 2022 pero, a pesar de ello, el consumo total disminuyó y ascendió a 40.055 GJ, mostrando una tendencia a la baja (-6%) respecto al año anterior.

[18] El consumo relacionado con las plantas de producción incluye el de la empresa subcontratista encargada del embotellado por cuenta de la empresa italiana Fratelli Branca Distillerie S.p.A. Cabe señalar que los datos comunicados fueron proporcionados por el subcontratista mediante el uso de controladores sobre la utilización de las líneas de producción.

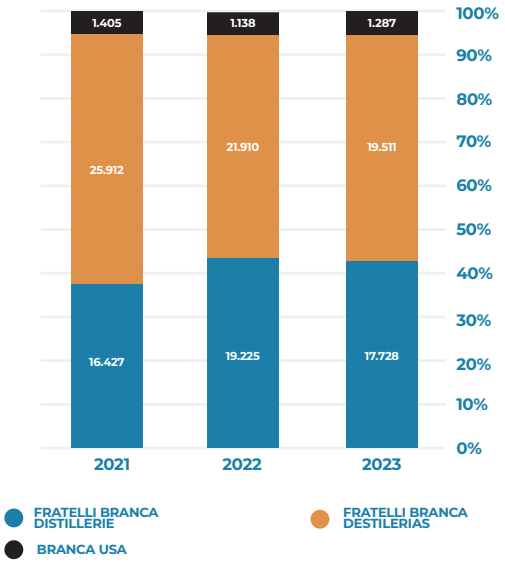
[19] Para la conversión del consumo en GJ, se hizo referencia a los factores puestos a disposición por el Departamento de Negocios, Energía y Estrategia Industrial del Reino Unido (Factores de Conversión de GEI del Gobierno del Reino Unido para Informes de Empresas), Hojas de Conversión y Propiedades de los Combustibles.

Consolidado
Evolución del consumo de energía (GJ) y de la producción total anual (t) durante el trienio

Los datos se refieren al consumo de energía relacionado con las plantas y las actividades de automoción de las empresas del perímetro e incluyen el consumo de la empresa subcontratista encargada del embotellado para Fratelli Branca Distillerie S.p.A.



Detalle del consumo de energía por empresa sobre el consumo total (Gj) en 2023



Incluso ante una reducción del 5,3% de la producción, el consumo global de energía disminuyó, lo que demuestra una mejora significativa de la eficiencia energética. El índice de intensidad energética, que mide la relación entre la energía consumida y la producción, se mantuvo sin cambios en torno a 0,50 GJ/tonelada, confirmando los valores de años anteriores.
El siguiente gráfico muestra la contribución de cada empresa al consumo total de energía del Grupo Branca, al que Fratelli Branca Destilerías S.A. contribuye en mayor medida, teniendo en cuenta también sus mayores volúmenes de producción.

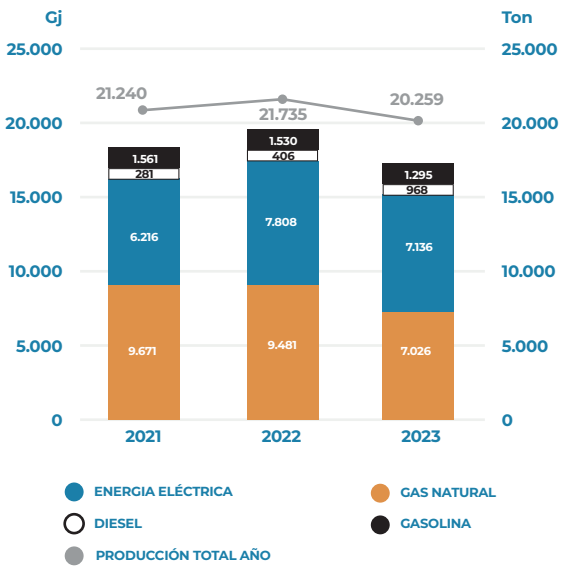
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Fratelli Branca Distillerie S.p.A. se compromete constantemente a mejorar su rendimiento medioambiental. Mediante un control riguroso del consumo, la adopción de tecnologías de vanguardia y la concienciación del personal, la empresa optimiza el uso de la energía en todas las fases de producción, evitando los residuos y minimizando los riesgos de contaminación. Como prueba de este compromiso, se ha instalado un sistema fotovoltaico con acumulación en la sede de via Resegone 2, que alimenta la iluminación LED de la Chimenea, haciéndola completamente autónoma desde el punto de vista energético. Además, se ha realizado un sistema solar térmico de 14 kW para el calentamiento del agua sanitaria. En vista de las limitadas aportaciones, estas instalaciones no se controlan en la Declaración Medioambiental.

Como puede verse en el gráfico siguiente, el consumo total de energía en 2023 disminuyó un 15% en comparación con el año anterior. Al mismo tiempo, en 2023 el volumen de producción de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. disminuyó aproximadamente un 6,7%, la relación entre ambos valores afecta positivamente al índice de intensidad energética , que se sitúa en 0,811GJ/tonelada, mostrando una tendencia ligeramente decreciente en comparación con el año anterior (cuando el mismo índice se situaba en 0,88 GJ/tonelada).

[20] El índice de intensidad energética se calcula como la relación entre el consumo de energía en Gigajulios y el volumen de producción anual de producto embotellado en toneladas.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA (GJ) Y DE LA PRODUCCIÓN TOTAL ANUAL (T) DURANTE EL TRIENIO



Los datos se refieren al consumo energético de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. incluida la empresa subcontratada responsable del embotellado

La producción se define como toneladas de producto embotellado

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

En 2023, Fratelli Branca Destilerías S.A. continuó su camino hacia la sostenibilidad medioambiental, actuando en pleno cumplimiento de su Política Medioambiental y de la normativa vigente. Siguiendo las normas ISO 14001, la empresa ha identificado y clasificado los impactos medioambientales de sus actividades, implementando acciones específicas para reducir su impacto. Mediante un seguimiento constante y el establecimiento de nuevos objetivos anuales, Fratelli Branca Destilerías S.A. se compromete a mejorar continuamente su comportamiento medioambiental.
Tras el mapeo de las principales fuentes de consumo, a partir de 2017 Fratelli Branca Destilerias S.A. finalizó varias iniciativas relacionadas con la eficiencia energética, entre las que se incluyen:

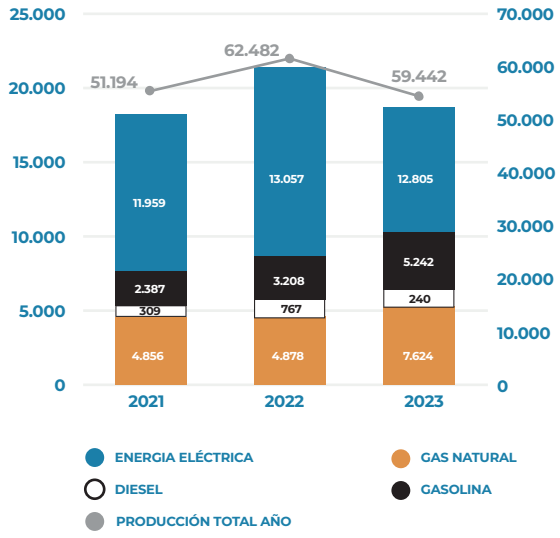
- **La automatización de los pozos de bombeo de agua, que no sólo hizo más eficiente el uso de los recursos hídricos, sino que también optimizó el consumo de electricidad;**
- **Construcción de una nueva nave de producción con revestimiento de chapa transparente, que ahorra electricidad para la iluminación;**
- **Adquisición de nuevos equipos de procesamiento de datos con mejores prestaciones y menor consumo de energía;**
- **desarrollo de un sistema de iluminación LED no sólo para las zonas de producción, sino también para el interior de las oficinas y las vías de circulación internas;**
- **Reducción del tiempo de funcionamiento de la caldera, con la consiguiente disminución de la cantidad de gas natural utilizado, tras un análisis de la demanda de vapor necesario para la producción durante el día y la consecución de las necesidades diarias incluso con un funcionamiento limitado de la caldera;**
- **Introducción de una configuración de parada y optimización del funcionamiento de los compresores de aire -identificados mediante un análisis de la demanda como responsables de una de las partes más significativas de la energía eléctrica utilizada- que redujo el consumo de electricidad;**
- **Situar los servicios auxiliares (producción de vapor, aire comprimido) en lugares cercanos a donde se produce la demanda de los mismos, con el fin de lograr una mayor eficiencia en el consumo energético asociado a cada equipo;**
- **Formación del personal en temas de ahorro energético.**

Como se ilustra en el gráfico siguiente, el consumo de Fratelli Branca Destilerías S.A., de 25.912 GJ, aumentó aproximadamente un 18% con respecto a 2022. En cuanto a las fuentes de consumo, el gas natural y la electricidad comprada representan en conjunto más del 79% del consumo de la empresa. En este sentido, el consumo de gas natural aumentó más de un 50% interanual (7.624 Gj en 2023 frente a 4.878 Gj en 2022), mientras que el consumo de electricidad disminuyó un 1,9%. En menor medida, la Empresa consume gasóleo para las actividades relacionadas con el mantenimiento de las plantas, así como gasóleo y gasolina para alimentar el parque automovilístico, y estos consumos también muestran una tendencia al alza en comparación con el año pasado.

[21] Sin embargo, hay un descenso del 5% en la producción (59.442 frente a 62.482 toneladas en 2022), lo que afecta negativamente al índice de intensidad energética , que se sitúa en 0,44 GJ/tonelada.

[21] El índice de intensidad energética se calcula como la relación entre el consumo de energía en Gigajulios y el volumen de producción anual de producto embotellado en toneladas.

Fratelli Branca Destilerías
Evolución del consumo de energía (GJ) y de la producción total anual (t) durante el trienio



Los datos se refieren al consumo de energía relacionado con Fratelli Branca Destilerías

Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

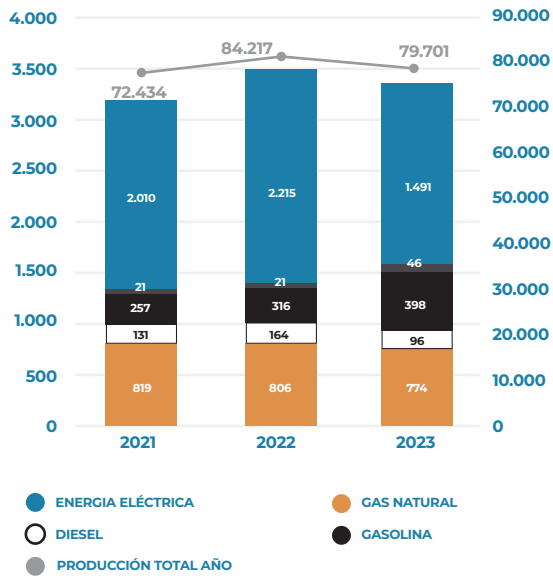
Emisiones atmosféricas

Las principales fuentes de emisiones de gases de efecto invernadero en el Grupo Branca son **el consumo de energía** y el uso de **gases refrigerantes** en los sistemas de aire acondicionado. Para una evaluación precisa de nuestro impacto medioambiental, hemos adoptado el método de cálculo de emisiones GHG Protocol, que divide las emisiones en diferentes categorías (Scope).

