Dal 1845
BRANCA

# Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza 2023

*L'AGIRE RESPONSABILE*
*IN UN MONDO INTERCONNESSO*

# Indice


**LETTERA DEL PRESIDENTE** **3**

**NOTA METODOLOGICA** **5**

**I PRINCIPALI RISULTATI: UNA VISIONE D'INSIEME** **7**

**CHI SIAMO: LA NOSTRA IDENTITÀ E LA NOSTRA STORIA** **8**

Il profilo del Gruppo 9

La storia di Branca: dalla nascita dell'amaro curativo a Gruppo leader del settore 11

I nostri brand 16

Le competizioni internazionali e i premi 21

I premi e i riconoscimenti di Branca come realtà imprenditoriale 21

I nostri valori: dal motto "Novare Serbando" ai principi dell'Economia della Consapevolezza 22

**LA GESTIONE CONSAPEVOLE DEL BUSINESS** **23**

I nostri stakeholder 26

I temi della sostenibilità e l'analisi di materialità 28

Branca e l'agenda 2030: gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'ONU 31

**GOVERNANCE AZIENDALE** **34**

Struttura della Governance 35

Legalità, trasparenza, etica e integrità 37

Valore economico direttamente generato e distribuito 38

**L'ECCELLENZA DEI PRODOTTI IN BRANCA** **44**

La catena del valore e la gestione responsabile della catena di fornitura 45

La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto 53

La tutela dei consumatori e la promozione del consumo responsabile 56

La soddisfazione dei clienti 61

**PERSONE E COMUNITÀ** **66**

Profilo dei dipendenti del Gruppo 67

Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro 70

Sviluppo del capitale umano e formazione 72

Salute e sicurezza sul lavoro 75

Benessere dei dipendenti 78

Il Gruppo Branca, la cultura e il territorio 80

**LA TUTELA DELL'AMBIENTE** **88**

Consumi energetici ed emissioni 90

Economia circolare e riciclabilità 96

**ALLEGATI** **103**

Tabelle di performance 104

Indice dei contenuti GRI 118

# Lettera del Presidente

Il Gruppo Branca ha scelto di orientare la propria azione su quattro pilastri fondamentali: Sostenibilità, Consapevolezza, Qualità e Cura. Questi valori, profondamente radicati nella nostra cultura aziendale, sono la bussola che guida ogni nostra decisione e azione quotidiana.

**Sostenibilità** è il cuore pulsante del nostro modello di business. La interpretiamo come una ricerca costante di equilibrio armonico con il contesto sociale e ambientale in cui operiamo. Le sfide globali, come il cambiamento climatico e le disuguaglianze sociali, richiedono un approccio responsabile e lungimirante. Nel 2023, un anno segnato da incertezze geopolitiche, debolezza economica diffusa e alta inflazione, ci siamo impegnati a ridurre il nostro impatto ambientale e a promuovere pratiche sostenibili lungo tutta la filiera. Abbiamo migliorato l'efficienza energetica dei nostri processi produttivi, riducendo le emissioni e consolidando il nostro impegno verso un “utile generativo”: un profitto che crei valore condiviso, rispettando persone e ambiente.

**Consapevolezza** è la capacità di comprendere e anticipare le esigenze del contesto globale in cui operiamo. In un mondo interconnesso e in costante evoluzione, siamo consapevoli delle responsabilità che ci competono come azienda. Attraverso la formazione dei nostri collaboratori e la sensibilizzazione dei nostri partner, promuoviamo una cultura aziendale attenta al presente e al futuro e alle sfide che esso comporta. La nostra consapevolezza si traduce in azioni concrete per affrontare in modo proattivo le difficoltà economiche e ambientali del nostro tempo.

**Qualità** è un principio inalienabile per il Gruppo Branca. Da oltre 179 anni, la nostra azienda ha mantenuto un impegno costante nella creazione di prodotti di eccellenza, rispettando al contempo le tradizioni e adottando soluzioni innovative. Il motto del nostro fondatore, "Novare Serbando", ci ispira a migliorare continuamente, combinando innovazione senza improvvisazione e tradizione per garantire un futuro sostenibile. Nel 2023, abbiamo investito significativamente nello sviluppo delle competenze dei nostri collaboratori e nella qualità dei nostri processi produttivi, mantenendo elevati standard di efficienza e affidabilità.

**Cura** è il valore che ci guida nelle relazioni con i nostri collaboratori, clienti e comunità. Abbiamo a cuore il bene-essere delle persone con cui lavoriamo e delle comunità in cui operiamo. Il nostro impegno è contribuire allo sviluppo sostenibile e al miglioramento della qualità della vita. Siamo convinti che un approccio basato sulla cura e sulla collaborazione sia essenziale per affrontare le sfide del nostro tempo e creare un futuro migliore per le generazioni a venire. Siamo consapevoli che viviamo in un mondo che cambia sempre più

velocemente e che ci sia così sempre più incertezza e quindi che le sfide saranno sempre più complesse, ma siamo altrettanto convinti che i nostri quattro pilastri — Sostenibilità, Consapevolezza, Qualità e Cura — rappresentino la chiave per un futuro più giusto e sostenibile.
Desideriamo ringraziare tutti i nostri collaboratori per il loro impegno e la loro passione, che ci permettono di costruire un domani più sostenibile.

Niccolò Branca
Presidente e Amministratore Delegato
di Branca International e F.lli Branca Distillerie S.p.A.

# Nota Metodologica

## *Principi e criteri di reporting*

Il Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza del Gruppo Branca rappresenta un impegno costante verso la trasparenza e la comunicazione degli obiettivi raggiunti e delle azioni intraprese in ambito sociale, ambientale e di governance. Redatto annualmente secondo la modalità with reference to ai "GRI Sustainability Reporting Standards" (GRI Standards 2021) del Global Reporting Initiative (GRI), questo documento offre una panoramica completa delle performance del Gruppo Branca e delle iniziative messe in atto per promuovere uno sviluppo sostenibile.

## *Perimetro*

Il presente Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza mantiene la coerenza con le precedenti edizioni, estendendo la rendicontazione a tutte le società operative del Gruppo Branca, ovvero Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerías S.A. e Branca USA Inc. Queste società riportano integralmente tutti gli indicatori ESG. Le società non operative, quali Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., Branca International S.p.A e Branca Real Estate S.r.l., forniscono invece una rendicontazione focalizzata sugli aspetti sociali e di governance. Non sono state rilevate variazioni significative nella struttura organizzativa, nella proprietà e nella catena di approvvigionamento.

## *Indicatori di performance*

Le informazioni contenute nel presente documento, riferite al periodo di rendicontazione 1° gennaio 2023 – 31 dicembre 2023 dove non diversamente specificato, riflettono il principio di materialità o rilevanza, elemento previsto dai GRI Standards. L'analisi di materialità e le tematiche rilevanti per il Gruppo Branca sono descritte nel paragrafo "I temi della sostenibilità e l'analisi di materialità".

Per garantire la continuità nella rendicontazione e permettere un'analisi comparativa nel tempo, i dati relativi agli anni 2021 e 2022 sono stati riportati e confrontati. I trend presentati sono stati calcolati con precisione, utilizzando dati decimali anche se non esplicitamente riportati nel documento. Al fine di assicurare l'attendibilità delle informazioni, è stato limitato al minimo il ricorso a stime, che sono state opportunamente segnalate ove presenti. Per una migliore comprensione delle performance, i dati sono stati disaggregati per Società o area geografica laddove ritenuto rilevante, mentre in altri casi sono stati presentati a livello consolidato. Qualora siano state apportate modifiche ai dati relativi agli anni precedenti, queste sono state chiaramente indicate in nota.

I dati e le informazioni contenuti nel documento sono stati raccolti tramite l'invio di opportuni reporting package alle diverse funzioni e Società del Gruppo Branca. In linea con il precedente anno, il Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza 2023 è stato redatto da un Gruppo di Lavoro appositamente costituito, i cui componenti rappresentano trasversalmente tutte le aree connesse alla rendicontazione sociale, ambientale ed economica delle diverse Società del Gruppo Branca.

Per questo periodo di rendicontazione la Società ha optato per non richiedere la verifica del documento da parte di società esterne. Il documento verrà pubblicato e sarà diffuso attraverso gli strumenti di comunicazione utilizzati dal Gruppo Branca, incluso il sito web: brancainternational.com

Per qualsiasi chiarimento in merito al presente Report di Sostenibilità, ci si può rivolgere a: ufficiostampa@branca.it.

# I principali risultati

## *UNA VISIONE D'INSIEME*

### GOVERNANCE E BUSINESS

**355**
*milioni di euro di ricavi nel 2023 (-16 rispetto al 2022)*

**79.701**
*tonnellate di prodotto imbottigliato (-6% rispetto al 2022)*

**160**
*Paesi di esportazione (in linea con il 2022)*

### TEMI SOCIALI

**341**
*dipendenti in totale (+8% rispetto al 2022)*

**99%**
*assunti con contratto a tempo indeterminato (in linea con il 2022)*

**24%**
*di presenza femminile sul totale dei dipendenti (+3 pp rispetto al 2022)*

**oltre 10.800**
*ore di formazione totali erogate (-6% rispetto al 2022)*

### TEMI AMBIENTALI

**0,502 Gj/ton**
*Indice di intensità energetica (in linea rispetto al 2022)*

**0,035 tCO2eq/ton**
*indice di intensità delle emissioni (-10% rispetto al 2022)*

**0,044 ton/ton**
*Indice di produzione dei rifiuti (+4% rispetto al 2022)*

**1,08 L/ton**
*Indice di consumo acqua (pressocchè in linea con il 2022: +3,9%)*

# Chi siamo

*LA NOSTRA IDENTITÀ E LA NOSTRA STORIA*

# Il Profilo del Gruppo

Il Gruppo Branca è una realtà imprenditoriale italiana con un'importante presenza internazionale. Il Gruppo Branca si compone di molteplici realtà aziendali, tra cui Branca International S.p.A., Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerias S.A., Branca Real Estate S.r.l. e Centro Studi Fratelli Branca S.r.l..
Da oltre cinque generazioni, con la sesta già presente in azienda, la famiglia Branca controlla e guida la Fratelli Branca Distillerie S.p.A., una società con 179 anni di esperienza nel settore degli spiriti. Il Gruppo Branca supervisiona una vasta gamma di attività, dalla produzione e distribuzione di alcolici agli investimenti immobiliari e finanziari. L'azienda si impegna ad essere un modello di business responsabile, promuovendo un'alleanza tra etica e profitto attraverso l'applicazione dei principi dell'Economia della Consapevolezza.

## *VISION*

**Il Gruppo Branca è una realtà imprenditoriale italiana a vocazione internazionale che opera a partire da una visione di equilibrio e interdipendenza di tutte le sue attività – dalla produzione e distribuzione di spirits, al real estate, alle attività finanziarie – e di tutti i livelli del processo produttivo.**
**Il Gruppo Branca attiva circuiti di crescita positiva delle proprie attività come parte di un unico organismo vivente interconnesso al proprio interno e con l'ambiente esterno, nel rispetto delle generazioni passate, presenti e future.**

## *MISSION*

**Il Gruppo Branca intende proporsi come modello di impresa responsabile che, attraverso l'applicazione dei principi dell'Economia della Consapevolezza a livello aziendale e sociale, promuove una definitiva alleanza tra etica e profitto.**
**Il Gruppo Branca persegue l'obiettivo di valorizzare le proprie attività prendendosi cura delle persone coinvolte, del pianeta e delle sue risorse.**
**Il Gruppo Branca pone al primo posto la sostenibilità, per realizzare un profitto duraturo nel tempo e un modello di sviluppo etico e responsabile, a tutti i livelli del fare impresa.**

La famiglia vanta una lunga tradizione imprenditoriale nel settore delle bevande alcoliche, iniziata a Milano nel 1845 con la fondazione della Fratelli Branca Distillerie da parte di Bernardino Branca. La sua attuale struttura, frutto di un'opera di riorganizzazione avviata nel 1999 dall'attuale Presidente e AD, Niccolò Branca, ha portato alla nascita del Gruppo Branca.
Branca International S.p.A. ha la propria sede principale a Milano e controlla le tre Società dedicate alla produzione e commercializzazione di spirits, centri nevralgici del mondo Branca: la storica Fratelli Branca Distillerie S.p.A., basata in Italia nello stabilimento di via Resegone a Milano, l'argentina Fratelli Branca Destilerías S.A., con sede a Tortuguitas nella provincia di Buenos Aires, e Branca USA Inc., la sede commerciale istituita nel 2019 a New York, negli Stati Uniti, con l'obiettivo di gestire l'importazione, distribuzione e vendita diretta dei prodotti Branca in Nord America.
Attraverso le tre Società, i prodotti Branca vengono commercializzati in 160 Paesi nei cinque

continenti: lo stabilimento di Milano serve, oltre al mercato nazionale, anche quello europeo, statunitense e dell'Asia, mentre il centro produttivo di Buenos Aires si dedica al mercato argentino e di alcuni Paesi del Sud America come Cile, Uruguay, Paraguay, Bolivia e Brasile. Grazie a numerosi accordi di partnership siglati nel corso degli anni, il Gruppo Branca si occupa inoltre della distribuzione sui mercati nazionali di prodotti internazionali di alta gamma.

Il Gruppo Branca si distingue anche nel **settore immobiliare** attraverso la **Branca Real Estate S.r.l.**, che ha aggregato il patrimonio immobiliare del Gruppo, comprendente edifici industriali e spazi ad uso residenziale, commerciale e culturale, oltre a tenute agricole, sia in Italia che all'estero. La significativa presenza internazionale e la rapida crescita del prodotto avevano portato la Fratelli Branca Distillerie S.p.A., nei primi decenni del Novecento, a investire in stabilimenti produttivi in vari Paesi europei, nonché nel Nord e Sud America (New York e Buenos Aires). La strategia di ristrutturazione dell'assetto societario avviata da Niccolò Branca ha permesso una riconversione degli stabilimenti non utilizzati e la creazione di Società distinte per le attività produttive e commerciali rispetto a quelle legate al patrimonio immobiliare, ora gestite con un approccio imprenditoriale, supportate dalla holding per un coordinamento strategico di crescita e creazione di valore.

La Branca International S.p.A. è attiva anche nel **settore finanziario**, gestendo in maniera indipendente il proprio patrimonio attraverso investimenti diversificati su scala globale.

In **ambito culturale**, il Gruppo Branca opera con il Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., un laboratorio d'avanguardia dedicato allo studio delle erbe officinali. Questo centro non solo garantisce il controllo e la qualità dei prodotti Branca, ma promuove anche iniziative innovative come l'Accademia Branca, la Collezione Branca e la Torre Branca.

# La storia di Branca

## *DALLA NASCITA DELL'AMARO CURATIVO A GRUPPO LEADER DEL SETTORE*

Nel 1845 lo speziale Bernardino Branca nel suo laboratorio a Milano ideò ed iniziò a **produrre e commercializzare un preparato a base di erbe, spezie e radici per la cura di malattie** allora molto diffuse, tra cui il colera e la malaria. Nasceva così il Fernet-Branca e, con esso, la lunga storia di Fratelli Branca Distillerie S.p.A.. Il prodotto ebbe un grande successo, tanto che in breve tempo, in Italia e all'estero, si diffuse la fama di questo amaro curativo. In pochi anni, grazie alle sue grandi proprietà, all'intuito del fondatore e alle ondate migratore italiane che proprio nel periodo della Grande Depressione raggiunsero punte mai toccate in precedenza, il Fernet-Branca iniziò a diffondersi prima in Europa e, in seguito, anche in Nord e in Sud America.

Fu in quegli anni che la Fratelli Branca Distillerie S.p.A. si trasformò da laboratorio artigianale ad impresa di successo: in breve tempo, la sede originaria di Porta Nuova a Milano dovette essere ampliata per far fronte alla domanda della vasta gamma di prodotti che nel frattempo si erano aggiunti al Fernet-Branca e, successivamente, fu sostituita da un nuovo stabilimento, in Via Resegone, che è tuttora la sede produttiva.

La crescita considerevole dei consumi a fine Ottocento portò inoltre l'azienda, che fino ad allora si era affidata ad un distributore di fiducia, ad investire nel 1935 nella **creazione dello stabilimento di Buenos Aires** e a fondare nel 1941 la Società argentina Fratelli Branca Destilerías S.A. per la produzione in loco del prodotto. Nel 1982 la Società si trasferì nello stabilimento di Tortuguitas in provincia di Buenos Aires, dove ancora oggi la Fratelli Branca Destilerías S.A. risiede ed opera attraverso un impianto di produzione di bevande alcoliche tecnologicamente all'avanguardia.

Dal 2000, anno in cui è stato realizzato il nuovo insediamento produttivo di Tortuguitas, sotto la guida strategica di Niccolò Branca quale Presidente, affiancato dal management locale, il mercato argentino è cresciuto significativamente. Anche negli anni della difficile crisi economica di questo Paese, la Fratelli Branca Destilerías S.A. ha gestito con coraggio e innovazione l'emergenza, evitando riduzioni di personale e confermando gli investimenti nell'azienda e nel suo sviluppo tanto da arrivare, tra il 2006 e il 2015, a progressivi ulteriori ampliamenti del sito produttivo.

La continua espansione del Gruppo Branca, a partire dal Fernet-Branca, è passata attraverso la creazione di altri brand "storici" – come lo Stravecchio Branca e il Brancamenta – e l'ampliamento del portafoglio prodotti attraverso una politica di acquisizioni, extension lines e l'ingresso in settori correlati al core business. Dal 1999 ad oggi le scelte strategiche ed operative adottate hanno portato il Gruppo Branca ad occupare nuove significative posizioni nei mercati di riferimento e a competere con primarie multinazionali, tutelando l'autonomia dell'azienda e mantenendo alla guida la famiglia fondatrice.

# Dal 1845 ad oggi

## *TRA INGEGNO E CREATIVITÀ*

### 1845: Fondazione

**Bernardino Branca inventa il Fernet-Branca, un amaro dalla formula segreta sempre intatta che farà la storia. Dalla produzione domestica all'apertura dello stabilimento in corso di Porta Nuova: a Milano nasce una delle avventure imprenditoriali più vivaci in Italia, la Fratelli Branca Distillerie S.p.A., da cui il Fernet-Branca viene distribuito in tutta Italia.**

### 1862

**Stefano Branca entra in società, lancia sul mercato nuovi prodotti e organizza la grande esposizione internazionale milanese del 1881: è un successo immediato.**

### 1891

**Alla morte di Stefano è la moglie Maria Scala a condurre l'azienda fino alla maggiore età del giovane Bernardino.**

### 1895

**Nasce, ad opera di Leopoldo Metlicovitz, l'iconica immagine dell'aquila che afferra una bottiglia di Fernet-Branca mentre sorvola il mondo. Dopo alcuni anni di utilizzo, il 27 novembre 1905, il logo aziendale, che nel nuovo secolo invase bar, ristoranti e pasticcerie di tutto il mondo, viene ufficialmente depositato presso il Ministero dell'Economia Nazionale.**

### 1907

**Dino Branca assume la direzione e inizia i lavori per la costruzione del nuovo stabilimento in via Resegone 2 a Milano, sede dell'attuale sito produttivo e del Museo Branca, inaugurato del 1911.**

### 1918

**Dino Branca trasforma la Fratelli Branca Distillerie S.p.A. in una società anonima, consolidando il capitale a 150 milioni di lire e la espande costruendo siti produttivi in tutto il mondo. Durante il dopoguerra si occupa dell'opera di ricostruzione e ripresa della produzione. Nel 1933 viene autorizzato all'uso del titolo comitale pontificio e nel 1938 il Re Vittorio Emanuele III gli conferisce il titolo di Conte di Romanico trasmissibile, riconoscendo la sua benemerenza in campo industriale e assistenziale.**

## 1930

Viene aperto lo stabilimento di Saint Louis, in Alsazia.

## 1932

Vengono costituite la S.A. Fratelli Branca Distillerie di Chiasso e la Fratelli Branca & C. Inc. di New York, dove nel 1934 al 131 di Hudson str., viene aperto uno stabilimento per la produzione di un Fernet-Branca medicinale.

## 1941

A Buenos Aires viene fondata la Società argentina Fratelli Branca Destilerías S.A.. Il Fernet-Branca era già arrivato in Argentina con le migrazioni italiane della fine del XIX secolo e, data la sua grande accoglienza, nel 1925 l'azienda aveva deciso di autorizzare la Società Hofer & C. – concessionaria esclusiva del prodotto in Sud America – a fabbricare il liquore in Argentina dall'estratto inviato dalla sede italiana.

## 1955

Due anni prima della scomparsa, Dino Branca rinuncia alla Presidenza, che passa al figlio Pierluigi. Con lui ha inizio la piena ripresa e l'espansione commerciale e di comunicazione in Italia.

## 1965

Pierluigi rinnova l'azienda concentrandosi soprattutto sulla produzione italiana, presentando un innovativo liquore, il Brancamenta, che unisce qualità benefiche e digestive al piacere del gusto rinfrescante. Negli Stati Uniti riposiziona il prodotto dal canale farmaceutico al retail.

## 1981

Nasce il Centro Studi Fratelli Branca per il controllo della qualità e la ricerca nel settore delle erbe officinali.

## 1985

È Giuseppe Branca a sviluppare le acquisizioni di marchi storici italiani, come la Distilleria Candolini di Tarcento. Nasce Villa Branca S.r.l. con sede in Mercatale Val di Pesa e il portafoglio prodotti Branca si arricchisce con i vini Villa Branca Chianti Classico, Villa Branca Chianti Riserva e un olio extravergine d'oliva. Viene firmata la convenzione con il Comune di Milano per la "concessione per un periodo di anni 29 dell'esercizio in esclusiva della Torre del Parco quale corrispettivo dell'esecuzione a cura e spese della Società dei lavori di ripristino della struttura". Vengono avviati, nel 1990, i lavori di ampliamento dell'area dello stabilimento di Via Resegone che, successivamente, sarà dedicata al Museo Branca.

## 1999

Viene costituita la holding Branca International S.p.A.: il figlio di Pierluigi, Niccolò, ne assume la Presidenza e diventa Amministratore Delegato anche di Fratelli Branca Distillerie S.p.A.. Niccolò Branca dà un forte impulso al ridisegno e alla riorganizzazione del Gruppo secondo il principio dell'innovazione nel rispetto della tradizione e inizia inoltre ad approfondire i concetti di sostenibilità e di etica aziendale, ai quali tutto il lavoro di Branca International si ispira.
Le scelte strategiche ed operative che verranno adottate d'ora in avanti condurranno le Distillerie ad occupare nuove significative posizioni nei mercati di riferimento e a competere con primarie multinazionali. Vengono consolidati i brand esistenti, acquisiti nuovi prodotti e create delle extension lines. Viene inoltre rafforzata la presenza in Argentina e nel mercato statunitense, prosegue e si intensifica il percorso di internazionalizzazione e la diversificazione delle attività.

## 2001

Branca acquisisce Carpano, la storica azienda Torinese che nel 1786 aveva creato il vermouth miscelando erbe e spezie con il vino moscato. Le attività produttive della Società vengono trasferite nella sede milanese di Fratelli Branca Distillerie. Da allora il brand cresce continuamente sia in Italia sia all'estero e amplia il mercato di riferimento del vermouth originale, in linea con il motto Branca di "Novare Serbando": negli anni successivi nascono infatti il Carpano Dry e il Carpano Botanic Bitter.

## 2001

Nello stesso anno entra nel portfolio dei prodotti Branca anche Caffè Borghetti, il liquore di vero caffè espresso, ottenuto dall'antica ricetta tramandata dal 1860 da Ugo Borghetti e distribuito dall'azienda già dal 1982.

## 2002

Completato il restauro della torre, Branca ne inaugura l'apertura al pubblico: un bene e simbolo caro ai milanesi viene così restituito alla città con un nuovo punto di incontro nel polmone verde del parco Sempione.

## 2004

L'antica distilleria Fernet-Branca di Saint-Louis, costruita nei primi del Novecento, viene trasformata in Museo e il 15 giugno 2004 apre al pubblico l'Espace d'Art contemporain Fernet-Branca, che si inserisce nel contesto culturale transfrontaliero collegato alla vicina città di Basilea.

## 2006

La Branca Real Estate S.r.l. diventa pienamente operativa.

## 2009

Apre al pubblico il Museo Collezione Branca, un patrimonio di storia e cultura nel cuore di Milano. Un percorso tra materie prime e strumenti di lavoro, erbe, radici e spezie, storie e oggetti, testimonianza preziosa di un sistema produttivo.

## 2015

**Branca celebra i suoi 170 anni: un traguardo che riguarda l'azienda, la sua tradizione e la sua anima. Per l'occasione, il Gruppo Branca regala alla città di Milano la rivisitazione della ciminiera dello stabilimento di via Resegone: un'opera di street-art che troneggia sulla città in un insieme di colori e di figure che rimandano alle erbe e alla bottiglia di Fernet-Branca. Rizzoli pubblica la monografia "Branca, sulle ali dell'eccellenza", riconosciuta come migliore pubblicazione dell'anno dall'Osservatorio Monografie Italiane (OMI) e il Ministero dello Sviluppo Economico riconosce l'eccellenza produttiva di Branca emettendo un francobollo limited edition.**

## 2019

**A New York nasce la controllata Branca USA, con l'obiettivo di gestire l'importazione, la distribuzione e la vendita diretta dei prodotti Branca in Nord America. Un ulteriore presidio per garantire l'espansione del mercato americano.**

# Oggi

**Il Gruppo Branca è presente in 160 Paesi nei cinque continenti, con una capillare e ben organizzata rete distributiva. L'azienda si orienta sempre più verso la differenziazione della propria offerta, allargandosi ben oltre il campo dei liquori e dei vermouth, anche se l'amaro inventato dal capostipite continua a costituire la base dell'attività, il segreto di un successo che dura ininterrottamente da 179 anni.**

# I nostri brand

Il Fernet-Branca, liquore creato dal fondatore nel 1845, resta il pilastro indiscusso delle attività della Fratelli Branca Distillerie S.p.A., rappresentando il segreto di un successo che si perpetua da 179 anni.
Negli anni, il Gruppo Branca ha ampliato la sua offerta oltre gli amari, consolidando i suoi prodotti storici, come il Fernet-Branca, il Brancamenta, lo Stravecchio Branca e, dal 2019, lo Stravecchio Branca XO. Sotto il profilo industriale, il Gruppo Branca, per il tramite della Fratelli Branca Distillerie S.p.A. e Fratelli Branca Destilerias S.A., ha adottato una strategia di partnership strategiche per entrare in nuovi mercati e ha diversificato il proprio portafoglio con estensioni di linea e acquisizioni di brand prestigiosi.
Tra le recenti acquisizioni ci sono i prodotti Borghetti (il liquore di vero caffè espresso e la sambuca) e Carpano (Carpano Classico, noto come "Rosso" in Argentina, Bianco, Dry, il recente Carpano Botanic Bitter e i nuovi Ready-to-drink Carpano Negroni e Carpano Mi-To), il Punt e Mes e il vermouth di eccellenza Antica Formula. Inoltre, nel portafoglio prodotti del Gruppo Branca si trovano la grappa Candolini (leader in Italia), il vino Chianti Villa Branca, la vodka Sernova (nelle varianti standard, aromatizzata, Tropical Passion e Sweet Apple Pear). Fratelli Branca Distillerie S.p.A. distribuisce anche il cognac De Luze, il gin Nicholson e il gin premium del brand Tobermory, nonché i whisky Tobermory, Deanston, Bunnahabhain, Templeton Rye, Scottish Leader, Ledaig e Black Bottle, la specialità Passoã e il liquore Amarula.
In Argentina, Fratelli Branca Destilerías S.A. distribuisce il Liquore Strega, il Liquore di Limone Strega, i prestigiosi vini delle cantine Fabré Montmayou e Infinitus, e whisky di fama mondiale come The Macallan, The Famous Grouse e Highland Park. Di seguito sono riportati sinteticamente i prodotti con i rispettivi loghi.

## BRAND BRANCA
### E BRAND STORICI ACQUISITI

FERNET-BRANCA · BRANCA MENTA · STRAVECCHIO BRANCA · STRAVECCHIO BRANCA XO BRANDY · BORGHETTI · BORGHETTI SAMBUCA ORO · CARPANO 1786 · CARPANO BOTANIC Bitter · CARPANO NEGRONI · CARPANO MI·TO · PUNT·MES · ANTICA FORMULA CARPANO 1786 · GRAPPA CANDOLINI · SERNOVA · VILLA BRANCA

## ALTRI BRAND DISTRIBUITI
### ITALIA

DE LUZE COGNAC · NICHOLSON THE ORIGINAL London Dry Gin · TOBERMORY DISTILLERY · DEANSTON HIGHLAND SINGLE MALT SCOTCH WHISKY · Bunnahabhain · TEMPLETON RYE · SCOTTISH LEADER SCOTCH WHISKY · LEDAIG SINGLE MALT SCOTCH WHISKY · BLACK BOTTLE · PASSOÃ · AMARULA · VII SEVEN HILLS

## ALTRI BRAND DISTRIBUITI
### ARGENTINA

Licor de Strega · Limone Strega · Fabre Montmayour · INFINITUS · The MACALLAN · The FAMOUS GROUSE · HIGHLAND PARK · CUTTY SARK

# *I PRINCIPALI PRODOTTI BRANCA E I BRAND STORICI ACQUISITI*

### FERNET-BRANCA

Nato nel 1845, Fernet-Branca mantiene nel tempo la personalità e l'originalità con cui ha conquistato i cinque continenti. La sua formula segreta, tramandata di padre in figlio, esempio di grande esperienza e passione per il "fare", ha garantito nel tempo l'eccellente qualità di Fernet-Branca. Ventisette erbe, spezie e radici compongono il prodotto dal tipico colore bruno e provengono da quattro continenti: il Rabarbaro dalla Cina, la Galanga dall'Asia, la Camomilla dall'Europa e dall'Argentina, solo per citarne alcune. Erbe, spezie e radici vengono elaborate in infusi alcolici, estratti o ancora decotti. Dopo un anno, quando la miscela, che ha riposato in botti di rovere, si evolve ed affina tutte le componenti aromatiche, il processo di produzione viene completato. Questo lungo percorso conferisce a Fernet-Branca il suo sapore inimitabile.

### BRANCAMENTA

Brancamenta nasce negli anni Sessanta, periodo caratterizzato da grandi cambiamenti, dal boom economico, da un nuovo modo di vivere, più individualista e meno conformista e, di conseguenza, da grandi desideri di novità, anche nei gusti e nei sapori. Fratelli Branca Distillerie S.p.A., grazie al grande e speciale intuito che l'ha sempre contraddistinta, decide di studiare e di iniziare la produzione di una bevanda perfetta per ogni stagione e crea Brancamenta, un prodotto che sorprende i suoi consumatori ed estimatori per il "brivido di piacere intenso" che riesce a regalare ad ogni sorso. La sua formula, composta da erbe e spezie, è arricchita dall'olio essenziale di menta piperita piemontese, la più pregiata al mondo. Nasce così un liquore amaro di alta qualità, naturale e particolarmente rinfrescante.

### STRAVECCHIO BRANCA

Stravecchio Branca, il brandy d'eccellenza della tradizione italiana, è un distillato d'autore con un gusto caldo e avvolgente e note legnose complesse di frutta secca. Il suo segreto è la capacità di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. di curare un prodotto centenario che rispecchia il sapere di chi lo produce. Gusto e profumo rimangono inalterati grazie al segreto riposto nella botte madre in rovere, autrice di una delle fasi più delicate della produzione: l'amalgama di diverse acquaviti invecchiate da un minimo di tre fino a un massimo di dieci anni. All'interno della Botte Madre permane sempre un terzo dell'amalgama, una peculiarità che dà vita al bouquet unico di Stravecchio Branca dal 1888.

### STRAVECCHIO BRANCA XO (EXTRA OLD)

Nasce dal sapiente intreccio di acquaviti ottenute dalla distillazione di pregiati vini italiani e lasciate a riposo in botti di rovere prima e nella "Botte Madre" poi. Questa seconda fase è determinante, per far sì che tutte le componenti, lentamente, si arricchiscano ed armonizzino, rivelando una personalità complessa ed equilibrata. È a questo punto che vengono apportate acquaviti invecchiate fino a 20 anni per raggiungere un profilo elegante, intenso ed appagante con una particolare persistenza aromatica.

## ANTICA FORMULA

Il vermouth italiano d'eccellenza è stato creato da Antonio Benedetto Carpano, l'inventore della categoria merceologica dei vermouth, nel lontano 1786 a Torino. Antica Formula è giunta nella sua ricetta originale e inimitabile sino ad oggi grazie alla passione e all'abilità di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. nel mantenere inalterato nel tempo il prodotto che si contraddistingue per un bouquet unico, dalle inconfondibili note di vaniglia. Questo "nettare degli Dei", caratterizzato nel gusto e nell'aroma da un infuso di erbe di montagna e spezie attentamente selezionate, tra cui il pregiato zafferano, viene prodotto in quantità limitata e confezionato in pregiate bottiglie di vetro soffiato con la riproduzione dell'etichetta originale del 1786.

## CARPANO CLASSICO
(CARPANO ROSSO IN ARGENTINA)

Carpano Classico, chiamato anche Carpano Rosso in Argentina, nasce nel '900 ed è il classico vermouth italiano, con un carattere deciso, sentori agrumati e persistente in bocca. Il suo gusto dolce-amaro è perfettamente bilanciato, grazie anche all'utilizzo delle bucce di arancio amaro fresco e dello zucchero bruciato che dona anche il particolare colore ambrato al prodotto. Nella sua ricetta originale, le note speziate e agrumate si armonizzano tra loro, completandosi con gli aromi derivanti dall'assenzio e rendendo questo vermouth classico, equilibrato e perfetto per la miscelazione.

## CARPANO BIANCO

Carpano Bianco nasce negli anni '30 ed è il vermouth bianco italiano, dolce, dall'aroma fresco e ricco. I profumi e la mineralità dei vini, che costituiscono il blend di Carpano Bianco, si bilanciano con le note speziate e di agrumi. È il prodotto maggiormente ricco di profumi della gamma Carpano. Al gusto inizialmente dolce, subentrano immediatamente note botaniche e complesse, leggermente amare, che rendono il prodotto piacevole e adatto ad ogni occasione. Gli ingredienti principali sono le bucce di arancio amaro fresco, il macis e la cannella, che dona una particolare nota speziata al prodotto.

## CARPANO DRY

Carpano Dry si caratterizza per il suo gusto secco, ottenuto grazie a un contenuto di zucchero inferiore rispetto alle altre tipologie e per una selezione di pregiatissimi vini italiani che permette al prodotto di mantenere a lungo le sue proprietà organolettiche. Ingredienti caratteristici di Carpano Dry sono l'Assenzio, coltivato in Italia e proveniente da zone incontaminate di montagna, e il Dittamo Cretico, una pianta erbacea dell'isola di Creta che dona al prodotto la tipica sapidità.