- **Alcance 1 - Emisiones directas procedentes de la combustión de combustibles fósiles -es decir, el gas metano consumido en las plantas de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. y Fratelli Branca Destilerías S.A. en Italia y Argentina y el consumo para automoción- y de las recargas de gas refrigerante.**

- **Alcance 2 - Emisiones indirectas procedentes de la producción de electricidad tomada de la red y consumida para el funcionamiento de las plantas y para la iluminación. Dado que hasta la fecha el Grupo Branca no adopta políticas específicas de compra de electricidad certificada a partir de fuentes renovables, las emisiones del Scopo 2 se han calculado según el criterio basado en la ubicación (con los factores de emisión adecuados), que tiene en cuenta la combinación energética nacional del país en el que se encuentra el emplazamiento/planta. Además, dentro de las "tablas de rendimiento" es posible verificar las emisiones de Scopo 2 según el criterio basado en el mercado, que, en comparación con el primer método, excluye las emisiones compensadas por el uso de electricidad renovable certificada garantizada desde el origen.**

- **Alcance 3 - Emisiones indirectas, que incluyen todas las emisiones generadas por la cadena de valor de la empresa y que no están cubiertas por los alcances 1 y 2.**



[22] En 2023, las emisiones relacionadas con las plantas del Grupo Branca (procedentes del consumo de electricidad, gas natural, gasóleo para actividades relacionadas con las plantas y gases refrigerantes) ascienden a 2.806 tCO eq., de las cuales 2.398 tCO eq. 2causadas directamente por el consumo de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. y Fratelli Branca Destilerias S.A. y 408 tCO eq. causadas por la actividad de embotellado realizada por una empresa subcontratista por cuenta de Fratelli Branca Distillerie S.p.A.
Para obtener las emisiones totales causadas por el consumo de las empresas cubiertas por este Informe, hay que sumar a las emisiones relacionadas con las plantas las 96,2 tCO eq. emitidas debido al consumo de gasóleo y las 398,4 tCO eq. relacionadas con el consumo de gasolina para alimentar la flota de coches de empresa.
En referencia únicamente a los **gases refrigerantes**, la única fuente de emisiones procede de la cantidad de R410 recargada en 2023 en la planta argentina. Hay que tener en cuenta que las recargas de refrigerantes no tienen una tendencia lineal, sino que es posible detectar años en los que los valores son más altos, mientras que en otros son cercanos a cero, en función del mantenimiento y las sustituciones que se realicen en las plantas.
El valor total de las emisiones causadas por las Empresas en 2023 asciende a 2.806 tCO eq. de las cuales el 42,1%, o 1.182 tCO eq. es atribuible a las emisiones de Alcance 1, mientras que el 43,3%, o 1.215 tCO eq. es causado por las emisiones de Alcance 2 y el 14,5, o 408 tCO eq. corresponde a las emisiones de Alcance 3.

[22] Para el cálculo de las emisiones procedentes de las recargas de gas refrigerante R410, se utilizó el factor de emisión compuesto por los parámetros de la norma DEFRA 2023.

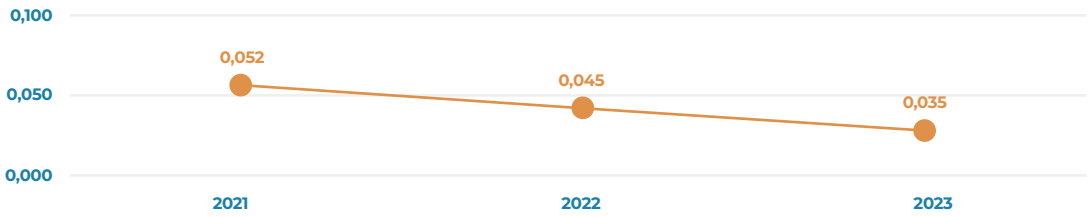
CONSOLIDADO
COMPOSICIÓN DE LAS EMISIONES POR FUENTE DURANTE EL TRIENIO (TCO2EQ.)

Los datos se refieren a las emisiones relacionadas con las Empresas del perímetro e incluyen las emisiones causadas por la Empresa subcontratada responsable del embotellado para Fratelli Branca Distillerie

Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

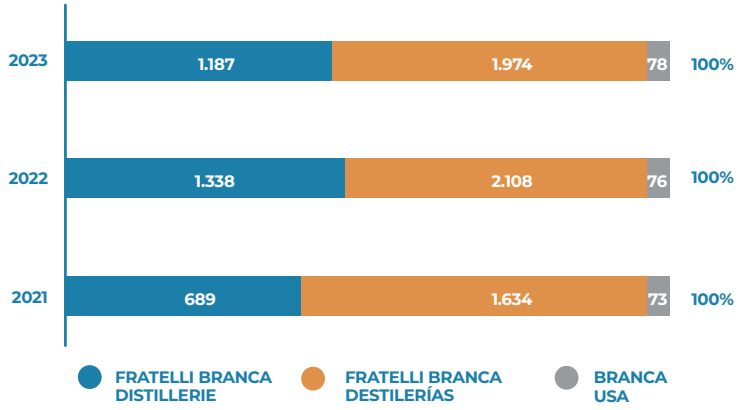
En 2023, el Grupo Branca registró una reducción significativa de las emisiones totales (Scope 1, 2 y 3) del 10% en comparación con el año anterior, en línea con la disminución del 6% de la producción. La relación emisiones/producción se situó en 0,035 tCO eq/tonelada, mejorando el valor de 0,04 tCO eq/tonelada de 2022. Estos resultados positivos confirman **la eficacia de las políticas de eficiencia energética** aplicadas a lo largo de los años, como la sustitución de plantas obsoletas por **tecnologías más sostenibles**.

CONSOLIDADO:
ÍNDICE DE INTENSIDAD DE EMISIÓN DE EMISIÓN DURANTE EL TRIENIO (TCO2EQ./TON.)



El siguiente gráfico muestra la contribución de cada empresa a las emisiones globales del Grupo Branca, de forma similar al apartado de consumo, la empresa argentina es responsable de la mayor parte de las emisiones del Grupo Branca.

DESGLOSE DE LAS EMISIONES POR EMPRESA (TCO2EQ.)

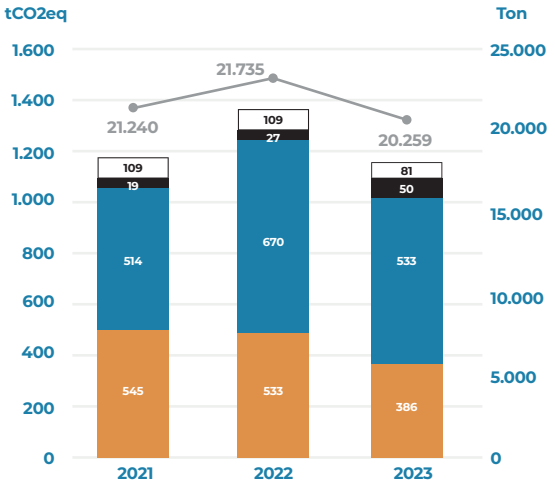


Los datos se refieren a las emisiones relacionadas con las Empresas del perímetro e incluyen las emisiones causadas por la Empresa subcontratada responsable del embotellado para Fratelli Branca Distillerie

Los párrafos siguientes entran en algunos detalles sobre las emisiones atmosféricas de las empresas que componen el Grupo Branca, en particular Fratelli Branca Distillerie S.p.A. y Fratelli Branca Destilerías S.A. y sus respectivos centros de producción.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

[23] En referencia a **Fratelli Branca Distillerie S.p.A.**, en 2023, las emisiones de Alcance 1 y Alcance 2 ascendieron a 432 tCO eq. y 257 tCO eq. respectivamente: los valores medios muestran una tendencia a la baja en comparación con el año anterior. Además, en línea con el año anterior, se informan las emisiones de Alcance 3 causadas por la empresa subcontratista responsable de la fase de embotellado por cuenta de Fratelli Branca Distillerie S.p.A.. 22El valor de las emisiones causadas por el consumo de gas natural del subcontratista para la actividad realizada por cuenta del Grupo Branca es de 132 tCO eq, al mismo tiempo el consumo de electricidad causó la emisión de 276 tCO eq. 2En conjunto, las emisiones totales de 408 tCO eq disminuyeron ligeramente en comparación con el valor registrado en 2022, pero se mantuvieron en línea con el año anterior.



Fratelli Branca Distillerie
Composición de las emisiones por fuente durante el trienio (tCO2eq.)

ENERGIA ELÉCTRICA
GAS NATURAL
DIESEL
GASOLINA
GASES REFRIGERANTES
PRODUCCIÓN TOTAL AÑO

Los datos se refieren al consumo de energía de Fratelli Branca Distillerie, incluida la Empresa subcontratada responsable del embotellado.

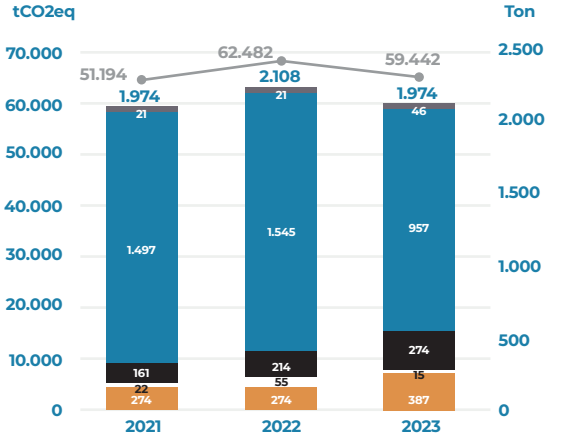
Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

En conjunto, las emisiones totales de 1.096 tCO eq. se reducen aproximadamente un 16% interanual, lo que se traduce en un descenso de la producción del 6%. 2 2 En línea con la tendencia del consumo, el índice entre las emisiones totales y los volúmenes de producción es de 0,054 tCO eq/ton, lo que muestra una tendencia a la baja en comparación con el año anterior (el mismo índice se situaba en 0,062 tCO eq/ton).

[23] El índice de intensidad energética se calcula como la relación entre el consumo de energía en Gigajulios y el volumen de producción anual de producto embotellado en toneladas. El producto embotellado se define como el producto total envasado y destinado al consumidor o cliente, incluidos los materiales de envasado.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

En cuanto a **Fratelli Branca Destilerías S.A.**, en 2023, las emisiones de Alcance 1 y Alcance 2 ascendieron a 676 tCO eq. y 957 tCO respectivamente (un total de 1.634 tCO eq.). A pesar de la disminución del consumo, las emisiones de Alcance 1 aumentaron, mientras que las de Alcance 2 disminuyeron en comparación con el año anterior, un 20,2% y un 20% respectivamente.



Fratelli Branca Destilerías
Composición de las emisiones por fuente durante el trienio (tCO2eq.)

ENERGIA ELÉCTRICA
GAS NATURAL
DIESEL
GASOLINA
GASES REFRIGERANTES
PRODUCCIÓN TOTAL AÑO

Los datos se refieren a las emisiones producidas Fratelli Branca Destilerías

Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

En conjunto, las emisiones totales descienden alrededor de un 10% en comparación con 2022, acompañadas de un descenso del 5% en la producción. Estos datos, combinados, explican el mejor comportamiento del índice de intensidad energética, que cifra la relación entre emisiones y producción y registra un valor de 0,027 tCO eq/tonelada (0,034 en 2022 tCO eq/tonelada).

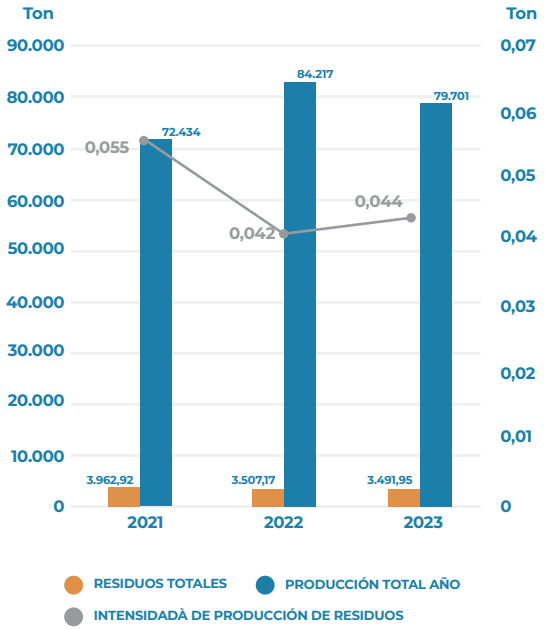
Economía circular y reciclabilidad

GESTIÓN DE RESIDUOS

El Grupo Branca está firmemente comprometido con la promoción de una economía circular. La gestión de residuos se centra en tres pilares fundamentales: reducción, recuperación y reciclaje. El uso exclusivo de materias primas naturales y la ausencia de residuos de producción, gracias a estrictos procesos de reelaboración, dan fe de nuestro compromiso con la sostenibilidad. Los productos químicos utilizados para la limpieza y el mantenimiento se seleccionan cuidadosamente y se gestionan de forma segura de acuerdo con la normativa vigente.
El gráfico siguiente muestra las cantidades totales de residuos producidos en los tres últimos años por el Grupo Branca (Italia, Argentina y, en menor medida, EE.UU.) y por el subcontratista encargado de la fase de embotellado en Italia, en comparación con los volúmenes de producción.

A pesar de un ligero descenso del 0,5% en la generación total de residuos en 2023 en comparación con el año anterior, el Índice de Residuos Totales (IRT), que mide la relación entre el volumen de residuos generados y el volumen de producción, aumentó de 0,042 toneladas/tonelada a 0,044 toneladas/tonelada.
A continuación le ofrecemos algunas ideas sobre las Empresas Productivas[24].

[24] Para más detalles sobre la composición de los residuos, consulte la sección "Tablas de rendimiento".



CONSOLIDADO
RESIDUOS Y RELACIÓN CON LA PRODUCCIÓN DURANTE EL TRIENIO (T)

Los datos se refieren a los residuos generados por las Empresas del perímetro, incluida la Empresa subcontratista encargada del embotellado por cuenta de Fratelli Branca Distillerie

Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

El IRT (Índice de Residuos Totales) se mide en toneladas de residuos totales (peligrosos y no peligrosos - eliminados y recuperados) / tonelada de producto acabado.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

En 2023, la producción total de residuos de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ascendió a 2.152 toneladas, lo que supone un aumento de cerca del 7% con respecto a 2022, frente a una disminución de la producción (de producto embotellado) del 7%.
La mayor parte de los residuos entran en la clasificación de "no peligrosos", mientras que la proporción de residuos peligrosos fue insignificante, representando sólo el 0,001% del total en 2023, en línea con el año anterior.
En su Declaración Medioambiental, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. realiza un seguimiento de los residuos mediante tres indicadores detallados, distinguiendo así entre:

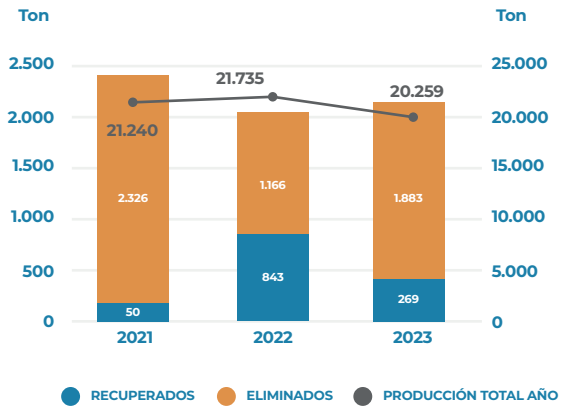
• Indicador referido a los residuos no peligrosos, incluidos los húmedos, los auxiliares de filtración y las aguas residuales. Este indicador se refiere a la salida del producto fabricado, ya que los residuos mencionados anteriormente proceden de procesos vinculados a la actividad de fabricación (residuos de transformación, agua y auxiliares de filtración);

• Indicador referido a residuos no peligrosos que incluye papel/cartón, plástico, hierro, material eléctrico. Este indicador se refiere a la producción de producto embotellado ya que los residuos mencionados están directamente relacionados con los procesos intrínsecos de la actividad de embotellado (materiales de envasado, embalajes, etc.);

• Indicador de residuos peligrosos que se refiere a la producción de producto embotellado.

En el año del informe, del total de residuos, se recuperó el 13% y se eliminó el 87%, el porcentaje de residuos recuperados disminuyó significativamente en comparación con el año anterior (48% en 2022). En cuanto al tipo de eliminación, una parte de los residuos producidos (madera, vidrio, indiferenciados o mezclados) se entrega al proveedor de servicios públicos AMSA (Azienda Municipale Servizi Ambientali), que elimina los materiales recogidos en las instalaciones de la empresa. Los demás tipos de residuos, en cambio, se confían a empresas especializadas con autorización de eliminación. La empresa también recurre a partes autorizadas para el transporte, cumpliendo plenamente los requisitos reglamentarios.
La empresa introdujo cambios en la clasificación de residuos en 2022. Los códigos CER para papel y cartón y plástico se suprimieron tras el cierre de la planta embotelladora, ya que las cantidades producidas pasaron a ser insignificantes, y se incluyeron en el código CER envases mezclados. Además, se reclasificó el código CER para residuos sólidos, ya que los posos de café entran más correctamente en esta categoría.

[25] Cabe señalar que estas variaciones también dependen del hecho de que en un año determinado pueden eliminarse cantidades de residuos acumuladas en periodos anteriores, lo que provoca variaciones en el indicador.



Fratelli Branca Distillerie
Desglose de residuos
por destino en 2022 (t)

Los datos se refieren a los residuos generados , por Fratelli Branca Distillerie, incluida la Empresa subcontratista encargada del embotellado

Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

El IRT (Índice de Residuos Totales) se mide en toneladas de residuos totales (peligrosos y no peligrosos - eliminados y recuperados) / tonelada de producto acabado.

El aumento de los residuos y la disminución de la producción han contribuido a un empeoramiento del Índice de Residuos Totales (IRT), que mide la relación entre el volumen de residuos generados y el volumen de producción, que es de 0,10 toneladas/tonelada en 2023 (0,09 toneladas/tonelada en 2022).[25]
De acuerdo con el compromiso de la empresa con la gestión responsable de los residuos, se han identificado áreas de acción precisas en las que se llevarán a cabo actividades específicas

para la mejora continua del rendimiento medioambiental. En el caso concreto de los residuos:

- **Implicar y sensibilizar al personal sobre los métodos correctos de separación de residuos mediante cursos de formación y auditorías de los responsables de área y a través de iniciativas de reducción de residuos, como la supresión de botellas y vasos de plástico en las oficinas;**

- **Elaboración centralizada de instrucciones de funcionamiento para regular y orientar a toda la población de la empresa sobre los aspectos medioambientales relacionados con los procesos de la empresa;**

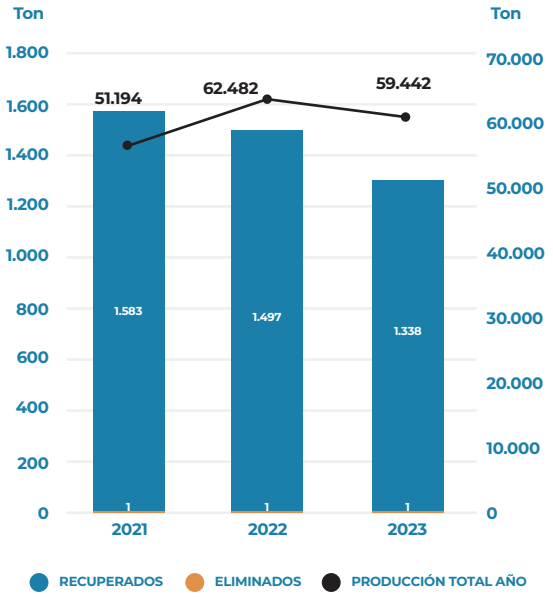
- **recuperación y reutilización de envases y materiales de envasado, con la recuperación de envases y la recogida selectiva de residuos municipales como plástico, papel y cartón.**