## CARPANO BOTANIC BITTER

Creato e lanciato nel 2019 miscelando l'esperienza tipica del marchio Carpano nel saper scegliere e dosare erbe e botaniche con le nuove esigenze di consumo nel rivalorizzare i cocktail classici, Carpano Botanic Bitter, unico nel suo genere, nasce dall'accurata selezione di dieci erbe aromatiche infuse secondo il metodo artigianale per bilanciarne al meglio tutte le componenti botaniche. Il suo gusto aromatico e bilanciato si sposa perfettamente con i vermouth Carpano nella preparazione di cocktail di qualità come il Negroni o l'Americano.

## CARPANO READY-TO-DRINK NEGRONI E MI-TO (MILANO-TORINO)

Creati e lanciati nel 2020 adattando la conoscenza e l'esperienza produttiva del marchio Carpano al trend di consumo a casa di cocktail autentici e di alta qualità. I Carpano Ready-To-Drink, fatti esclusivamente con prodotti Carpano e disponibili in formato monodose da 10cl acquistabili singolarmente o in una confezione da 10 pezzi, sono comodi da tenere in frigorifero e pronti all'uso.
I Carpano Ready-To-Drink seguono le ricette iconiche di Negroni (Carpano Classico, Carpano Botanic Bitter e Carpano Gin creato appositamente per questo prodotto) e Milano-Torino (Carpano Classico e Punt e Mes).

### PUNT E MES

Punt e Mes è un prodotto dalla storia leggendaria. Si narra che nel 1870 nella bottega Carpano, un agente di borsa preso da una discussione con i colleghi, ordinò il vermouth corretto con una mezza dose di china, utilizzando un'espressione dialettale "Punt e Mes". La bizzarra origine della nuova denominazione fu, subito dopo, esaltata da una curiosa abitudine dei frequentatori abituali del locale, di ordinare cioè il Punt e Mes con un gesto. Infatti, bastava che il cliente facesse al cameriere un gesto consistente nel sollevare il pollice (un Punt) e nel tracciare poi una linea orizzontale nell'aria (Mes) con la mano tesa, per ottenere immediatamente il Punt e Mes desiderato. Punt e Mes è oggi un vermouth conosciuto in tutto il mondo per il suo giusto equilibrio tra l'intrigante nota agrumata tipica di Carpano e l'amaro della china e dell'assenzio. Ha un colore rosso scuro, con venature color vermiglio. I sentori rimandano ai profumi del "vino Porto", alle erbe aromatiche, alla "caramella mou" e ai chiodi di garofano.

### BORGHETTI

Borghetti è il liquore di vero caffè espresso ottenuto dalla ricetta originale creata da Ugo Borghetti nel 1860 per celebrare l'inaugurazione della linea ferroviaria Pescara-Ancona e che conquisterà in poco tempo notorietà e fama in Italia e in Europa. Un sapore italiano, un prodotto che riflette la tradizione e i processi originali diventati il segno distintivo di una cultura, una ricetta uguale a sé stessa da tempo. Una miscela speciale, di Arabica e Robusta di ottima qualità, preparata direttamente in azienda in enormi caffettiere. Aromatico, dal gusto dolce e morbido e dal sapore avvolgente, Borghetti ha un aroma ricco e intenso che non si dimentica e un retrogusto piacevole di caffè espresso, capace di conquistare in ogni occasione.

### SAMBUCA BORGHETTI

Nasce grazie alla meticolosa selezione dei fiori di anice stellato, di provenienza orientale, che ne garantiscono l'eccellenza organolettica. L'elegante bottiglia, con i suoi decori dorati, e la denominazione scelta per il prodotto, "Sambuca Borghetti Oro", vogliono sottolineare l'unicità, la preziosità e la perfezione di tale fiore. Trasparente e cristallino, al naso risulta dolce, con un gusto morbido e delicato.

### GRAPPA CANDOLINI

Candolini è la grappa morbida ed elegante preferita dagli italiani, acquisita da Fratelli Branca Distillerie S.p.A. nel 1987. Prodotta da distillati di altissima qualità selezionati scrupolosamente, Candolini allarga la sua presenza lanciando sul mercato le varianti monovitigno, prodotte con distillati di qualità originari di un solo vitigno: "Candolini Bianca", "Candolini Classica", "Candolini Riserva", "Candolini Ruta", "Candolini Gran Miele", "Candolini Monovitigno Moscato Barrique", "Candolini monovitigno chardonnay".

### SERNOVA

Sernova è un prodotto unico a partire dal nome, risultato della fusione di “Novare Serbando”, il motto della Fratelli Branca Distillerie S.p.A.. È una vodka sofisticata e delicata, un prodotto di alta qualità in stile italiano, frutto della sapienza e della passione Branca. Il processo di produzione di Sernova – che in Italia è realizzato a partire dal grano nazionale – consiste in una serie di fasi successive di distillazione e filtrazione, durante le quali la vodka viene raffinata e perfezionata. Per garantire un prodotto neutro e puro, inoltre, Sernova viene filtrata con diamanti neri, unico caso nel mercato argentino. Nel 2020, due nuove varianti, Vodka Sernova Wild Berries e Vodka Sernova Fresh Citrus, e nel 2021 altre due, Vodka Sernova Sweet Apple Pear e Vodka Sernova Tropical Passion, provenienti da alcool selezionato prodotto localmente e filtrato con un processo unico e nobile, con sapore naturale, sono state lanciate sul mercato argentino.

### VILLA BRANCA

Il Chianti Classico è un vino molto profumato, di un fruttato vivace e fragrante. Il gusto è potente, caldo, di buona struttura. È il risultato dell’incontro di uve Sangiovese con l’aggiunta di altri vitigni a bacca nera. Il Chianti Classico Riserva, risultato della prolungata maturazione in legno e successivo affinamento in bottiglia, è caratterizzato da un colore rosso intenso con riflessi granato, profumo persistente, di un fruttato vivace e fragrante. Il gusto è sapido armonico, di notevole struttura.

## LE COMPETIZIONI INTERNAZIONALI E I PREMI

Le competizioni internazionali, con panel di assaggiatori esperti che assegnano premi a differenti categorie di prodotti, sono un elemento importante della strategia di marca del portafoglio dei prodotti Branca. All'interno delle varie possibilità, il Gruppo Branca si focalizza sulle competizioni mondiali più riconosciute e rispettate per le categorie di prodotti nelle quali opera.Negli anni, il Gruppo Branca ha vinto numerosi premi che dimostrano l'eccellenza del proprio portafoglio prodotti: in particolare, nell'ultimo biennio, Carpano Botanic Bitter, ha conquistato la Medaglia d'Oro nella categoria aperitivi al San Francisco World Spirits Competition, la competizione più importante del Nord America che comprende la più vasta selezione di Spirits al mondo. La giuria composta da 70 esperti del settore ha valutato circa 5.000 liquori in due settimane conferendo infine la Medaglia d'Oro quale riconoscimento agli spiriti eccezionali che stabiliscono gli standard qualitativi nella loro categoria.
Tra i principali premi vinti recentemente da prodotti del portafoglio Branca si annoverano[1]:

| PRODOTTO | PIÙ RECENTI E SIGNIFICATIVI PREMI VINTI |
|---|---|
| *FERNET-BRANCA* | **Silver medal** – International spirits challenge 2019<br>**Gold medal** – Los Angeles International Spirits&Wine Competition 2016 |
| *BRANCAMENTA* | **Silver medal** – International spirits challenge 2019<br>**Gold medal** – San Francisco World Spirts Competition 2016 |
| *ANTICA FORMULA* | **Best sweet vermouth** - The world drinks awards 2021<br>**Gold Medal** - Excellence Spirits Awards 2020<br>**Silver medal** – International spirits challenge 2019<br>**Gold medal** – San Francisco World Spirts Competition 2017 |
| *CARPANO* | **Gold metal** - World Spirits Competition 2022<br>**Best dry vermouth** - The world drinks awards 2021 (dry)<br>**Silver medal** – International spirits challenge 2019 (Bianco)<br>**Double Gold medal** – San Francisco World Spirts Competition 2016 (Bianco)<br>**Double Gold medal** – San Francisco World Spirts Competition 2016 (Classico) |
| *PUNT E MES* | **Silver medal** – International spirits challenge 2019<br>**Double Gold medal** – San Francisco World Spirts Competition 2016 |
| *BORGHETTI* | World Liqueur awards – **World's Best Coffee Liqueur 2019** |
| *CANDOLINI* | **Double Gold medal** – Los Angeles International Spirits&Wine Competition 2018<br>**Gold medal** – Best of Division and Best of Category Los Angeles<br>**Gold medal** – Los Angeles International Spirits&Wine Competition 2016 |

# I premi e i riconoscimenti
## DEL GRUPPO BRANCA COME REALTÀ IMPRENDITORIALE

Niccolò Branca e il Gruppo Branca hanno ottenuto negli anni importanti riconoscimenti.
Tra questi: il prestigioso "Premio Risultati 2007" promosso da: Bain & Company, Il Sole 24 Ore, Centrale dei Bilanci e Università Bocconi, il conferimento nel 2007 del titolo di Professore Onorario presso la facoltà di Economia dell'Universidad del Salvador di Buenos Aires, la nomina a Cavaliere del Lavoro da parte del Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano nel 2011, il riconoscimento di LIDE Italia e del Consolato Argentino per l'impegno profuso nelle relazioni tra Italia ed Argentina, il premio "Di Padre in Figlio – Il gusto di fare impresa", evento promosso da Credit Suisse e KPMG per il miglior passaggio generazionale e la menzione speciale per la categoria Performance Finanziaria nel 2013, il Premio Internazionale "Il Leader Consapevole" da parte della Repubblica di San Marino nel 2016 e la nomina, nello stesso anno, a Cavaliere Ufficiale dell'ordine di Sant'Agata della Repubblica di San Marino.
Per due anni consecutivi, il Presidente Niccolò Branca è stato fra i tre finalisti vincitori del Premio EY: "L'imprenditore dell'anno", Categoria Global nel 2008 e Finance nel 2009; nel luglio 2010, invece, è stato premiato dal mensile Capital fra gli imprenditori italiani che hanno fatto grande l'Italia ricevendo dalla presenza del Presidente del Consiglio "Il libro d'oro dell'imprenditoria italiana". A dicembre 2011 ha ricevuto il Sigillo dell'Università degli Studi di Parma e nel 2016 è stato insignito del Premio "Capitani dell'anno" – Lombardia, e del Premio "Crescita & Sostenibilità", menzione speciale, "Premio eccellenze d'impresa".
Nel luglio 2019, il Presidente Niccolò Branca ha ricevuto un riconoscimento dalla Universidad Argentina de la Empresa (UADE) per gli eccezionali trascorsi nella gestione aziendale e l'impegno per l'istruzione e, nel mese di dicembre, Forbes e Business International gli hanno conferito il premio "CEO Italian Awards 2019", per la categoria Food & Wine.
Nel 2020 Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha ricevuto il premio "Industria Felix, l'Italia che compete", selezionata tra le 122 società con sede legale in Italia che si sono distinte per performance gestionali, affidabilità finanziaria e talvolta per sostenibilità. Lombardia e Veneto con 22 premiate a testa, tra cui la Fratelli Branca Distillerie S.p.A. che è stata scelta tra 18 settori strategici e insignita di questo riconoscimento assegnato sulla base di criteri oggettivi, che hanno tenuto conto di un incontrovertibile algoritmo di competitività (valutato sulla base dei bilanci depositati), del Cerved Group Score (l'indicatore di affidabilità finanziaria di una delle più importanti agenzie di rating in Europa) e, come nel caso della Fratelli Branca Distillerie S.p.A., del bilancio/report di sostenibilità.
Il Gruppo Branca ha ricevuto un riconoscimento come "Leader della sostenibilità" in base ad una ricerca pubblicata dal Sole 24 Ore. Frutto di una collaborazione tra la società di analisi Statista e Il Sole 24 Ore, il premio va a designare le 200 aziende italiane più sostenibili e prende in considerazione, con riferimento al 2020, una serie di indicatori ambientali come: consumo energetico, emissioni, e gestione dei rifiuti; sociali, come sicurezza sul lavoro, percentuale di dipendenti a tempo indeterminato, condizioni di lavoro ed economici, stabilità finanziaria, compliance e trasparenza nella divulgazione delle informazioni.
Il Presidente Niccolò Branca è stato nominato Accademico Corrispondente dell'Italia dall'Accademia Nazionale Argentina delle Scienze Economiche. Il riconoscimento premia la straordinaria storia industriale del Gruppo Branca in Argentina e la visione di un modo di fare impresa basato sulla Consapevolezza, testimoniando il legame unico tra l'Azienda e il paese.
Inoltre, l'Azienda Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha vinto il Premio Innovazione Smau: un Premio assegnato alle imprese che hanno dato un apporto innovativo e concreto alla propria realtà e contribuito a far crescere il sistema Paese nel suo insieme. Il riconoscimento premia il programma di digitalizzazione del Gruppo, che il Gruppo Branca ha intrapreso coinvolgendo trasversalmente alcune Società in diversi filoni progettuali internazionali, allo scopo di reingegnerizzare, semplificare ed automatizzare i processi aziendali chiave e migliorare la fluidità operativa, la performance ed il livello di servizio sia interno sia esterno con puntuale e continua condivisione di informazioni e KPIs.

[1] Una vista completa dei premi vinti è disponibile sul sito internet del Gruppo Branca nelle pagine dedicate a ciascun prodotto.

# I nostri valori

## *DAL MOTTO "NOVARE SERBANDO" AI PRINCIPI DELL'ECONOMIA DELLA CONSAPEVOLEZZA*

Il motto "**Novare Serbando**" – tramandato di generazione in generazione – è il principio guida della crescita dell'azienda, che ha sempre combinato qualità e innovazione nel rispetto della tradizione. Questo approccio si armonizza con l'evoluzione del contesto socioeconomico, delle tendenze di mercato e delle esigenze dei consumatori. Il motto esprime e sintetizza i valori fondamentali dell'azienda, che oggi si allineano con i principi **dell'Economia della Consapevolezza**.

"Novare Serbando" riassume come il Gruppo Branca gestisca il presente e si proietti verso il futuro, mantenendo sempre in mente i valori che hanno reso solida la realtà industriale e imprenditoriale della famiglia, arrivata oggi alla sesta generazione. Il "serbare" rappresenta l'intuizione del fondatore che ha dato inizio a una lunga tradizione di artigianalità e produzione, utilizzando formule immutate per la preparazione dei prodotti. L'innovazione ha permesso all'azienda di crescere e affermarsi come una realtà di successo.

Il valore centrale del Gruppo è la **Consapevolezza**, che consente di equilibrare profitto ed etica per creare un valore generativo, favorendo un'armonia tra l'azienda, i suoi dipendenti e il territorio. Attraverso la sua azione consapevole, il Gruppo Branca produce eccellenze e gestisce l'azienda con attenzione verso i territori e le comunità che la ospitano.

# La gestione consapevole del business

Nel corso degli anni, il Gruppo Branca ha saputo coniugare crescita e tradizione, mantenendo saldi i propri **valori fondamentali.** Valori che ancor oggi trovano ispirazione nei principi **dell'Economia della Consapevolezza**, guidando il Gruppo verso uno sviluppo sostenibile e rispettoso di tutti gli stakeholder.
L'attenzione dei valori si traduce quotidianamente in concrete iniziative che abbracciano ogni aspetto del business: dalla gestione efficiente delle risorse al massimo rispetto per l'ambiente, fino a un solido sistema di welfare dedicato ai dipendenti e alle loro famiglie.

Da sempre, il Gruppo Branca si ispira a **valori solidi e principi guida** che ne hanno plasmato la crescita e il successo. Al centro di questa filosofia ci sono le **persone**, risorsa preziosa e protagonista dello sviluppo del Gruppo. **Crescita, eccellenza e qualità** sono i principi su cui si basa la cultura aziendale del Gruppo Branca. Ogni prodotto Branca rappresenta il frutto di un impegno costante nella ricerca della perfezione, garantendo ai consumatori la massima sicurezza e soddisfazione. Consapevoli del ruolo sociale e ambientale, il Gruppo Branca si impegna attivamente a promuovere uno sviluppo inclusivo e sostenibile in tutti i processi che governano l'attività svolta nei Paesi in cui opera.

Creare un ambiente di lavoro positivo e produttivo è fondamentale per il successo di qualsiasi organizzazione. Il Gruppo Branca pone al centro della sua filosofia aziendale l'ascolto, il dialogo e la trasparenza. L'azienda è convinta che solo instaurando rapporti di fiducia e collaborazione con i propri dipendenti sia possibile creare un clima di lavoro sereno e stimolante. Il Gruppo Branca investe molto nella valorizzazione delle proprie risorse umane, comprendendone **le esigenze e le aspettative**. A tal fine, il Gruppo ha adottato una serie di progetti e iniziative di welfare aziendale volte a migliorare la qualità della vita dei propri dipendenti e delle loro famiglie. Tra queste, si annovera la quasi totalità di contratti a tempo indeterminato, che garantisce stabilità e sicurezza ai lavoratori.

Il Gruppo Branca, inoltre, pone grande attenzione al rispetto dei diritti fondamentali dei lavoratori, tema che rappresenta una parte integrante della cultura d'impresa . A tal riguardo si evidenzia che il Gruppo svolge le operazioni più significative in Italia e in Argentina, Paesi che hanno ratificato e recepito, nelle rispettive legislazioni nazionali, la **Dichiarazione Universale dei Diritti Umani dell'ONU** e le convenzioni fondamentali dell'**Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO)**, tra le quali quella sull'abolizione del lavoro forzato e del lavoro minorile e il rispetto della libertà di associazione e contrattazione collettiva.

**Nell'ambito dei prodotti**, una delle sfide principali del Gruppo consiste nel promuovere il concetto di consumo responsabile, concentrando – tramite le varie iniziative promosse – l'impegno dell'azienda nella diffusione di una **cultura del bere di qualità** che coincide con il piacere del gusto.

In **campo ambientale** è stato adottato un Sistema di Gestione Ambientale certificato (**ISO 14001**) che riconosce l'impegno nel continuo miglioramento degli aspetti in materia di consumo energetico, emissioni in atmosfera, utilizzo efficiente delle risorse idriche e gestione di rifiuti e scarichi idrici. Inoltre, nel dimostrare la propria sensibilità alle tematiche ambientali, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha aderito al **Regolamento CE n. 1221/2009 EMAS**, che prevede un sistema di certificazione del raggiungimento di risultati di eccellenza nel miglioramento ambientale.

Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha inoltre implementato i **sistemi di gestione certificati** per la Salute e Sicurezza sul lavoro (**OHSAS 18001, in seguito ISO 45001**), confermati nel 2019 dopo opportuni audit. Inoltre, il Sistema di Gestione della Sicurezza Alimentare e Qualità, già certificato nel corso degli anni passati in conformità agli standard BRC e IFS, è stato adeguato ai requisiti richiesti dallo standard **ISO 22000**, norma per la qualità adottata nel corso del 2015. Il sistema impostato ai sensi dello standard ISO 22000 è stato verificato e confermato nel mese di novembre 2022.

Anche la consociata argentina, Fratelli Branca Destilerías S.A., ha implementato alcuni sistemi di gestione quali ISO 22000, ISO 14001 e, dal 2021, ISO 45001, oltre ad aver sviluppato specifiche policy. Nel corso del 2017, invece, il modello organizzativo, già introdotto nel 2014 insieme ad un codice di condotta e al "Codice Etico", era stato oggetto di aggiornamenti in varie occasioni con le novità normative intercorse e con le esigenze aziendali.

Procedendo verso il futuro, il Gruppo Branca è consapevole delle sfide che la attendono e che sarà possibile raggiungere gli obiettivi prefissati solo grazie al continuo impegno delle persone e ad un costante **ascolto degli stakeholder**.

# L'Economia della Consapevolezza

## *E LA CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ NEL GRUPPO BRANCA*

Dal 1999, Niccolò Branca, Presidente e Amministratore Delegato, ha promosso l'Economia della Consapevolezza all'interno dell'azienda. Questo approccio imprenditoriale mette le persone al centro, in armonia con l'ambiente e la comunità.

Il termine "Economia della Consapevolezza" deriva dall'etimologia di "economia" (dal greco oikos – casa, e nomos – regola), indicando un vivere in sintonia con sé stessi e l'ambiente. La consapevolezza implica un senso del limite e un equilibrio in produzione, consumo e crescita.

Questi principi sono i pilastri della sostenibilità del Gruppo Branca, riconoscendo l'interdipendenza tra aspetti economici, sociali, ambientali e umani nel business.

Il Gruppo Branca ha sempre valorizzato la naturalità dei prodotti, la qualità, la protezione dell'ambiente e la sicurezza sul lavoro. Crede che il profitto, essenziale per la prosperità collettiva, debba essere perseguito eticamente.

Il profitto consente di pagare stipendi, fornitori, investire in ricerca e contribuire ai servizi statali tramite le tasse. Un'azienda in salute crea benessere per tutti. Tuttavia, il Gruppo Branca sottolinea che il profitto deve rispettare persone, ambiente, comunità e consumatori, ricordando la nostra interconnessione e l'obiettivo comune. È un dovere morale considerare anche gli aspetti non finanziari nelle nuove opportunità di business.

Gli obiettivi del Gruppo Branca, inoltre, sono condivisi con tutte le persone, in modo che ognuno abbia una visione chiara delle finalità del proprio lavoro all'interno di un progetto comune.

# I nostri stakeholder

Gli stakeholder, come anche definiti dai GRI Standards, sono individui o gruppi che hanno un **interesse significativo** nelle attività, nei prodotti o nei servizi dell'organizzazione, o le cui azioni possono **influenzare** la capacità dell'organizzazione di realizzare con successo le proprie strategie e obiettivi. Per il Gruppo Branca, essi rappresentano i principali interlocutori con cui è fondamentale instaurare una relazione e a cui indirizzare le scelte strategiche e le azioni quotidiane.

Sviluppare una collaborazione attiva e mantenere un dialogo costante con gli stakeholder è cruciale per migliorare la percezione del Gruppo Branca all'esterno e allineare le aspettative dei portatori di interesse. Nel 2019, in fase di redazione del Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza, il Gruppo Branca ha **aggiornato la mappatura degli stakeholder** per definire meglio la loro rilevanza e l'impatto delle loro aspettative sulle strategie del Gruppo. Questa mappatura è stata confermata anche per il 2023.

La mappatura ha permesso non solo di identificare i soggetti di maggiore rilevanza, considerando i cambiamenti interni al Gruppo Branca e il contesto operativo, ma anche di individuare **aree di interesse** specifiche per ciascuna categoria di stakeholder. Tale individuazione è cruciale per **allineare le priorità aziendali con gli interessi degli stakeholder**, offrendo una prospettiva più chiara sulle azioni del Gruppo. Il Gruppo Branca riconosce infatti che soddisfare le esigenze e le aspettative legittime degli stakeholder è essenziale per creare valore nei territori in cui opera.

| *CATEGORIA DI STAKEHOLDER* | *RILEVANZA E MODALITÀ DI INTERAZIONE* |
|---|---|
| *CLIENTI* | **I clienti sono i primi interlocutori del Gruppo Branca: dalla capacità di intercettare i loro bisogni e di individuare i canali più efficaci di distribuzione dei prodotti dipende il successo stesso dei singoli brand e del Gruppo Branca. Al fine di comprenderne le esigenze, il Gruppo Branca mantiene un confronto diretto con i propri clienti attraverso canali online e telefonici.** |
| *CONSUMATORI FINALI* | **L'attenzione a diffondere una cultura del bere responsabile e la tutela della sicurezza dei consumatori attraverso lo sviluppo di un prodotto di qualità rappresenta un aspetto cardine della politica gestionale del Gruppo Branca. Nelle molteplici occasioni, in cui si relaziona ai consumatori finali, il Gruppo Branca si assicura che i suoi messaggi siano veicolati in modo coerente e responsabile.** |
| *AZIONISTI* | **Gli azionisti del Gruppo Branca sono sempre più attenti alle modalità con cui crea valore sostenibile, in particolare nel lungo periodo. La responsabilità sociale di impresa assume oggi un ruolo di importanza strategica in quanto, oltre a rafforzare la reputazione, è l'ottica con la quale il Gruppo Branca guarda al futuro.** |

## FORNITORI

Il Gruppo Branca esige che i suoi fornitori gestiscano in modo responsabile le proprie attività, in linea con gli standard etici del Gruppo. In quest'ottica, il Gruppo collabora attivamente, organizzando sopralluoghi e riunioni di coordinamento periodiche con l'obiettivo di instaurare relazioni di reciproca fiducia con i propri fornitori e garantire una buona gestione del business.

## COMUNITÀ LOCALI

Il Gruppo Branca è sempre stato parte integrante dei territori in cui opera, nonché parte attiva in uno scambio culturale e di arricchimento nei confronti del territorio. A tal fine, il Gruppo Branca intraprende autonomamente e collabora con diverse realtà all'implementazione di iniziative che supportano lo sviluppo socioeconomico delle comunità locali e mantiene attivo un confronto diretto con esse attraverso canali online e telefonici.

## DIPENDENTI

Le persone, considerate come un fine e non come mezzo, rappresentano la risorsa più preziosa. Il Gruppo Branca si impegna a coinvolgere i dipendenti nella vita aziendale, favorendo ingaggio e senso di appartenenza. In particolare, organizza momenti di valutazione delle prestazioni, nonché di confronto per individuare le esigenze delle proprie persone.

## PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

I rapporti con la Pubblica Amministrazione si ispirano ai principi di correttezza e trasparenza e sono gestiti con imparzialità. Il Gruppo Branca agisce nel rispetto delle disposizioni legislative e adotta un modello di organizzazione e gestione atto a prevenire qualsivoglia violazione della normativa vigente e a garantire la piena compliance.

## ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Il dialogo continuo con le associazioni di categoria consente al Gruppo Branca di rimanere aggiornato sui trend di settore e di sviluppare iniziative coordinate su tematiche di interesse comune, come il consumo responsabile, che necessitano della partecipazione di più soggetti per essere efficaci e non si possono limitare alla dimensione della singola azienda.

## STAMPA/MEDIA

Stampa e media, intesi nel senso più generale del termine, includendo quindi anche i social network, rappresentano un attore sempre più strategico per costruire solide relazioni con i propri clienti e consumatori finali, oltre che per instaurare un vero e proprio dialogo con i diversi target. Le attività di relazione e comunicazione, bidirezionali e costanti, si basano sui principi della trasparenza, della responsabilità e sulla rilevanza dei contenuti.

## BARTENDER

La soddisfazione della comunità dei bartender, nella loro accezione più ampia, è un elemento fondamentale per creare una relazione preferenziale per i marchi del portafoglio rispetto alla concorrenza. In quest'ottica, il Gruppo Branca organizza periodicamente molteplici iniziative volte a coinvolgere e motivare i bartender.

# I temi della sostenibilità e l'analisi di materialità

L'individuazione dei **temi distintivi e rilevanti** per il business è fondamentale per definire strategie di creazione di valore, garantire l'efficace realizzazione delle attività e stabilire i contenuti di comunicazione e dialogo con gli stakeholder. Negli anni passati, il Gruppo Branca ha adottato le linee guida GRI Standard per il reporting di sostenibilità, identificando i **temi "materiali"** su cui basare il proprio reporting. L'analisi di materialità, ovvero il processo di identificazione delle tematiche di sostenibilità da rendicontare, è stata condotta in tre fasi, coinvolgendo diverse divisioni del Gruppo Branca e le sedi internazionali.

Per identificare una prima long-list di temi di sostenibilità rilevanti per il Gruppo Branca, sono state esaminate pubblicazioni di settore nel campo del food & beverage e analizzati i peer e competitor. Successivamente, per determinare i temi veramente materiali per il business, sono state coinvolte 26 persone, tra CEO e dirigenti d'Italia, Argentina e USA, che hanno valutato il livello di rilevanza di ciascun tema (su una scala da 1 a 10) sia dal punto di vista interno che per gli stakeholder principali. I temi con una valutazione superiore a 7, indicativa di alta o molto alta rilevanza, sono stati considerati materiali.

Nel 2023, il Gruppo Branca ha confermato i risultati dell'analisi di materialità conclusasi nel 2022, in linea con le nuove linee guida dei GRI Universal Standards 2021, che hanno introdotto il concetto di **"impact materiality"** o **materialità di impatto**. Questo aggiornamento ha previsto l'identificazione dei temi materiali in base alla significatività, ovvero il livello di beneficio o gravità degli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, che l'organizzazione può generare su economia, società e ambiente. L'analisi dei trend di settore e dei documenti di sostenibilità dei peer ha confermato la rilevanza dei temi emersi nel precedente anno.

| DIMENSIONE ESG | TEMA MATERIALE | IMPATTI CORRELATI | NATURA DELL'IMPATTO |
|---|---|---|---|
| *GOVERNANCE AZIENDALE* | • Legalità, trasparenza, etica e integrità del business | Un sistema di amministrazione e controllo della Società che opera nel rispetto dei principi di integrità ed etica professionale, in conformità alle leggi ed ai regolamenti contribuisce a costruire un rapporto di fiducia tra la Società ed i propri stakeholder. | Attuale |
| | • Creazione e distribuzione del valore economico | Un business affidabile e resiliente permette di incrementare continuamente la generazione di valore socialmente orientato, creando impatti positivi per tutti gli stakeholder. | Attuale |
| *SOSTENIBILITÀ DI BUSINESS* | • Gestione responsabile della catena di fornitura | Uno scarso monitoraggio o la mancanza di principi e linee guida rispetto alla gestione delle tematiche ambientali e sociali da parte dei propri fornitori aumenta il rischio che si verifichino impatti negativi lungo tutta la catena di fornitura, sia dal punto di vista ambientale che sociale, con conseguenze reputazionali ed economiche per il Gruppo.<br>Al fine di mitigare il rischio, Branca si impegna nell'implementare un iter selettivo basato su criteri economici, ambientali, sociali e locali e si prefigge, ove possibile, di instaurare partnership tali da garantire forniture di lungo periodo e rapporti improntati ai principi dell'equità, della trasparenza, della correttezza e basati sulla reciproca fiducia. | Potenziale |
| | • Qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto | La mancata qualità delle materie prime impatta negativamente sulla possibilità di instaurare di relazioni di fiducia con i clienti, a causa dell'offerta di prodotti non in linea con le loro aspettative ed esigenze. Al fine di mitigare il rischio, affermando la propria presenza nella filiera alimentare come sinonimo di qualità, le aziende produttive del Gruppo hanno implementato idonei sistemi e procedure di controllo della qualità. | Potenziale |
| | • Marketing, comunicazione e consumo responsabile | Un consumo eccessivo dei prodotti alcolici potrebbe potenzialmente impattare negativamente la salute dei consumatori. Per contrastare tale impatto, Branca promuove il consumo responsabile dei propri prodotti attraverso campagne di comunicazione che trasmettono ai propri consumatori l'importanza di farne uso moderatamente. | Potenziale |
| | • Customer Relationship & satisfaction | La soddisfazione del consumatore finale e il coinvolgimento della comunità dei bartender sono elementi fondamentali e distintivi per la riconoscibilità dei marchi del portafoglio. Al fine di coinvolgerli e comprenderne al meglio le necessità, il Gruppo Branca mette a disposizione dei clienti/consumatori finali dei canali di comunicazione diretti, immediati e di facile reperibilità con le varie aziende. Attraverso questi meccanismi di ascolto, è possibile comprendere le necessità e offrire prodotti in linea con le esigenze del consumatore. | Attuale |

| DIMENSIONE ESG | TEMA MATERIALE | IMPATTI CORRELATI | NATURA DELL'IMPATTO |
|---|---|---|---|
| *TEMI SOCIALI* | • Salute e sicurezza sul lavoro | L'utilizzo dei macchinari produttivi, la movimentazione di merci, l'organizzazione dei magazzini, possono comportare incidenti sulla salute dei dipendenti. Al fine di minimizzare tali rischi, le aziende produttive del Gruppo si sono dotate di sistemi di gestione della salute e della sicurezza e organizzano iniziative volte a sviluppare e promuovere una cultura, all'interno dell'organizzazione, che assicuri efficacia ed efficienza del sistema. | Potenziale |
| | • Sviluppo, formazione del capitale umano e meritocrazia collaborativa | L'offerta di opportunità di crescita personale e professionale ai dipendenti, investendo sullo sviluppo e aggiornamento continuo, favorisce l'acquisizione da parte di essi di competenze necessarie per lo sviluppo del business e l'incremento della capacità di attraction e retention da parte del Gruppo. Ciò favorisce la continuità aziendale e al contempo genera impatti positivi sulla soddisfazione dei dipendenti e sulla loro crescita personale e professionale, nonché generando occupazione sul territorio. | Attuale |
| | • Welfare aziendale e benessere | L'attenzione al dipendente e alle sue necessità, lo sviluppo di iniziative diversificate per la sua salute fisica, mentale ed economica, garantiscono un impatto positivo sulla soddisfazione del collaboratore, indispensabile per la continuità del business. Essendo un'organizzazione multinazionale, il Gruppo Branca si trova ad affrontare la sfida di gestire una forza lavoro eterogenea, lavorando quotidianamente per rispondere alle diverse necessità delle proprie persone al fine di creare un ambiente di lavoro virtuoso, sano e motivato. | Attuale |
| | • Diversità, inclusione e diritti umani | Un ambiente di lavoro orientato all'inclusività, alla valorizzazione delle diversità e al rispetto delle esigenze di tutto il personale (ad es. etniche, religiose, etc), permette di creare un ambiente sano, in cui il dipendente si sente accettato e compreso, impattando positivamente sulla sua soddisfazione e sul suo sviluppo personale e professionale. | Attuale |
| | • Sviluppo di iniziative e coinvolgimento delle comunità locali | Il Gruppo crea valore sul territorio, contribuendo allo sviluppo economico locale, attraverso l'organizzazione e la partecipazione ad iniziative a supporto della comunità. | Attuale |
| *TEMI AMBIENTALI* | • Efficienza energetica e climate- change | Il mancato monitoraggio dell'impatto ambientale generato dalle operazioni ad alto consumo di energia industriale comporta un aumento delle emissioni di gas serra (contribuendo così ai cambiamenti climatici e al riscaldamento globale). Consapevole dell'impatto delle proprie operations, sebbene il Gruppo non sia un'azienda ad alta intensità energetica, si impegna ugualmente, da sempre, nella progressiva riduzione dei consumi energetici. | Attuale |
| | • Economia circolare e riciclabilità | Il mancato monitoraggio dell'impatto ambientale generato dalle operazioni e attività ad alta intensità di consumo idrico può avere impatto sulla disponibilità di acqua, soprattutto nelle aree a stress idrico, così come lo stoccaggio o lo smaltimento improprio di rifiuti possono contaminare le acque e i terreni circostanti. Al fine di mitigare tali impatti, la corretta gestione dei rifiuti, l'attenzione all'utilizzo di un packaging riutilizzabile e l'ottimizzazione dei consumi idrici rivestono un ruolo centrale nell'approccio verso l'ambiente del Gruppo Branca. | Attuale |

I temi materiali sono fondamentali per la redazione del **Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza**, poiché determinano gli indicatori, i dati e le informazioni da includere nel documento. Inoltre, la loro definizione sarà, in futuro, il principale strumento utilizzato dal Gruppo per sviluppare **politiche e strategie di sostenibilità**. Ciò permetterà di adattarsi ai cambiamenti del contesto spaziale e temporale in cui opera e di individuare le aree su cui concentrare le attività di engagement con gli stakeholder.