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

Fratelli Branca Destilerías S.A. mantuvo durante 2023 su política medioambiental definida en 2019, que rediseña la gestión global de los residuos dentro de la empresa, con el objetivo de reducir la producción de residuos. Durante 2023, se mantuvo el estatus de ZWTL ('Cero residuos a vertedero'), que se monitoriza a través del IRT (Índice de Residuos Totales) medido en kg de residuos totales/m3 de producto acabado. Con respecto a este índice, el objetivo se alcanzó y superó en 2023. Para cumplir los objetivos, durante 2023 se continuaron todas las actividades ya iniciadas para reducir las cantidades de residuos producidos que deben enviarse a centros de eliminación externos.
En concreto, se abordaron los siguientes tipos de residuos:

- **Residuos industriales de naturaleza orgánica (hierbas usadas) para los que está previsto un proceso de prensado con el fin de reutilizarlos como abono orgánico y materia prima para la producción de "compost";**
- **Lodos biológicos, generados por la planta de tratamiento de aguas residuales, cuya cantidad se reduce significativamente mediante el uso de una centrifugadora de decantación específica.**

Para la gestión de los residuos sólidos urbanos, la empresa adopta el Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos (GIRSU), que prevé la separación in situ de los elementos reciclables/reutilizables de los residuos producidos.
En 2023, la generación total de residuos disminuyó a 1.338,4 toneladas frente a las 1.497 toneladas del año anterior. Este descenso se debe principalmente a la reducción de los residuos no peligrosos. Por el contrario, los residuos peligrosos registraron un ligero aumento. Es importante subrayar que la proporción de residuos peligrosos sigue siendo marginal, representando menos del 0,1% del total incluso en el trienio examinado. La empresa confirma su dedicación a la sostenibilidad, enviando casi todos sus residuos a procesos de reciclaje, reutilización y recuperación de energía.
El siguiente gráfico muestra la evolución de la relación entre el total de residuos (peligrosos y no peligrosos) y la producción anual. En 2023, la disminución de los residuos y el consiguiente descenso de la producción afectaron positivamente a la relación entre ambos indicadores, que disminuyó ligeramente a 0,023 toneladas/tonelada frente a las 0,024 toneladas/tonelada de 2022.
Esta reducción puede atribuirse en particular a la disminución del volumen de hierbas agotadas, gracias a la implantación de un nuevo dispositivo de secado de hierbas, que redujo significativamente la cantidad de agua en los residuos.



FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS DESGLOSE DE RESIDUOS POR DESTINO EN 2023 (T)

Los datos se refieren a los residuos generados , por Fratelli Branca Destilerías

Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

El IRT (Índice de Residuos Totales) se mide en toneladas de residuos totales (peligrosos y no peligrosos - eliminados y recuperados) / tonelada de producto acabado.

Para cumplir sus compromisos, y en línea con el objetivo a largo plazo del Grupo Branca en materia de gestión de residuos, la empresa ha puesto en marcha las siguientes iniciativas:

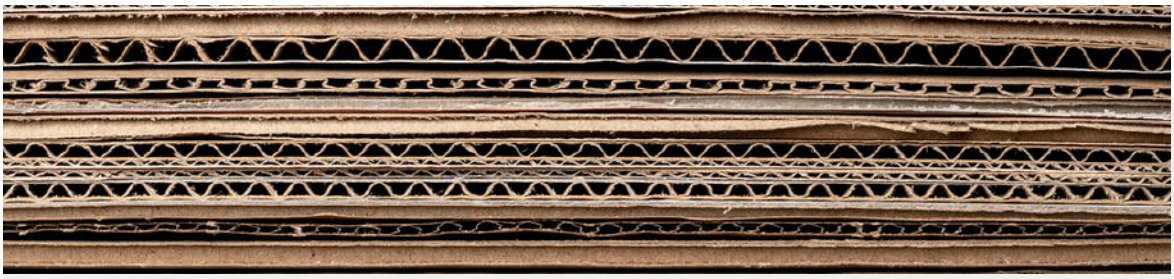
• Rediseñar la forma de separar los residuos y formar al personal sobre su correcta eliminación: para mejorar el rendimiento de la planta de reciclaje, se han ampliado los tipos de materiales a separar y se han habilitado nuevos contenedores para cada tipo de residuo;

• Valorización de los residuos reciclables: para cada residuo separado, se realiza una evaluación sobre el método de eliminación, su tratamiento y el precio de eliminación o de venta. Tras la evaluación, se optimiza el tipo de tratamiento de algunos de ellos, lo que se traduce en precios de venta más competitivos;

• Reducción de un volumen significativo de residuos no reciclables a través de recicladores ad hoc, para residuos que deberían destinarse al vertedero;

• eliminación de los pastos agotados de forma circular, mediante la decisión de utilizar esta materia prima para la alimentación animal.

ENFOQUE
ENVASADO SOSTENIBLE Y RECICLABILIDAD



Enfoque: envasado sostenible y reciclabilidad

Para el Grupo Branca, el envasado de los productos no sólo representa un fuerte elemento de reconocimiento de la marca, sino que también sirve para garantizar la alta calidad de los productos y para protegerlos durante el transporte. El cuidado que el Grupo Branca pone en la selección y el abastecimiento de todos los materiales utilizados para el envasado forma parte integrante de su compromiso de minimizar el impacto medioambiental.

Los envases que el Grupo Branca utiliza para sus productos pueden clasificarse en las tres categorías siguientes:

• Envase primario: consiste en el envoltorio o recipiente del producto que cubre directamente el artículo, es decir, la botella, el tapón y la etiqueta;

• Envase secundario: el envase utilizado para agrupar un cierto número de botellas, diseñado tanto para facilitar la reposición en los estantes en el punto de venta como envase de venta para el consumidor final. Los envases de cartón, los palés o los expositores entran en esta categoría de envases;

• Co-envasado o envasado especial: consiste en la subcontratación de tipos de envasado no estándar, como el regalo en el envase.

A lo largo de los años, Branca ha desarrollado relaciones consolidadas y duraderas con sus proveedores para garantizar la calidad y minimizar el impacto del transporte. La búsqueda de soluciones innovadoras para reducir los materiales utilizados y el seguimiento de la evolución del sector del envasado son actividades que el Grupo Branca lleva a cabo, tanto para Fratelli Branca Distillerie S.p.A. como para la empresa argentina, con el objetivo de reducir el peso total del producto y el impacto medioambiental, también a través de iniciativas y proyectos específicos. El vidrio, por ejemplo, es el principal envase primario de todos los productos.

El reciclaje de este material parece ser un proceso respetuoso con el medio ambiente en todos sus aspectos: reduce la cantidad de residuos que hay que tratar o verter en vertederos, reduciendo así los daños medioambientales. La refundición de la chatarra también reduce la cantidad de materias primas necesarias para la producción, especialmente arenas silíceas y carbonato cálcico, reduciendo así los daños medioambientales derivados de la explotación de canteras, en beneficio de las zonas y comunidades locales. También reduce el consumo de energía: cada tonelada de cascote refundido ahorra 1,2 toneladas de materias primas y unos 100 kg de combustible. El uso de cascote en la mezcla vitrificable también reduce la temperatura necesaria para la fusión y, en consecuencia, se necesita menos combustible para fundir.

El sistema de reciclado de vidrio es un ciclo cerrado: comienza con la recuperación y termina con el reciclado. El vidrio se recoge y se procesa, el casco se convierte en una materia prima de calidad, lista para ser utilizada de nuevo en las fábricas de nuevos envases de vidrio. Por lo tanto, este proceso es respetuoso con el medio ambiente, ya que el vidrio para envases es 100% reciclable un número infinito de veces; puede utilizarse en cualquier condición de contacto con los alimentos, incluida la esterilización. Garantiza una impermeabilidad absoluta a los gases (0,0 cm3/m2/24h /23°C), vapores (0,0 (g/m2/24h /38°C), humedad, microorganismos. Se compone de óxidos de sílice, sodio y calcio procedentes de arena de sílice, ceniza de sosa y carbonato cálcico con la adición de cascotes reciclados en % variable en función de la disponibilidad de cascotes en el mercado.

Para los artículos de Fratelli Branca Distillerie S.p.A., la gama de utilización del vidrio reciclado es:

- 75-85 % para vidrio coloreado (verde AG-marrón-hoja muerta-VN verde noble)
- 55-65 % para vidrio en color Medio Blanco
- 15-35 % para el vidrio blanco y extrablanco

El 80% de las referencias de Fratelli Branca Distillerie S.p.A. son de vidrio coloreado (por ejemplo, Fernet-Branca, Brancamenta, Antica Formula, Carpano) en las que la parte reciclada representa un porcentaje máximo.

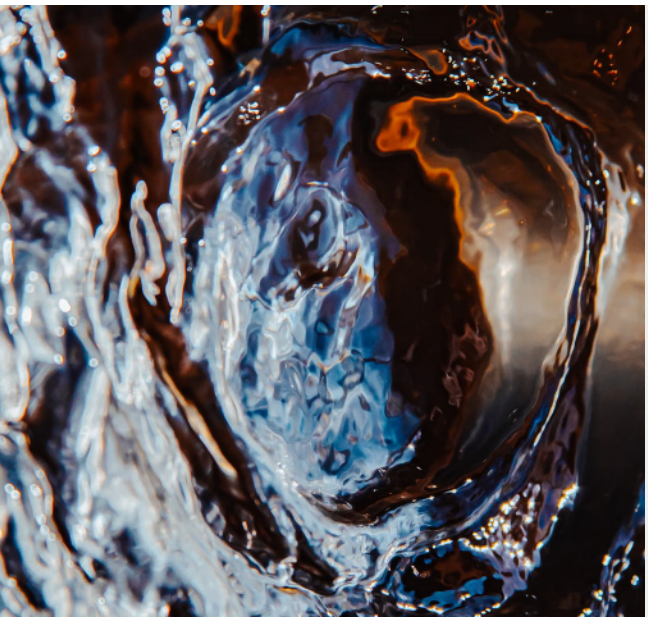
Los materiales que componen el embalaje secundario del vidrio también son totalmente reciclables:

· Film retráctil de polietileno: 100 % reciclable
· Tapa de cartón: 100 % reciclable
· Interfalda de polipropileno: reutilizable
· Suelo de madera: reutilizable

Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha completado el proceso de revisión de las especificaciones de los envases secundarios, que ha llevado a la transición hacia especificaciones más ligeras y menos impactantes pero igualmente de alto rendimiento, como el cartón, el tipo de envase secundario más utilizado en todas las referencias, o el papel, un material completamente reciclable que permite reducir los costes de su eliminación y producción, así como la protección ecológica de los recursos forestales (basta recuperar una tonelada de material celulósico para salvar 3 árboles de 20 metros de altura).

Además, incluso en el caso de los embalajes secundarios y especialmente en lo que respecta al cartón, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. se compromete a utilizar especificaciones de embalaje con el mayor porcentaje posible de material reciclado. De hecho, el porcentaje de material reciclado en los envases de cartón ondulado adquiridos por Fratelli Branca Distillerie S.p.A. es superior al 56%, es decir, el porcentaje máximo de material reciclado en el interior del cartón: los envases están diseñados y fabricados de conformidad con la norma de reciclaje de materiales (UNI EN 13430-2005).

En lo que respecta al coenvasado y, en particular, a los materiales de regalo, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. está experimentando con la sustitución de los materiales plásticos utilizados actualmente por materiales reciclables (por ejemplo, a base de papel) o recursos permanentes (por ejemplo, acero).



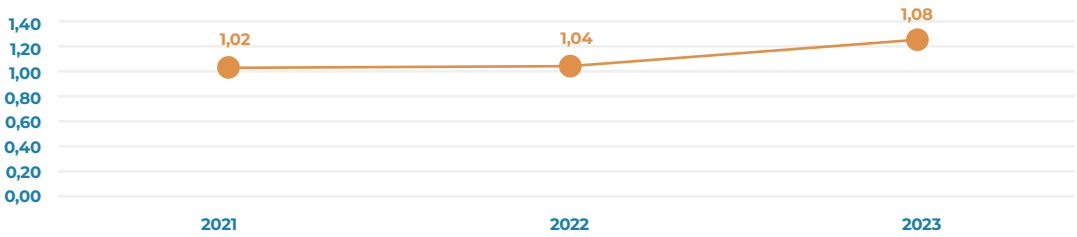
PROTECCIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS

El agua es un recurso fundamental para los procesos de producción del Grupo Branca. Consciente del impacto del uso del agua en el territorio, el Grupo Branca se compromete a optimizar el consumo, apostando por un uso eficiente y racional de este recurso, especialmente en las fases de producción y saneamiento de las plantas.

En 2023, el Índice de Consumo de Agua (ICA) se mantuvo sustancialmente estable en comparación con el año anterior. El análisis se centrará en las políticas aplicadas y los resultados obtenidos en los dos principales centros de producción, en Italia y Argentina.

El valor del indicador se ha obtenido dividiendo el consumo de agua de Fratelli Branca Distillerie y Fratelli Branca Destilerías en litros por la producción total anual de producto manufacturado en toneladas

CONSOLIDADO
EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE CONSUMO DE AGUA DURANTE EL TRIENIO (L/T)



FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha implantado un sistema de gestión del agua destinado a identificar las áreas críticas y centrar **los esfuerzos en optimizar el consumo, minimizando los residuos**.

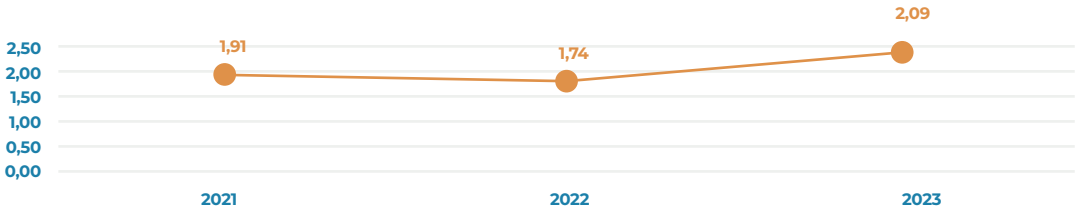
El consumo de agua de la empresa está relacionado con las **cantidades de producto fabricado** y los **lavados** de higienización de las instalaciones de producción. Los vertidos de agua se dividen en tres flujos principales: aguas de proceso, aguas blancas y aguas negras. El proceso de gestión de residuos requiere que las aguas de proceso de los distintos departamentos se conduzcan a través de una red especial a dos depósitos de retención de agua, cuya eliminación se confía a terceras empresas especializadas. Las aguas limpias (aguas blancas), relativas al último aclarado de las plantas, se conducen directamente a la red municipal de alcantarillado, ya que están libres de residuos de detergentes y de sustancias contaminantes. En cuanto a los efluentes industriales, o aguas negras, el Grupo Branca realiza **controles periódicos** para garantizar la calidad de los efluentes antes de su vertido.

Las principales áreas de mejora en la gestión del agua están estrechamente vinculadas a los procesos de producción y requieren intervenciones técnicas específicas en las plantas. Entre las diversas áreas de actividad en las que Fratelli Branca Distillerie S.p.A. está llevando a cabo actividades para contener el consumo de agua:

- **La realización de actividades de mantenimiento y supervisión de la planta por parte de los responsables y operarios de los distintos departamentos;**
- **inversión en iniciativas que optimicen el consumo;**
- **Sensibilizar al personal, mediante actividades de información y formación, para garantizar un comportamiento correcto con el fin de salvaguardar los recursos hídricos;**
- **Optimizar los cambios de producto para minimizar el lavado;**
- **Instalación de contadores para contabilizar los flujos de agua diferenciando entre producción y consumo doméstico.**

El consumo de agua corresponde a la suma del consumo de los tres contadores de Fratelli Branca Distillerie S.p.A., el agua procede del acueducto de la ciudad de Milán. En 2023, el consumo de agua aumenta en torno a un 20% con respecto a 2022, mientras que la producción disminuye en torno a un 19% con respecto al año pasado. El año pasado, el consumo había vuelto a un nivel estable tras la pandemia del Covid-19, sin embargo, el aumento del volumen de producción de productos manufacturados había contribuido a la disminución del valor dado por el ratio consumo/producción, que, cuanto más bajo es, corresponde a una mayor eficacia de los procesos de producción. La relación consumo/producción calculada para 2023 desmintió la tendencia a la baja que ya se había observado el año pasado.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE
EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE CONSUMO DE AGUA DURANTE EL TRIENIO (L/T)



El valor del indicador se ha obtenido dividiendo el consumo de agua en litros por la producción anual total de productos fabricados en toneladas.

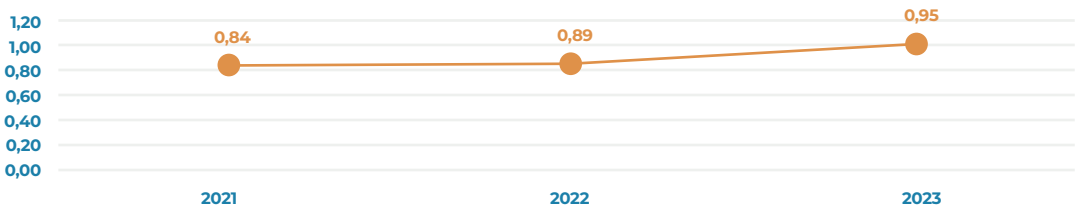
FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

Fratelli Branca Destilerías S.A. se compromete a **contener** y **optimizar** el consumo de agua. La empresa obtiene su agua exclusivamente de acuíferos subterráneos, tomando estrictas medidas para preservar la calidad y la cantidad. El agua extraída de tres pozos se almacena en un depósito de 120 metros cúbicos y se distribuye para los procesos de producción y el uso civil. Este enfoque garantiza un uso racional y sostenible del recurso hídrico.
Entre las iniciativas puestas en marcha para lograr los propósitos descritos anteriormente se incluyen:

• Análisis de procesos de las operaciones de la empresa para conocer las actividades más impactantes y evaluar posibles programas para reducir estos impactos (también relacionados con el consumo de agua);
optimización del sistema de recirculación de agua, que permite reutilizar el agua consumida, lo que supone un ahorro diario de unos 10 m;
• Automatización de los sistemas de captación de agua en cada uno de los pozos de extracción para evitar la sobreexplotación y preservar la calidad del agua;
• Implantación de sistemas de recirculación mediante bomba hidráulica para minimizar el consumo de aguas subterráneas que no se incorporan directamente al producto (por ejemplo, limpieza y lavado de equipos);
• Formación del personal operativo interno y externo en gestión medioambiental ISO 14001:2015;
• Instalación del sistema de recirculación del efluente tratado en la depuradora, con el fin de reutilizarlo en el proceso de limpieza de los equipos.

Cada cuatro meses se realizan controles hidrodinámicos en los pozos para supervisar los parámetros y las condiciones del acuífero mediante el análisis de muestras de agua. El consumo de agua se evalúa mediante el Índice de Consumo de Agua (ICA), que se calcula comparando el volumen de agua consumida (expresado en metros cúbicos y convertido a litros para mayor homogeneidad con los datos de las empresas italianas) con el volumen de producción. En 2023, se produjo un descenso del 5% tanto en la producción como en el consumo de agua, pero el ICA aumentó un 6% hasta situarse en 0,95 frente al 0,89 de 2022.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS
EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE CONSUMO DE AGUA DURANTE EL TRIENIO (l/t)



El indicador supervisado se refiere a la producción de producto manufacturado, ya que las cantidades de consumo de agua son más relevantes para la actividad manufacturera. El producto manufacturado se define como el producto total elaborado a partir de materias primas a granel y disponible para su embotellado.

Anexos

METODOLOGÍAS DE CÁLCULO

GOBIERNO CORPORATIVO	
INDICADOR	**DESCRIPCIÓN**
Valor económico	El valor económico generado representa la riqueza generada por la empresa en el desarrollo de sus actividades. Una parte importante de este valor se distribuye a su vez ("valor económico distribuido"), en forma de: gastos de explotación, sueldos y salarios de los empleados, pagos a los proveedores de capital y pagos a la administración pública. La parte restante del valor económico generado que no se distribuye constituye el valor económico retenido.

TEMAS SOCIALES	
INDICADOR	**DESCRIPCIÓN**
Datos orgánicos	Número de empleados expresado como Headcount (HC) a 31 de diciembre.
Tasa de rotación	Relación entre el número de contrataciones/renuncias de contratos indefinidos y el número de empleados en el año del informe.
Diferencias salariales entre hombres y mujeres	El ratio se calcula utilizando el valor medio del salario base o de la remuneración total percibida por las empleadas dividido por el valor medio del salario base o de la remuneración total percibida por los empleados varones, para cada categoría profesional.
Horas de formación	El promedio total de horas de formación se calcula como el total de horas de formación dividido por el número de empleados del año. Del mismo modo, el promedio de horas de formación para las diferentes categorías y géneros de empleados se calcula como el número total de horas de formación impartidas para los diferentes atributos dividido por el número correspondiente de empleados.