# Il Gruppo Branca e l'Agenda 2030

## *GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE DELL'ONU*

Nel 2015, le Nazioni Unite hanno adottato l'Agenda Globale per lo Sviluppo Sostenibile, articolata in 17 Obiettivi di Sostenibilità (**Sustainable Development Goals – SDGs**). Sono suddivisi in 169 target e monitorati attraverso oltre 240 indicatori, con scadenza al 2030. Data l'ampiezza e l'importanza degli obiettivi, l'implementazione dell'Agenda richiede il **coinvolgimento di tutte le componenti della società**, inclusi le imprese, il settore pubblico, la società civile, le istituzioni filantropiche, le università, i centri di ricerca, e i media.

A partire dall'edizione 2019 del **Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza**, per inserire i propri obiettivi e le proprie performance di sostenibilità all'interno di un contesto più ampio e ambizioso, allineato con il modo del Gruppo Branca di fare business e di intendere lo sviluppo, il **Gruppo Branca ha deciso di riferirsi agli SDGs**, e in particolare ai target maggiormente interessati dalle proprie attività. Questa ricognizione rappresenta il primo passo di avvicinamento agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile ONU, con la prospettiva di una progressiva integrazione nella strategia del Gruppo Branca, oltre che nella rendicontazione, per dare evidenza del contributo del Gruppo Branca al loro raggiungimento.

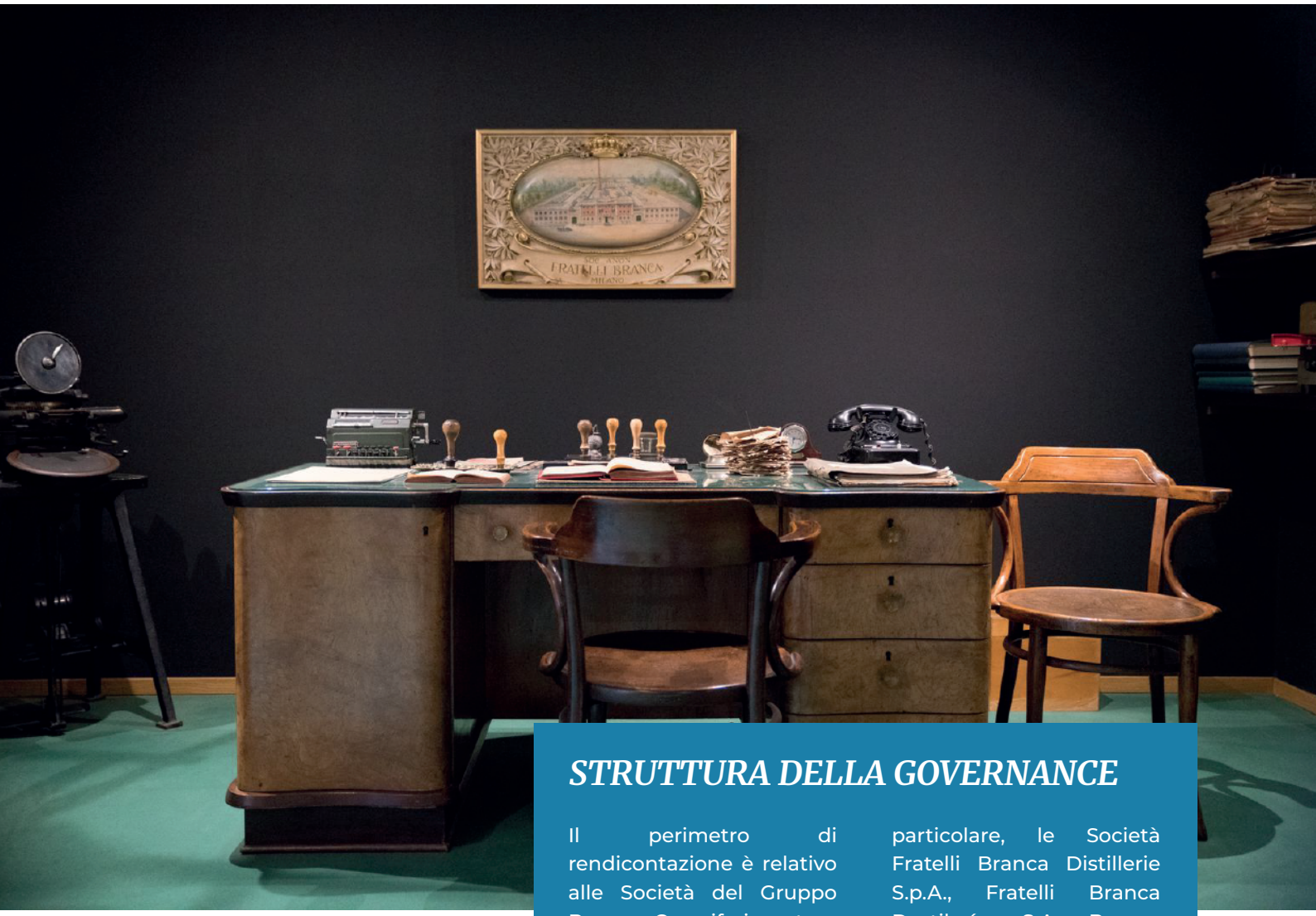
| SDG | DESCRIZIONE OBIETTIVO | TEMI SOSTENIBILITÀ BRANCA INTERNATIONAL* | TARGET SDGs COLLEGATI |
|---|---|---|---|
| | Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età | • Qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto<br>• Marketing, comunicazione e consumo responsabili<br>• Salute e sicurezza sul lavoro<br>• Welfare aziendale e benessere<br>• Sviluppo di iniziative e coinvolgimento delle comunità locali | • 3.5 Rafforzare la prevenzione e il trattamento di abuso di sostanze, tra cui abuso di stupefacenti e l'uso nocivo di alcool<br>• 3.6 Entro il 2030, dimezzare il numero di decessi a livello mondiale e le lesioni da incidenti stradali |
| | Assicurare un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti | • Sviluppo, formazione del capitale umano e Meritocrazia collaborativa<br>• Welfare aziendale e benessere<br>• Sviluppo di iniziative e coinvolgimento delle comunità locali | • 4.4 Entro il 2030, aumentare sostanzialmente il numero di giovani e adulti che abbiano le competenze necessarie, incluse le competenze tecniche e professionali, per l'occupazione, per lavori dignitosi e per la capacità imprenditoriale |
| | Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment di tutte le donne e le ragazze | • Welfare aziendale e benessere<br>• Diversità, inclusione e Diritti umani<br>• Sviluppo di iniziative e coinvolgimento delle comunità locali | • 5.1 Porre fine a ogni forma di discriminazione nei confronti di tutte le donne, bambine e ragazze in ogni parte del mondo<br>• 5.5 Garantire alle donne la piena ed effettiva partecipazione e pari opportunità di leadership a tutti i livelli del processo decisionale nella vita politica, economica e pubblica |
| | Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni | • Efficienza energetica e climate-change | • 7.2 Entro il 2030, aumentare notevolmente la quota di energie rinnovabili nel mix energetico globale |
| | Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti | • Creazione e distribuzione del valore economico<br>• Salute e sicurezza sul lavoro<br>• Gestione responsabile della catena di fornitura | • 8.3 Promuovere politiche orientate allo sviluppo che supportino le attività produttive, la creazione di lavoro dignitoso, l'imprenditorialità, la creatività e l'innovazione, e favorire la formalizzazione e la crescita delle micro, piccole e medie imprese, anche attraverso l'accesso ai servizi finanziari<br>• 8.8 Proteggere i diritti del lavoro e promuovere un ambiente di lavoro sicuro e protetto per tutti i lavoratori, compresi i lavoratori migranti, in particolare le donne migranti, e quelli in lavoro precario |
| | Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo | • Economia circolare e riciclabilità<br>• Gestione responsabile della catena di fornitura | • 12.5 Entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo<br>• 12.6 Incoraggiare le imprese, soprattutto le aziende di grandi dimensioni e transnazionali, a adottare pratiche sostenibili e integrare le informazioni sulla sostenibilità nelle loro relazioni periodiche |

| SDG | DESCRIZIONE OBIETTIVO | TEMI SOSTENIBILITÀ BRANCA INTERNATIONAL* | TARGET SDGs COLLEGATI |
|---|---|---|---|
| | Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze | • Efficienza energetica e climate-change | • 13.2 Integrare nelle politiche, nelle strategie e nei piani nazionali le misure di contrasto ai cambiamenti climatici |
| | Promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile; offrire l'accesso alla giustizia per tutti e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli | • Legalità, trasparenza, etica e integrità del business | • 16.5 Ridurre sostanzialmente la corruzione e la concussione in tutte le loro forme |

Temi sociali  Temi ambientali  Temi di Governance  Temi sulla catena di fornitura

*Il tema "Customer relationship & satisfaction" non risulta collegato a nessun SDG

# Governance aziendale

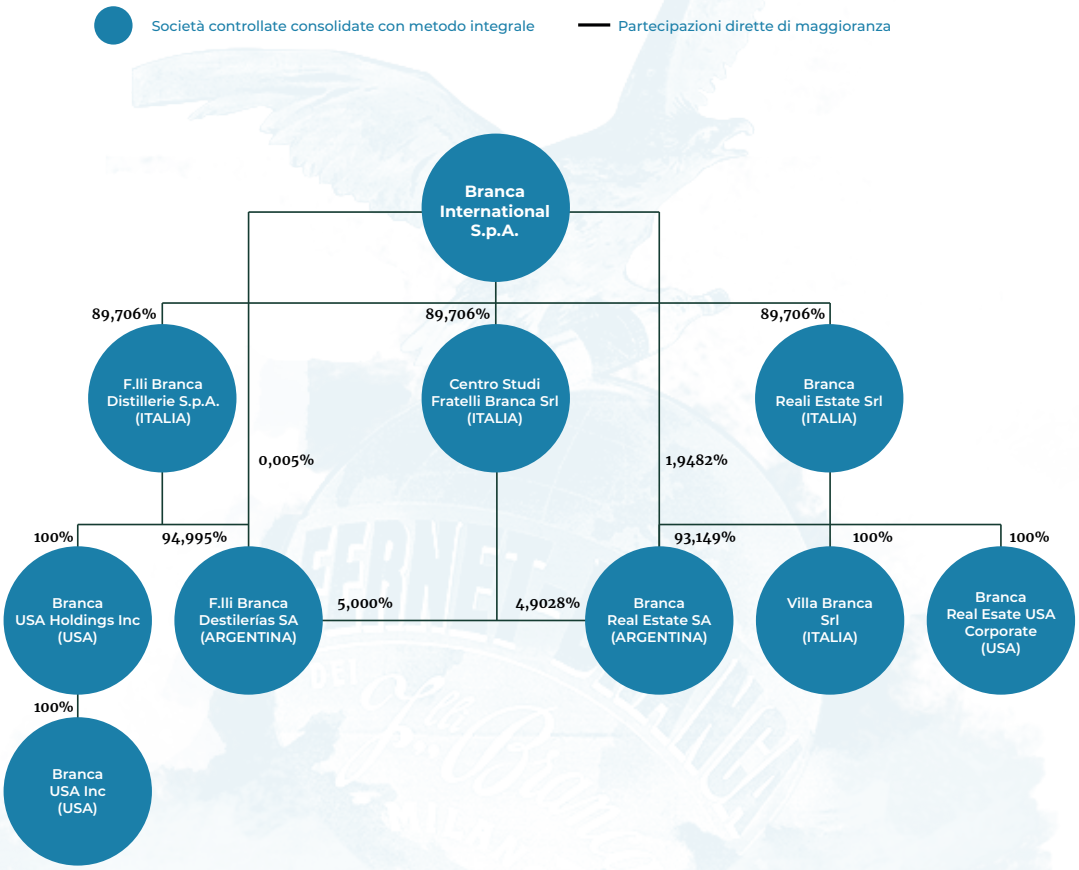



## *STRUTTURA DELLA GOVERNANCE*

Il perimetro di rendicontazione è relativo alle Società del Gruppo Branca. Con riferimento a queste entità sono rendicontate, per quanto di competenza di ciascuna, le performance economiche, sociali e ambientali, secondo quanto dettato dalle linee guida previste dai GRI Standard 2021 per quanto attiene alla definizione dei contenuti dei Bilanci di Sostenibilità. In particolare, le Società Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerías S.A., Branca USA Inc., rendicontano tutti gli indicatori ESG riportati, mentre le Società Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., Branca International S.p.A e Branca Real Estate S.r.l[2] non essendo produttive rendicontano solo gli indicatori rilevanti negli ambiti sociale e di governance.

[2] Tale Società non risulta essere significativa in quanto non ha dipendenti, gestisce gli immobili di proprietà che vengono utilizzati dalle altre Società del Gruppo per le quali sono stati identificati i relativi KPI.

# *STRUTTURA GRUPPO BRANCA INTERNATIONAL S.p.A.*




Il Gruppo Branca adotta le best practice in termini di Governance e collabora in modo continuativo con il management delle società partecipate, nel rispetto dell'autonomia operativa.
Il sistema di governo societario del Gruppo Branca è ispirato ai principi di **correttezza e trasparenza** nella gestione e nell'informazione nei confronti degli stakeholder, garantiti anche attraverso un continuo processo di verifica che ne assicura la concreta applicazione ed efficacia. Il Gruppo Branca ha infatti strutturato una propria organizzazione della Corporate Governance, all'interno della quale sono rappresentati i ruoli e le responsabilità delle figure professionali che intervengono nella gestione e nel controllo dei processi aziendali. Inoltre, al fine di garantire una "certificazione di qualità" per le proprie attività a favore delle controparti con le quali si interfaccia, il Gruppo Branca dispone di un **Modello Organizzativo 231**.
I principali organi che intervengono nelle attività di governance del Gruppo Branca sono:

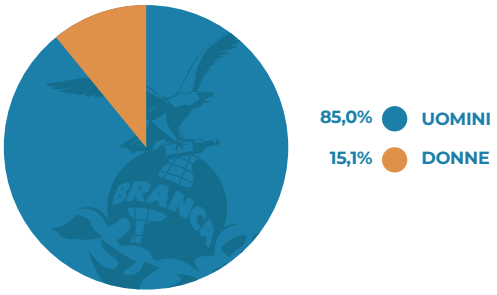
- **Collegio Sindacale**
**conduce un'attività di controllo continuo per verificare la conformità delle operazioni aziendali alle direttive interne e agli obiettivi sociali, garantendo al contempo la tutela del patrimonio aziendale, l'accuratezza dei dati e la prevenzione di frodi e errori significativi;**

- **Organismo di Vigilanza**
**(OdV, ai sensi del D.Lgs 231/01) al quale sono demandati i compiti di vigilanza sul funzionamento e sull'osservanza del Modello di organizzazione, gestione e controllo, nonché la cura del relativo aggiornamento. L'Organismo è altresì destinatario di flussi informativi sia di natura periodica che ad "evento". Questi ultimi, in particolare, consentono a coloro che vengono a conoscenza di possibili violazioni delle disposizioni del Codice Etico o delle misure del Modello di presentare segnalazioni a tutela dell'integrità della Società.**

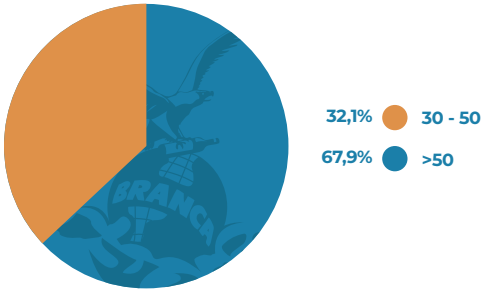
In virtù del controllo da parte della Capogruppo, la compagine azionaria di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. fa capo al 100% alla famiglia Branca. Il Consiglio di Amministrazione di Branca International S.p.A. è stato nominato dall'Assemblea in data 25 giugno 2020 con validità triennale ed è presieduto da Niccolò Branca che è anche Presidente e Amministratore Delegato della Capogruppo, Presidente Esecutivo della Fratelli Branca Distillerie S.p.A. e Presidente di Fratelli Branca Destilerías S.A. In linea con quanto esplicitato nel Codice Etico, il Gruppo Branca agisce affinché il Presidente, così come tutti i soggetti che siano in qualunque modo coinvolti nelle transazioni non siano in situazione di conflitto di interessi.

Come rappresentato nei grafici sottostanti, che riportano le percentuali relative alla composizione del Consiglio di Amministrazione di tutte le realtà del Gruppo Branca, le donne costituiscono il 15,1% del totale dei membri. Rispetto alla composizione anagrafica, il 32,1% del totale è costituito da membri tra i 30 e i 50 anni d'età e il restante 67,9% da membri oltre i 50 anni.

*PRESENZA FEMMINILE ALL'INTERNO DEI CDA DELLE SOCIETÀ DEL GRUPPO NEL 2023 (HEADCOUNT)*




*RIPARTIZIONE PER FASCE D'ETÀ DEI MEMBRI DEI CDA DELLE SOCIETÀ DEL GRUPPO (HEADCOUNT)*




Nei casi specifici delle tre Società che costituiscono il focus del presente report, il CdA di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. vede la presenza di 8 membri, di cui 2 donne, come per gli Amministratori di Fratelli Branca Destilerías S.A. sono 8, di cui 2 donne (il 29% del totale); il CdA di Branca USA, infine, è composto da 6 membri uomini. Nessun membro dei CdA ha meno di trent'anni e, in linea con anche gli altri organi di governance del Gruppo Branca.
Per **Fratelli Branca Destilerìas S.A.**, il Consiglio di Amministrazione è composto da un numero di membri deciso dall'Assemblea, variabile tra tre e nove, con un mandato di tre anni, rinnovabile, secondo lo statuto della società. Ogni Consigliere effettivo può avere un Consigliere supplente, nominato per lo stesso periodo, per sostituire l'effettivo in caso di assenza o impedimento. Le decisioni del Consiglio richiedono la presenza della maggioranza dei membri e vengono approvate a maggioranza dei voti presenti. La rappresentanza legale spetta al Presidente del Consiglio di Amministrazione o, in sua assenza, a un Vicepresidente. La supervisione è affidata a un Amministratore Titolare, eletto dall'Assemblea degli azionisti per un mandato di tre anni, rieleggibile. L'Assemblea elegge anche un Fiduciario supplente per sostituire il titolare in caso di assenza. Attualmente, il Consiglio è composto da 8 amministratori effettivi e 6 supplenti, oltre a un amministratore sindaco effettivo e un fiduciario supplente. Il Consiglio stabilisce la strategia e monitora la gestione, riunendosi trimestralmente per analizzare le performance aziendali. La società è soggetta alla legge n. 19.550 sulle società. Il mandato degli amministratori termina con l'assemblea generale alla fine dell'anno fiscale 2024, prevista per aprile 2025.
**Branca USA** è governata e guidata dal Consiglio di Amministrazione, composto da sei membri. In linea con la Capogruppo, il CdA definisce gli obiettivi a lungo termine, stabilisce le politiche aziendali e assicura piena aderenza alla visione e ai valori del Gruppo Branca. Inoltre, Branca USA dispone di tre comitati. Il Comitato per la Remunerazione è responsabile di definire e implementare politiche di remunerazione competitive e allineate agli obiettivi aziendali, assicurando che i compensi dei dirigenti siano legati alle performance individuali e collettive. L'Executive Leadership Team, composto dai principali dirigenti, si occupa invece della definizione e attuazione della strategia aziendale, della supervisione delle operazioni e dello sviluppo dei talenti. In ultimo, il Sales Leadership Team, formato dai principali commerciali, guida le attività di vendita e promuove una cultura orientata al cliente.

## LEGALITÀ, TRASPARENZA, ETICA E INTEGRITÀ

Il Gruppo Branca si impegna nel garantire comportamenti di **lealtà e correttezza** nelle relazioni aziendali in tutti i Paesi in cui opera. Il Gruppo Branca assicura, infatti, un costante controllo e monitoraggio dei partner o delle terze parti affinché osservino comportamenti **etici, non discriminatori, improntati al rispetto degli ambienti di lavoro come della personalità e dignità** di ciascun individuo in qualsiasi parte del mondo. L'impegno del Gruppo Branca verso il riconoscimento dei propri valori fondanti come patrimonio unico attraverso cui diffondere una cultura d'impresa orientata alla legalità, correttezza e lealtà, si è concretizzato attraverso diversi strumenti che nel tempo sono stati introdotti:

- **il Codice Etico, stilato nel 2006 a seguito dell'evoluzione ed espansione del Gruppo Branca, che raccoglie il nucleo essenziale di valori radicati nella cultura aziendale alla base delle azioni delle persone e che definisce gli impegni e le responsabilità etiche di amministratori, dipendenti e collaboratori del Gruppo Branca, sia nella conduzione del business, sia nella gestione delle relazioni;**
- **Il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.lgs. n. 231/01 (di seguito anche Modello 231) con l'obiettivo di prevenire i reati ivi previsti, tra i quali quelli contro la Pubblica Amministrazione, quelli societari e finanziari, quelli contro l'Ambiente e contro la Sicurezza sul posto di lavoro;**
- **il Codice di Condotta, parte integrante del Modello 231, che regola il complesso di diritti, doveri e responsabilità che il Gruppo Branca assume, tramite i propri organi sociali e il proprio personale, nello svolgimento della propria attività, nei confronti di tutti i soggetti interessati che hanno rapporto diretto o indiretto con il Gruppo Branca e che sono in grado di influenzarne l'attività o che ne subiscono i riflessi;**
- **le policy e le procedure adottate a livello locale che, in linea con i valori e le linee guida stabilite dal Gruppo Branca guidano ogni Azienda nel raggiungimento di obiettivi comuni;**
- **il Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza che si pone come un ulteriore strumento a disposizione degli stakeholder per diffondere l'impegno del Gruppo Branca nella gestione delle tematiche di Corporate Social Responsibility.**

Grazie agli strumenti precedentemente descritti, il Gruppo Branca si impegna quotidianamente nel garantire, in ogni decisione, la conformità con le normative locali e di settore ed **elevati standard di integrità, trasparenza ed etica** nella gestione del business.
Il Gruppo Branca assicura la compliance rispetto a tutte le regolamentazioni in ambito di qualità del prodotto, salute e sicurezza dei consumatori, ambiente e pratiche di marketing: tutti ambiti nei quali, nell'ultimo triennio, **non sono state registrate segnalazioni o episodi di non conformità né sono state ricevute sanzioni monetarie**. Inoltre, nell'ambito del Gruppo Branca non vi sono società né unità operative situate in Paesi a bassa fiscalità o con limiti alla libertà sindacale. Al fine di coinvolgere attivamente i dipendenti nel prevenire comportamenti illeciti o violazioni della legge nelle operazioni o nei rapporti di business dell'organizzazione, la Società italiana Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha attivato una **piattaforma di whistleblowing**. Tramite questo canale, ogni dipendente può effettuare segnalazioni in forma anonima e confidenziale, indipendentemente dal fatto che gli individui stessi siano stati danneggiati o meno, all'interno di un sistema protetto in linea con quanto previsto dalla normativa di riferimento.
Nell'ultimo triennio, **non sono stati registrati e/o segnalati casi di corruzione** in nessuna delle realtà in cui il Gruppo Branca opera.

## IL PRINCIPIO DI MERITOCRAZIA COLLABORATIVA E LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

L'approccio di Governance adottato dall'azienda è stato definito di "**Meritocrazia collaborativa**", ovvero una cultura della responsabilità e non del potere, una logica organizzativa basata sulla cooperazione e sul riconoscimento del merito non solo del singolo ma di tutte le persone che, con il proprio lavoro e il proprio sostegno, hanno contributo a implementare l'idea originale.
La Meritocrazia collaborativa incoraggia la condivisione di idee e sviluppa l'auto-responsabilizzazione, riconoscendo che il benessere dell'azienda e delle persone è interconnesso.
Proattività, assertività, accountability, integrità e capacità di execution sono infatti i pilastri del fare aziendale, secondo un principio di organizzazione dell'ambiente di lavoro basato sulla semplificazione delle procedure, sulla circolazione delle informazioni, su una cultura della collaborazione e della responsabilità.
Le politiche di gestione delle risorse umane, inoltre, includono una particolare attenzione ai principi di selezione meritocratica e al "talent attraction and retention". Il Gruppo intrattiene infine un dialogo costante e costruttivo con i sindacati in tutte le sue sedi territoriali.

# Valore economico direttamente generato e distribuito

Nel 2023, il Gruppo Branca conferma l'esportazione del Made in Italy nel mondo. Il proprio modello di impresa consapevole e la qualità dei propri prodotti, basa la strategia del Gruppo Branca sulle seguenti **leve strategiche**:

## *LEVE STRATEGICHE DI BRANCA*

- *I BRAND*
- *L'HERITAGE DOVUTO ALLA PRESENZA SUL MERCATO CON IMPORTANTI E INNOVATIVI INVESTIMENTI PUBBLICITARI DA QUASI 180 ANNI*
- *GLI ALTI STANDARD DI QUALITÀ DEL PRODOTTO: MATERIE PRIME, PROCESSO PRODUTTIVO E SISTEMA DI CONTROLLO QUALITÀ*
- *L'UNICITÀ DEI PRODOTTI, LEGATI ANCHE ALLA SEGRETEZZA DELLE RICETTE STORICHE*
- *IL "SAPER FARE ITALIANO"*
- *LA CRAFTSMANSHIP CHE NEL MONDO DEGLI SPIRITS PORTA CON SÉ NON SOLO L'ATTENZIONE AL PRODOTTO, MA ANCHE LA PERSONALITÀ DEL GUSTO, RENDENDOLO ACCESSIBILE A TUTTI*
- *LA PRESENZA GEOGRAFICA ESTESA PROGRESSIVAMENTE FIN DALL'INIZIO DELL'ATTIVITÀ IMPRENDITORIALE CHE SI COLLOCA A METÀ DEL XIX SECOLO*
- *LA VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE, CONSIDERATE COME UN FINE E MAI COME UN MEZZO, NELLA PIÙ AMPIA LOGICA DELLA "MERITOCRAZIA COLLABORATIVA"*

Il Gruppo Branca opera con una visione sempre più internazionale, proseguendo il trend di sviluppo portato avanti negli anni e confermato anche con l'avvio, nel 2019, delle attività di Branca USA.
In tale contesto, fermo restando l'apprezzamento per i prodotti italiani e la qualità riconosciuta dei prodotti Branca, i risultati economici non possono che essere condizionati anche da variabili esogene non dipendenti dalle scelte del Gruppo Branca. L'avvenimento più rilevante, e più sfidante, dell'anno, è stato certamente il conflitto in corso tra Russia e Ucraina, la cui dimensione e il cui esito al momento restano largamente imprevedibili. Inoltre, il conflitto tra Israele e Palestina ha ulteriormente prolungato ed aggravato la situazione di incertezza e un ulteriore inasprimento dei costi, principalmente dovuti all'incremento del costo del gas e dell'energia, nonché una minor disponibilità di materie prime.
Nonostante il contesto geopolitico e macroeconomico instabile, il 2023 è stato un anno positivo per il Gruppo Branca. In Italia, nel suo specifico comparto, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha incrementato la propria quota a valore che ha raggiunto i 6,3 punti e ha registrato un aumento di +0,1pts rispetto allo scorso anno, mentre a volume la quota ha toccato i 5,7 punti con un incremento di +0,2pts. Tutti i brand hanno contribuito alla crescita registrando performance positive sia a volume che a valore.
Il 2023 si è rivelato particolarmente complesso per l'Argentina, caratterizzato da un contesto politico e macroeconomico instabile. Le elezioni presidenziali, tenutesi nel corso dell'anno, hanno generato un elevato grado di incertezza, con un risultato elettorale frammentato che ha ulteriormente complicato la situazione politica. Parallelamente, il Paese ha affrontato una delle peggiori siccità degli ultimi decenni, con gravi ripercussioni sul settore agricolo, pilastro fondamentale dell'economia argentina. La drastica riduzione delle esportazioni agricole ha limitato l'ingresso di valuta estera, mettendo sotto pressione le riserve della banca centrale e alimentando tensioni sul mercato valutario. Di fronte a questa situazione, il governo ha introdotto misure restrittive sul cambio, cercando di contenere la domanda di dollari e di evitare una svalutazione eccessiva della propria valuta. Tuttavia, queste misure hanno generato un significativo divario tra il tasso di cambio ufficiale e quello parallelo, alimentando ulteriormente l'instabilità economica.
L'incertezza politica e la crisi economica hanno innescato una spirale inflazionistica senza precedenti. Il tasso di cambio ha registrato una svalutazione annua del 356,3%, mentre l'inflazione ha superato il 211%. Nonostante i controlli sui prezzi, l'inflazione ha eroso il potere d'acquisto dei consumatori e ha reso difficile la pianificazione economica sia per le imprese che per le famiglie.

In Argentina, Fratelli Branca Destilerias S.A. ha ottenuto una crescita del fatturato del 13,5%, un aumento dei volumi totali venduti del + 5,6% rispetto all'esercizio precedente dove il mercato locale è cresciuto del 15,2%, mentre il mercato estero ha avuto un incremento rilevante del 15,6%. La Società ha visto in continua crescita il Fernet-Branca e le buone performance della linea di vodka Sernova e del vermouth Carpano, con aumenti di volume ben superiori alla media generale dell'azienda.
Branca USA ha iniziato la propria attività operativa nei primi mesi del 2019 sostituendo di fatto l'importatore storico e occupandosi del coordinamento e gestione della parte commerciale sul territorio Nord-Americano attraverso l'importazione diretta dei prodotti e dell'attuazione delle strategie di diffusione dei marchi e prodotti a marchio Branca. In linea con i precedenti anni la Società si è impegnata a consolidare le basi per una crescita solida, sostenibile e duratura. Nel 2023 i ricavi netti delle vendite hanno registrato un decremento percentuale del 13,8% rispetto all'esercizio precedente.

In generale, i mercati Export (in particolare Far East, Europa e Stati Uniti) hanno confermato un andamento significativamente in crescita contribuendo in modo determinante alla positiva performance della gestione caratteristica.

Nel corso dell'anno di rendicontazione, **la gestione del portafoglio prodotti Branca ha confermato** la strategia di mantenimento del focus sui prodotti esistenti e tradizionalmente forti come Fernet-Branca e Brancamenta e sul segmento dei vermouth e degli aperitivi. Tale segmento continua a richiamare particolare interesse da parte dei consumatori, sia sul mercato domestico, sia sui mercati internazionali nei quali il Gruppo Branca compete.

A livello generale, tra gli **ulteriori obiettivi di sviluppo** del Gruppo Branca a parità di perimetro di Paese/brand è possibile evidenziare:

- **proseguimento e consolidamento dello sviluppo internazionale del Gruppo Branca;**
- **destagionalizzazione e deregionalizzazione del consumo di alcuni brand;**
- **ampliamento del portafoglio prodotti ai clienti già serviti;**
- **ampliamento della base dei clienti serviti;**
- **miglioramento dell'integrazione operativa interna;**
- **condivisione interna degli obiettivi di sviluppo e gestione comune del brand;**
- **consolidamento di un modello di business sostenibile che integri gli aspetti ESG lungo tutta la catena del valore.**

# Risultati del Gruppo Branca

I risultati della gestione aziendale sono presentati nelle seguenti tabelle di sintesi come presentati nel Fascicolo di Bilancio Consolidato del Gruppo Branca, che riportano i principali dati 2023 dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico consolidato delle Società appartenenti al Gruppo Branca, ovvero 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 e Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., confrontati con i due esercizi precedenti.

| *PRINCIPALI VOCI DEL CONTO ECONOMICO* | *CONSOLIDATO DI GRUPPO* | | |
|---|---|---|---|
| **IMPORTO IN €/000[3]** | **2021** | **2022** | **2023** |
| *RICAVI* | **307.473** | **420.142** | **355.219** |
| *MARGINE OPERATIVO LORDO* | **124.920** | **192.219** | **168.001** |
| *RISULTATO OPERATIVO* | **111.379** | **179.803** | **157.186** |
| *RISULTATO NETTO* | **36.451** | **51.872** | **76.284** |

Come indicato in tabella, le principali voci del Conto Economico (Ricavi, Margine Operativo Lordo, Risultato Operativo e Risultato Netto) riferite all'anno 2023, evidenziano un calo rispetto al precedente anno. In particolare, i ricavi delle vendite e delle prestazioni sono pari a €/000 64.923 (-18,27%) rispetto al 2022, attestandosi a €/000 355.219 nel 2023, contro i €/000 420.142 del precedente anno. Detto decremento è il risultato di una riduzione dei volumi di affari delle società argentine per effetto della svalutazione del cambio Euro/ARS.