TEMAS MEDIOAMBIENTALES	
INDICADOR	**DESCRIPCIÓN**
Emisiones de GEI	• Emisiones de alcance 1: son las emisiones generadas directamente por fuentes propias o controladas por la empresa. Las emisiones directas de GEI incluyen los siguientes gases: CO2, CH4 y N2O. Para el cálculo de las emisiones directas de CO2 (Alcance 1), se han tenido en cuenta las recargas de todos los gases refrigerantes realizadas y el consumo de gas natural, gasolina y gasóleo. Para el cálculo de las toneladas de CO2eq., se hizo referencia a los factores de emisión actualizados en 2024 y puestos a disposición por el Departamento de Negocios, Energía y Estrategia Industrial del Reino Unido (Factores de conversión de GEI del Gobierno del Reino Unido para la elaboración de informes de las empresas). • Emisiones de Alcance 2: para el cálculo de las emisiones de CO2 derivadas del consumo de electricidad (Alcance 2) relativas a la planta italiana, se han utilizado los parámetros de cálculo indicados por el Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA), en particular: el factor de conversión utilizado es la Producción bruta de electricidad actualizada a 2022 para Italia (308,9). • Emisiones de Alcance 3: Para el cálculo de las emisiones de CO2 derivadas del consumo indirecto de energía vinculado a la cadena de valor, el Grupo Branca considera las emisiones procedentes del consumo de gas natural y electricidad de la empresa subcontratada responsable de la fase de embotellado de los productos de Fratelli Branca Distillerie S.p.A., que a partir de 2022 se ha externalizado por completo. Del mismo modo, para el consumo de gas natural, se hizo referencia a los factores de emisión actualizados en 2024 y puestos a disposición por el Departamento de Negocios, Energía y Estrategia Industrial del Reino Unido (Factores de conversión de GEI del Gobierno del Reino Unido para informes de empresas). Para el consumo de electricidad, se utilizaron los parámetros de cálculo indicados por el Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA).

Tablas de rendimiento

Gobierno corporativo

Creación y distribución de valor económico

Principales partidas de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias reclasificada (Euro/000) | *Grupo consolidado Branca*

GRI 201-1	2021	2022	2023
Valor económico generado directamente	337.103	443.042	381.534
Valor económico distribuido			
Costes corporativos	176.392	232.213	174.722
Costes de personal y prestacion	25.285	30.907	25.833
Pagos a proveedores de capital	64.499	85.635	64.521
Pagos a la Administración Pública	33.709	37.183	41.284
Inversiones en las comunidade	307	317	36
Valor económico total distribuido	300.192	386.254	306.396
Valor económico retenido	36.911	56.788	75.138

Estructura de gobierno
Composición de los consejos de administración en 2023 por empresa

GRI 2-9 v.	< 30			30 - 50			> 50			COMPLESSIVO		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
BRANCA INTERNATIONAL S.p.A.	0	0	0	0	1	1	5	0	5	5	1	6
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	0	0	0	1	2	3	5	0	5	6	2	8
FRATELLI BRANCA DESTILERÌAS S.A.	0	0	0	0	1	1	6	1	7	6	2	8
BRANCA USA Inc.	0	0	0	4	0	4	2	0	2	6	0	6
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA S.r.l.	0	0	0	1	1	2	3	1	4	4	2	6
BRANCA REAL ESTATE ITALIA S.r.l.	0	0	0	3	0	3	3	1	4	6	1	7
BRANCA REAL ESTATE ARGENTINA S.A.	0	0	0	1	0	1	6	0	6	7	0	7
BRANCA REAL ESTATE USA	0	0	0	2	0	2	2	0	2	4	0	4
BRANCA USA HOLDINGS Inc.	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1

Gestión responsable de la cadena de suministro

Número de proveedores y valor de los pedidos emitidos por zona geográfica por empresa[26]

	2021		2022		2023	
	Número de proveedores	Valor del pedido (%)	Número de proveedores	Valor del pedido (%)	Número de proveedores	Valor del pedido (%)
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.						
TOTAL	72	100,0	72	100,0	72	100,0
ITALIA	50	75,0	50	75,0	50	75,0
EUROPA (EXCLUIDA ITALIA)	11	14,4	11	14,4	11	14,4
ARGENTINA	2	0,6	2	0,6	2	0,6
AMÉRICA (EXCLUIDA ARGENTINA)	0	0,0	0	0,0	0	0,0
ASIA	5	5,0	5	5,0	5	5,0
ÁFRICA	4	5,0	4	5,0	4	5,0
FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.						
TOTAL	32	100,0	35	100,0	41	100,0
ITALIA	5	1,0	5	0,2	5	1,7
EUROPA (EXCLUIDA ITALIA)	6	7,3	4	3,5	6	19
ARGENTINA	18	86,8	20	93,1	23	60
AMÉRICA (EXCLUIDA ARGENTINA)	1	0,1	4	0,2	4	1,6
ASIA	0	0,0	0	0,0	1	2,8
ÁFRICA	2	4,8	2	3,0	2	14,5

[26] El desglose del valor de los pedidos por zona geográfica se realizó teniendo en cuenta el origen del material adquirido y no el origen del proveedor/corredor al que se compró el material.

Porcentaje de proveedores cualificados con certificaciones (%) por empresa

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	2022	2023
ISO 9001	68,0%	68,0%
ISO 14001	28,0%	28,0%
OHSAS 18001/ISO 45001	22,0%	22,0%
ISO 2200, BRC, IFS (en seguridad alimentaria)	20,0%	20,0%
% de proveedores con al menos una certificación	86,0%	86,0%

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	2022	2023
ISO 9001	81,8%	81,8%
ISO 14001	36,4%	68,0%
OHSAS 18001/ISO 45001	18,2%	48,0%
ISO 2200, BRC, IFS (en seguridad alimentaria)	63,6%	65,0%
% de proveedores con al menos una certificación	100,0%	100,0%

BRANCA USA	2022	2023
ISO 9001	10,0%	10,0%
ISO 14001	10,0%	10,0%
OHSAS 18001/ISO 45001	10,0%	10,0%
ISO 2200, BRC, IFS (en seguridad alimentaria)	0,0%	0,0%
% de proveedores con al menos una certificación	25,0%	25,0%

Calidad y seguridad de las materias primas y del producto

Requisitos de información y etiquetado para productos y servicios

GRI 417-1	FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.			FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.			BRANCA USA		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
% de productos o categorías de servicios significativos tratados o evaluados para su conformidad con los procedimientos sobre información y etiquetado de productos y servicios	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Incidentes de incumplimiento en materia de información y etiquetado de productos y servicios

GRI 417-2	FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.			FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.			BRANCA USA		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Número total de casos de incumplimiento de la normativa y/o de los códigos de autorregulación sobre información y etiquetado de productos y servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0
de las cuales: dieron lugar a una multa o sanción	0	0	0	0	0	0	0	0	0
de las cuales: dieron lugar a una advertencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
de los cuales: incumplimiento de los códigos voluntarios	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Marketing, comunicación y consumo responsables

Casos de incumplimiento de la normativa y/o de los códigos de autorregulación sobre comunicaciones de marketing

GRI 417-3	FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.			FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.			BRANCA USA		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Número total de casos de incumplimiento de la normativa y/o de los códigos de autorregulación sobre comunicaciones comerciales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
de las cuales: dieron lugar a una multa o sanción	0	0	0	0	0	0	0	0	0
de las cuales: dieron lugar a una advertencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
de los cuales: incumplimiento de los códigos voluntarios	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Perfil de los empleados del Grupo

Número de empleados del Grupo por sexo, tipo de contrato y empresa

GRI 2-7	2021			2022			2023		
	T. INDET.	T. DET.	TOT.	T. INDET.	T. DET.	TOT.	T. INDET.	T. DET.	TO.
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	61	1	62	70	3	73	76	7	83
HOMBRES	37	0	37	42	1	43	42	0	42
MUJERES	24	1	25	28	2	30	34	7	41
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	201	0	201	206	0	206	221	0	221
HOMBRES	186	0	186	185	0	185	194	0	194
MUJERES	15	0	15	21	0	21	27	0	27
BRANCA USA	28	0	28	29	0	29	32	0	32
HOMBRES	14	0	14	16	0	16	18	0	18
MUJERES	14	0	14	13	0	13	14	0	14
BRANCA INTERNATIONAL	5	0	5	2	0	2	2	0	2
HOMBRES	3	0	3	1	0	1	1	0	1
MUJERES	2	0	2	1	0	1	1	0	1
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	3	0	3	3	0	3	3	0	3
HOMBRES	2	0	2	2	0	2	2	0	2
MUJERES	1	0	1	1	0	1	1	0	1
TOTALE	298	1	299	310	3	313	334	7	341
HOMBRES	242	0	242	246	1	247	257	0	257
MUJERES	56	1	57	64	2	66	77	7	84

Número de empleados del grupo por sexo, tipo de empleo y empresa

GRI 2-7	2021			2022			2023		
	A tiempo completo	A tiempo parcial	TOTAL	A tiempo completo	A tiempo parcial	TOTAL	A tiempo completo	A tiempo parcial	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	60	2	62	71	2	73	81	2	83
HOMBRES	37	0	37	43	1	43	42	0	42
MUJERES	23	2	25	28	2	30	39	2	41
F.LLI BRANCA DESTILERIAS S.A.	201	0	201	206	0	206	221	0	221
HOMBRES	186	0	186	185	0	185	194	0	1194
MUJERES	15	0	15	21	0	21	27	0	27
BRANCA USA	28	0	28	29	0	29	32	0	32
HOMBRES	14	0	14	16	0	16	18	0	18
MUJERES	14	0	14	13	0	13	14	0	14
BRANCA INTERNATIONAL	3	2	5	1	1	2	2	0	2
HOMBRES	3	2	5	1	1	2	1	0	1
MUJERES	0	0	0	0	0	0	1	0	1
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	2	1	3	2	1	3	3	0	3
HOMBRES	2	1	3	2	1	3	2	0	2
MUJERES	0	0	0	0	0	0	1	0	1
TOTALE	297	2	299	311	2	313	339	2	341
HOMBRES	242	0	242	247	0	247	257	0	257
MUJERES	55	2	57	64	2	66	82	2	84

Número de trabajadores temporales y en prácticas en el Grupo por sexo – Consolidado

GRI 2-8	2021			2022			2023		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Prácticas	4	3	7	6	3	9	6	9	15
Trabajadores eventuales /temporales	20	2	22	14	0	14	5	1	6
TOTAL	24	5	29	20	3	23	11	10	21

Número de empleados entrantes por edad, sexo y empresa

GRI 401-1	MUJERES <30 AÑOS			MUJERES 30 - 50 AÑOS			MUJERES >50 AÑOS			HOMBRES <30 AÑOS			HOMBRES 30-50 AÑOS			HOMBRES >50 AÑOS		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	0	4	7	4	11	7	0	1	3	0	1	1	1	11	7	0	2	1
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	2	3	5	6	6	4	0	0	0	0	6	5	9	4	15	0	2	0
BRANCA USA	1	0	3	2	1	0	0	0	0	0	3	5	1	4	0	0	0	1
BRANCA INTERNATIONAL	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	3	7	15	13	19	11	0	1	3	0	10	1	12	19	22	1	4	2

Tasa de rotación entrante por género y empresa

GRI 401-1	2021			2022			2023		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	2,7%	16,0%	8,1%	33,0%	53,0%	41,0%	11,0%	20,0%	31,0%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	4,8%	53,3%	8,5%	6,0%	43,0%	10,0%	9,0%	4,0%	13,0%
BRANCA USA	7,1%	21,4%	14,3%	41,0%	8,0%	28,0%	19,0%	9,0%	28,0%
BRANCA INTERNATIONAL	66,7%	50,0%	60,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL	5,37%	28,1%	9,7%	13,4%	40,9%	19,2%	10,0%	9,0%	19,0%

Número de empleados que abandonaron por edad, sexo y empresa

GRI 401-1	MUJERES <30 AÑOS			MUJERES 30 - 50 AÑOS			MUJERES >50 AÑOS			HOMBRES <30 AÑOS			HOMBRES 30-50 AÑOS			HOMBRES >50 AÑOS		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	0	1	2	6	9	4	2	1	0	2	1	0	10	7	7	9	4	3
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	2	1	1	2	2	2	0	1	0	2	0	0	7	10	9	2	3	2
BRANCA USA	0	1	0	3	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	3	0	2	1
BRANCA INTERNATIONAL	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
TOTAL	2	4	3	11	14	9	2	2	0	4	1	0	17	19	19	11	10	8

Tasa de rotación de salida por género y empresa

GRI 401-1	2021			2022			2023		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	56,8%	32,0%	46,8%	28,0%	37,0%	32,0%	12,0%	7,0%	19,0%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	5,9%	26,7%	7,5%	7,0%	19,0%	8,0%	5,0%	1,0%	6,0%
BRANCA USA	0,0%	21,4%	10,7%	18,0%	15,0%	17,0%	13,0%	6,0%	19,0%
BRANCA INTERNATIONAL	0,0%	0,0%	0,0%	300,0%	200,0%	250,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	67,0%	33,0%	100,0%
TOTAL	13,2%	26,32%	15,72%	12,1%	30,3%	16,0%	8,0%	4,0%	11,0%

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN EN EL ENTORNO LABORAL

Número de empleados por sexo, categoría profesional y grupo de edad a 31/12/2023 - Consolidado

2023

	< 30			30 - 50			> 50			TOTAL GRUPO 2021
	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	
Gerentes	0	0	0	9	13	22	0	11	12	34
Quadri	0	2	02	15	27	42	7	14	21	65
Empleados	14	13	27	34	64	98	4	17	21	146
Trabajadores	0	1	1	0	71	71	0	24	24	96
TOTAL	14	16	30	58	175	233	12	66	78	341

2022

GRI 405-1	< 30			30 - 50			> 50			TOTAL GRUPO 2022
	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	
Gerentes	0	0	0	9	11	20	0	13	13	33
Quadri	0	1	1	10	19	29	5	13	18	48
Empleados	11	10	21	27	71	98	4	17	21	140
Trabajadores	0	3	3	0	70	70	0	19	19	92
TOTALE	11	14	25	46	171	217	9	62	71	313

2021

	< 30			30 - 50			> 50			TOTAL GRUPO 2021
	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	
Gerentes	0	0	0	5	6	11	0	17	17	28
Quadri	0	0	0	10	23	33	5	12	17	50
Empleados	9	8	17	24	73	97	3	14	17	131
Trabajadores	0	3	3	0	71	71	0	16	16	90
TOTAL	9	11	20	39	173	212	8	59	67	299

Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos por empresa

GRI 2-30	2021	2022	2023
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	100%	100%	100%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	50,5%	45,6%	44,8%
BRANCA INTERNATIONAL	100%	100%	100%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	100%	100%	100%

Relación entre el salario base y la remuneración total de las mujeres y los hombres por empresa

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

GRI 405-2	2021		2022		2023	
	Salario	Remuneración	Salario	Remuneración	Salario	Remuneración
Gerentes	n.d.	n.d.	85%	85%	94,14%	94%
Quadri	88%	88%	86%	90%	110,42%	110%
Empleados	70%	70%	68%	79%	64,60%	65%
Trabajadores	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

Gerentes	124%	124%	112%	111%	112%	111%
Quadri	92%	92%	92%	92%	102%	102%
Empleados	103%	103%	99%	99%	98%	98%
Trabajadores	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

BRANCA USA

Gerentes	54%	54%	72%	63%	56%	46,09%
Quadri	103%	103%	95%	93%	191%	159,95%
Empleados	86%	86%	121%	118%	92%	71,60%
Trabajadores	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO Y FORMACIÓN

Horas de formación por empleado por género y empresa

GRI 404-1	2021			2022			2023		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	246	92	338	1.906	1.714	3.620	441	366	807
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	2.520	176	2.696	7.380	823	8.203	8.405	1.224	9.628
BRANCA USA	68	60	128	20	18	38	92	125	108,5
TOTAL	2.834	328	3.162	9.306	2.555	11.861	9.046	1.787	10.832

Promedio de horas de formación por empleado por género y empresa

GRI 404-1	2021			2022			2023		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	6,6	3,7	5,5	44,3	57,1	49,6	10,5	8,9	9,7
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	13,5	11,7	13,4	39,9	39,2	39,8	43,2	45,3	43,5
BRANCA USA	4,9	4,3	4,6	1,3	1,4	1,3	6	5,3	5,6
BRANCA INTERNATIONAL	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	92	125	108,5
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL	12,0	6,1	10,9	37,7	38,7	37,9	35,2	21,3	31,7

Promedio de horas de formación por sexo y categoría de empleado – Consolidado

GRI 404-1	2023		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Gerentes	16,79	40,30	11,8
Quadri	42,35	82,77	27,5
Empleados	40,12	72,52	26,0
OPETrabajadoresRAI	40,12	72,52	26,0

Salud y seguridad

Índices de siniestralidad por empresa

GRI 403-9

	2021	2022	2023
		CONSOLIDADO	
Número de muertes como consecuencia de accidentes laborales	0	0	0
Número de accidentes laborales con consecuencias graves (excluidas las muertes)	0	0	0
Número de accidentes laborales	1	1	0
		FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	
Número de muertes como consecuencia de accidentes laborales	0	0	0
Número de accidentes laborales con consecuencias graves (excluidas las muertes)	0	0	0
Número de accidentes laborales	0	1	0
		FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	
Número de muertes como consecuencia de accidentes laborales	0	0	0
Número de accidentes laborales con consecuencias graves (excluidas las muertes)	0	0	0
Número de accidentes laborales	1	0	1
		BRANCA USA	
Número de muertes como consecuencia de accidentes laborales	0	0	0
Número de accidentes laborales con consecuencias graves (excluidas las muertes)	0	0	0
Número de accidentes laborales	0	0	0

CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES

Eficiencia energética y cambio climático

Consumo de energía - Consolidado

GRI 302-1

	UNIDADES DE MEDIDA	2021	2022	2023
Gas natural	Gj	14.525	14.359	14.650
Diesel	Gj	1.870	2.297	1.536
Gasolina	Gj	3.821	4.752	7.617
Energia comprada	Gj	18.175	20.866	16.251
Consumo total de energía	Gj	38.390	42.274	40.055
Año de producción total	Ton	72.434	84.217	79.701
Intensidad energética	Gj/Ton	0,530	0,502	0,502

Consumo de energía - Fratelli Branca Distillerie S.p.A.

GRI 302-1	UNIDADES DE MEDIDA	2021	2022	2023
Gas Natural	Gj	9.671	9.481	7.026
Diesel	Gj	1.561	1.530	1.295
Gasolina	Gj	281	406	968
Electricidad	Gj	6.216	7.808	7.136
Consumo total de energía	Gj	17.728	19.225	16.427
Año de producción total	Ton	21.240	21.735	20.269
Intensidad energética	Gj/Ton	0,835	0,885	0,811

Consumo de energía - Fratelli Branca Destilerías S.A.

GRI 302-1	UNIDADES DE MEDIDA	2021	2022	2023
Gas Natural	Gj	4.856	4.878	7.624
Diesel (implantes)	Gj	36	234	240
Diesel	Gj	273	534	-
Gasolina	Gj	2.387	3.208	5.242
Electricidad	Gj	11.959	13.057	12.805
Total	Gj	19.511	21.910	25.912
Año de producción total	Ton	51.194	62.482	59.442
Intensidad energética	Gj/Ton	0,381	0,351	0,44

Consumo de energía - Rama estadounidense

GRI 302-1	UNIDADES DE MEDIDA	2021	2022	2023
Gasolina	Gj	1.152	1.138	1.405

Emisiones e intensidad de las emisiones - Consolidado

GRI 305-1,2, 4	2021	2022	2023
Emisiones de alcance 1 (tCO eq.)[27]	1.149	1.159	1.182
Emisiones de alcance 2 (tCO eq.)[28] Basadas en la ubicación	1.860	1.867	1.215
Emisiones de alcance 2 (tCO_2 eq.) Basadas en el mercado	-	-	2.073
Emisiones de alcance 3 (tCO eq.)	229	496	408
Emisiones totales (Alcance 1, Alcance 2 - Basado en la ubicación, Alcance 3)	3.238	3.522	2.806
Año de producción total	72.434	84.217	79.701
Relación emisiones/producción[29] (tCO_2 eq./t)	0,045	0,042	0,035

[27] Para el cálculo de las emisiones directas de CO (Alcance 1), se tuvieron en cuenta la recarga de todos los gases refrigerantes realizada, el consumo de gas natural, de gasóleo para actividades relacionadas con las plantas, así como de gasóleo y gasolina para uso en automoción. [2] Para el cálculo de las toneladas de CO eq, se hizo referencia a los factores de emisión puestos a disposición por el Departamento de Negocios, Energía y Estrategia Industrial del Reino Unido (Factores de Conversión de GEI del Gobierno del Reino Unido para Informes de Empresas).

[28] P ara el cálculo de las emisiones de CO procedentes del consumo de electricidad (Alcance 2), se utilizaron los parámetros de cálculo especificados por el Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA).

[29] La producción se define como toneladas de producto embotellado.

Emisiones e intensidad de las emisiones - Fratelli Branca Distillerie S.p.A.