I risultati ottenuti nel 2023 sono un riflesso della situazione geopolitica se si considera che, nei primi mesi dell'anno, sono proseguite la debolezza dell'economia mondiale e quella del commercio internazionale, connesse con la perdurante incertezza geopolitica. Ciò ha causato la persistenza dell'inflazione su livelli elevati nelle principali economie avanzate e l'innalzamento dei tassi di interesse.
Di seguito si presentano invece le principali voci dello Stato Patrimoniale e del Consolidato del Gruppo Branca. Come si evince dalla tabella, l'Attivo Circolante a fine 2023 è aumentato per la crescita del giro di affari del Gruppo Branca (incremento dei titoli) mentre i Debiti sono diminuiti di circa il 28%, il Patrimonio Netto continua ad aumentare di circa 6 punti percentuali ogni anno grazie ad una costante crescita dell'utile in azienda.

| *PRINCIPALI VOCI DELLO STATO PATRIMONIALE* | *CONSOLIDATO DI GRUPPO* | | |
|---|---|---|---|
| **IMPORTO IN €/000** | **2021** | **2022** | **2023** |
| *ATTIVO CIRCOLANTE* | **694.231** | **741.112** | **785.497** |
| *ATTIVO FISSO* | **179.982** | **187.577** | **172.422** |
| *PATRIMONIO NETTO* | **772.884** | **818.427** | **879.375** |
| *DEBITI* | **94.866** | **106.211** | **75.780** |

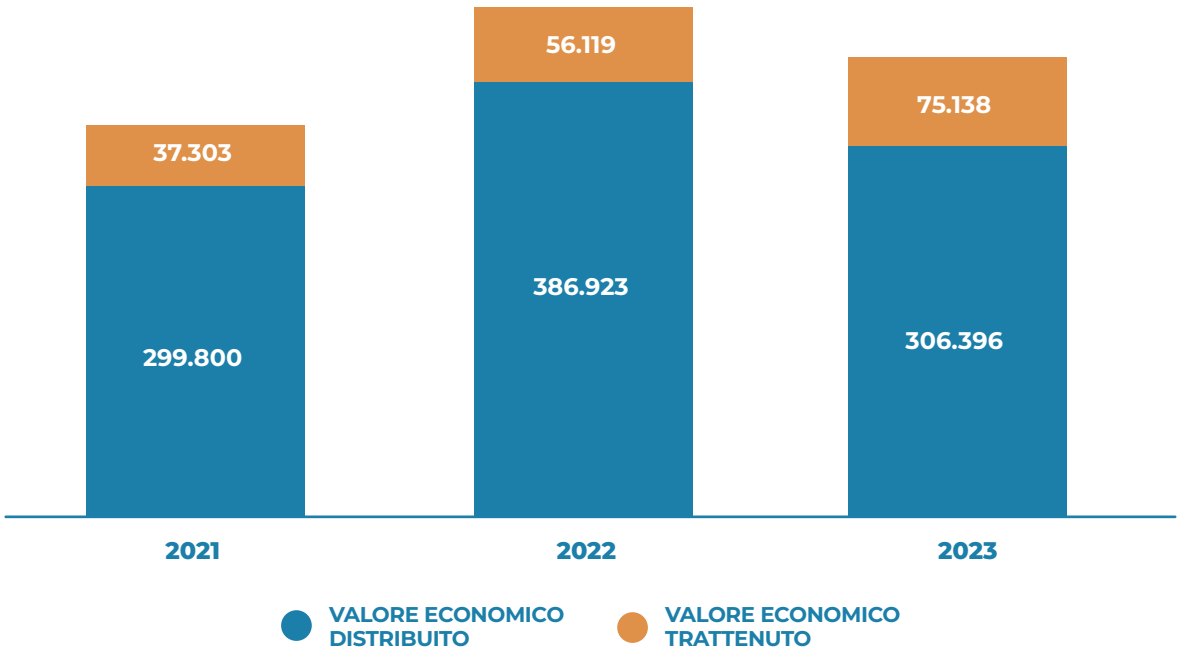
[3] I valori esposti sono ricavati dai dati della Relazione sulla Gestione preparata dal management del Gruppo Branca

# Valore economico direttamente generato e distribuito

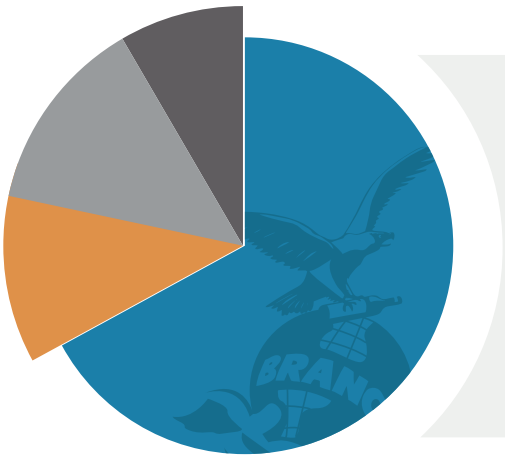
Nel 2023, tramite lo svolgimento delle attività di business, il Gruppo Branca ha generato un valore economico pari a 381,53 mln di €, valore in calo del 14% rispetto al 2022. Tale andamento è in parte dovuto al contesto geopolitico instabile causato dalle guerre in corso con una conseguente inflazione dei costi e aumento delle tasse. Nonostante ciò, il Gruppo Branca ha visto una effettiva crescita del giro d'affari prevalentemente in Italia, Argentina e Stati Uniti. L'incidenza dei costi della produzione è diminuita nonostante il generale rialzo dei prezzi; tale miglioramento è attribuibile essenzialmente ai maggiori volumi venduti che hanno consentito un buon assorbimento dell'aumento dei costi.

Oltre l'80% del valore generato (corrispondente a 306,4 mln di €), è stato distribuito ai diversi stakeholder. Il valore distribuito è in calo del 20% rispetto al 2022 (non riconfermando il trend in aumento che era già stato registrato nel 2022 rispetto al 2021).

*CONSOLIDATO*
*VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO NEL TRIENNIO (€/000)*



Più nello specifico, come rappresentato nel grafico sottostante, oltre il 57% del valore economico **distribuito** è destinato alla copertura dei costi aziendali per l'acquisizione di beni e servizi (costi di produzione, pagamenti ai fornitori) e il 21% ai fornitori di capitali[4]. In minor misura, il 13,4% è stato indirizzato alla Pubblica Amministrazione per il pagamento delle imposte, l'8% è stato distribuito ai dipendenti e lo 0,1 è stato devoluto agli investimenti per la comunità, ad esempio tramite erogazioni e liberalità.



57,02% COSTI OPERATIVI

8,43% COSTI DEL PERSONALE E BENEFIT

21,06% PAGAMENTI AI PRESTATORI DI CAPITALE

13,47% PAGAMENTI PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

0,01% INVESTIMENTI NELLE COMUNITÀ

[4] In tale valore sono stati incluse la contabilizzazione del consolidamento dell'iperinflazione in Argentina e altre valutazioni finanziarie incluse nella voce del Conto Economico CC17) Interessi e altri oneri finanziari

Complessivamente, il valore economico trattenuto, pari alla differenza tra valore generato e distribuito, risulta pari a circa 75,13 mln di €.

# L'Eccellenza dei prodotti Branca

La **qualità e l'innovazione Made in Italy**, insieme al rispetto della tradizione, sono i valori che rendono unici i prodotti Branca e apprezzati in tutto il mondo. La selezione attenta degli ingredienti e l'adesione alle formule tradizionali, tramandate intatte nel tempo, permettono al Gruppo Branca di mantenere un controllo rigoroso sulla qualità **dell'intera filiera produttiva**.

## *LA CATENA DEL VALORE E LA GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA*

Per garantire **prodotti di altissima qualità** ai propri consumatori, il Gruppo Branca adotta un approccio rigoroso e attento in ogni fase del processo produttivo. L'azienda segue con cura ogni passaggio, dalla selezione delle materie prime alla lavorazione fino al confezionamento, per assicurare la massima qualità e sicurezza alimentare. La collaborazione con i fornitori rappresenta un elemento chiave in questo processo. Il Gruppo Branca condivide standard qualitativi elevati e garantisce una filiera produttiva efficiente e trasparente. Nel 2023 il Gruppo Branca ha avviato un percorso di razionalizzazione della catena di fornitura, preservando i pilastri di elevata qualità ed eccellenza delle materie prime, diminuendo il rischio di approvvigionamento e salvaguardando l'equilibrio con l'economicità.

1 **MATERIE PRIME**

**Per la produzione, l'azienda si approvvigiona di materie prime naturali, genuine e di qualità provenienti da tutto il mondo.**

**FABBRICAZIONE** 2

**In tale fase avviene la produzione dei semilavorati, secondo le ricette ed i processi tradizionali, fino all'ottenimento del prodotto sfuso da imbottigliare.**

3 **IMBOTTIGLIAMENTO**

**In questa fase avviene l'imbottigliamento dei prodotti sfusi e il confezionamento dei colli.**

**LOGISTICA** 4

**I prodotti vengono distribuiti attraverso vari canali commerciali fino ad arrivare in modo capillare ai consumatori finali.**

5 **CONSUMO**

**Branca si impegna a diffondere la cultura del bere responsabile e a tutelare la sicurezza dei consumatori.**

**RICICLO E RIUTILIZZO** 6

**Il riciclo dei materiali è necessario per ridurre l'impatto ambientale all'interno della catena di valore dell'organizzazione.**

# Gestione responsabile della catena di fornitura

Il Gruppo Branca considera la catena di fornitura un **asset fondamentale** per garantire la **qualità dei propri prodotti**. I fornitori, infatti, sono intesi come partner strategici nella creazione di valore e nello sviluppo di un prodotto eccellente che nasce da materie prime di elevata qualità. La ricerca dei fornitori adeguati a soddisfare gli **elevati standard** di produzione richiede l'instaurazione di relazioni commerciali stabili e durature con soggetti provenienti da tutto il mondo.
Il Gruppo Branca si impegna ad esplorare costantemente nuove opportunità di sourcing, mantenendo rapporti con partner alternativi e complementari all'interno di gruppi merceologici omogenei. La selezione dei nuovi fornitori rappresenta pertanto un'attività particolarmente sensibile per il Gruppo Branca, sia per garantire la qualità dei propri prodotti, sia per assicurare la creazione di relazioni con interlocutori idonei. Nel corso del 2023, il Gruppo Branca ha lavorato per diminuire l'impatto derivante dal trasporto della fornitura di materie prime. Nello specifico, si è cercato di razionalizzare il portafogli prodotti dei fornitori per ottimizzare le consegne.
Il Gruppo Branca si impegna nell'implementare un iter selettivo basato su criteri economici, ambientali, sociali e locali e si prefigge, ove possibile, di instaurare partnership tali da garantire forniture di lungo periodo e rapporti improntati ai principi dell'**equità**, della **trasparenza**, della **correttezza** e basati sulla reciproca **fiducia**.

L'iter di selezione dei fornitori adottato prevede le seguenti fasi:

- Valutazione tecnica generica preventiva
- Valutazione dei requisiti richiesti secondo le necessità produttive
- Analisi dei principali indicatori economico/finanziari
- Analisi degli standard volontari dei quali il fornitore si è dotato
- Valutazione della fornitura industriale.

Nella selezione dei fornitori, un elemento particolarmente sensibile – in considerazione anche dell'**estensione geografica** della catena di fornitura – è rappresentato dal rispetto delle normative locali, incluse quelle in materia di diritti umani, da parte dei soggetti operanti al di fuori del perimetro aziendale. L'attenzione al rispetto di tali previsioni è costante e continuamente aggiornata in relazione alle evoluzioni normative. Tutti i partner selezionati come fornitori ufficiali sono ubicati in Paesi che hanno ratificato le principali **convenzioni ILO e ONU**, e le cui legislazioni disciplinano già autonomamente come fattispecie di reato la violazione dei diritti umani.
Il Gruppo Branca, oltre a rispettare tassativamente tali normative, diffonde presso i propri fornitori i valori e i principi espressi all'interno del Codice Etico e ne verifica periodicamente la corretta applicazione. I fornitori sono infatti tenuti a sottoscrivere il **Codice Etico** e si impegnano a **rispettarlo** quale condizione generale di contratto.
Per il Gruppo Branca sono inoltre preferiti, nel processo di selezione, quei fornitori che dispongono di un proprio piano di business continuity, che garantiscono la piena ottemperanza della fiscalità specifica e restrittiva prevista dal settore delle bevande alcoliche e che detengano una gestione delle non conformità tempestiva ed efficace.

In seguito alla selezione del fornitore e all'instaurazione di un rapporto di collaborazione, viene condotta un'attività di **valutazione e monitoraggio** delle prestazioni dello stesso e del rispetto delle condizioni contrattuali. Tali attività includono attività di campionamento e analisi di laboratorio, conduzione di **audit periodici** sui fornitori e valutazioni delle eventuali non conformità emerse.

Nel 2023, il Gruppo Branca ha compiuto un passo importante verso la valorizzazione del territorio europeo, selezionando nuovi fornitori di materie prime e packaging. Tutti i partner selezionati dall'azienda sono ubicati in Europa e garantiscono il pieno rispetto delle normative vigenti nell'Unione Europea.
Le principali tipologie di beni e servizi acquistati, in particolare dai siti produttivi in Italia e Argentina, sono di seguito elencate:

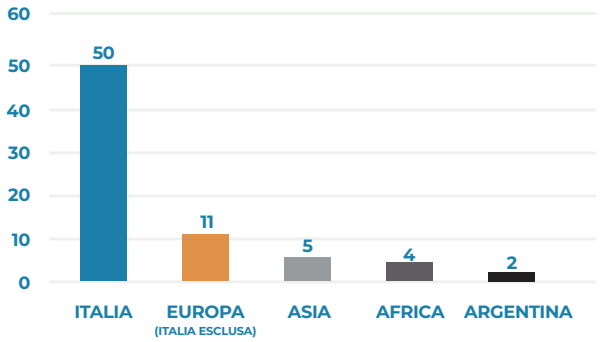
- materie prime secche (ad esempio erbe, spezie, radici, aromi naturali);
- materie prime alcoliche (ad esempio alcool, acquavite di vino, acquavite di vinaccia, vino);
- materiali di imballaggio (primario, secondario);
- materiale ausiliario alla produzione;
- materiali promozionali (ad esempio point-of-sale material, gift on pack);
- servizi logistici;
- macchinari ed impianti;
- servizi di automazione;
- servizi generali;
- servizi di supporto alla produzione;
- flotte auto aziendali.

Di seguito, vengono presentati alcuni approfondimenti quali-quantitativi relativi alla catena di fornitura di Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerías S.A. e Branca USA inc.. Quest'ultima, non essendo una realtà produttiva ma distributiva, presenta un numero e una tipologia di fornitori più limitata e diversa rispetto alla Società italiana e a quella argentina.

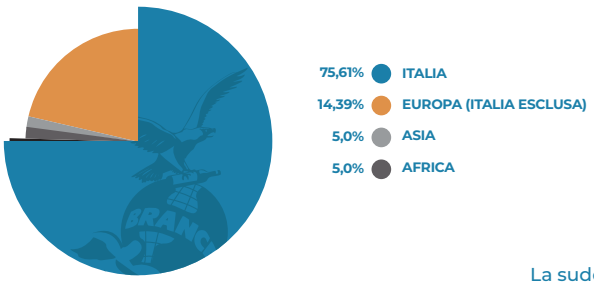
# Fratelli Branca Distillerie

Nel 2023, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha collaborato con **72 fornitori**. Il dettaglio della suddivisione del valore degli **ordini per area geografica** è riportato nel grafico seguente. A questo proposito, si segnala che parte degli acquisti della Società avviene attraverso l'impiego di **broker** con i quali Fratelli Branca Distillerie S.p.A. collabora al fine di garantire un'elevata qualità delle materie prime acquistate. Tali broker, impiegati per gli acquisti di alcune tipologie di materiali, hanno il ruolo di monitorare il mercato e di approvvigionarsi da fornitori che, nel periodo di riferimento, offrono la migliore materia prima sul mercato. Di conseguenza, per alcuni materiali di cui l'azienda si approvvigiona, la provenienza di un fornitore/-broker può essere diversa rispetto all'origine del materiale acquisito.

## *Numero fornitori per area geografica (n°)*




## *Valore ordini per area geografica (%)*




La suddivisione per area geografica del valore degli ordini è stata effettuata tenendo in considerazione l'origine del materiale acquistato e non la provenienza del fornitore/broker da cui è stato acquistato il materiale.

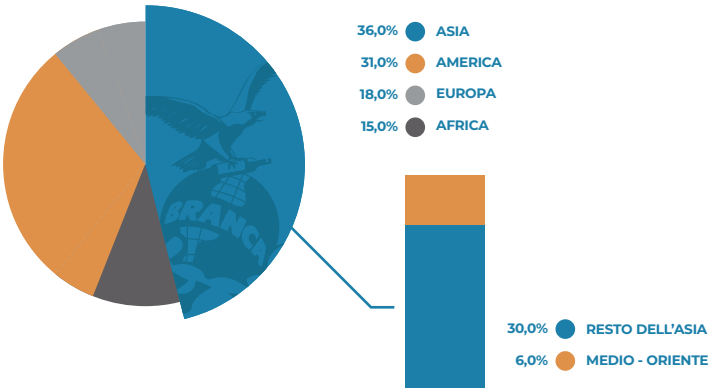
Il Gruppo Branca conferma il suo impegno per la sostenibilità e la qualità, scegliendo fornitori locali per il 76% del valore degli ordini effettuati nel 2023. È particolarmente evidente nella categoria del **packaging**, che rappresenta la voce di spesa principale.

L'approvvigionamento da **fornitori italiani ed europei** offre molteplici vantaggi. Innanzitutto, permette di garantire la massima qualità dei materiali, grazie alla selezione di partner affidabili e certificati e contribuisce a ridurre l'impatto ambientale legato al trasporto delle merci, diminuendo le emissioni di $CO_2$ e i chilometri percorsi.

Per le sue **erbe, spezie e radici**, materie prime importanti per la qualità dei suoi prodotti, il Gruppo Branca si affida a una rete di fornitori internazionali. Come mostra il grafico, questi

preziosi ingredienti provengono **da diverse aree del mondo**, in particolare dall'Asia e dal Sud America. Nel corso degli anni, il Gruppo Branca ha individuato e selezionato con cura i migliori fornitori in grado di garantire materie prime di altissima qualità, perfettamente in linea con gli standard elevati dell'azienda. Il Gruppo Branca si impegna a collaborare con i propri partner in modo sostenibile e responsabile, promuovendo pratiche agricole eque e rispettose dell'ambiente.

*MATERIE PRIME SECCHE (ERBE, SPEZIE E RADICI) PER AREA GEOGRAFICA - 2022*




Come già accennato, il processo di valutazione dei fornitori prende in considerazione differenti criteri. Nello specifico, è prevista la redazione di un questionario di valutazione, predisposto da Branca, che identifica:

- rispondenza alle specifiche tecniche richieste;
- puntualità nell'evasione delle richieste e delle consegne;
- amministrazione, nello specifico precisione e accuratezza dell'iter amministrativo;
- gestione delle non conformità, in particolare tempestività, flessibilità, efficacia nella gestione delle non conformità;
- organizzazione progettazione e produzione, con la verifica e valutazione del processo di sviluppo e produttivo;
- organizzazione logistica tramite verifica e valutazione del processo logistico;
- sistema qualità ambiente sicurezza per verificare e valutare il sistema in essere;
- assistenza al cliente, con verifica e valutazione del livello di customer service;
- gestione del rischio, attraverso verifica e valutazione dei processi di gestione del rischio.

Il 100% dei nuovi fornitori viene valutato includendo criteri ambientali e sociali, e, al fine di incoraggiarli ad adottare modelli di business sempre più sostenibili, l'Azienda partecipa alle opportunità di confronto che le si presentano. A questo proposito, nel corso del 2023, l'Azienda ha partecipato ad un simposio che viene organizzato annualmente da un fornitore di etichette, sul tema etico ed estetico del design, per promuovere uno scambio di idee costruttivo in merito alle modalità più efficaci per coniugare bellezza e sostenibilità ambientale senza compromessi. Il Gruppo Branca sta inoltre lavorando all'implementazione di una strategia di "Green Procurement", capace di garantire sempre di più un approvvigionamento di prodotti e servizi sostenibili, anche tenendo conto di una valutazione costi-benefici.

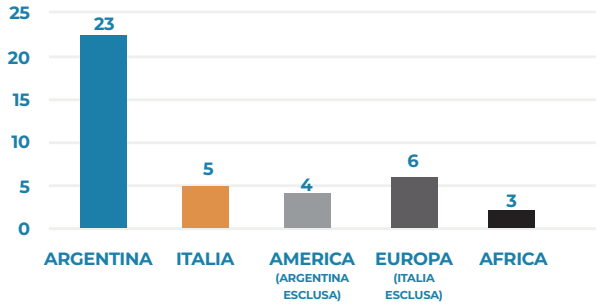
Il Gruppo Branca si affida a fornitori rispettosi delle norme in materia di sicurezza e ambiente. Nel 2023, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha rafforzato ulteriormente il sistema di gestione della qualità, sviluppando **tre nuovi moduli interni** che contribuiscono alla: gestione delle non conformità lato consumatori, gestione delle non conformità lato clienti e gestione delle non conformità lato terzisti e fornitori. Questi moduli si integrano perfettamente con le procedure già esistenti, creando un sistema completo e strutturato per la gestione delle non conformità.
Il Gruppo Branca è inoltre impegnata in una collaborazione attiva con i propri fornitori. Periodicamente vengono organizzati incontri per analizzare l'andamento dei reclami, individuare le criticità e definire azioni correttive congiunte.
La Società lavora quotidianamente per la creazione di sinergie virtuose con fornitori sensibili alle tematiche di sostenibilità. L'**86% dei fornitori** di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. è in possesso di **almeno una certificazione**, tra sistema di gestione della qualità, ambiente, energia, salute e sicurezza dei lavoratori e/o sicurezza alimentare:

| | |
|---|---|
| **ISO 9001** (sistema di gestione della qualità) | **68%** |
| **ISO 14001** (sistema di gestione ambientale) | **28%** |
| **OHSAS 18001/ISO45001** (sistema di gestione della salute e della sicurezza) | **22%** |
| **ISO 2200, BRC, IFS** (sistema di gestione della sicurezza alimentare) | **20%** |

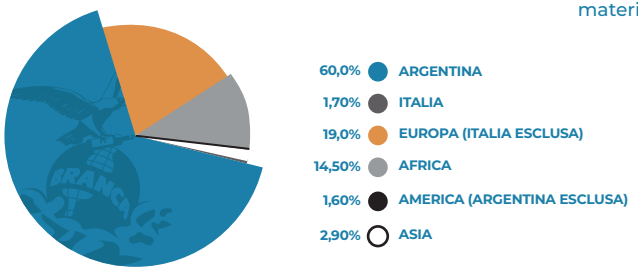
# Fratelli Branca Destilerías

Fratelli Branca Destilerías S.A., sulla base del piano di produzione, provvede mensilmente a identificare le esigenze **di approvvigionamento** di materie prime nazionali e di materiali di imballaggio, ed annualmente (con revisioni trimestrali) ad accertare la necessità di materie prime importate. In fase di selezione del fornitore, la Società conduce una valutazione economica del servizio congiuntamente ad una valutazione qualitativa: per ogni fornitore individuato, viene effettuata una **valutazione** sulla base di alcune analisi previste dallo standard di qualità adottato e, successivamente a tale verifica, si realizza la fase di **selezione del fornitore**. Trattandosi in entrambi i casi di siti produttivi, le principali tipologie di beni e servizi acquistati da Fratelli Branca Destilerías S.A. sono le materie prime (zafferano, aloe ferox, gomma mirra, agarico e soprattutto alcol) per il 19% dell'acquisto totale e le forniture per l'imbottigliamento (bottiglie, capsule in alluminio a prova di furto, etichette, scatole di cartone) per il 38% dell'acquisto totale. Nel 2023, Fratelli Branca Destilerías S.A. ha collaborato con **41 fornitori**, 6 fornitori in più rispetto al 2022. Il dettaglio del **valore per area geografica** si evince dal grafico sottoriportato.

## *Numero fornitori per area geografica (n°)*




## *Valore ordini per area geografica (%)*

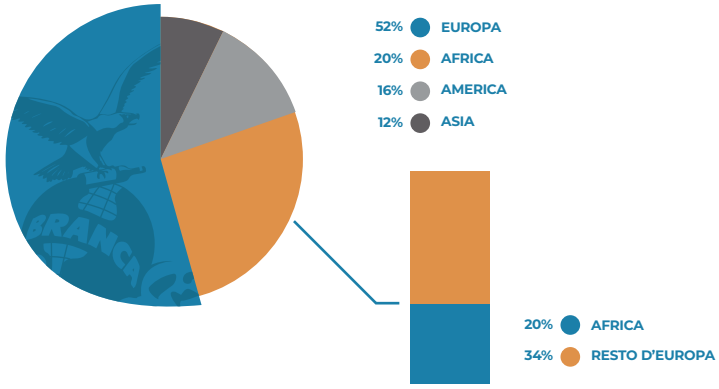



La suddivisione per area geografica del valore degli ordini è stata effettuata tenendo in considerazione l'origine del materiale acquistato e non la provenienza del fornitore/broker da cui è stato acquistato il materiale.

Come per Fratelli Branca Distillerie S.p.A., parte degli acquisti di Fratelli Branca Destilerías S.A. avviene attraverso l'impiego di broker, la cui provenienza può essere diversa rispetto all'origine del materiale acquisito.
Circa il 57% dei fornitori opera in Argentina e il valore degli ordini emessi risulta essere per più della metà, ovvero per il 60,3% in Argentina. Come per la consociata italiana, l'approvvigionamento di erbe, spezie e radici, ha una connotazione **maggiormente internazionale**.

Con riferimento invece al processo di qualifica dei fornitori si segnala che, in linea con il 2022, il **100%** dei fornitori qualificati di Fratelli Branca Destilerías S.A. è in possesso di **almeno una delle seguenti certificazioni**[7]:

*MATERIE PRIME SECCHE (ERBE, SPEZIE E RADICI) PER AREA GEOGRAFICA - 2022*




[7] La tabella fa riferimento a 24 fornitori qualificati di materie prime e materiali di imballo primari. Tali fornitori rappresentano sul totale dell'ordinato, circa l'80% del fatturato.I

| | |
|---|---|
| **ISO 9001** (sistema di gestione della qualità) | **81,8%** |
| **ISO 14001** (sistema di gestione ambientale) | **68%** |
| **OHSAS 18001/ISO45001** (sistema di gestione della salute e della sicurezza) | **48%** |
| **ISO 2200, BRC, IFS** (sistema di gestione della sicurezza alimentare) | **65%** |

Tutti i nuovi fornitori di Fratelli Branca Destilerìas S.A. sono stati valutati secondo criteri ambientali e sociali, e rispetto all'anno precedente sono aumentati di oltre il 50% i fornitori aventi ISO 14001, OHSAS 18001 e ISO 45001.

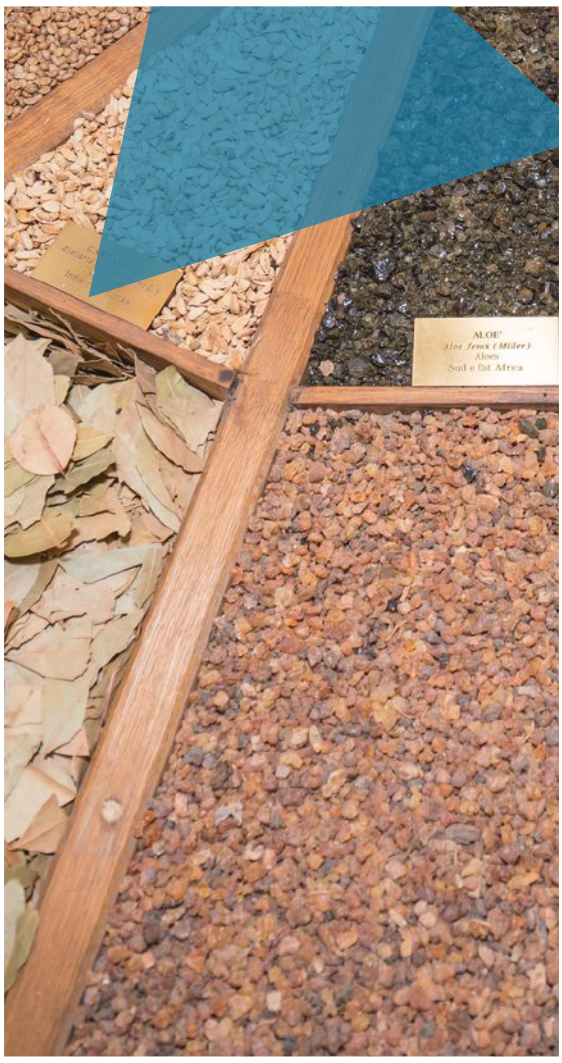
# Branca USA

Branca USA distribuisce i prodotti finiti realizzati dalla sede centrale di Milano, pertanto anche nel 2023, l'Azienda ha intrattenuto rapporti con fornitori strumentali per l'offerta dei propri servizi e non legati ad attività produttive. Nello specifico, Branca USA ha mantenuto inalterata la propria strategia, concentrandosi esclusivamente sulla gestione dei prodotti finiti, sia alcolici che vermouth, sotto la direzione della sede centrale di Milano.
Nel corso del 2023, i partner della catena di fornitura statunitense hanno continuato a fornire unicamente servizi, escludendo qualsiasi attività legata alla produzione. L'azienda ha proficuamente collaborato con quattro spedizionieri specializzati nel trasporto marittimo di vini e liquori, avvalendosi inoltre dei servizi di tre operatori logistici di terze parti con base in New Jersey e California. Attraverso un costante dialogo e una piena trasparenza nei confronti sia dei fornitori che della casa madre, Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Branca USA ha consolidato le proprie relazioni e garantito la continuità delle attività dei partner coinvolti nelle operazioni di importazione, trasporto e stoccaggio. Tale approccio ha consentito all'azienda di far fronte con successo alle sfide di un contesto logistico ancora complesso.
Branca USA ha migliorato la pianificazione e la previsione della domanda con l'obiettivo di ridurre l'over-sourcing e razionalizzare il movimento delle merci lungo la catena di approvvigionamento. Inoltre, la Società ha rafforzato le sue relazioni, fornendo piena trasparenza dei processi produttivi, condividendo le previsioni a breve e medio termine con i fornitori, al fine di favorire la continuità dei partner di importazione, delle società di trasporto e dei magazzini.
Come risultato, in continuità con il 2022, Branca USA ha ridotto le scorte minime e ha continuato a ottimizzare i carichi di camion e navi anche nell'ottica di ridurre la propria impronta di carbonio. I frequenti contatti tra i responsabili della funzione Procurement di Branca USA, con i team operativo, produttivo, logistico di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. e i propri fornitori hanno consentito di costruire una catena di fornitura agile, capace di rispondere alle sfide poste da un contesto esterno in continua evoluzione.
Nel 2022 Branca USA si è relazionata con un totale di 10 fornitori, tutti statunitensi, dei quali il 25% è in possesso di almeno una delle seguenti certificazioni:

| | |
|---|---|
| **ISO 9001**<br>(sistema di gestione della qualità) | **10%** |
| **ISO 14001**<br>(sistema di gestione ambientale) | **10%** |
| **OHSAS 18001/ISO45001**<br>(sistema di gestione della salute e della sicurezza) | **10%** |

Nel 2023, a seguito della rinegoziazione trimestrale delle tariffe con spedizionieri e partner di trasporto nazionali, imposta dal nuovo scenario post-pandemia della catena di approvvigionamento, Branca USA ha registrato una significativa riduzione dei costi rispetto all'anno precedente.

# La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto




Per il Gruppo Branca, **l'eccellenza** dei propri prodotti non è un traguardo, ma un impegno quotidiano. La qualità, sinonimo di eccellenza, è il frutto della dedizione e della passione di tutte le persone che lavorano con costanza per diffondere nel mondo i valori di un brand unico. Il Gruppo Branca vanta una storia ricca di esperienza, capacità e rispetto.

I prodotti Branca si distinguono per la loro unicità, frutto di una tradizione secolare. Ricette originali, gelosamente custodite nel tempo, e un marchio riconosciuto a livello internazionale sono i pilastri su cui si basa l'identità del Gruppo Branca. L'autenticità è un valore fondamentale per il Gruppo Branca. L'azienda pone la massima attenzione alla tutela delle piante aromatiche e officinali, garantendo la provenienza da coltivazioni selezionate e l'utilizzo di metodi di raccolta e lavorazione rispettosi dell'ambiente.

Il Gruppo Branca persegue l'eccellenza in ogni aspetto, **dalla tradizione all'innovazione**. Il rispetto delle formule originali e il rigoroso controllo di qualità lungo l'intera filiera produttiva sono la testimonianza di un impegno costante nella ricerca della perfezione. L'innovazione, però, non è mai fine a sé stessa. Il Gruppo Branca la integra perfettamente con la tradizione, alimentandola attraverso attività **di ricerca e sviluppo, certificazione, fabbricazione, produzione e distribuzione**. L'obiettivo principale rimane quello di soddisfare le esigenze dei propri consumatori in un mondo in continua evoluzione.

# FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

In continuità con il 2022, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. usufruisce del **sistema di gestione della Qualità e Sicurezza Alimentare** certificato secondo lo standard **ISO 22000:2018**. Il Gruppo Branca, infatti, garantisce il **miglioramento continuo** dei propri processi produttivi e afferma la propria presenza nella filiera alimentare. Tale Sistema di gestione è stato verificato e confermato lo scorso anno dall'ente certificatore che valuta la conformità rispetto a principi quali: la qualità e sicurezza dei prodotti (food safety), l'accuratezza nell'approccio di selezione dei fornitori e delle materie prime, la comunicazione lungo la filiera e la tracciabilità delle attività svolte, l'efficacia del sistema Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) e, più in generale, l'applicazione costante del Codice Etico Aziendale.

Il Sistema di Gestione della Qualità di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. si basa sulla **Politica della Qualità aziendale** che, ispirandosi ai valori del **Codice Etico**, definisce l'impegno dell'azienda a garantire la sicurezza, la qualità e **l'affidabilità** dei propri prodotti. Attraverso l'utilizzo di tecnologie avanzate e il rispetto delle normative vigenti, l'azienda persegue il continuo miglioramento, sia in termini di conformità normativa che di offerta al mercato.

Fratelli Branca Distillerie S.p.A., **per presidiare la catena del valore**, effettua rigorosi controlli sulle materie prime, dalla fase di approvvigionamento fino alla distribuzione. L'azienda monitora costantemente l'intera filiera produttiva, assicurando la conformità alle specifiche definite e ai requisiti di sicurezza alimentare. Il personale è regolarmente formato sulle norme igienico-sanitarie.

Quale riconoscimento per la qualità e la sicurezza dei prodotti Branca, si segnala che l'azienda ha ottenuto le certificazioni **Kosher e Vegan** per alcuni dei suoi prodotti più iconici quali Fernet-Branca e Brancamenta.

Con riferimento al **presidio del processo produttivo**, il Gruppo Branca ripone particolare attenzione alle seguenti attività:

- **Adeguamento dell'etichettatura alle richieste normative:l'etichettatura di tutti i prodotti commercializzati in ambito comunitario è allineata al regolamento europeo in materia (Regolamento (UE) n. 1169/2011[8]). Su tutte le etichette dei prodotti commercializzati viene riportata l'informativa sull'utilizzo sicuro dei prodotti e sugli impatti ambientali e/o sociali collegati, nel rispetto delle leggi vigenti nei Paesi in cui vengono distribuiti. Anche nel 2023, in linea con le richieste normative, la Società italiana Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha continuato il processo di integrazione sulle etichette di tutti i prodotti relativi al mercato italiano del rimando a un link che spiega le modalità di adeguato smaltimento del contenitore;**

- **Promozione di un consumo responsabile delle bevande alcoliche: sulle etichette e in particolare su alcuni prodotti specifici sono inserite indicazioni in merito alla migliore e sicura modalità di degustazione;**

- **Valutazione e rivisitazione delle tipologie di chiusure/tappi: al fine di mitigare il rischio di tampering (alterazione), rendendo evidente l'eventuale tentativo di manomissione dei sigilli di chiusura della bottiglia.Promozione di un consumo responsabile delle bevande alcoliche: sulle etichette - e in particolare su alcuni prodotti specifici -, sono inserite indicazioni in merito alla migliore e sicura modalità di degustazione;**
  **Valutazione e rivisitazione delle tipologie di chiusure/tappi: al fine di mitigare il rischio di tampering (alterazione), rendendo evidente l'eventuale tentativo di manomissione dei sigilli di chiusura della bottiglia.**

Nel 2023, il Gruppo Branca ha compiuto un passo importante verso la sostenibilità e la trasparenza rinnovando il packaging di alcuni prodotti iconici. Due le principali azioni intraprese:

1. **Riduzione della plastica**, attraverso l'eliminazione del dosatore in plastica per Fernet-Branca, Brancamenta e Borghetti. Il Gruppo Branca diminuendo la quantità di CO2 immessa nell'ambiente, contribuendo alla lotta contro il cambiamento climatico.
2. **Etichette più informative**. Il Gruppo Branca ha revisionato e aggiornato le etichette dei Vermouth per garantire una comunicazione più chiara e trasparente ai consumatori. Ha aggiunto la dichiarazione nutrizionale ed energetica in conformità alle normative vigenti. Ha aggiornato la lista ingredienti per una maggiore completezza e trasparenza. Infine, si è adeguata all'IGP (Indicazione Geografica Protetta) Vermouth di Torino per valorizzarne l'origine e la qualità.

La Società effettua verifiche e test periodici di recall dei prodotti al fine di garantire una pronta risposta dell'azienda nell'eventualità di casi di difettosità legati alla food safety e gestisce eventuali reclami in base ad una procedura interna sviluppata secondo lo standard **ISO 22000:2018**. Le segnalazioni, che vengono raccolte e gestite in un'ottica di miglioramento continuo, giungono principalmente attraverso: il sito web, telefonate da parte dei consumatori o segnalazioni da parte delle singole funzioni aziendali.

[8] Per maggiori informazioni si invita a consultare il seguente link: EUR-Lex - 32011R1169 - EN - EUR-Lex (europa.eu)

# FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

L'obiettivo di Fratelli Branca Destilerías S.A., in linea con quello del Gruppo Branca, è quello di garantire la sicurezza dei prodotti, assicurando la conformità alle norme di legge vigenti e ai rigorosi parametri di qualità stabiliti. Per raggiungere questo obiettivo, l'Azienda si è dotata di una **Politica di gestione della qualità, della sicurezza alimentare e dell'ambiente e di un Sistema di Gestione Qualità e Sicurezza Alimentare**, basato sulla norma ISO 22000:2018. Il Sistema di Gestione è stato certificato dal 2007 da Bureau Veritas e accreditato dall'ente UKAS e, annualmente, viene sottoposto all'audit di ricertificazione da parte dell'ente certificatore, che ha riconfermato la validità della certificazione anche per il 2023. Inoltre, la strategia aziendale si fonda sulla produzione e commercializzazione di prodotti di alta qualità e di fascia premium, consentendo di ottenere e mantenere margini lordi e risultati operativi eccellenti.

Per l'implementazione delle buone pratiche per la qualità all'interno delle operazioni, l'Azienda è guidata dal Manuale FSMS, il Manuale delle Buone Pratiche di Fabbricazione, il Piano HACCP, le Buone pratiche di fabbricazione (GMP) e i POES (Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento) e da una serie di procedure e istruzioni per l'attuazione dei requisiti dello standard (Controllo Qualità, trattamento delle non conformità, verifiche, audit interni, formazione, ecc). Tra queste, l'Azienda ha in essere una procedura di "tracciabilità" che consente di determinare il lotto di materia prima utilizzato in ogni produzione, e una procedura di gestione dei reclami, stabilita dal Sistema di Gestione per la Qualità e la Sicurezza Alimentare (SGIA). Rispetto ad entrambe le procedure, annualmente, vengono effettuate esercitazioni di richiamo verificate da Bureau Veritas.

Anche nel 2023 l'Azienda ha perseguito con:

- **Analisi dei rischi e dei punti critici di controllo (HACCP).**
- **Monitoraggio dei punti critici di controllo, punti di controllo, attività GMP e applicazione di POES**
- **Formazione del personale**

Inoltre, al fine presidiare la tematica all'interno dei processi produttivi, l'Azienda monitora i seguenti KPI:

- **indice delle Buone Pratiche di Fabbricazione (GMP): il report, basato su audit interni mensili, e prende in considerazione diversi criteri, tra cui: l'igiene aziendale, la formazione del personale e avanzamenti infrastrutturali, ha registrato un punteggio di 89,5% (in linea con il precedente anno);**
- **numero di reclami dei consumatori: nel corso del 2023 è stato mantenuto l'obiettivo aziendale di ricezione di un numero di reclami massimo da parte dei consumatori di 0,64 per 100.000 bottiglie all'anno. Durante il 2023, Fratelli Branca Destilerìas S.A. ha aumentato la copertura di nuove regioni e reti ampliando così la base di consumatori ascoltati;**
- **risparmi energetici e di processo: dall'analisi dei processi di decantazione dell'infusione e delle attrezzature, è stato possibile ottimizzare questi processi, inoltre, è stato mantenuto l'obiettivo di fornire il 100% prodotti rilasciati First Time Right, riducendo i costi di rilavorazione e i tempi di inattività.**

I risultati ottenuti nel corso del 2023 confermano l'impegno e l'evoluzione costante dell'azienda a garantire alti livelli di qualità all'interno dei processi produttivi. In un'ottica di miglioramento continuo, tra le iniziative promosse da Fratelli Branca Destilerías S.A. si citano in particolare:

- **Lancio di nuovi prodotti: è stata ampliata la gamma di prodotti con l'introduzione del London Dry Gin Spirito Blu e del Sernova Caribbean Blend, un nuovo gusto della linea Sernova caratterizzato da note di cocco naturale e ananas.**
- **Ottimizzazione della logistica: sono state implementate nuove procedure per migliorare la codifica dei pallet e ottimizzare il sistema di tracciabilità delle merci.**
- **Automazione del processo produttivo: è stato introdotto un sistema di automazione dell'infusione nel processo manifatturiero, garantendo un controllo più preciso e costante dei dosaggi di alcol, infusi e acqua, migliorando l'igiene e l'efficienza complessiva.**
- **Miglioramento della qualità del prodotto: è stata installata una nuova apparecchiatura di filtraggio dedicata alla Vodska Sernova, con l'obiettivo di ottimizzare la qualità del prodotto finito.**

Oltre a garantire il presidio della tematica nelle fasi in cui è protagonista, l'Azienda mantiene uno stretto contatto con i fornitori, al fine di monitorare i processi produttivi fin dall'inizio, verificare la qualità delle materie prime prima della spedizione e limitando gli impatti negativi potenziali legati alla catena di fornitura. Al fine di presidiare la tematica lungo la catena del valore, l'Azienda performa interventi di audit presso i fornitori per verificare la conformità alle buone pratiche di fabbricazione e le condizioni di lavoro che essi garantiscono ai propri dipendenti e per controllare la qualità delle materie prime prima della spedizione. Nondimeno, l'Azienda esamina i prodotti finiti al fine di verificarne l'idoneità al consumo e la sicurezza, rispettando la frequenza definita presso le Organizzazioni Nazionali di Controllo.

Infine, l'Azienda si impegna a garantire che Clienti e utenti finali ricevano informazioni adeguate e accessibili sugli impatti ambientali e sociali dei propri prodotti, al fine di guidarli nel fare scelte di acquisto responsabili. Per questo, il 100% dei prodotti è stato contrassegnato con etichette che riportano informazioni utili ai clienti per fare scelte di acquisto responsabili. Grazie all'impegno nella gestione degli aspetti legati alla qualità e alla sicurezza dei prodotti, la Società non ha registrato alcuna non conformità e alcuna osservazione in merito ad un eventuale inadeguatezza delle modalità di etichettatura e alle informazioni in esse riportate.

# BRANCA USA

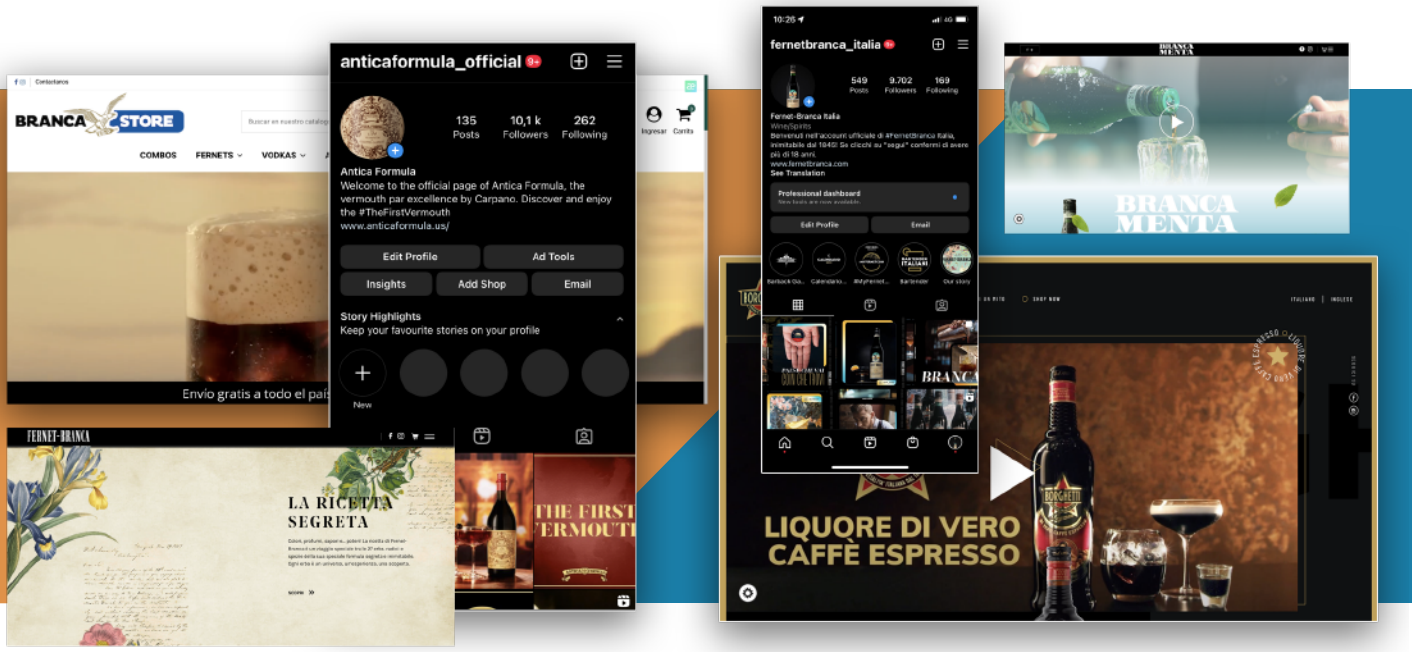
Per quanto riguarda il controllo di qualità dei prodotti finali, Branca USA si affida ai processi e alle procedure di Fratelli Branca Distillerie S.p.A.. Branca USA si occupa solo del prodotto finale acquistato dalla sede centrale di Milano; pertanto, i controlli e le verifiche in fase di produzione sono interamente gestiti da Fratelli Branca Distillerie S.p.A. Il 100% dei prodotti distribuiti è contrassegnato con etichette che riportano informazioni utili ai clienti per fare scelte di acquisto responsabili. In tale contesto si segnala che la Società non ha registrato episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi ai sensi delle normative federali e statali del Alcohol and Tobacco Tax and Trade bureau (TTB) e dei Liquor Control Boards.

# La tutela dei consumatori e la promozione del consumo responsabile

Da anni, il Gruppo Branca si distingue per il suo impegno attivo nella **promozione del consumo responsabile di bevande alcoliche**. Attraverso mirate campagne di comunicazione, l'azienda persegue l'obiettivo di diffondere una cultura del bere di qualità, che si coniuga con il piacere del gusto e la moderazione. Al centro della filosofia del Gruppo Branca c'è l'idea che i suoi prodotti possano arricchire la vita delle persone, a patto che vengano consumati con consapevolezza e moderazione. L'azienda è convinta che un approccio consapevole al consumo di bevande alcoliche sia fondamentale per creare una società più sana e responsabile.

Pertanto, il Gruppo Branca è impegnata a svolgere le proprie attività di promozione e comunicazione nel pieno rispetto delle normative vigenti in materia di marketing. L'azienda non ha mai registrato casi di non conformità a tali regolamenti, a dimostrazione del suo impegno per una comunicazione responsabile e trasparente. Le bottiglie di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. in Italia e Fratelli Branca Destilerías S.A. in Argentina riportano chiaramente le raccomandazioni sul consumo responsabile, oltre alle necessarie avvertenze legali. L'azienda pone particolare attenzione a trasmettere messaggi che scoraggiano il consumo di alcol da parte di donne in gravidanza e conducenti.
L'impegno del Gruppo Branca per il consumo responsabile si estende anche agli eventi in presenza, come le degustazioni. L'azienda attiva specifici meccanismi di controllo per monitorare il consumo da parte dei visitatori, garantendo il rispetto delle normative e la tutela dei minori. Presso gli stand promozionali dei prodotti Branca, vengono installati poster informativi che richiamano il divieto di assunzione di alcolici da parte dei minori. La tutela dei minori si estende anche al mondo digitale. L'accesso ai siti internet istituzionali e di prodotto del Gruppo Branca è regolamentato da un sistema di **age check**, che consente la fruizione dei contenuti solo agli utenti maggiorenni.

Inoltre, la promozione responsabile si concretizza anche nella gestione delle campagne pubblicitarie. Le comunicazioni aziendali vengono diffuse esclusivamente in fasce orarie protette, al fine di evitare l'esposizione di minori ai contenuti alcolici. Ogni annuncio, video promozionale o spot pubblicitario dei prodotti Branca riporta chiaramente l'avvertenza "**Bevi responsabilmente**". Questo messaggio viene trasmesso in modo chiaro e conciso, per sensibilizzare il pubblico sull'importanza di un consumo moderato e consapevole di alcolici. Le comunicazioni commerciali del Gruppo Branca **sono sempre attente al contesto e al contenuto**. L'azienda pone particolare attenzione a trasmettere messaggi che promuovono un consumo responsabile, tutelando i minori, scoraggiando la guida sotto l'influenza di alcol e sconsigliando il consumo di alcolici alle donne in gravidanza.
Fratelli Branca Destilerías S.A. è un membro chiave della FADA, la Federazione Argentina dell'Industria della Distillazione, che ha realizzato diverse campagne in tal senso, come: "Minori, non una goccia", "Prendi il controllo", "Sfatare i miti", "Meglio insieme", "La giusta misura" attraverso le proprie piattaforme di social media e investendo in pubblicità mirata per aumentare la visibilità. Nel caso particolare della campagna "Minors Not a Drop" (FADA), il marchio Fernet-Branca ha integrato l'hashtag #MenoresNiUnaGota nelle sue pubblicità televisive, sulla stampa e sui cartelloni pubblicitari.
Allo stesso modo, nel "Mese del Consumo Responsabile", il Fernet-Branca abbraccia il suo ruolo trascendente nella cultura argentina, riaffermando il suo impegno per la cura della comunità. Con la campagna "Fernet Tranka: bambino con responsabilità", sono stati promossi contenuti educativi forniti da influencer, raggiungendo più di 14 milioni di persone in Argentina.




Il Gruppo Branca è impegnato a garantire una comunicazione responsabile anche sui **social media**. L'azienda aderisce ai principi della Netiquette, che promuove un consumo moderato e consapevole dei prodotti alcolici sulla piattaforma Facebook. Svolge un'attenta attività di **monitoraggio dei contenuti digitali** prodotti o veicolati dai propri fornitori. Le Fanpage del Gruppo Branca, sia quelle gestite direttamente dall'azienda che quelle create da terzi, sono sottoposte a un sistema di moderazione attivo, garantendo che i contenuti pubblicati siano sempre rispettosi e coerenti con la filosofia aziendale. Infine, il Gruppo Branca conduce regolarmente un'attività di rassegna stampa, sia online che tradizionale, per monitorare la percezione dei media e per intervenire prontamente in caso di notizie o commenti negativi.

Tutte queste attività di presidio dei media hanno come obiettivo primario quello di garantire che il nome Branca sia sempre associato ad un messaggio che promuova un consumo responsabile, inteso come elemento fondante della cultura del **bere di qualità**.

Per far sì che l'attività svolta, sia internamente che esternamente, sia percepita come responsabile e attenta ai temi della salute e sicurezza dei propri consumatori, Branca USA ha in programma corsi di formazione interni per i dipendenti.

Affinché vi sia sempre **dialogo e collaborazione con le istituzioni e le associazioni di categoria**, le Società si rapportano con importanti associazioni di categoria presenti nei territori in cui il Gruppo Branca opera.

In Italia, il Gruppo Branca partecipa alla redazione delle linee guida associative sul Consumo Responsabile, in particolare tramite Federvini e Federalimentare, entrambe facenti capo a Confindustria e Centromarca. Nondimeno, la Società è membro di Utenti Pubblicità associati (UPA), l'organismo associativo che riunisce le più importanti e prestigiose aziende industriali commerciali e di servizi che investono in pubblicità. Inoltre, la Società è socia del Consorzio del Vermouth di Torino che ha come scopo principale la tutela, la promozione, la valorizzazione, la vigilanza e la cura generale degli interessi della IG "Vermouth di Torino". Infine, il Gruppo Branca aderisce al Codice di Autodisciplina Pubblicitaria istituito da IAP, ossia l'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria.

In Argentina, il Gruppo Branca è un membro chiave della Federación Argentina de la Industria de la Destilación, (FADA) che rappresenta e riunisce i distillatori e i produttori di liquori in Argentina, difendendo i loro interessi e lavorando in modo collaborativo per lo sviluppo del settore. La Fondazione Anden ha partecipato al concorso "Arte Único" con l'obiettivo di offrire opportunità artistiche alle comunità più vulnerabili. L'associazione Digitalizadas, dedicata al potenziamento delle donne imprenditrici, ha lavorato insieme a Fratelli Branca per sostenere le imprenditrici e favorire un ambiente di business inclusivo. Publicitarias ha contribuito al concorso "Arte Único" creando spazi innovativi e sicuri per la formazione e l'ispirazione, con un focus sulla promozione della diversità e della prospettiva di genere. Inoltre, l'Università UADE ha approvato la formazione offerta tramite l'Accademia Branca, dimostrando un impegno condiviso verso l'educazione di alta qualità.

Infine, negli Stati Uniti, il Gruppo Branca è membro di: American Distilled Spirits Association (DSA), la voce principale e sostenitrice degli alcolici distillati negli Stati Uniti; Wine & Spirits wholesalers of America (WSWA) – organizzazione nazionale che si occupa di questioni federali, statali, normative e legali che hanno un impatto sui distributori e sull'industria delle bevande alcoliche; e, Women of the Vine – la principale organizzazione associativa dedicata al potenziamento e alla promozione delle donne nell'industria delle bevande alcoliche, in tutto il mondo.

# *FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.*

In Argentina, Branca ha continuato a promuovere il consumo responsabile in tutte le sue comunicazioni e iniziative di marketing. La strategia dell'azienda si concentra nel garantire che i messaggi trasmettano l'idea di godere dei prodotti in modo responsabile, enfatizzando il piacere e l'esperienza condivisa di momenti memorabili. Il Gruppo Branca ritiene che comprendere le tendenze e gli atteggiamenti dei consumatori verso il consumo di bevande alcoliche sia essenziale per trasmettere messaggi coerenti e responsabili. Inoltre, l'azienda crede fermamente che diverse iniziative possano essere strumenti potenti per guidare cambiamenti sociali positivi.

Le maggiori iniziative del 2023 sono riportate di seguito.

| | |
|---|---|
| *Fernet-Branca "Campagna responsabile mensile"* | **Nel "Mese del Consumo Responsabile", Fernet-Branca abbraccia il suo ruolo di marchio trascendente nella cultura argentina per trasmettere un messaggio di consumo responsabile, riaffermando il nostro impegno e la nostra responsabilità nei confronti della comunità. Attraverso la creazione di contenuti educativi, facilitati da una squadra di influencer, miriamo a trasmettere un messaggio credibile e autentico, distanziandoci dalla mera pubblicità.** |
| *Esperienze di marca: Garantire controlli e misure responsabili* | **Sono stati mantenuti controlli rigorosi per vietare le degustazioni ai minori di 18 anni in tutti gli eventi Brand Experience. Negli stand sono state attuate chiare misure di comunicazione e il personale ha ricevuto una formazione per garantire la stretta osservanza di queste norme.** |
| *Etichette dei prodotti: Migliori avvertenze legali sulle etichette dei prodotti* | **L'impegno per un consumo responsabile è stato dimostrato non solo attraverso l'inclusione delle avvertenze legali essenziali, ma anche attraverso messaggi sulle retroetichette che scoraggiano il consumo di bevande alcoliche da parte di donne in gravidanza e conducenti.** |
| *Comunicazione: Inclusione degli spot #MenoresNiUnaGota* | **Per amplificare la campagna "Menores Ni Una Gota" (FADA), è stato integrato l'hashtag #MenoresNiUnaGota nelle pubblicità televisive, cartacee e sui cartelloni pubblicitari, accanto alle avvertenze legali obbligatorie.** |
| *Arte Único: Partnership con la Fondazione Anden* | **In collaborazione con la Fondazione Anden, è stata integrata una prospettiva sociale più profonda nel concorso "Arte Único", con l'obiettivo di creare opportunità per le comunità più vulnerabili attraverso l'arte. Il Gruppo Branca è fermamente convinto che l'arte, essendo parte integrante del proprio patrimonio e DNA, rappresenti uno strumento potente e creativo in grado di ispirare lo sviluppo personale.** |
| *Arte Único: Accordo con la ONG "Publicitarias"* | **Nel contesto del concorso Arte Único, grazie alla partnership con l'associazione e la fondazione "Publicitarias", è stato garantito un evento di lancio e una comunicazione continua durante tutta la campagna, al fine di promuovere la diversità e le prospettive di genere.** |
| *Accademia Branca: Workshop sul consumo responsabile* | **La comunità dei bartender locali e regionali è cruciale per lo sviluppo del portafoglio prodotti di Fratelli Branca Destilerías S.A.. Riconoscendo l'importanza di questo ruolo nell'industria delle bevande alcoliche, nel 2019 è stato istituito il programma di fidelizzazione "Famiglia Branca", che comprende i bartender più stimati e rinomati. Questa iniziativa è progettata per promuovere la collaborazione, l'innovazione e l'eccellenza nel settore.** |

| | |
|---|---|
| *Accademia Branca: Approvazione dell'Universidad Argentina de la Empresa (UADE)* | Nel contesto del programma Accademia Branca, è stata avviata una collaborazione con la prestigiosa università argentina UADE. I nostri ambasciatori del marchio hanno condotto Master Class per gli studenti dei settori gastronomia e ingegneria alimentare. Inoltre, sono stati organizzati workshop speciali e visite alle distillerie per gli studenti con i migliori risultati accademici. Parte di questo programma ha incluso una lezione specifica sul consumo responsabile, con un focus sull'educazione degli adulti e la promozione di corrette abitudini di consumo di alcol. |
| *Accademia Branca: Accordo ONG con "Fondazione Pescar"* | Inoltre, la Fratelli Branca Destilerías S.A. ha continuato la sua evoluzione collaborando con la Fondazione Pescar per supportare i giovani a basso reddito. Grazie a questa partnership, sono stati forniti strumenti di formazione essenziali per facilitare l'integrazione di questi giovani nel mercato del lavoro. Nell'ambito di questo impegno, sono state assegnate 50 borse di studio a giovani adulti associati alla ONG per il corso inaugurale del Famiglia Branca Bartender Program, "Accademia Branca". Questa iniziativa ha l'obiettivo di responsabilizzare ed elevare le nuove generazioni, offrendo loro un percorso verso un futuro più promettente. |
| *Accademia Branca: Accordo "Digitalizadas"* | In collaborazione con Digitalizadas, un'organizzazione dedicata al potenziamento delle donne imprenditrici, è stato realizzato un corso di formazione esclusivo dell'Accademia Branca, specificamente progettato per i loro membri femminili. Questa partnership riflette l'impegno dell'azienda a promuovere l'avanzamento e il successo delle donne nel mondo degli affari. Inoltre, Fratelli Branca Destilerías S.A. ha partecipato attivamente all'evento Digitalizadas Day, che ha riunito oltre 500 donne imprenditrici, dimostrando il proprio sostegno alle loro iniziative. Questo impegno sottolinea i continui sforzi dell'azienda per sostenere l'uguaglianza di genere e la diversità nell'ambito imprenditoriale. |
| *Lancio di Spirito Blu in Argentina: celebrare la "Buona Vita" e promuovere la filosofia delle Zone Blu* | Il lancio del nuovo gin Spirito Blu in Argentina non ha solo introdotto sul mercato uno spirit di alta qualità, ma ha anche avuto un impatto positivo sulla comunità, grazie alla filosofia de "La Buona Vita". Questa filosofia, ispirata ai valori italiani di festa e comunità, si è concretizzata in iniziative che promuovono il benessere all'interno del settore. |
| *Campagna della Settimana del Carpano* | La Settimana del Carpano è diventata un evento culturale di grande rilevanza per l'Argentina. Ha contribuito a rivalutare la categoria del vermut, mettendo in luce l'importanza della mixologia argentina e promuovendo il vermut come bevanda culturale a basso contenuto alcolico. Inoltre, ha creato opportunità per spazi di aggregazione e socializzazione. |
| *Campagna "Never Ending Night" di Sernova Vodka* | La campagna "Never Ending Night" di Sernova Vodka, lanciata nel 2021 e 2022 per celebrare il solstizio d'inverno a Ushuaia, ha avuto un impatto significativo sul turismo della città. Questa iniziativa, che unisce esperienze uniche, feste indimenticabili e la bellezza naturale della "Notte più lunga del mondo", ha attirato nuovi visitatori e ha contribuito a posizionare Ushuaia come una destinazione turistica affascinante, ideale per vivere una notte straordinaria destinata a un pubblico giovane-adulto. |

**Fratelli Branca Destilerías S.A. è un membro chiave della FADA, la Federación Argentina de la Industria de la Destilación. Questa federazione rappresenta e riunisce i distillatori e i produttori di liquori in Argentina, difendendo i loro interessi e lavorando in collaborazione per lo sviluppo del settore. La FADA è impegnata nella difesa dei diritti e dei regolamenti riguardanti la produzione e la commercializzazione delle bevande distillate, nonché nella promozione di standard di qualità e pratiche sostenibili.**
**La FADA ha condotto numerose campagne per il consumo responsabile di alcolici, tra cui: "Minori, neanche una goccia", "Prendi il controllo", "Demolire i miti", "Meglio insieme" e "La giusta misura". Queste campagne sono state amplificate attraverso le piattaforme di social media e pubblicità mirata per aumentarne la visibilità.**
**Nell'ambito della campagna "Minori, neanche una goccia", in collaborazione con la Fundación Padres, sono state contattate 500 scuole, raggiungendo circa 80.000 persone. Sono stati organizzati 45 workshop per genitori, insegnanti e studenti, coinvolgendo circa 3.600 partecipanti. Per amplificare l'iniziativa, sono stati utilizzati programmi radiofonici con una audience di 70.000 ascoltatori, e l'attività è stata sostenuta da giornalisti e organizzazioni governative.**

*Fratelli Branca Destilerías S.A. a sostegno delle "Campagne responsabili FADA"*

Fratelli Branca Destilerías S.A. ha intrapreso una serie di iniziative significative per promuovere il consumo responsabile e supportare la comunità. La campagna 'Fernet Tranka' ha raggiunto oltre **14 milioni di persone in Argentina**, rafforzando il messaggio contro il consumo da parte dei minori e utilizzando pittogrammi di proibizione sui prodotti. In collaborazione con la Fondazione Anden, l'azienda ha offerto opportunità artistiche ai settori a basso reddito tramite il concorso "Arte Único", promuovendo inclusività e sviluppo personale.
Fratelli Branca Destilerías S.A. ha anche lavorato con Publicitarias per garantire la rappresentazione e la partecipazione inclusiva nel concorso "Arte Único", sostenendo la **diversità e l'uguaglianza di genere**. Per quanto riguarda la formazione, ha organizzato workshop e corsi per educare oltre **480 bartender** su pratiche di consumo responsabile e sostenibile, coinvolgendo esperti del settore.
Con Accademia Branca, l'azienda ha esteso i suoi messaggi di responsabilità a studenti universitari e giovani in situazioni economiche vulnerabili, offrendo loro opportunità formative. Collaborando con Digitalizadas, Fratelli Branca Destilerías S.A. ha sostenuto le **donne imprenditrici**, contribuendo a un ambiente imprenditoriale più equo.
Il lancio di Spirito Blu in Argentina ha promosso valori delle Blue Zones[9], sostenendo il benessere e pratiche sostenibili. La Settimana del Carpano Vermut ha rinvigorito la cultura del vermut, attirando turisti gastronomici e creando nuove opportunità nel settore dell'ospitalità. Infine, la campagna 'Never Ending Night' di Sernova Vodka ha **aumentato l'attrattiva turistica** di Ushuaia per un pubblico giovane-adulto, rendendo la città una destinazione unica.

[9] Termine coniato dal demografo Michel Poulain. Negli anni 2000 ha introdotto il concetto di "Blue Zone" legato alle popolazioni in cui si riscontra una longevità eccezionalmente elevata.

# La soddisfazione dei clienti

La soddisfazione del cliente è una delle principali priorità del Gruppo Branca, che si impegna a mantenere standard di qualità elevati e costanti. L'azienda presta particolare attenzione alle richieste di informazioni, segnalazioni e lamentele dei clienti/consumatori, fornendo risposte adeguate. La soddisfazione del **consumatore finale** e il coinvolgimento della **comunità dei bartender** sono elementi chiave per distinguere i marchi del portafoglio Branca dai concorrenti e per instaurare relazioni privilegiate con gli stakeholder.

Per mantenere un dialogo costruttivo, il Gruppo Branca offre **canali di comunicazione diretti, immediati e facilmente accessibili**, come soluzioni web, e-mail e visite agli stabilimenti. Inoltre, per coinvolgere attivamente i clienti e le comunità, le Società sviluppano attività di comunicazione basate sulla trasparenza e sulla rilevanza dei contenuti, evidenziando le caratteristiche uniche dei marchi e i legami con le comunità di riferimento.

## *FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.*

Il Gruppo Branca ha implementato una procedura interna per la gestione dei reclami, conforme allo **standard ISO 22000:2018**, che consente di raccogliere le segnalazioni dei clienti provenienti da diversi canali, quali sito web, telefonate e segnalazioni interne. L'obiettivo è quello di gestire le richieste in modo costruttivo, al fine di migliorare continuamente la soddisfazione del cliente. Parallelamente, l'azienda alimenta un dialogo costante con i consumatori attraverso i canali social dei propri marchi, incoraggiando un feedback diretto e spontaneo.

Nel corso del 2023, la Società ha avviato diverse iniziative di comunicazione volte a consolidare un legame relazionale con i propri consumatori e a coinvolgerli attivamente.

La Società ha preso parte al **Mixology Experience International Bar & Beverage Trade Show 2023**, tenutosi a **Milano**. Alla fiera, dedicata al mondo della mixology, hanno partecipato i brand più rinomati del settore, tra cui quelli del Gruppo Branca che hanno offerto ai partecipanti la possibilità di degustare gli iconici prodotti e le loro declinazioni nei diversi cocktail. Per l'occasione, la Società ha ideato uno stand d'effetto portando in fiera lo storico furgone Branca che funziona come un vero e proprio bar e che ha rappresentato un'attrattiva interessante per tutti gli ospiti.

Durante la manifestazione si è tenuto anche il primo appuntamento milanese dei **Barback Games**. Gli epici giochi-evento aperti al pubblico e dedicati a coloro che lavorano duramente ogni sera dietro le quinte del bar per realizzare cocktail impeccabili: i "barback". I "barback", conosciuti anche come runner, ricoprono un ruolo fondamentale all'interno dei locali notturni: il loro compito è quello di supportare i barman affinché riescano al meglio nel loro ruolo, occupandosi di compiti meno visibili ma fondamentali, come gestire il rifornimento di ghiaccio e alcolici e tenere sempre in ordine la postazione bar. L'obiettivo del gioco è quello di dimostrare la centralità di questa figura per il funzionamento del locale ed il successo delle serate attraverso una serie di sfide fisiche, di resistenza ma anche di competenza, velocità e versatilità che i Barback affrontano al fine di conquistare il titolo di "Night Hero" d'Italia 2023.

Nel corso delle due serate, il Gruppo Branca è stato presente con un suo stand e un programma di guest bartending.Inoltre, la Società ha partecipato in qualità di main partner alla manifestazione "**Torino Cocktail Week**". Una settimana della miscelazione a Torino che ha visto la partecipazione di più di 15.000 persone tra partecipanti agli eventi, masterclass, esperienze e

laboratori. La Società ha contribuito a diffondere la sperimentazione, la qualità dei suoi prodotti, oltre ad una cultura del bere consapevole e responsabile, tramite la collaborazione con locali di alto profilo.

Febbraio è stato il mese della **Fiera Beer&Food Attraction**, una manifestazione organizzata da Italgrob. L'unico evento del suo genere che presenta l'offerta più completa di birre, bevande, cibo e tendenze per il settore Out Of Home a livello globale, tutto in un'unica manifestazione. La presenza dell'azienda si è concretizzata in una presentazione completa dei prodotti Branca e per la prima volta il COCKTAIL LAB, un momento per fare education e formazione sulla preparazione di cocktail di alto livello.

Tante le campagne di comunicazione on air per il 2023 a partire da Fernet-Branca che consolida la propria posizione da Top Investor nel mondo della comunicazione con la storica campagna "Codice" che racconta l'importante heritage del brand che si conferma decennio dopo decennio.

Nondimeno, al fine di raccontare i propri prodotti ai consumatori, la Società ha avviato una campagna televisiva che presenta Borghetti, come sponsor ufficiale dei momenti di aggregazione tra amici e una per celebrare il fatto che la Grappa Candolini è la grappa numero 1 per vendite finalizzate nel consumo a casa, attraverso il posizionamento storico del prodotto "è come appare". Ma la grande novità 2023 è stato il lancio della nuova campagna di comunicazione e piattaforma di posizionamento per il brand Brancamenta. Il nuovo spot di Brancamenta inaugura un nuovo corso per il brand di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. Si tratta di un racconto che parte da alcune immagini-icona del brand intorno alle quali si sviluppa uno storytelling incentrato sul gusto e sulle sensazioni che il prodotto regala. "Senti il brivido?" è la domanda che accompagnerà le diverse attività del brand per tutta l'estate. Con questa nuova campagna desideriamo trasmettere l'autenticità e la genuinità di Brancamenta, il nostro amaro dissetante e rinfrescante perfetto per l'estate e Re indiscusso del bere ghiacciato. Una campagna che ha come obiettivo quello di mostrare il carattere distintivo di Brancamenta che risveglia i sensi e, al contempo, avvicina i consumatori che ricercano un drink fresco e versatile.

L'estate Brancamenta poi ha visto l'arrivo nei migliori lidi della Versilia e della Puglia di un tour di feste dedicate all'estate e allo stare insieme. 32 locali coinvolti in due mesi per far vivere anche sul territorio il brivido di piacere che solo Brancamenta ghiacciato sa offrire.

Sempre in giro per l'Italia si è svolto il primo tour Antica Formula dedicato sia alla bartender community che al consumatore finale. "La Formula dell'Eccellenza", viaggio multi-tappa di Antica Formula nei locali più cool del nostro Paese, prevedeva un ricco calendario di experience per i professionisti del settore, dalle masterclass dedicate alle tasting guidate per i vermouth lovers.

Gli appuntamenti riservati agli operatori di settore e ai professionisti dell'industry sono stati ospitati da due guest della mixology italiana: «The Maestro» Salvatore Calabrese, bartender e imprenditore di diversi bar di prestigio e Fabio Bacchi, bartender, manager, formatore, capo redattore della testata BarTales e co-fondatore di Roma Bar Show.

Le serate aperte al pubblico prevedevanoo un tasting di Antica Formula con food pairing ad hoc e una drink list esclusiva firmata da un'ospite di eccezione: Bruno Vanzan, bartender e imprenditore di successo.