GRI 305-1,2, 4	2021	2022	2023
Emisiones de alcance 1 (tCO_2 eq.)	595	520	432
Emisiones de alcance 2 (tCO eq.) Basadas en la ubicación	364	322	257
Emisiones de alcance 2 (tCO eq.) Basadas en el mercado	-	-	439
Emisiones de alcance 3 (tCO_2 eq.)	229	496	408
Emisiones totales (Alcance 1, Alcance 2 - Basado en la ubicación, Alcance 3)	1.187	1.338	1.098
Año de producción total	21.240	21.735	20.259
Emisiones totales / ratio de producción (tCO_2 eq./t)	0,056	0,062	0,054

Emisiones e intensidad de las emisiones - Fratelli Branca Destilerías S.A.

GRI 305-1,2, 4	2021	2022	2023
Emisiones de alcance 1 (tCO_2 eq.)	477	563	676
Emisiones de alcance 2 (tCO eq.) Basadas en la ubicación	1.497	1.545	957
Emisiones de alcance 2 (tCO eq.) Basadas en el mercado	-	-	1.633
Emisiones totales (Alcance 1, Alcance 2 - Basado en la ubicación)	1.974	2.108	1.634
Año de producción total	51.194	62.482	59.442
Emisiones totales / ratio de producción (tCO_2 eq.)	0,039	0,034	0,027

Emisiones e intensidad de las emisiones - Rama estadounidense

GRI 305-1	2021	2022	2023
Emisiones de alcance 1 (tCO_2 eq.)	78	76	73

Residuos generados – Consolidados y detallados por empresa

	2021	2022	2023
		CONSOLIDADO	
Total de residuos peligrosos	5,22	1,84	1,59
Total de residuos no peligrosos	3.957,70	3.505,33	3.490,36
Residuos totales	3.962,92	3.507,17	3.491,95
Año de producción total	72.434	84.217	79.701
Ratio residuos totales / producción	0,055	0,042	0,044
		FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	
Total de residuos peligrosos	1,43	1,2	1,58
Total de residuos no peligrosos	2.374,9	2007,87	2.151,01
Residuos totales	2.376,33	2.009,07	2.152
Año de producción total	21.240	21.735	20.259
Ratio residuos totales / producción	0,112	0,092	0,106
		FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	
Total de residuos peligrosos	3,79	0,6	0,7
Total de residuos no peligrosos	1.582,55	1.496,8	1.337,65
Residuos totales	1.586,34	1.497,4	1.339,11
Año de producción total	51.194	62.482	49.442
Ratio residuos totales / producción	0,031	0,024	0,023

Índice de consumo de agua – Consolidado y detallado por empresa

	2021	2022	2023
		CONSOLIDADO	
Consumo de agua	74.208	78.727	76.144
Producción	72.487	75.756	70.380
Índice de consumo de agua (ICA)	1,024	1,039	1,081
		ITALIA	
Consumo de agua	23.988	22.827	22.934
Producción	12.560	13.113	10.938
Índice de consumo de agua (ICA)	1,910	1,741	2.096
		ARGENTINA	
Consumo de agua	50.220	55.900	53.210
Producción	59.927	62.643	59.442
Índice de consumo de agua (ICA)	0,838	0,892	0,895

Índice de los contenidos GRI

Declaración de uso	Branca International SpA ha comunicado la información mencionada en este índice de contenido GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2023 y el 31 de diciembre de 2023 según con referencia al Estándar GRI
Utilizado GRI 1	GRI 1 - Principios fundamentales - versión 2021
Normas sectoriales GRI pertinentes	N/A - se esperará a la publicación de la norma industrial específica

GRI ESTÁNDAR / OTRA FUENTE	INFORME INFORMATIVO	UBICACIÓN
Información general		
GRI 2 Contenidos generales 2021	2-1 Detalles de la organización	Nota metodológica, p.5
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	Nota metodológica, p.5
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Nota metodológica, p.6
	2-4 Actualización de la información	Nota metodológica, p.5
	2-5 Verificación externa	Nota metodológica, p.5
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Nuestras marcas, pp.16-20 La cadena de valor y la gestión responsable de la cadena de suministro, p.45
	2-9 Estructura de gobernanza y composición	Estructura de la governance, p. 36 Tablas de rendimiento, p.100
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	Estructura de la governance, p. 36
	2- 15 Conflictos de interés	Estructura de la governance, p. 36
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Carta del Presidente, pp.3-4
	2-23 Compromiso y políticas	La gestión consciente del negocio, pp.23-24 Legalidad, transparencia, ética e integridad, p.37
	2-24 Incorporación de los compromisos políticas	La gestión consciente del negocio, pp.23-24 Legalidad, transparencia, ética e integridad, p.37
	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	La calidad y seguridad de las materias primas y del producto, p.53-55 Satisfacción del cliente, p.58, 60 Branca, la Cultura y el Territorio, p.81
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Legalidad, transparencia, ética e integridad, p.37
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	Legalidad, transparencia, ética e integridad, p.37
	2-28 Afiliación a asociaciones	La protección de los consumidores y la promoción del consumo responsable, p.57
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Nuestros interesados, pp.26-27
	2-30 Convenios de negociación colectiva	Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo, p. 68 Tablas de rendimiento, p.107

GRI ESTÁNDAR / OTRA FUENTE	INFORME INFORMATIVO	UBICACIÓN
Temas materiales		
GRI 3 Temas materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	Los temas de la sostenibilidad y el análisis de materialidad, p.28
	3-2 Lista de temas materiales	Los temas de la sostenibilidad y el análisis de materialidad, pp. 29-30
Indicadores específicos de la rendición de cuentas en relación con temas materiales		
Legalidad, transparencia, ética e integridad		
GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Legalidad, transparencia, ética e integridad, p.37
GRI 205 Anticorrupción 2016	205-3 Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	Legalidad, transparencia, ética e integridad, p.37
GRI 416 Salud y seguridad de los clientes 2016	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y serviciosen la salud y la seguridad	Legalidad, transparencia, ética e integridad, p.37
Creación y distribución del valor económico		
GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Valor económico directamente creado y distribuido, pp.42-43
GRI 201 Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Valor económico directamente creado y distribuido, pp.42-43 Tablas de rendimiento, p.100
Eficiencia energética y cambio climático		
GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Consumo de energía y emisiones, p.85-91
GRI 302 Energía 2016	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	Consumo de energía y emisiones, p.86-88 Tablas de rendimiento, p.109-110
	302-3 Intensidad energética	Consumo de energía y emisiones, p.86-88 Tablas de rendimiento, p.109-110
GRI 305 Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Consumo de energía y emisiones, pp. 89-91 Tablas de rendimiento, p. 111
	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	Consumo de energía y emisiones, pp. 89-91 Tablas de rendimiento, p. 111
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	Consumo de energía y emisiones, pp. 89-91 Tablas de rendimiento, p. 111
La calidad y seguridad de las materias primas y del producto		
GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La calidad y seguridad de las materias primas y del producto, pp. 53-55
GRI 417 Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	La calidad y seguridad de las materias primas y del producto, pp. 53-55 Tablas de rendimiento, p.102
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	La calidad y seguridad de las materias primas y del producto, pp. 53-55 Tablas de rendimiento, p.102
Marketing, comunicación y consumos responsables		
GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	La protección de los consumidores y la promoción del consumo responsable, pp. 56-57
GRI 417 Marketing y etiquetado 2016	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Legalidad, transparencia, ética e integridad, p.37 Tablas de rendimiento, p. 102
Satisfacción y relación con el cliente		
GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Satisfacción del cliente, pp.58-61

GRI ESTÁNDAR / OTRA FUENTE	INFORME INFORMATIVO	UBICACIÓN
Gestión responsable de la cadena de abastecimiento		
GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	La cadena de valor y la gestión responsable de la cadena de suministro, pp. 45-52
GRI 204 Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	La cadena de valor y la gestión responsable de la cadena de suministro, pp. 45-52 Tablas de rendimiento, p.101
GRI 308 Evaluación ambiental de los proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	La cadena de valor y la gestión responsable de la cadena de suministro, pp. 45-52
GRI 414 Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criteriossociales	La cadena de valor y la gestión responsable de la cadena de suministro, pp. 45-52
Economía circular y recicla bilidad		
GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Economía circular y reciclabilidad, pp.92-98
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-5 Consumo de agua	Economía circular y reciclabilidad, pp.97-98 Tablas de rendimiento, p.113
GRI 306 Residuos 2020	306-2 Gestión de los impactos relacionados con los residuos	Gestión de residuos, pp.92-95
	306-3 Residuos generados	Gestión de residuos, pp.92-95 Tablas de rendimiento, p.112
Diversidad, inclusión y derechos humanos		
GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo, p.66-67
GRI 2 Contenidos generales 2021	2-7 Empleados	Perfil de los empleados del grupo, p.63 Tablas de rendimiento, pp.103-104
	2-8 Trabajadores que no son empleados	Perfil de los empleados del grupo, p.63 Tablas de rendimiento, p.104
GRI 401 Empleo 2016	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Perfil de los empleados del grupo, p.64-65 Tablas de rendimiento, pp.105-106
GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo, pp.66 Tablas de rendimiento, p.106
	405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo, pp.67 Tablas de rendimiento, p.107
Salud y seguridad en el trabajo		
GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigaciones de incidentes	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-9 Lesiones por accidente laboral	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73 Tablas de rendimiento, p. 109
	403-10 Las dolencias y enfermedades laborales	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73

GRI ESTÁNDAR / OTRA FUENTE	INFORME INFORMATIVO	UBICACIÓN
Bienestar empresarial		
GRI 3 Temas materiales 2021	**3-3 Gestión de los temas materiales**	**Bienestar de los empleados, pp.74-75**
GRI 401 Empleo 2016	**401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales**	**Bienestar de los empleados, pp.74-75**
Desarrollo, capacitación del capital humano y meritocracia colaborativa		
GRI 3 Temas materiales 2021	**3-3 Gestión de los temas materiales**	**Desarrollo del capital humano y capacitación, pp.68-70**
GRI 404 Formación y educación 2016	**404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado**	**Desarrollo del capital humano y capacitación, pp.68-70 Tablas de rendimiento, p.108**
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	**Desarrollo del capital humano y capacitación, p.70**
Desarrollo de iniciativas y compromiso de las comunidades locales		
GRI 3 Temas materiales 2021	**3-3 Gestión de los temas materiales**	**3.6 Branca, la Cultura y el Territorio, pp.76-83**

Dal 1845

BRANCA

Informe de Sostenibilidad y Sensibilización

2023