Oltre a quelle sopracitate, tra le iniziative di marketing si segnalano:

- **Fernet-Branca Special Pack: per il Natale 2023 infatti, si presenta con una nuova bottiglia e un bicchiere da collezione rivisitazione super pop del manifesto pubblicitario del 1920 che ha come protagonista un coccodrillo. La leggenda narra che l'iconico personaggio abbia mangiato troppo, ma invece di piangere le sue lacrime appare allegro e baldanzoso sfoggiando una bottiglia di Fernet-Branca, rimedio impeccabile per digerire al meglio e proseguire la festa senza pesi sullo stomaco. Con la sua ricetta mix di 27 erbe aromatiche diventa così il regalo perfetto da mettere sotto l'albero nonché il rimedio ideale per sopravvivere alle abbuffate.**

- **Stravecchio Special Pack: per omaggiare gli acquirenti di Stravecchio con bicchiere iconico e perfetto per apprezzare tutti i profumi e le sfumature del Brandy Italiano per eccellenza.**

- **Brancamenta Special Pack: un omaggio dedicato agli acquirenti di Brancamenta, che include l'iconico "ICE GLASS", un bicchiere caratterizzato da una grafica con effetto ghiaccio. Questo design sottolinea la modalità di consumo ideale di Brancamenta, servito rigorosamente ghiacciato.**

- **Borghetti: un bicchiere perfetto per assaporare tutto il gusto intenso e avvolgente di Borghetti, il liquore di vero caffè espresso dall'aroma inconfondibile. Tanti regali "perfetti" grazie a "Borghetti".**

Sempre attivi i nostri canali social che permettono ai brand di instaurare una relazione diretta e partecipazione con la community. Inoltre, sono stati proprio i canali social dei brand i principali mezzi di promulgazione delle attività messe in campo.

## *FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.*

Per quanto riguarda la Società argentina, si segnala un importante **ampliamento dei canali di comunicazione con i consumatori**, che ha determinato anche un miglioramento della qualità dei prodotti consegnati ai clienti (nelle fasi di stoccaggio e distribuzione). In particolare, attraverso il SAC (Consumer Care Service che copre tutto il territorio nazionale) la Società è in grado di rispondere a qualsiasi domanda o reclamo entro lo stesso giorno e di intraprendere le azioni necessarie per risolvere eventuali disguidi, ricontattando i consumatori telefonicamente. Grazie a questi canali, la Società ha potuto instaurare un **dialogo costruttivo con i consumatori** che ha influito positivamente sullo **sviluppo di nuovi prodotti**. Infatti, per mezzo dei numerosi **sondaggi e test** condotti su tutto il territorio nazionale, è stato possibile recepire i suggerimenti ed apportare miglioramenti o modifiche nella formulazione dei prodotti, portando in ultima istanza ad una più ampia e positiva accoglienza di questi ultimi da parte delle comunità di consumatori finali. In particolare, dai sondaggi condotti tra i consumatori, sono stati apprezzati notevolmente i miglioramenti apportati al confezionamento del prodotto.

Oltre a mantenere con essi un dialogo costruttivo, la Società coinvolge i consumatori supportando gli eventi culturali più rilevanti del Paese. In particolare, nel 2023 Fratelli Branca Destilerías S.A. ha preso parte alle seguenti iniziative:

**Sponsorizzazione di eventi musicali,** tra cui: il "Cosquín Rock", il festival musicale nazionale più importante dell'Argentina a cui hanno partecipato 120.000 persone in 2 giorni, in qualità di sponsor principale; il "Lollapalooza", un festival musicale che viene organizzato annualmente e che nel 2023 ha registrato 300.000 visitatori in 3 giorni; il "Jesús María", evento musicale folkloristico a cui hanno partecipato 200.000 persone con le loro famiglie.

**Sponsorizzazione di iniziative sportive e culturali**, tra cui: la sponsorizzazione di campionati di calcio dilettantistici maschili e femminili che nel 2023 sono stati apprezzati da oltre 55.000 giovani e la sponsorizzazione della Rap Battle tra i migliori freestyler nazionali e internazionali (un fenomeno seguito da milioni di fan, principalmente Gen Z e Millenials). L'evento è stato organizzato da Free Style Master Series (FMS), l'unica lega professionistica di Free Style al mondo che ha trasformato le battaglie rap in uno sport, una disciplina e una competizione.

Inoltre, la Società **organizza eventi e promuove campagne televisive e social** volte a creare un clima di sano intrattenimento, promuovendo i valori alla base del marchio. Tra queste, si annovera la campagna social che annualmente la Società pubblica in occasione della Giornata dell'Amico, una data importante per Fernet-Branca, i cui valori del marchio includono l'amicizia come uno dei suoi pilastri più radicati. Con l'obiettivo di raggiungere anche i clienti più giovani, la campagna social mostra Fernet-Branca come un altro membro del gruppo di amici, sempre presente.

Questo è stato l'anno dell'intelligenza artificiale. Su questa linea, è stata sviluppata anche una campagna chiamata "**Armadores**", per supportare bartender e consumatori finali nella preparazione del Fernet-Branca.

Inoltre, a sostegno dei sentimenti di empatia e vicinanza, l'azienda ha realizzato per la prima volta una campagna di ampio respiro per la **Giornata del bere responsabile**, in cui, insieme ai suoi Brand Ambassador e agli influencer Fernet-Branca, ha diffuso messaggi di moderazione e consapevolezza, invitando i consumatori a un consumo responsabile delle bevande alcoliche.

Per onorare le sue radici e la sua eredità storica, Fernet-Branca ha presentato un **aggiornamento** della sua campagna "**UNIQUE**", lanciata nel 2022. Questa volta, l'idea creativa ha approfondito i valori che rappresentano gli ingredienti principali della formula segreta. Con alti livelli di produzione cinematografica, i pezzi sono riusciti a rappresentare visivamente ed emotivamente ciò che è coinvolto nella selezione e nella coltivazione dello zafferano, del fungo agarico, della mirra, tra gli altri componenti. Il messaggio è stato rafforzato anche attraverso la presenza di influencer, stampa, pubblicità digitale, pubblicità non tradizionale e punti vendita. Inoltre, è stato riproposto il concorso "Branca apre le porte", che invita i consumatori a visitare la distilleria. I risultati di queste iniziative pubblicitarie hanno stabilito ancora una volta un record nella storia del marchio.

A marzo si è tenuta nuovamente la "**Vermuth week**". Questa volta, estendendola oltre Buenos Aires e favorendo la creazione di nuovi "Distrito Carpano" (quartieri del Vemutero sponsorizzati dal marchio). In ogni caso, sono stati sette giorni ininterrotti di festa in vari bar di Buenos Aires con spettacoli di musica dal vivo, giochi e tapas accompagnati, naturalmente, dal Vermouth Carpano. Tutto questo è stato fortemente promosso sui social network e sui mass media attraverso il Branded Content.

Infine, l'azienda ha nuovamente realizzato la "**Never Ending Night**", una campagna televisiva e digitale volta a descrivere il carattere innovativo e divertente del marchio Sernova, che conosce il meglio della notte. Cercando di appropriarsi della "notte più lunga del mondo", che si svolge ogni anno il 21 giugno a Ushuaia, l'azienda ha puntato molto sui media, on e off Trade. Un gruppo di celebrità e di influencer è stato portato a vivere un'esperienza unica, dalla quale sono stati prodotti contenuti da diffondere sui media orientati al target giovanile. Nell'ambito dello stesso concetto, sono state organizzate feste in tutto il Paese, dove il pubblico ha potuto provare la stessa sensazione e condividerla con il proprio gruppo.

Per concludere l'anno, a novembre è stato lanciato **Gin Spirito Blu**, un nuovo marchio dell'azienda ispirato alla Sardegna, la prima Blu Zone al mondo. Gli ultimi due mesi dell'anno si sono concentrati sulla distribuzione del prodotto, ma sono iniziate anche le presentazioni a clienti, forza vendita e stampa, per le quali sono state realizzate esperienze digitali immersive sulle coste italiane, al fine di trasmettere la particolarità di una proposta che arriva a sfidare i paradigmi in ogni modo.

# ATTIVITÀ ORGANIZZATE NEL RESTO DEL MONDO

Nel 2023, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha consolidato la propria presenza globale con una serie di attività strategiche che hanno coinvolto mercati chiave e promosso i brand, attraverso eventi e iniziative di grande impatto.
Per celebrare e proseguire il successo delle Coins di Fernet-Branca, sono state create ed introdotte coins speciali per ciascuno dei seguenti paesi: Danimarca, Spagna, Messico, Regno Unito, Germania, Svezia e Svizzera. Queste monete non solo riflettono la ricca diversità culturale e le tradizioni locali, ma sono servite anche come simbolo tangibile del legame profondo tra il brand e ogni mercato, sostenendo e promuovendo Fernet-Branca con un tocco personalizzato e distintivo.

In **Germania**, Fernet-Branca è tornato in televisione con uno spot basato sulla campagna **Life is Bitter**, sponsorizzando uno dei programmi più seguiti in prima serata. Questo ritorno ha rafforzato la presenza del brand in un contesto di grande visibilità, sottolineando il messaggio iconico della campagna con un'audience vasta e rilevante.
I **Barback Games**, evento annuale di grande successo, hanno visto una partecipazione entusiasta in **Danimarca, Messico, Regno Unito e Svezia**. Questi tornei hanno messo in luce il talento e la creatività dei migliori barback dei rispettivi paesi, offrendo una piattaforma per competere e celebrarsi a vicenda. Ogni evento è stato arricchito da una forte presenza mediatica e una strategia di comunicazione sui social media, che ha amplificato la visibilità e l'impatto dell'iniziativa. Inoltre, Global Export ha lanciato i primi B**rancamenta Winter Games**, un evento innovativo che ha avuto luogo in **Polonia, Norvegia e Svezia**. Questi eventi hanno celebrando la stagione invernale con un mix di attività coinvolgenti, rafforzato il posizionamento del brand come protagonista nei momenti di convivialità.
Il 2023 è stato anche un anno di festival memorabili, con **CopenHell** che ha segnato un'importante pietra miliare come il primo festival sponsorizzato da Branca Global Export. Questa sponsorizzazione ha rappresentato un passo significativo nella nostra strategia di marketing, espandendo la nostra visibilità nel settore musicale e culturale e creando nuove opportunità per connettersi con un pubblico vasto e diversificato.
In aggiunta, il Gruppo Branca ha preso parte a fiere di settore di alto profilo, come **TFWA di Cannes** e il **Bar Convent di Berlino**. Questi eventi hanno rappresentato occasioni cruciali per interagire con professionisti del settore e per rafforzare la nostra rete di **12 Brand Ambassadors**, la quale è in continua crescita e ha giocato un ruolo fondamentale nel promuovere il brand e i suoi valori.

Inoltre, il 2023 ha segnato il lancio della nuova campagna di **Antica Formula**, intitolata **The Perfect Formula**, che ha messo in risalto il ruolo di punta di questo prodotto della famiglia Carpano. La divisione Global Export ha concentrato i propri sforzi su questa campagna per valorizzare Antica Formula, il gioiello della famiglia Carpano, evidenziandone l'eleganza, la qualità artigianale e la tradizione storica. Attraverso una strategia di comunicazione sofisticata e mirata, The Perfect Formula ha riaffermato la posizione di Antica Formula come simbolo di eccellenza nel mondo dei vermouth.

## *Il legame storico tra il Gruppo Branca e la community dei Bartender*

In passato i baristi erano abituati a bere un bicchiere di Fernet-Branca quando cambiavano turno, questa abitudine divenne nota come la "stretta di mano del barista". Essendo naturalmente vicino alla comunità dei bartender, il Gruppo Branca ha colto l'occasione per concretizzare questo rituale con la creazione di una moneta per celebrare questo preciso momento. Da allora il rito è stato esteso a tutti i bar; quindi, quando un barista visita un altro bar e mostra una moneta di Fernet-Branca ad un collega dietro il bancone, gli viene offerto uno shot gratuito di Fernet, a meno che non gli venga presentata un'altra moneta in risposta e la "stretta di mano del barista" ha luogo per celebrare la loro appartenenza congiunta al Gruppo Branca.
Le monete Fernet-Branca sono diventate rapidamente il simbolo dell'appartenenza alla comunità dei baristi. Hanno viaggiato attraverso oceani e continenti fino agli angoli più remoti del mondo. Rappresentano non solo un traguardo momentaneo ma un autentico oggetto da collezione, gelosamente custodito come status symbol e privilegio. In esse traspare il senso di appartenenza reciproca e voglia di essere grandi protagonisti della famiglia Fernet-Branca. In nome di questi valori, da anni la più appassionata community di bartender raccoglie, scambia e richiede monete Fernet-Branca, che vengono instancabilmente prodotte in Limited Edition dal 2013.

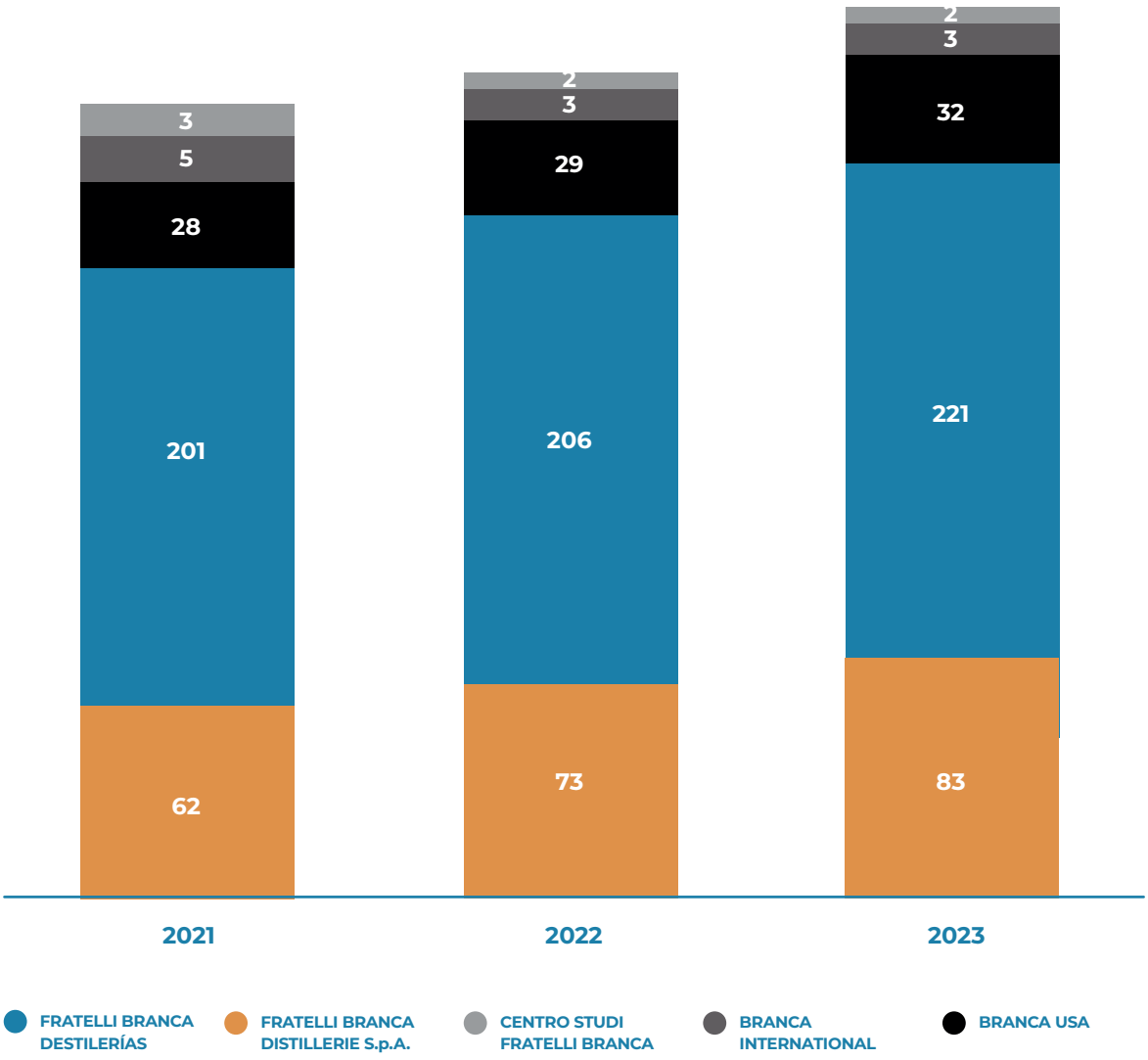
# Persone e comunità

Per il Gruppo Branca, la valorizzazione delle persone e la costruzione di un ambiente di lavoro basato sull'ascolto, sul dialogo e sulla trasparenza rappresentano i pilastri fondamentali della gestione aziendale, in linea con i principi dell'Economia della Consapevolezza. Considerando le persone come un fine e non come un mezzo, l'azienda si impegna a creare un contesto positivo e coeso, favorendo il successo organizzativo attraverso l'applicazione dei principi della meritocrazia collaborativa.

# Profilo dei dipendenti del Gruppo

Al 31 dicembre 2023, il Gruppo Branca ha registrato un totale di 341 dipendenti, segnando un incremento del 7% rispetto all'anno precedente. Il 99% della forza lavoro è costituito da dipendenti assunti con contratto a tempo indeterminato e a tempo pieno, a testimonianza della stabilità occupazionale offerta dall'azienda.

## *CONSOLIDATO EVOLUZIONE DELL'ORGANICO NEL TRIENNIO PER SOCIETÀ (HEADCOUNT)*



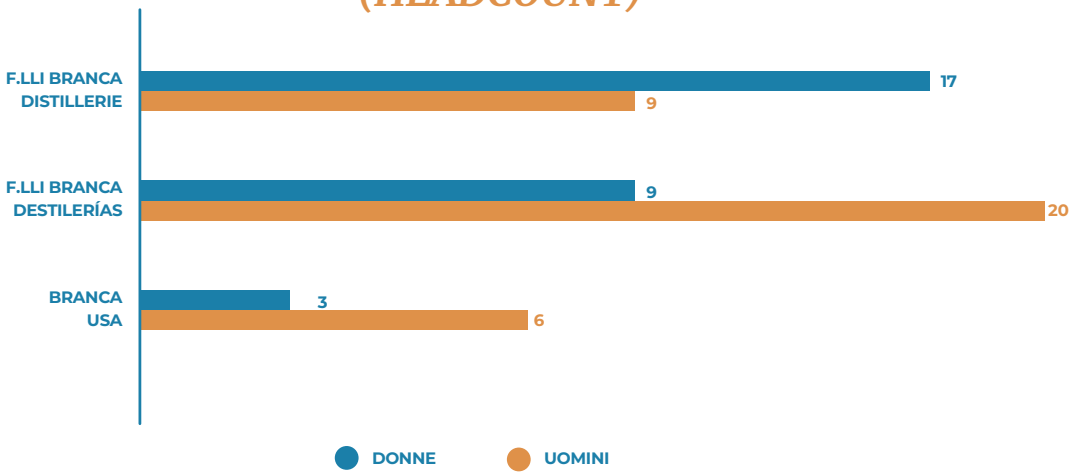

Oltre ai dipendenti, nel 2023 il Gruppo Branca conta anche 21 persone tra stagisti e lavoratori interinali (23 nel 2022).

# Assunzioni e cessazioni[10]

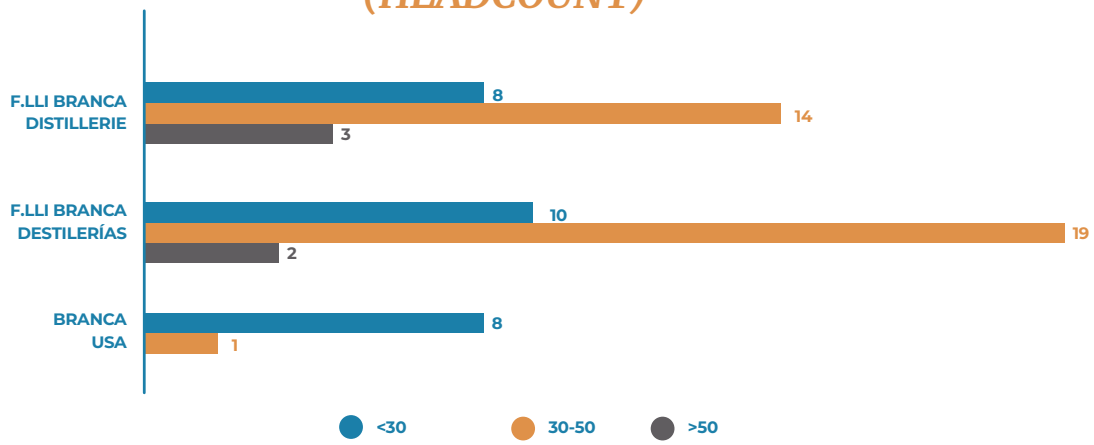
Diversamente dallo scorso anno, l'anno in corso ha registrato un **incremento delle assunzioni**, pari a 64 unità, rispetto alle 60 del 2022. La composizione del nuovo personale evidenzia una continuità rispetto alla parità di genere, con il 46% rappresentato da donne, e una prevalenza della fascia d'età compresa tra i 30 e i 50 anni (52%). Particolarmente rilevante è l'aumento delle assunzioni di giovani talenti under 30, che costituiscono il 40% del totale delle nuove assunzioni, con un incremento di 9 unità rispetto all'anno precedente.

[10] Nel numero di assunzioni e cessazioni e nel calcolo dei tassi di turnover non sono state considerate le cessioni contratto dei dipendenti di Branca International che sono confluiti in F.lli Branca Distillerie. Eventuali differenze nel saldo tra dipendenti entrati e usciti e in forza nell'anno possono dipendere dai dipendenti con contratto cessato e dalle modalità con cui i dati sono estratti dal sistema.

## *ASSUNZIONI NEL 2023 PER GENERE E SOCIETÀ (HEADCOUNT)*



## *ASSUNZIONI NEL 2023 PER ETÀ E SOCIETÀ (HEADCOUNT)*




In continuità con le politiche di assunzione aziendali, il **tasso di turnover** in entrata del Gruppo Branca è rimasto stabile nel 2023, attestandosi al 19% rispetto al totale dell'organico. Parallelamente, si è registrata una lieve diminuzione del turnover in uscita, passato dall'16% del 2022 all'11% dell'anno in corso.

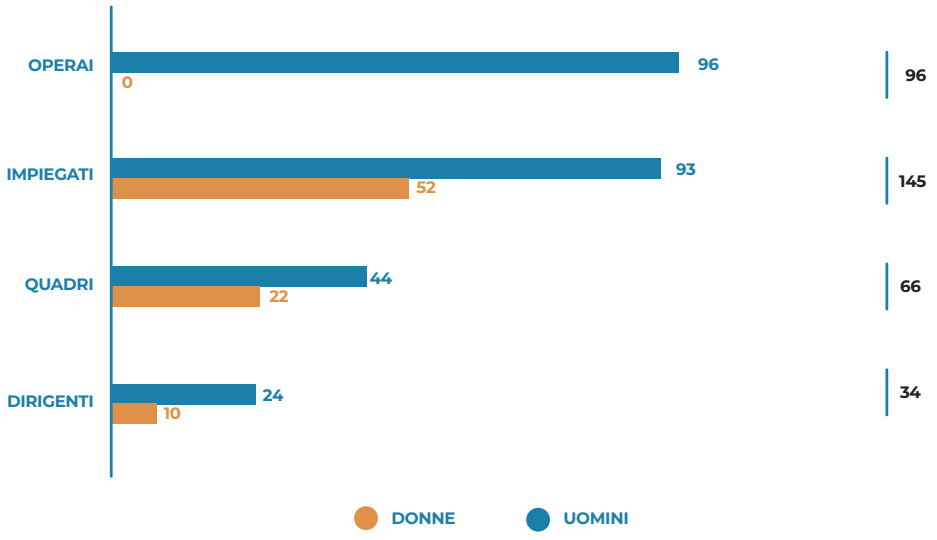
# Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro

Il Gruppo Branca riconosce il ruolo fondamentale delle persone a tutti i livelli organizzativi, considerandole asset strategici per il raggiungimento degli obiettivi aziendali. L'azienda si impegna a valorizzare e sviluppare le competenze del proprio capitale umano. Grazie alla presenza in numerosi Paesi e alla diversità culturale delle proprie risorse, il Gruppo Branca beneficia di un arricchimento reciproco che ne favoriscono la crescita e lo sviluppo.

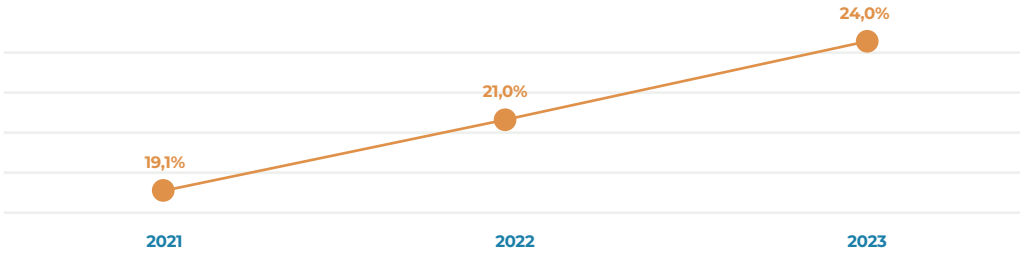
L'intero Gruppo Branca adotta un unico Codice Etico che promuove i valori di inclusione, diritti umani, pari opportunità e non violenza. Riconoscendo il ruolo centrale delle persone nella realizzazione degli obiettivi aziendali, il Gruppo Branca si impegna a valorizzare il proprio capitale umano, garantendo pari opportunità a tutti i collaboratori in ogni fase del rapporto lavorativo. Le politiche aziendali, dalla selezione del personale alla gestione delle carriere, sono concepite per prevenire qualsiasi forma di discriminazione.

Il Gruppo Branca ha raggiunto un nuovo traguardo nella promozione della diversità di genere: **le donne rappresentano ora il 24%** del totale dei dipendenti, registrando un significativo aumento rispetto all'anno precedente.

## *CONSOLIDATO*
## *NUMERO DI DIPENDENTI SUDDIVISO PER GENERE E CATEGORIA PROFESSIONALE (HEADCOUNT)*

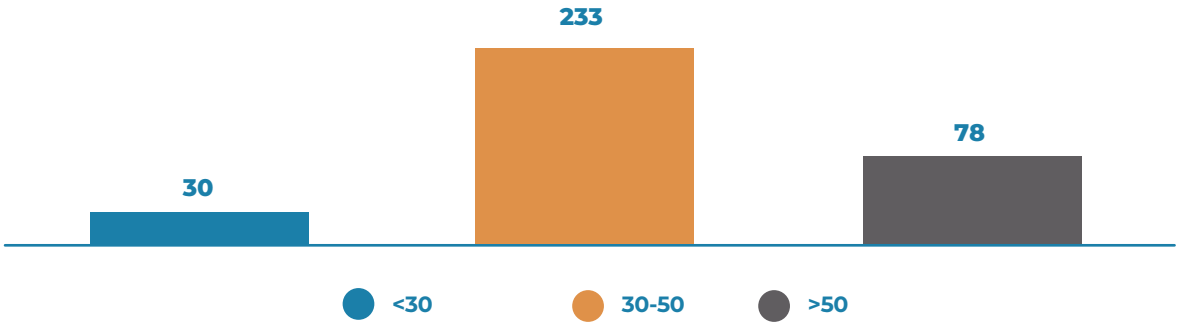


*CONSOLIDATO*
*TREND DI CRESCITA DELLA PRESENZA FEMMINILE SUL TOTALE ORGANICO (%)*




Per quanto riguarda l'età anagrafica dei dipendenti, in linea con il precedente anno, la fascia d'età più numerosa del Gruppo Branca anche nel 2023 è quella compresa tra 30 e 50 anni (233 risorse, pari al 68% dell'organico totale). Le percentuali di dipendenti con età inferiore a 30 anni e maggiore di 50 sono pari, rispettivamente, all'8,9% (+0,9% rispetto al 2022) e al 22,6%.

*CONSOLIDATO*
*PROPORZIONE DEI DIPENDENTI SUDDIVISO PER FASCE D'ETÀ NEL 2023 (HEADCOUNT)*




## REMUNERAZIONE

Il Gruppo Branca adotta una **politica di remunerazione** finalizzata a incentivare e fidelizzare i dipendenti in possesso delle competenze richieste. Le società del Gruppo Branca monitorano costantemente il **gender pay gap**[11], ovvero la disparità retributiva di genere, analizzando sia lo stipendio base[12] che la retribuzione totale[13] dei dipendenti di sesso maschile e femminile. Per una disamina più approfondita delle metodologie di calcolo e dei dati, si rimanda alle sezioni specifiche.

Con riferimento a Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerías S.A. e Branca USA, il livello retributivo delle donne rispetto a quello degli uomini, se considerato lo stipendio base percepito in media dalle lavoratrici donne rispetto allo stipendio base medio degli uomini appartenenti alla stessa categoria di dipendenti, sia per i dirigenti che per i quadri non è presente alcun gap, mentre si discosta del massimo 4% per gli impiegati. Similmente, se considerata la retribuzione percepita in media dalle lavoratrici donne rispetto alla retribuzione media degli uomini appartenenti alla stessa categoria di dipendenti, lo scostamento del livello retributivo delle donne rispetto a quello degli uomini è nullo per i dirigenti e per i quadri e si attesta intorno al 3% per gli impiegati.

[11] Per ulteriori dettagli qualitativi e quantitativi si rimanda alle sezioni: "Metodologie di calcolo" e "Tabelle di performance"

[12] Per stipendio base si intende l'importo fisso minimo corrisposto a un dipendente per l'esecuzione delle mansioni che gli sono state assegnate escludendo qualsiasi remunerazione aggiuntiva come il pagamento di straordinari o bonus.

[13] La retribuzione totale comprende invece sia lo stipendio base sia gli importi aggiuntivi quali quelli basati sugli anni di servizio, bonus in contanti e titoli azionari (azioni e quote), benefit, straordinari, tempo dovuto e qualsiasi abbuono aggiuntivo, tra cui spese di viaggio, vitto e alloggio e contributi per cura dei figli

# Relazioni industriali

Il Gruppo Branca ha instaurato un dialogo costruttivo con le rappresentanze sindacali, al fine di soddisfare le esigenze di tutti gli stakeholder. Nel 2023, tutti i dipendenti delle società italiane del Gruppo Branca (Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., e Branca International S.p.A) sono stati assunti in conformità con i contratti collettivi nazionali di lavoro di riferimento. Per quanto riguarda Fratelli Branca Destilerías S.A., si segnala che il 44,8% dei dipendenti è coperto da accordi sindacali.

[14] L'indicatore non è applicabile per Branca USA.

# Sviluppo del capitale umano e formazione

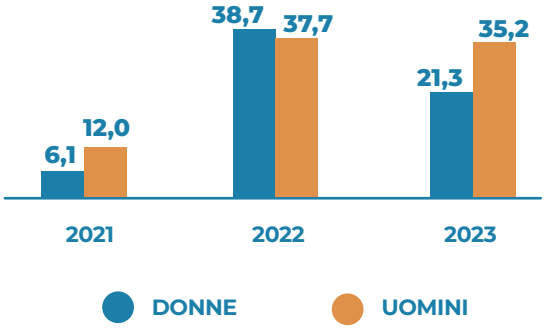
Il Gruppo Branca considera la formazione un pilastro fondamentale per lo sviluppo professionale dei propri collaboratori e per il conseguimento dell'eccellenza operativa nel settore.

Il Gruppo Branca promuove attivamente lo sviluppo professionale dei propri collaboratori attraverso diverse iniziative, tra cui la valutazione delle competenze manageriali, percorsi di coaching e di skill individualizzati, piani di sviluppo personalizzati e politiche retributive competitive. Al fine di valorizzare le potenzialità di ogni dipendente, sono stati attivati o pianificati programmi di formazione mirati in tutte le sedi aziendali.

Come si evince dal grafico seguente, nel corso del 2023, si è verificato un notevole aumento delle ore di formazione erogate a tutte le categorie di dipendenti al fine di stimolarne la crescita professionale e personale, con l'obiettivo di valorizzarne le capacità e competenze. Le Società del Gruppo Branca hanno erogato complessivamente 10.832 ore di formazione totali ai dipendenti (corrispondenti a 31,4 ore medie[15] totali). In particolare, sono state dedicate 403 ore ai dirigenti, 1.821 ore ai quadri, 3.771 agli impiegati e 4.837 agli operai.

La persistenza di tale approccio è attribuibile a diversi fattori, tra cui: l'ottenimento di un finanziamento regionale da parte di Fratelli Branca Distillerie S.p.A., che ha consentito un ampliamento dell'offerta formativa; e l'elevato coinvolgimento dei dipendenti nei corsi di

*ORE DI FORMAZIONE MEDIE EROGATE NEL TRIENNIO (NUMERO ORE)*




[15] Il numero medio di ore di formazione per dipendente è dato dal rapporto tra il numero totale di ore di formazione erogate ai dipendenti e il numero totale di dipendenti

lingua inglese e italiana.

Nel corso dell'anno di rendicontazione, il Gruppo Branca ha focalizzato i propri interventi formativi su aree strategiche quali lo sviluppo di competenze tecnico-specialistiche legate alla produzione, il potenziamento delle soft skills (con particolare attenzione a clientela, gestione delle persone, time management e competenze linguistiche), la salute e sicurezza sul lavoro, la sicurezza alimentare e il benessere psico-fisico dei dipendenti. A titolo esemplificativo, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha offerto percorsi di mindfulness ai propri collaboratori.
Di seguito vengono riportate alcune informazioni aggiuntive relative alle diverse realtà locali.

## FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Nel corso degli ultimi anni, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha potuto sviluppare un percorso formativo incentrato sulla consapevolezza delle persone rispetto alla propria dimensione professionale, attuale e prospettica. I corsi erogati, tra cui: Diversity & Inclusion, Leadership Emotiva, Sviluppo Manageriale, Team Working e Improve Feedback Culture sono stati concepiti per mezzo di una metodologia che si fonda sulla partecipazione attiva. I diversi corsi erogati costituiscono la cornice teorica di riferimento entro cui le persone hanno avuto modo di sviluppare – tramite esercitazioni strutturate, role play e autocasi – che stimolano il confronto reciproco e la riflessione sull'esperienza da cui emerge il vero apprendimento. Il 2023 è stato anche un l'anno in cui è stata scritta – in collaborazione con una società di formazione esterna – la "Carta dei Valori" di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. dove sono stati definiti i valori chiave della società. Tutti i dipartimenti e l'Alta Direzione hanno partecipato alla definizione e alla scrittura di questa importante iniziativa. "Visione e Consapevolezza; Tradizione e Innovazione; Appartenenza e Responsabilità; Collaborazione e Interdipendenza; Assertivismo e Autenticità" sono i valori descritti per il Gruppo Branca.

## FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

L'Azienda argentina dà la possibilità a ciascun dipendente di esprimere la propria soddisfazione per i corsi di formazione ricevuti e ha condotto un'indagine sul coinvolgimento dei dipendenti durante l'anno di riferimento. Sulla base dei risultati, è stato sviluppato un piano d'azione per il miglioramento, monitorato mensilmente. Anche in un'ottica di miglioramento continuo, l'azienda sta lavorando ad un progetto di digitalizzazione e costruzione di un sistema di formazione e monitoraggio su piattaforma web al fine di favorire sempre di più la partecipazione del maggior numero possibile di dipendenti.

## BRANCA USA

Nel 2023, Branca USA ha focalizzato i propri sforzi sulla ridefinizione della propria visione e sulla creazione di un ambiente di lavoro più stabile, attraverso un'intensa attività di formazione e coinvolgimento del personale. Analogamente alle altre Società del Gruppo Branca, seppur con numeriche decisamente inferiori, attribuibili alle dimensioni ridotte dell'Azienda, anche Branca USA ha erogato attività di formazione a tutti i propri dipendenti.

## *VALUTAZIONE PERIODICA DELLE PERFORMANCE*

Nel corso del 2023, **Fratelli Branca Distillerie S.p.A.** ha continuato le proprie attività di valutazione delle performance, coinvolgendo l'intera popolazione dirigenziale, la quasi totalità dei quadri e oltre la metà degli impiegati. Tale processo ha incluso anche i dirigenti assunti dalla **Capogruppo Branca International S.p.A.**. Parallelamente, **Fratelli Branca Destilerías S.A.** ha valutato le performance di tutti i dipendenti, una pratica avviata nel 2018 e consolidata negli anni successivi. In **Branca USA**, particolare attenzione è stata dedicata alla definizione degli obiettivi individuali e di squadra e alla misurazione delle performance. Gli indicatori chiave di prestazione (KPI) sono stati allineati agli obiettivi aziendali a livello nazionale e regionale, con un focus specifico su aspetti quali la distribuzione, l'esposizione dei prodotti e il posizionamento nei bar. Per monitorare e misurare in modo più efficace i KPI, è stato implementato il sistema KARMA, basato su app.

# Salute e sicurezza sul lavoro

Come già sottolineato in relazione alle attività formative, il Gruppo Branca considera la creazione di un ambiente di lavoro sicuro e salubre un elemento fondamentale della propria strategia. La tutela della salute e sicurezza dei dipendenti richiede un **approccio integrato che coinvolge molteplici aspetti**, dalla gestione dei rischi alla formazione, fino alla cultura aziendale. Nel corso del 2023 è stato registrato solo un infortunio presso lo stabilimento di Fratelli Branca Destilerìas S.A.

## *FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.*

Riconoscendo l'importanza della salute e sicurezza sul lavoro come indicatore di una buona gestione aziendale, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha implementato, a partire dal 2010, un sistema di gestione della salute e sicurezza certificato secondo la norma OHSAS 18001, oggi ISO 45001. Tale sistema, basato su un approccio orientato al rischio (Risk Based Thinking), definisce ruoli, responsabilità e procedure specifiche per prevenire i rischi connessi alle attività di produzione e commercializzazione di liquori, distillati e vini aromatizzati.

L'Azienda ha implementato un Sistema di Gestione Integrato per l'ambiente e la sicurezza sul lavoro, promuovendo attivamente la partecipazione e il coinvolgimento dei dipendenti. A tal fine, sono state rese disponibili in più punti dello stabilimento italiano le politiche aziendali relative all'ambiente, alla sicurezza e alla prevenzione degli incidenti rilevanti, al fine di favorirne la consultazione e di comunicare chiaramente gli obiettivi aziendali in questi ambiti.

In quanto classificata come azienda a Rischio Incidente Rilevante ai sensi del D.Lgs 105/15, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha adottato un approccio proattivo alla **gestione della salute e della sicurezza**. L'azienda si impegna costantemente a migliorare le proprie performance in questo ambito, attraverso l'aggiornamento del sistema di gestione della sicurezza, la valutazione dei rischi specifici, la manutenzione degli impianti e la formazione del personale. L'obiettivo è creare un ambiente di lavoro sicuro e salubre per tutti i dipendenti. Prevede un miglioramento continuo del presidio di questi temi e la definizione di **obiettivi** per il cui raggiungimento vengono definiti specifici **piani di attività**.

L'azienda si impegna a:

- **Aggiornare costantemente il sistema di gestione della sicurezza;**
- **Valutare e minimizzare i rischi specifici per ogni attività;**
- **Monitorare e mantenere gli impianti e le attrezzature;**
- **Pianificare gli interventi e la gestione degli impianti e delle attrezzature, in caso di modifiche che possano avere ripercussioni sulla sicurezza e la prevenzione dei rischi;**
- **Fornire ai dipendenti formazione sulla sicurezza e promuovere una cultura della prevenzione.**

L'azienda ha implementato un sistema di gestione dei rischi, basato su un Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) aggiornato periodicamente. Questo documento, redatto con il supporto di enti certificati, consente di identificare e valutare i rischi presenti negli ambienti di lavoro. Inoltre, l'azienda ha istituito un canale di segnalazione per i dipendenti, al fine di raccogliere informazioni su eventuali anomalie o situazioni a rischio. Le segnalazioni vengono gestite dal Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) con la massima riservatezza.

Al fine di garantire un **costante miglioramento** del sistema di gestione della sicurezza, l'azienda effettua periodiche revisioni delle procedure di emergenza, delle istruzioni operative e delle check-list. Inoltre, vengono monitorati regolarmente gli indicatori di performance in materia di sicurezza. Per assicurare l'oggettività delle valutazioni, l'azienda si avvale di ispezioni annuali condotte da un ente certificatore. Infine, viene organizzata una riunione strategica annuale con il Servizio di Prevenzione e Protezione (SPP) per condividere le best practice e definire nuovi obiettivi.

Sulla base della mansione svolta, il Gruppo Branca fornisce ai propri dipendenti i dispositivi di protezione individuali (DPI) e rende disponibile un medico competente, che, salvo specifiche necessità, è presente in Azienda almeno una volta al mese per l'effettuazione delle visite mediche e/o per allineamento con il SSP e Direttore di Stabilimento. Il dottore esegue le visite in Azienda, in un ambiente dedicato e durante l'orario di lavoro e, una volta all'anno effettua il sopralluogo degli ambienti di lavoro, in riferimento agli obblighi previsti all'art. 25 comma 1l del Dlgs 81/08. La Società effettua, inoltre, un monitoraggio costante dei rischi derivanti dalle mansioni svolte e si impegna ad implementare ogni attività necessaria al fine della tutela della salute del personale, tra cui anche la revisione periodica dei rischi stress-lavoro correlato.

La Società ha implementato un piano di formazione annuale, conforme al D.Lgs. 81/08, finalizzato a garantire che tutti i lavoratori ricevano una formazione adeguata in materia di salute e sicurezza. Oltre alla formazione iniziale, programmi di aggiornamenti periodici prevede vari momenti di formazione su alcune tematiche specifiche (e per area di competenza) al fine di migliorare la consapevolezza di ciascun lavoratore sulla gestione della sicurezza negli ambienti di lavoro. In un'ottica di miglioramento continuo, il Piano di formazione viene redatto e approvato annualmente con l'obiettivo di accrescere la consapevolezza rispetto alle tematiche di salute e sicurezza in tutti i ruoli all'interno dell'organizzazione.

L'aspetto della formazione risulta infatti essere fortemente collegato a quello della **sensibilizzazione del personale**, che l'Azienda si impegna a coinvolgere con continuità. A tal proposito, la documentazione di richiamo alle buone prassi in merito alla salute e sicurezza, nonché alla corretta gestione delle emergenze sanitarie e di sito vengono affisse negli ambienti maggiormente frequentati in Azienda e nei percorsi di transito, al fine di garantire la massima visibilità. Nelle aree di ingresso dell'Azienda e in altri punti rilevanti sono affisse anche le politiche di salute, sicurezza e ambiente nonché i certificati conseguiti da enti accreditati.

Fratelli Branca Distillerie S.p.A. è riuscita a registrare nel 2023 zero infortuni, così come avvenuto negli anni precedenti, ad eccezione del singolo incidente verificatosi nel 2022. Inoltre, non sono stati notificati dall'organizzazione episodi riconducibili allo sviluppo di malattie professionali, ovvero problemi di salute acuti, ricorrenti o cronici, causati o accentuati da condizioni o pratiche di lavoro.

Con lo sguardo rivolto al futuro, l'Azienda sta riducendo progressivamente i quantitativi di liquidi infiammabili con l'obbiettivo di uscire dalla connotazione di azienda a rischio incidente rilevante.

## FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

In linea con il 2022, anche nel 2023 l'azienda ha implementato un sistema di gestione della salute e sicurezza conforme alla norma ISO 45001 e alla normativa locale, coprendo tutte le attività dello stabilimento. Nel 2023, il sistema è stato auditato con successo da TÜV, confermandone l'efficacia.
L'azienda ha implementato una **matrice dei rischi** personalizzata per classificare i pericoli e valutarne la gravità. In base ai risultati di questa valutazione, vengono adottate specifiche misure di controllo per mitigare i rischi identificati. In caso di incidenti, un comitato ad hoc analizza l'evento e definisce **azioni correttive e preventive**. Negli ultimi anni, queste azioni hanno incluso il miglioramento delle protezioni delle macchine, l'installazione di barriere di sicurezza e l'analisi dei rischi legati a potenziali esplosioni.
Per favorire un coinvolgimento attivo dei dipendenti nella gestione della salute e sicurezza, l'azienda organizza regolari incontri semestrali con tutte le aree operative e ha istituito un comitato misto, con rappresentanza sindacale, che si riunisce mensilmente per discutere le tematiche relative alla sicurezza sul lavoro. Il funzionamento del comitato è conforme alla normativa vigente. Vengono analizzati periodicamente gli incidenti, qualora presenti, per identificarne le cause. L'azienda ha affidato la gestione del servizio medico a un professionista esterno che opera in loco per 20 ore settimanali, superando i requisiti normativi. Il servizio è coordinato dalle funzioni SSMA e HR. La comunicazione avviene attraverso diversi canali e vengono organizzate riunioni semestrali per fare il punto della situazione. L'azienda dispone di un team dedicato alla sicurezza e si avvale della consulenza di un assicuratore specializzato.
Nel corso del 2023, sono state intraprese diverse iniziative per migliorare ulteriormente la sicurezza sul lavoro, tra cui la verifica e la gestione dello standard ISO 45001, l'ampliamento delle campagne sanitarie, l'aumento dei corsi di formazione sulla sicurezza e il lancio della "Settimana della sicurezza".

Nell'ambito della Giornata internazionale della sicurezza e della salute sul lavoro sono state svolte diverse attività. Tra queste, attività di formazione sulla rianimazione cardiopolmonare, l'uso degli estintori con esercitazioni di fuoco vivo. Sempre nel corso del 2022, la Società ha effettuato degli studi relativi alle mansioni amministrative in conformità con la delibera 886/15 del Ministero del Lavoro, dell'Occupazione e della Previdenza Sociale rispetto ai rischi per la salute e la sicurezza in ambito lavorativo. In linea con le raccomandazioni di tale studio, sono stati acquistati e consegnati al personale specifici elementi per la regolazione dell'altezza dei monitor e adattatori ergonomici per i computer portatili.

Grazie alle modalità gestione della tematica ivi descritte, nel 2023, Fratelli Branca Destilerías S.A. non ha registrato infortuni. Inoltre, non sono stati notificati all'organizzazione episodi riconducibili allo sviluppo di malattie professionali, ovvero problemi di salute acuti, ricorrenti o cronici, causati o aggravati da condizioni o pratiche di lavoro.

## BRANCA USA

Branca USA si impegna a fornire un luogo di lavoro privo di rischi di danni fisici che, data la natura dell'attività e il rispetto delle disposizioni dell'Occupational Safety and Health Act (OSH Act) del 1970, sono comunque relativamente bassi. Come per il 2022, la Società anche nel 2023 non ha registrato alcun infortunio.

# Benessere dei dipendenti

Il Gruppo Branca considera il benessere dei propri dipendenti una priorità. Le tre Società del Gruppo Branca offrono una gamma di benefit[16] che includono assicurazioni sulla vita e sulla salute, bonus annuali, polizze infortuni, utilizzo di auto aziendali o rimborso spese per l'auto privata, carte di credito corporate e dispositivi mobili aziendali.
In aggiunta, le tre Società portano avanti ulteriori iniziative che meglio rispondono ai diversi contesti in cui operano.

[16] Si segnala che le modalità di erogazione di tali benefit variano a seconda del contesto legislativo in cui le diverse Società operano

## FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

### SOSTEGNO ALLA FAMIGLIA

- **Rimborso per la partecipazione ai centri estivi per i figli dei dipendenti**
- **Rimborso sull'acquisto di libri per la scuola media inferiore per favorire l'istruzione dei figli dei dipendenti**
- **Bonus per la promozione dei figli dei dipendenti frequentanti gli istituti scolastici medi superiori**
- **Bonus per la promozione dei figli dei dipendenti che hanno sostenuto l'esame di maturità**
- **Borsa di studio per i figli dei dipendenti che sono iscritti all'Università**
- **Premio per esami universitari sostenuti nell'anno da figli dei dipendenti e per il conseguimento della laurea**

### ALTRE INIZIATIVE

- **Premio per anzianità di servizio del dipendente**
- **Medaglia per anzianità di servizio**
- **Premi (pacchi prodotti) durante le festività (Natale e Pasqua)**
- **Permessi retribuiti di varia natura**

Nel 2017, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha ottenuto la certificazione BSCI - Business Social Compliance Initiative, un riconoscimento internazionale che attesta il rispetto di elevati standard etici e sociali nella propria catena di fornitura. L'azienda si impegna a garantire condizioni di lavoro dignitose, l'uguaglianza di genere e il rispetto dei diritti dei lavoratori, aderendo ai principi fondamentali del Codice di Condotta. Pertanto, opera ispirandosi ai seguenti valori: miglioramento continuo, collaborazione e empowerment, e garantiscono il rispetto dei seguenti principi: libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva, non discriminazione, retribuzione adeguata, orari di lavoro ragionevoli, protezione dei lavoratori, divieto di lavoro infantile, divieto di lavoro forzato, tutela ambientale, commercio etico.
Le aziende commerciali che aderiscono alla certificazione BSCI devono rispettare i principi stabiliti nel documento e ottemperare alla propria responsabilità per il rispetto dei diritti dell'uomo nella propria sfera d'influenza. Tale codice si basa su convenzioni internazionali come la Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo, le linee guida sui diritti dei minori e l'azione imprenditoriale, le linee guida delle Nazioni Unite "Economia e Diritti dell'Uomo", le linee guida dell' Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE), nonché il Global Compact delle Nazioni Unite e le convenzioni e raccomandazioni dell'ILO (Organizzazione Internazionale del Lavoro), fondamentali per il miglioramento delle condizioni di lavoro nella catena di fornitura.

## FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Per quanto riguarda Fratelli Branca Destilerías S.A. si segnala che la Società monitora l'indice di gradimento da parte dei dipendenti rispetto ai benefit erogati con cadenza annuale. Nel 2023 conferma il supporto alle seguenti iniziative:

### SOSTEGNO ALLA FAMIGLIA

- **Congedo di paternità prolungato (15 giorni)**
- **Giornata del bambino, una giornata dedicata ai figli dei dipendenti fino a 12 anni, nella quale viene donato un piccolo regalo (147 regali donati nel 2023)**
- **Materiale scolastico zaini omaggio per i figli dei dipendenti (185 zaini donati nel 2023 a 118 famiglie)**
- **Cesto di Natale**

### SOSTEGNO ALLA SALUTE

- **Estensione della campagna di vaccinazione per l'influenza: in linea con il calendario ufficiale della sanità pubblica, viene sviluppato il programma di vaccinazione per il personale e le loro famiglie**
- **Presenza nella mensa aziendale di cibi scelti per una dieta sana**
- **Assicurazione sulla vita**
- **Assistenza all'acquisto di determinati farmaci e medicine**
- **Bonus Trasporti**
- **Palestra**

## BRANCA USA

Con riferimento a Branca USA, negli Stati Uniti l'assistenza sanitaria non è universale e quindi rappresenta una spesa importante per il datore di lavoro e può esserlo anche per il dipendente. Pertanto, l'Azienda nel 2023 ha continuato a collaborare con un'organizzazione (Professional Employment Organization) con l'obiettivo di offrire al suo personale una copertura sanitaria completa, mantenendo i costi pagati dai dipendenti e dalle proprie famiglie al di sotto della media nazionale. Nel corso del 2023, sono state offerte diverse formule assicurative, al fine di garantire ai dipendenti varie opzioni di prezzo adatte alle loro specifiche esigenze individuali e/o familiari, inclusa una copertura per coniugi, conviventi e persone a carico qualificate.
Di seguito ha implementato le seguenti ulteriori iniziative:

### SOSTEGNO ALLA FAMIGLIA

- **Congedo di maternità retribuito al 100%**

### ALTRE INIZIATIVE

- **Piani di contribuzione pensionistici complementari (401(k)) conguagliato dal datore di lavoro**
- **Invalidità a breve e a lungo termine**
- **Assicurazione sulla vita e sulla vita integrativa**
- **Copertura Sanitaria (comprende assicurazione medica/mentale, assicurazione dentistica e assicurazione per la vista)**

# Il Gruppo Branca, la Cultura e il Territorio

Consapevole della propria influenza sulle comunità locali, la famiglia Branca ha sempre dimostrato una profonda sensibilità verso il contesto sociale e culturale in cui opera. Sin dalle origini, l'azienda ha sostenuto attivamente lo sviluppo delle comunità locali, contribuendo a generare un impatto positivo sulla società, sulle persone e sull'ambiente.

Forte del legame storico con la cultura, il Gruppo Branca continua a promuovere e sostenere iniziative culturali, sia autonomamente sia in collaborazione con partner locali, nazionali e internazionali, con l'obiettivo di coinvolgere le comunità e condividere i propri valori.

# Le principali iniziative

## *Museo Collezione Branca*

### *Un percorso tra storia, tradizione e innovazione*

**Inaugurato nel 2009, il Museo "Collezione Branca" offre un'esperienza immersiva nella storia e nella cultura dell'azienda. Nato da un'iniziativa della famiglia Branca, il museo racconta l'evoluzione imprenditoriale dell'azienda dalle origini fino ai giorni nostri, guidando i visitatori in un percorso sensoriale tra aromi inconfondibili. I visitatori sono accolti dall'aroma inconfondibile del Fernet-Branca che pervade le sale del museo e li accompagna in un percorso che permette di rivivere la storia dell'azienda, respirare gli aromi, vedere da vicino gli strumenti artigianali degli inizi e seguire l'evoluzione della tecnica e dell'innovazione. Un percorso di oltre 1.000 Mq che si snoda tra dipinti, sculture, materie prime e strumenti di lavoro che raccontano una realtà fatta di qualità e passione.**

**La "Collezione Branca", frutto di un lavoro di ricerca, selezione e restauro durato oltre dieci anni, comprende anche una ricca raccolta di manifesti promozionali, campagne pubblicitarie e calendari, testimonianza della particolare attenzione verso la comunicazione dell'immagine aziendale che ha contraddistinto il Gruppo Branca, già a metà Ottocento, attraverso modalità d'avanguardia. Il percorso espone nelle sue aree anche diversi oggetti giunti alla "Collezione Branca" in dono dagli appassionati. La Collezione non è dunque soltanto un percorso storico d'impresa che guarda alla storia passata, ma è anche spazio nel quale gli oggetti assumono un duplice significato di documentazione storica di un sistema produttivo, oltre che di comunicazione e di concezione organizzativa. Svolge anche un ruolo formativo ed educativo, attraverso una politica di "porte aperte" verso Associazioni e Istituti scolastici dell'intero contesto urbano milanese che garantisce il libero accesso alle sezioni del Museo che raccontano storia dell'impresa, oltre alla possibilità di attivare eventuali stage formativi curriculari e/o percorsi di apprendistato per giovani diplomati e laureati.**

**Negli ultimi anni, il percorso storico ha sperimentato un grande afflusso di visitatori che hanno confermato la loro soddisfazione anche attraverso feedback positivi sulla piattaforma Tripadvisor e sui social Instagram e Facebook. Quando possibili sono previste aperture straordinarie nel periodo della "settimana della cultura" così come anche le aperture serali, in risposta al grande interesse da parte della comunità.**

# *Torre Branca*

**Progettata dal celebre architetto Giò Ponti e costruita in tempi record per la V Triennale di Milano, la Torre Branca è un'icona del design italiano e un simbolo della città. Con i suoi 108,6 metri e la sua struttura in acciaio, la torre offre una vista panoramica mozzafiato sulla città. Restaurata dalla famiglia Branca e riaperta al pubblico nel 2002, è oggi un luogo di riferimento per milanesi e turisti, un punto di osservazione privilegiato sulla città che cambia. Accogliendo nella propria struttura migliaia di visitatori ogni anno, essa continua a svolgere il proprio servizio alla città offrendo ai turisti, ma soprattutto ai cittadini residenti, una prospettiva diversa sulle bellezze di Milano.**

**In linea con l'impegno sociale del Gruppo Branca a favore della comunità locale, è stata realizzata alla base della Torre una struttura complementare che, con la sua parete in cristallo trasparente e la suggestiva prospettiva sulla torre, vuole essere un nuovo punto di riferimento per la città, simbolo di un nuovo fermento creativo proiettato al futuro. La struttura, concepita come ristorante-bar, ospita manifestazioni culturali e innovative.**

## *Fondation Fernet-Branca, Saint Louis*

Parte dello sviluppo del Gruppo Branca è scritto tra le pagine della storia francese. A Saint Louis, infatti, dal 1909, fu operativa una delle distillerie della famiglia milanese. L'edificio, lungo 50 metri, è sormontato da un'aquila di rame, emblema della Fratelli Branca Distillerie S.p.A., progettata per dominare il padiglione dell'azienda durante la fiera internazionale di Milano del 1906.
Oggi, sospese le attività di distillazione, la struttura ospita la Fondation Fernet-Branca e rientra, dal 4 luglio 1996, su riconoscimento del prefetto della regione d'Alsazia, nell'inventario dei monumenti storici francesi.
L'idea di trasformare l'antica distilleria Fernet-Branca in un museo di arte contemporanea nasce nel 2003 da un progetto congiunto dell'Amministrazione locale e della famiglia Branca, da sempre sensibile alle istanze sociali e culturali e interessata a individuare una nuova destinazione d'uso per lo stabilimento, per anni dinamico fulcro della vita della cittadina di Saint Louis, e per il suo territorio. Il Conte Niccolò Branca nel 2003 ha siglato un accordo con la città di Saint Louis in base al quale, per 23 anni, ha messo a disposizione la struttura dello stabilimento per la realizzazione del museo. L'iniziativa si inserisce nel contesto culturale transfrontaliero collegato alla vicina città di Basilea nella quale si trovano la Fondation Beyeler, il museo Tinguely, il Schaulager, l'Esposizione annuale "Art'Basel" e a Weil am Rhein, in Germania, dove risiede il "Vitra Design Museum".
L'opera è stata realizzata dall'architetto Jean-Michel Wilmotte che ha studiato il passaggio al futuro spazio espositivo in due tempi: il primo con l'utilizzo dell'area dove accogliere le esposizioni e il pubblico, e un secondo intervento con la copertura della corte interna grazie ad una vetrata e con la realizzazione di un ristorante sotterraneo nell'antica cantina dove si trovano le botti originali. Il museo è stato inaugurato il 15 giugno 2004 dal Presidente della Repubblica francese.

## *Museo Carpano*

Il Gruppo Branca, in collaborazione con Eataly e i servizi Museali della città di Torino, ha dedicato un museo alla storia del marchio Carpano. Il Museo Carpano è situato al primo piano dell'ex stabilimento, negli spazi che oggi ospitano Eataly Torino e propone un percorso lungo la storia e le tappe principali della produzione del vermouth Carpano. Un viaggio che parte dalla città di Torino, nel 1786, quando Antonio Benedetto Carpano inventò la bevanda favorita del Re nell'antica bottega di Piazza Castello, e arriva fino a Milano, ai giorni nostri, alle distillerie Fratelli Branca.

# *Ciminiera Branca*

Dalla collaborazione tra gli Orticanoodles e la Fratelli Branca Distillerie S.p.A., nel 2015, in occasione dei centosettanta anni di attività dell'azienda, è nato il progetto di street art dedicato al restyling della ciminiera Branca di via Resegone. Un'iniziativa simbolo del connubio tra arte contemporanea e impresa, promossa con l'intento di valorizzare la ciminiera posta all'interno della fabbrica, elemento urbano davvero comune nell'architettura industriale che, prima del murales, era stato quasi dimenticato, ma di dimensioni tali da non poter essere ignorati da chi al mattino apre la finestra e guarda nella sua direzione.

L'opera, come la tradizione aziendale, ha seguito il tema del "Novare Serbando" rinnovando la ciminiera, che risale ai primi del Novecento, con gli elementi chiave della comunicazione del Gruppo e dai colori accentuati, e conservandone la forma originale e il legame col territorio.

Il murale, uno dei più alti d'Europa, per gli Orticanoodles rappresenta il laborioso e sapiente processo di produzione del famoso Fernet-Branca: un colorato groviglio di erbe che si intreccia e si arrampica verso il cielo di Milano, il tutto tra bottiglie e icone storiche dell'azienda come il globo con l'aquila e l'irriverente coccodrillo degli anni '20. Le erbe rappresentate creano giochi di forme e colori che si percepiscono appieno solo a centinaia di metri di distanza dall'opera. Per la realizzazione, che ha richiesto circa 10 giorni, gli Orticanoodles hanno utilizzato la tecnica dello "spolvero", la stessa che usava Michelangelo già nel 1500.

Il progetto è continuato anche all'interno dello stabilimento dove, a tutti i dipendenti e membri della famiglia che sono stati parte integrante di questa opera d'arte partecipando all'attività di pittura collettiva, è stato permesso di apporre la propria firma nelle radici disegnate alla base della ciminiera, simboleggiando in un certo senso le radici dell'azienda e della sua storia. La scelta aziendale di utilizzare il canale artistico della street art è sicuramente legata all'aspirazione di voler raggiungere il maggior numero di persone possibili e questo tramite un'opera in grado di raccontare la storia del Gruppo Branca attraverso le immagini, dialogando col territorio.

La realizzazione del progetto ha donato un nuovo volto allo skyline di Milano attraverso un'opera innovativa dal fascino originale e colorato sia di giorno che di notte. Infatti, grazie alla collaborazione con Futuro Luce la ciminiera risplende anche nelle ore notturne con il suo impianto di illuminazione a led in cui luce e tecnologia d'avanguardia si legano ai valori della tradizione, dell'eccellenza, della raffinatezza e dell'arte contemporanea Milanese.

# Le iniziative più recenti

In linea con la cultura aziendale del Gruppo Branca, anche Branca USA, pur essendo una realtà relativamente giovane, ha avviato alcune iniziative a sostegno delle comunità locali. Sebbene i progetti siano ancora limitati, rappresentano un primo passo verso un impegno più strutturato e duraturo nel tempo.

## *FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.*

Fratelli Branca Distillerie S.p.A. collabora attivamente a numerose iniziative sociali per incontrare le diverse realtà culturali del territorio, creando momenti di condivisione e dialogo con i propri stakeholder e, in particolare, sviluppando e rinforzando un continuo scambio culturale e di arricchimento nei confronti del territorio.

Tra le principali iniziative del 2023 è possibile evidenziare nell'ambito del Museo Collezione Branca:

- **partecipazione al progetto MuseoCity con il Comune di Milano, con la realizzazione di un video che simula una visita virtuale della Collezione Branca per il canale YouTube;**
- **realizzazione di una video visita virtuale del Museo Collezione Branca anche per la Settimana della Cultura promossa da Musei d'Impresa, pubblicato sul canale YouTube e messo a disposizione con link dell'associazione Museimpresa;**
- **presenza al seminario e all'assemblea annuale organizzate dall'associazione Museimpresa, che riunisce oltre 130 musei e archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane per la definizione di nuovi progetti;**
- **incremento dei servizi televisivi, degli articoli della stampa e dell'uso dei social Facebook, Instagram e YouTube per far conoscere la realtà della Torre Branca a un numero di persone sempre maggiore. I video che raccontano la Torre Branca sono stati postati su pagine social che mostrano le bellezze di Milano, raggiungendo una media di 20.000 visualizzazioni. Di conseguenza, la Torre Branca ha attirato 27.000 persone nel 2023 (15.800 nel 2022) registrando un notevole incremento di visitatori rispetto al precedente anno, in gran parte costituito da un pubblico estero;**
- **visite diurne e serali alla Collezione Branca in presenza di 160 gruppi di visitatori, per un totale di circa 2400 persone, tra cui anche gli studenti universitari del Politecnico della Bovisa, dell'Università Cattolica e dell'Università Bocconi. Con l'obiettivo di contribuire ad avvicinare i giovani alla storia e alla cultura del Gruppo Branca, è stata incrementata la possibilità di visitare la collezione in fasce d'orario serali.**

Inoltre, il Museo Collezione Branca si rende protagonista, spesso, di iniziative culturali quali ad esempio, visite di docenti universitari, scienziati e uomini di cultura, presentazioni di libri e conferenze per condividere la storia dell'impresa italiana e la cultura delle spezie, erbe e radici.

Infine, in riferimento alle iniziative sviluppate sui prodotti, negli anni il Gruppo Branca ha partecipato alla realizzazione di numerose attività con importanti realtà del Made in Italy che, come il Gruppo Branca, sono portavoce di una cultura del "**saper fare**" di qualità.

Tramite contatti telefonici, e-mail e canali social, la Società gestisce eventuali reclami ed intrattiene con gli interessati conversazioni volte a rispondere alle loro domande e curiosità; nel corso del 2022, in linea con gli anni precedenti, la Società non ha registrato reclami in quest'ambito.

# FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

Fratelli Branca Destilerìas S.A. rafforza la fiducia dei giovani argentini attraverso un impegno costante da parte del marchio Fernet-Branca. Una tra le iniziative è la forte presenza del marchio nell'arte. Nel 2023, Fratelli Branca ha continuato a sviluppare la propria piattaforma artistica e culturale attraverso l'**Unique Art Contest**, mantenendo la sua ricca ed estesa tradizione e permettendo a giovani e nuovi artisti argentini di catturare la loro arte e farla conoscere. Per il secondo anno consecutivo è entrata a far parte della **Fondazione Culturale Anden 2222**, che promuove l'accesso e la diffusione delle arti in contesti svantaggiati. In questo modo è stata incoraggiata la partecipazione di persone interessate alle arti ed economicamente vulnerabili. D'altra parte, quest'anno la fondazione "**Publicitarias**" è stata integrata nell'ecosistema della campagna, per integrare il suo impegno nella promozione della diversità e dell'equità di genere. Tale partnership garantisce la rappresentanza e la partecipazione inclusiva di voci e talenti diversi all'interno dell'industria creativa.
Un altro ambito importante è l'universo dell'accesso al lavoro all'interno del core business: L'**On Trade e i Bartender**. Nasce così il Progetto Famiglia Branca, da cui quest'anno l'Azienda ha avviato il secondo livello di "**Accademia Branca**" per il Cono Sud. "Accademia Branca" è il primo programma educativo virtuale per lo sviluppo professionale nel bartending, con contenuti di livello mondiale approvati da una delle università più prestigiose del paese (UADE). L'obiettivo è quello di offrire opportunità uniche di sviluppo professionale ai bartender della regione, favorendo l'inclusione sociale: a tal fine, vengono offerti corsi sia ai membri della Famiglia Branca sia ai giovani a basso reddito in cerca di occupazione. Per quest'ultimo punto, è stata stretta una solida alleanza con la Fundación Pescar, alla quale vengono assegnate borse di studio per l'Accademia.
L'uguaglianza di genere è un tema da presidiare con grande responsabilità e sensibilità. Nel 2023 Fratelli Branca Destilerìas S.A. ha collaborato con **Digitalizadas**, un'organizzazione impegnata nell'empowerment delle donne imprenditrici. È stata tenuta un'esclusiva formazione dell'Accademia Branca progettata appositamente per le sue socie. Questo impegno riflette i continui sforzi per sostenere l'uguaglianza di genere e la diversità.
Inoltre, le Fratelli Branca Destilerìas S.A. ha collaborato con diverse realtà della regione per sviluppare molteplici iniziative che contribuiscano alla creazione di valore sostenibile nel tempo.

**ASSISTENZA ALLA PERSONA, ALL'INFANZIA E ALLA FAMIGLIA:**

**• Caritas: la Caritas è un'organizzazione della Chiesa cattolica che riunisce 165 organizzazioni nazionali di soccorso, sviluppo e servizi sociali. Si dedica alla lotta contro la povertà, l'esclusione, l'intolleranza e la discriminazione.**

**• Casa Cuna: il più antico ospedale pediatrico delle Americhe, conosciuto anche con il suo nome tradizionale "Casa Cuna". Ogni anno vengono curati circa 550.000 bambini con varie malattie e disturbi.**

**• Union Memorial: ONG che fornisce pranzi e merende a bambini e adolescenti di età compresa tra i 3 e i 18 anni in situazioni di vulnerabilità. Attualmente l'assistenza è fornita a 398 famiglie.**

**• Fatima Foundation: ONG dedicata a fornire uno spazio educativo terapeutico per le persone con sordocecità, al fine di raggiungere la loro integrazione familiare e sociale, migliorando la loro qualità di vita.**

**• Decent Housing: Fondazione che lavora con le famiglie a basso reddito nella costruzione, nel miglioramento e nell'equipaggiamento delle loro case. L'azienda ha coinvolto i propri dipendenti in attività di volontariato.**

**• Nutriéndonos: ONG dedicata al trattamento e alla prevenzione della malnutrizione infantile che sostiene donne incinte, madri e bambini fino a 5 anni di età in situazioni di vulnerabilità.**

**EDUCAZIONE, SUPPORTO ALL'IMPIEGO E ALL'OCCUPAZIONE:**

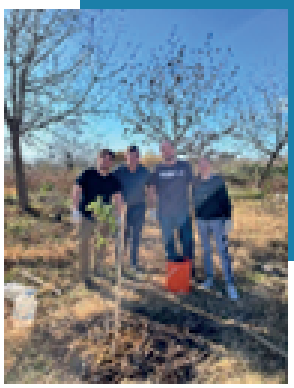
**• Fundación Cimientos: ONG che promuove l'equità educativa attraverso programmi che migliorano la qualità dell'istruzione e promuovono la continuità educativa e/o l'occupazione dei giovani che vivono in contesti vulnerabili. L'azienda ha erogato diverse borse di studio.**

**• Fundación Pescar: fornitura di strumenti di formazione ai giovani a basso reddito per facilitare il loro inserimento nel mondo del lavoro: sono state assegnate 50 borse di studio a giovani adulti associati all'ONG per il primo corso del programma Famiglia Branca Bartender "Branca Academy".**

• **Universidad Argentina de la Empresa (UADE): nell'ambito del programma Famiglia Branca, alcuni rappresentanti dell'azienda hanno avuto il piacere di tenere Master Class per gli studenti delle carriere di Gastronomia e Ingegneria Alimentare dell'UADE, organizzando workshop e varie visite alla distilleria Fratelli Branca Distillerie S.p.A. per gli studenti più meritevoli.**

• **La Fondazione Margarita Barrientos è un'istituzione che nutre circa 2700 persone al giorno, tra cui bambini di tutte le età, madri, nonni, persone che vivono situazioni precarie. A loro viene fornita la colazione, il pranzo, la merenda e la cena.**

• **Fundación Reinicia è un'associazione la cui sfida è accompagnare i giovani con disturbi neurologici in una nuova fase, in base ai loro bisogni, interessi ed età, promuovendo lo sviluppo integrale, contribuendo alla loro felicità e migliorando la loro qualità di vita.**



**TUTELA DELL'AMBIENTE**

**La Riserva naturale Bella Vista si trova vicino al fiume Reconquista, nel comune di Bella Vista, distretto di San Miguel. Attraverso diverse attività a cui la comunità è invitata a partecipare, la riserva mira a realizzare un completo restauro ambientale di tutta la sua lunghezza, per convertire un luogo che era destinato allo smaltimento di tutti i tipi di rifiuti, in un'area di svago e di sostenibilità. La Società ha donato erbe per la lavorazione del compost ed ha coinvolto i propri dipendenti in attività di volontariato.**

## *BRANCA USA*

Per Branca USA, l'impegno nelle comunità locali rappresenta una strategia win-win: da un lato, permette di rafforzare il brand e di creare un legame più profondo con i consumatori; dall'altro, offre l'opportunità di sostenere iniziative benefiche e di contribuire allo sviluppo dei territori.

In linea con questo pensiero, la Società continua a sponsorizzare le seguenti iniziative per lo sviluppo sociale:

[17] Per ulteriori dettagli, si invita a consultare il seguente link: Tales of the Cocktail® - Tales of the Cocktail Foundation

• **Tales of the Cocktail organizzazione no-profit locale, nazionale e internazionale, nata a New Orleans che funge da catalizzatore per educare, promuovere e sostenere le comunità, facendo progredire l'industria dell'hospitality.**

• **Women of the Vine & Spirits, organizzazione globale che si pone l'obiettivo di potenziare e far progredire le donne nel settore delle bevande alcoliche, spingendo l'industria del settore verso un'era più diversificata e inclusiva.**

• **Speed Rack Women, una competizione di bartending ad alta velocità esclusivamente femminile il cui ricavato è destinato alla ricerca e alla sensibilizzazione sul cancro al seno.**

Con l'obiettivo di tutelare la biodiversità, l'azienda ha sostenuto economicamente la creazione di un'area dedicata all'impollinazione nel cuore di Atlanta, in Georgia. Questa iniziativa non solo ha favorito l'impollinazione dei giardini circostanti, ma ha anche contribuito a sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza delle api. Inoltre, attraverso il programma 'Branca Gives Back', l'azienda ha organizzato diverse attività di volontariato, come la pulizia delle spiagge e la riqualificazione di habitat naturali, promuovendo così un approccio collaborativo alla tutela dell'ambiente.

# La tutela dell'ambiente

Per il Gruppo Branca, la sostenibilità ambientale è un pilastro fondamentale delle proprie attività. L'azienda si impegna a operare in modo responsabile, rispettando l'ambiente e utilizzando le risorse naturali in modo efficiente.
Il Gruppo Branca ha adottato un Codice Etico che promuove l'equità, la lealtà e il rigore professionale in tutte le attività aziendali. Questi principi sono alla base della Politica Ambientale, adottata da Fratelli Branca Distillerie S.p.A. e Fratelli Branca Destilerías S.A. dal 2019, che definisce l'impegno dell'azienda nella gestione responsabile delle tematiche ambientali.

L'azienda persegue un processo di miglioramento continuo, monitorando costantemente gli indicatori di performance e definendo obiettivi specifici da raggiungere. Attraverso un'analisi puntuale dei dati, l'azienda è in grado di misurare i progressi ottenuti e di adattare le proprie strategie per ottimizzare le attività, superando i semplici obblighi normativi.

Il Gruppo Branca si impegna attivamente a promuovere la sostenibilità ambientale, andando oltre la semplice gestione del proprio impatto sull'ecosistema. L'azienda considera la sostenibilità un elemento fondamentale della propria strategia, coinvolgendo attivamente i propri stakeholder nella diffusione di comportamenti responsabili verso l'ambiente.

Per ottimizzare l'utilizzo delle risorse e ridurre l'impatto ambientale, il Gruppo Branca ha implementato diverse iniziative, tra cui il monitoraggio continuo dei consumi energetici e idrici, l'adozione di tecnologie innovative e la sensibilizzazione del personale. Inoltre, l'azienda pone grande attenzione a tutte le fasi del processo produttivo per prevenire l'inquinamento e promuove pratiche sostenibili anche tra i propri fornitori.

Sia Fratelli Branca Distillerie S.p.A. che Fratelli Branca Destilerías S.A. hanno implementato un Sistema di gestione ambientale certificato ISO 14001:2015, volto a controllare e migliorare le performance ambientali delle loro attività industriali. Questo sistema permette di gestire in modo efficace aspetti chiave come i consumi energetici, le emissioni, l'uso dell'acqua e la gestione dei rifiuti.

Fratelli Branca Distillerie S.p.A., confermando il proprio impegno per la sostenibilità ambientale, ha deciso di aderire anche al Regolamento CE n. 1221/2009 EMAS, che prevede un sistema di certificazione che riconosce a livello europeo il raggiungimento di risultati di eccellenza nel miglioramento ambientale. Ha ottenuto nel 2008 la certificazione EMAS, attestando l'eccellenza dell'azienda nel migliorare le proprie prestazioni ambientali e nella gestione ottimale delle risorse.

Il presente capitolo presenta un'analisi dettagliata delle performance ambientali del Gruppo Branca, focalizzandosi sui dati consolidati e approfondendo gli aspetti più rilevanti relativi ai siti produttivi in Italia e Argentina. Questi ultimi, essendo le principali fonti di impatto ambientale in termini di consumi energetici, emissioni e gestione dei rifiuti, costituiscono il fulcro dell'analisi. I dati relativi a Branca USA, pur essendo inclusi, presentano un peso minore in quanto l'azienda non è una realtà produttiva.

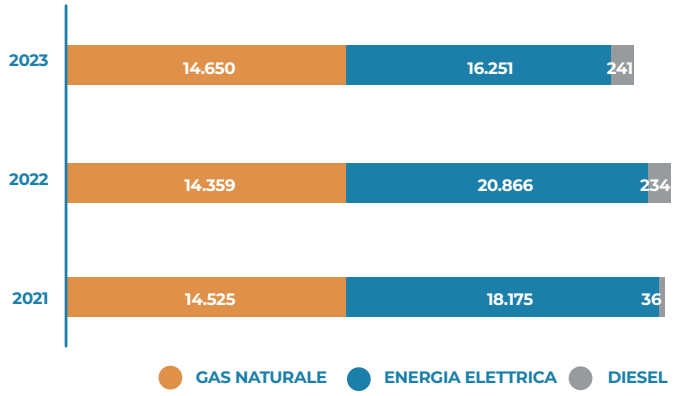
# Consumi energetici ed emissioni

Il Gruppo Branca è costantemente impegnata a minimizzare l'impatto ambientale delle proprie attività, dalla produzione al fine vita dei prodotti. Pur non essendo un'azienda ad alta intensità energetica, il Gruppo Branca ha sempre investito nell'efficientamento dei consumi energetici.

## I CONSUMI ENERGETICI

Nel 2023, i consumi energetici correlati agli impianti produttivi[18] presenti in Italia e in Argentina nelle due Società controllate ammontano a 31.141 Gigajoule (GJ)[19], in diminuzione del 12,1% rispetto al 2022. Nello specifico, tale riduzione è principalmente attribuibile all'esternalizzazione del processo di imbottigliamento, avviata nel 2021, che comportava un significativo consumo energetico per il funzionamento delle relative attrezzature. Nel 2023, si è registrata un'ulteriore, seppur lieve, diminuzione dei consumi, conseguente alla sostituzione di lampade e carrelli elevatori con modelli più efficienti. Il consumo di gas naturale è rimasto pressoché in linea con l'anno precedente mostrando un trend in leggero aumento, pari all'1,02%.

*IMPIANTI DI PRODUZIONE*
*DETTAGLIO CONSOLIDATO DEI CONSUMI ENERGETICI PER FONTE (GJ)*




I dati si riferiscono ai consumi energetici degli impianti presenti in Fratelli Branca Distillerie S.p.A. e Fratelli Branca Destilerias S.A. e comprendono i consumi della Società terzista responsabile dell'imbottigliamento per Fratelli Branca Distillerie S.p.A.

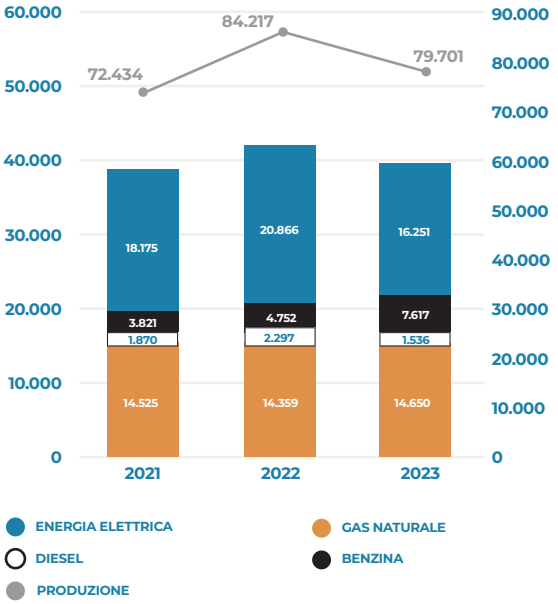
Ai consumi energetici impiegati per il riscaldamento e i processi industriali, e quindi direttamente correlati agli impianti, vanno sommati i consumi di benzina e diesel per mezzo dei quali le Società alimentano la flotta auto aziendale, che, nel 2023 sono stati pari rispettivamente a 7.617 GJ e 1.536 GJ. Tali valori sono mediamente in aumento rispetto al 2022 ma, nonostante ciò, i consumi totali sono diminuiti e ammontano a 40.055 GJ, mostrando una tendenza in diminuzione (-6%) rispetto al precedente anno.

[18] Nei consumi correlati agli impianti produttivi sono inclusi quelli della Società terzista responsabile dell'imbottigliamento per conto della Società italiana Fratelli Branca Distillerie S.p.A. Si segnala che i dati riportati sono stati forniti dal terzista attraverso l'utilizzo di driver sull'utilizzo delle linee produttive.

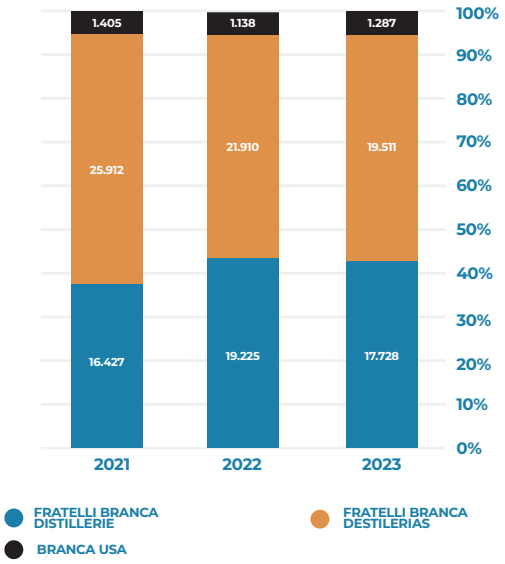
[19] Nei consumi correlati agli impianti produttivi sono inclusi quelli della Società terzista responsabile dell'imbottigliamento per conto della Società italiana Fratelli Branca Distillerie S.p.A. Si segnala che i dati riportati sono stati forniti dal terzista attraverso l'utilizzo di driver sull'utilizzo delle linee produttive.

## CONSOLIDATO
## TREND DEI CONSUMI ENERGETICI (GJ) E PRODUZIONE TOTALE ANNUA (T) NEL TRIENNIO

I dati si riferiscono ai consumi energetici correlati agli impianti e alle attività di autotrazione delle Società del perimetro e comprendono i consumi della Società terzista responsabile dell'imbottigliamento per Fratelli Branca Distillerie S.p.A.




## DETTAGLIO DEI CONSUMI ENERGETICI PER SOCIETÀ SUL TOTALE DEI CONSUMI (GJ) NEL 2022




Anche a fronte di una riduzione della produzione del 5,3%, i consumi energetici complessivi sono diminuiti facendo registrare un miglioramento significativo dell'efficienza energetica. L'indice di intensità energetica, che misura il rapporto tra energia consumata e produzione, è rimasto invariato e si aggira intorno allo 0,50 GJ/ton confermando i valori degli anni precedenti.
Il grafico precedente evidenzia il contributo di ciascuna Società ai consumi energetici totali del Gruppo Branca, cui contribuisce in misura maggiore Fratelli Branca Destilerías S.A., anche in considerazione dei maggiori volumi produttivi.

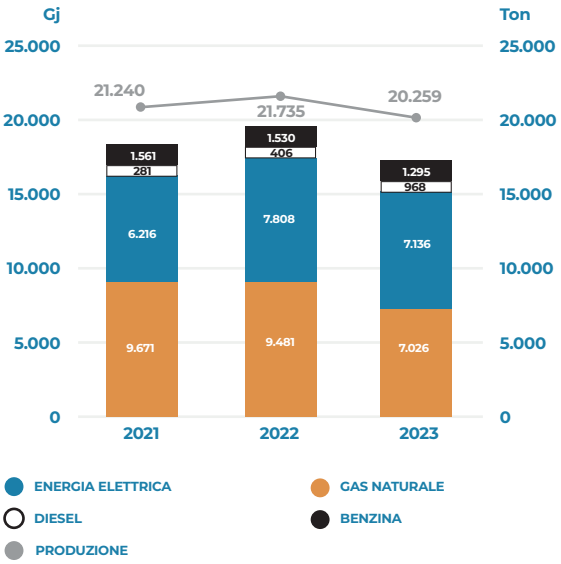
# FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Fratelli Branca Distillerie S.p.A. è costantemente impegnata a migliorare le proprie performance ambientali. Attraverso un monitoraggio rigoroso dei consumi, l'adozione di tecnologie all'avanguardia e la sensibilizzazione del personale, l'azienda ottimizza l'utilizzo dell'energia in tutte le fasi produttive, prevenendo sprechi e minimizzando i rischi di inquinamento. A testimonianza di questo impegno, presso la sede di via Resegone 2 è stato installato un impianto fotovoltaico con accumulo che alimenta l'illuminazione a LED della Ciminiera, rendendola completamente autonoma dal punto di vista energetico. Inoltre, è stato realizzato un impianto solare termico da 14 kW per il riscaldamento dell'acqua sanitaria. In considerazione dei contributi limitati, questi impianti non sono oggetto di monitoraggio nella Dichiarazione Ambientale.

Come si evince nel grafico seguente, nel 2023 i consumi energetici totali sono diminuiti del 15% rispetto all'anno precedente. Parallelamente, nel 2023 il volume di produzione di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. è diminuito del 6,7% circa, il rapporto tra i due valori incide positivamente sull'indice di intensità energetica[20], che si attesta a 0,811GJ/ton mostrano un trend in leggera diminuzione rispetto al precedente anno (anno in cui lo stesso indice si attestava a 0,88 GJ/ton).

[20] L'indice di intensità energetica è calcolato come il rapporto tra consumi energetici in Gigajoule e volume della produzione annua di prodotto imbottigliato in tonnellate.

## FRATELLI BRANCA DISTILLERIE
## TREND DEI CONSUMI ENERGETICI (GJ) E PRODUZIONE TOTALE ANNUA (T) NEL TRIENNIO




I dati si riferiscono ai consumi energetici di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. includendo la Società terzista responsabile dell'imbottigliamento

Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato

# FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

Nel 2023, Fratelli Branca Destilerías S.A. ha proseguito il proprio percorso verso la sostenibilità ambientale, agendo in piena conformità con la propria Politica Ambientale e con le normative vigenti. Seguendo gli standard ISO 14001, l'azienda ha identificato e classificato gli impatti ambientali delle proprie attività, implementando azioni mirate per ridurne l'impatto. Attraverso un monitoraggio costante e la definizione di nuovi obiettivi annuali, Fratelli Branca Destilerías S.A. si impegna a migliorare continuamente le proprie performance ambientali.
A seguito della realizzazione di una mappatura delle principali fonti di consumo, a partire dal 2017 Fratelli Branca Destilerias S.A. ha finalizzato diverse iniziative legate all'efficientamento energetico, tra cui:

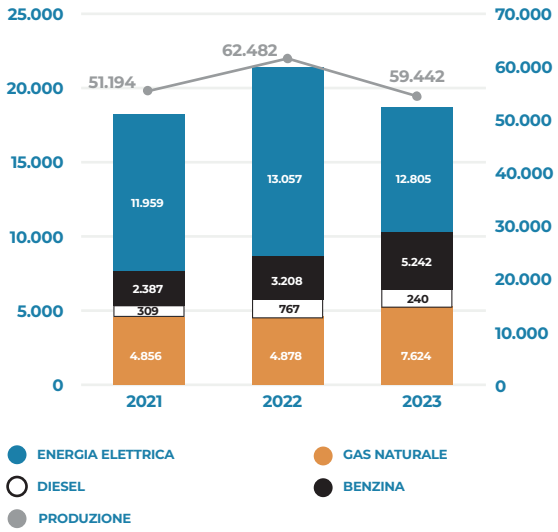
**• automazione dei pozzi di pompaggio dell'acqua, che oltre ad efficientare l'utilizzo della risorsa idrica, ha consentito di ottimizzare anche i consumi elettrici;**
**• realizzazione di un nuovo capannone di produzione con un rivestimento in lamiera trasparente che ha consentito di risparmiare energia elettrica per l'illuminazione;**
**• acquisizione di nuove apparecchiature di elaborazione dati con prestazioni migliorate ed un minore consumo di energia;**
**• sviluppo di un sistema di illuminazione a LED non solo per le aree di produzione, ma anche all'interno degli uffici e le vie di circolazione interne;**
**• riduzione del tempo di funzionamento della caldaia, con conseguente diminuzione del gas naturale utilizzato, a seguito di un'analisi della domanda di vapore necessario per la produzione nel corso della giornata e del raggiungimento del fabbisogno giornaliero anche con un funzionamento limitato della caldaia;**
**• introduzione di una configurazione di spegnimento e ottimizzazione del funzionamento dei compressori d'aria - individuati tramite un'analisi della domanda come responsabili di una delle più significative quote di energia elettrica utilizzata - che ha permesso di ridurre i consumi di elettricità;**
**• collocazione di servizi ausiliari (produzione di vapore, aria compressa) in luoghi vicini a dove se ne verifica la richiesta, per ottenere una maggiore efficienza nel consumo energetico associato a ciascuna apparecchiatura;**
**• formazione del personale sulle tematiche di risparmio energetico.**

Come illustrato nel grafico seguente, i consumi di Fratelli Branca Destilerías S.A., pari a 25.912 Gj sono aumentati del 18% circa rispetto al 2022. Rispetto alle fonti di consumo, gas naturale ed energia elettrica acquistata insieme ammontano a più dell'79% dei consumi dell'Azienda. A questo proposito, il consumo di gas naturale è aumentato di più del 50% rispetto al precedente anno (7.624 nel 2023 contro i 4.878 Gj nel 2022), mentre il consumo di energia elettrica è diminuito del 1,9%. In minor misura, la Società consuma diesel per attività legate alla manutenzione degli impianti, nonché diesel e benzina e per alimentare la flotta auto, anche tali consumi mostrano una tendenza in aumento rispetto allo scorso anno.

In ogni caso, è presente una diminuzione della produzione pari al 5% (59.442 rispetto ai 62.482 ton nel 2022) che influisce negativamente sull'indice di intensità energetica[21], che si attesta a 0,44 GJ/ton.

[21] L'indice di intensità energetica è calcolato come il rapporto tra consumi energetici in Gigajoule e volume della produzione annua di prodotto imbottigliato in tonnellate.

### FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS TREND DEI CONSUMI ENERGETICI (GJ) E PRODUZIONE TOTALE ANNUA (T) NEL TRIENNIO




I dati si riferiscono ai consumi energetici correlati a Fratelli Branca Destilerías S.A..

Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato.

# Le emissioni in atmosfera

Le principali fonti di emissioni di gas a effetto serra nel Gruppo Branca sono riconducibili ai consumi energetici e all'utilizzo di **gas refrigeranti** nei sistemi di climatizzazione. Per una valutazione accurata del nostro impatto ambientale, abbiamo adottato il metodo di calcolo delle emissioni previsto dal GHG Protocol, che suddivide le emissioni in diverse categorie (Scope).

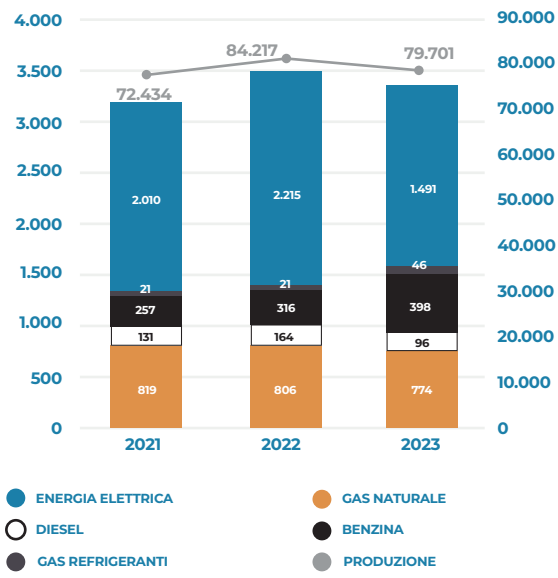
- **Scopo 1 – Emissioni dirette derivanti dalla combustione di combustibili fossili - cioè il gas metano consumato negli stabilimenti di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. e Fratelli Branca Destilerías S.A. in Italia e Argentina e i consumi per autotrazione – e dalle ricariche di gas refrigeranti.**

- **Scopo 2 – Emissioni indirette derivanti dalla produzione di energia elettrica prelevata dalla rete e consumata per il funzionamento di impianti e per l'illuminazione. Alla luce del fatto che ad oggi il Gruppo Branca non adotta specifiche politiche di acquisto di energia elettrica certificata da fonti rinnovabili, le emissioni di Scopo 2 sono state calcolate secondo il criterio location based (con conseguenti opportuni fattori emissivi), che tiene conto del mix energetico nazionale del paese in cui è localizzato il sito/impianto. Inoltre, all'interno delle "tabelle di performance" è possibile verificare le emissioni di Scopo 2 secondo il criterio market based, che rispetto al primo metodo, esclude le emissioni compensate dall'utilizzo di energia elettrica rinnovabile certificata e garantita dall'origine.**

- **Scopo 3 – Emissioni indirette che comprendono tutte le emissioni che vengono generate dalla catena del valore dell'azienda e che non rientrano all'interno dello Scopo 1 e 2.**

Nel 2023, le emissioni legate agli impianti del Gruppo Branca (derivanti dal consumo di energia elettrica, gas naturale, diesel per attività legate agli impianti e gas refrigeranti) ammontano a 2.806 tCO2 eq, di cui 2.398 tCO2 eq. causate direttamente dai consumi delle Società Fratelli Branca Distillerie S.p.A. e Fratelli Branca Destilerias S.A. e 408 tCO2 eq. causate dall'attività di imbottigliamento svolta da una Società terzista per conto di Fratelli Branca Distillerie S.p.A.
Per ottenere il totale delle emissioni causate dai consumi delle Società oggetto di questo Report, alle emissioni correlate agli impianti vanno sommate le 96,2 tCO2 eq. emesse a causa dei consumi di diesel, le 398,4 tCO2eq. legate al consumo di benzina per alimentare la flotta auto aziendale.
Con riferimento ai soli **gas refrigeranti**[22], l'unica fonte di emissione deriva dalla quantità di R410 ricaricata nel 2023 presso lo stabilimento argentino. Si segnala che le ricariche di refrigeranti non hanno un trend lineare, ma è possibile rilevare anni in cui i valori risultano più alti, mentre in altri sono vicini a zero, a seconda delle manutenzioni e sostituzioni effettuate sugli impianti.
Il valore complessivo delle emissioni causate dalle Società nel 2023 ammonta a 2.806 tCO2eq. di cui il 42,1%, corrispondente a 1.182 tCO2 eq. è attribuibile alle emissioni Scope 1, mentre il 43,3%, pari a 1.215 tCO2 eq è causato da emissioni Scope 2 e il 14.5, pari a 408 tCO2 eq corrisponde alle emissioni Scope 3.

[22] Per il calcolo delle emissioni derivanti dalle ricariche del gas refrigerante R410, è stato utilizzato il fattore di emissione costituito dai parametri standard DEFRA 2023.



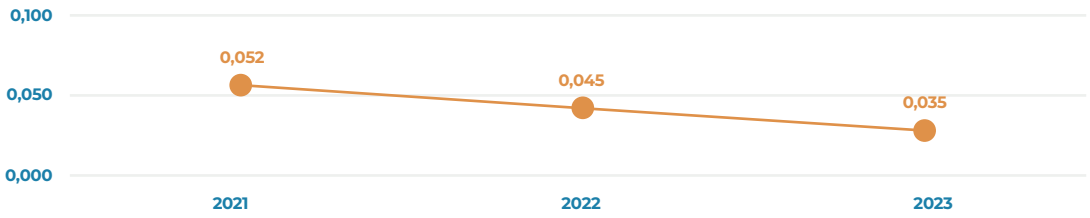

### *CONSOLIDATO EMISSIONI PER FONTE DI CONSUMO NEL TRIENNIO (tCO2eq.)*

I dati si riferiscono alle emissioni correlate alle Società del perimetro e comprendono le emissioni causate della Società terzista responsabile dell'imbottigliamento per Fratelli Branca Distillerie.

Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato.

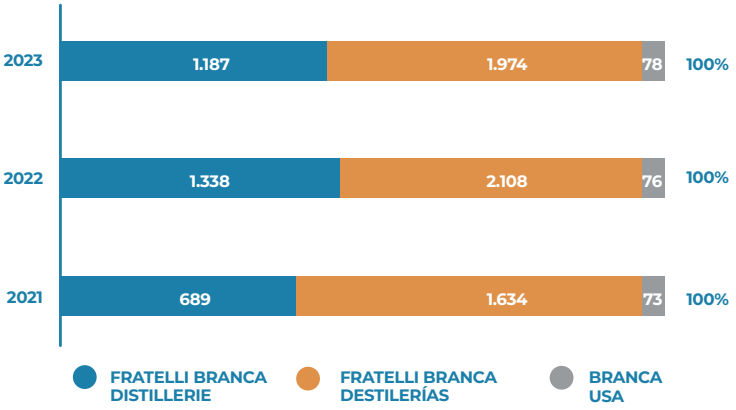
Nel 2023, il Gruppo Branca ha registrato una significativa riduzione delle emissioni totali (Scope 1, 2 e 3) del 10% rispetto all'anno precedente, in linea con la diminuzione della produzione del 6%. Il rapporto emissioni/produzione si è attestato a 0,035 tCO2 eq/ton, migliorando rispetto al valore di 0,04 tCO2 eq/ton del 2022. Questi risultati positivi confermano l'**efficacia delle politiche di efficientamento energetico** implementate negli anni, come la sostituzione degli impianti obsoleti con **tecnologie più sostenibili**.

*CONSOLIDATO*
*INDICE DI INTENSITÀ DELLE EMISSIONI NEL TRIENNIO (tCO2eq./ton.)*




Il grafico seguente riporta il contributo di ciascuna Società alle emissioni complessive del Gruppo Branca, analogamente a quanto osservato nella sezione relativa ai consumi, la Società argentina è responsabile della maggior parte delle emissioni del Gruppo Branca.

*DETTAGLIO COMPOSIZIONE*
*DELLE EMISSIONI PER SOCIETÀ (tCO2 eq.)*



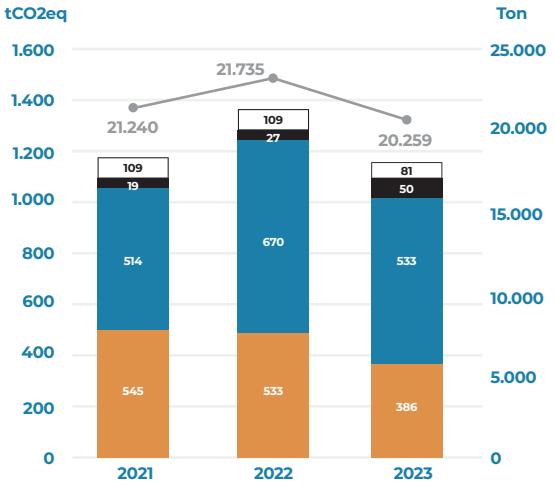

I dati si riferiscono alle emissioni correlate alle Società del perimetro e comprendono le emissioni causate della Società terzista responsabile dell'imbottigliamento per Fratelli Branca Distillerie S.p.A.

Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato.

I prossimi paragrafi approfondiscono alcuni dettagli relativi alle emissioni in atmosfera delle Società che compongono il Gruppo Branca, in particolare di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. e Fratelli Branca Destilerías S.A. e i rispettivi siti produttivi.

# FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Con riferimento a **Fratelli Branca Distillerie S.p.A.**, nel 2023, le emissioni Scope 1 e Scope 2 sono state pari rispettivamente a 432 tCO2 eq. e 257 tCO2 eq: i valori mediamente mostrano un trend decrescente rispetto al precedente anno. Inoltre, in linea con il precedente anno si riportano le emissioni Scope 3 causate dalla Società terzista responsabile della fase di imbottigliamento per conto di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. Il valore delle emissioni causate dal consumo di gas naturale del terzista relativamente all'attività svolta per conto del Gruppo Branca è pari a 132 tCO2 eq, al contempo il consumo di energia elettrica ha causato l'emissione di 276 tCO2 eq. Nel complesso il totale delle emissioni, pari a 408 tCO2 eq è leggermente diminuito rispetto al valore registrato nel 2022, restando comunque in linea rispetto all'anno precedente.




### FRATELLI BRANCA DISTILLERIE COMPOSIZIONE EMISSIONI PER FONTE NEL TRIENNIO (tCO2eq.)

- ENERGIA ELETTRICA
- GAS NATURALE
- DIESEL
- BENZINA
- GAS REFRIGERANTI
- PRODUZIONE

I dati si riferiscono alle emissioni prodotte Fratelli Branca Distillerie includendo la Società terzista responsabile dell'imbottigliamento per Fratelli Branca Distillerie S.p.A.

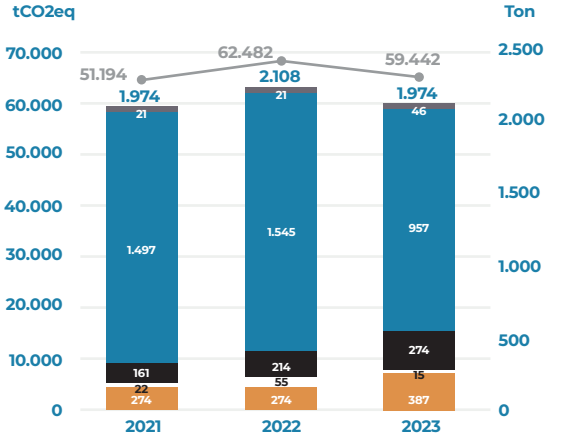
Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato.

Nel complesso il totale delle emissioni, pari a 1.096 tCO2eq. è in diminuzione del 16% circa rispetto all'anno precedente, con la conseguente diminuzione della produzione del 6%. In linea con l'andamento dei consumi, il rapporto tra i due valori incide positivamente sul rapporto tra il totale delle emissioni e i volumi di produzione[23], che si attesta a 0,054 tCO2 eq/ton mostrando un trend in diminuzione rispetto al precedente anno (lo stesso indice si attestava a 0,062 tCO2 eq/ton).

[23]L'indice di intensità energetica è calcolato come il rapporto tra consumi energetici in Gigajoule e volume della produzione annua di prodotto imbottigliato in tonnellate. Per prodotto imbottigliato si intende il totale del prodotto che viene confezionato e destinato al consumatore o al cliente, inclusi i materiali di confezionamento.

# FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Per quanto riguarda invece **Fratelli Branca Destilerías S.A.**, nel 2023, le emissioni Scope 1 e Scope 2 sono state pari rispettivamente a 676 tCO2eq. e 957 tCO2 (in totale 1.634 tCO2eq.). Nonostante la diminuzione dei consumi, le emissioni Scope 1 sono aumentate, mentre le emissioni Scope 2 sono diminuite rispetto al precedente anno, rispettivamente del 20.2% e del 20% circa.




### FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS COMPOSIZIONE EMISSIONI PER FONTE NEL TRIENNIO (tCO2eq.)

- ENERGIA ELETTRICA
- GAS NATURALE
- DIESEL
- BENZINA
- GAS REFRIGERANTI
- PRODUZIONE

I dati si riferiscono alle emissioni prodotte Fratelli Branca Destilerías.

Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato.

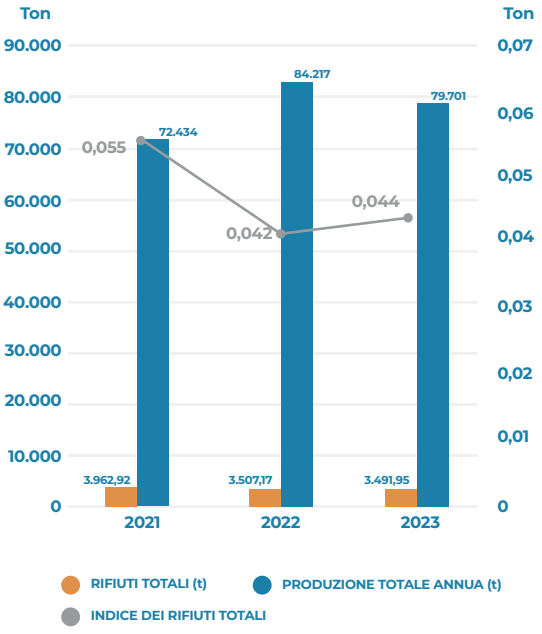
Nel complesso, il totale delle emissioni è in diminuzione del 10% circa rispetto al 2022 ed è stato accompagnato da un decremento del 5% della produzione. Questi dati, se combinati, spiegano il miglioramento delle performance dell'indice di intensità energetica che figura il rapporto tra le emissioni e la produzione e registra un valore di 0,027 tCO2 eq/ton (0,034 nel 2022 tCO2 eq/ton).

# Economia circolare e riciclabilità

## LA GESTIONE DEI RIFIUTI

Il Gruppo Branca è fortemente impegnato nella promozione di un'economia circolare. La gestione dei rifiuti è centralizzata su tre pilastri fondamentali: riduzione, recupero e riciclo. L'utilizzo esclusivo di materie prime naturali e l'assenza di scarti di produzione, grazie a rigorosi processi di rilavorazione, testimoniano il nostro impegno verso la sostenibilità. Le sostanze chimiche utilizzate per la pulizia e la manutenzione sono selezionate con cura e gestite in modo sicuro, in conformità con le normative vigenti.

Nel grafico sottostante sono riportati i quantitativi totali di rifiuti prodotti nell'ultimo triennio dal Gruppo Branca (Italia, Argentina e, in minima parte, USA) e dalla Società terzista che si occupa della fase di imbottigliamento in Italia, confrontati con i volumi della produzione.




Nonostante un lieve calo dello 0,5% nella produzione complessiva di rifiuti nel 2023 rispetto all'anno precedente, l'Indice dei Rifiuti Totali (IRT), che misura il rapporto fra il volume dei rifiuti generati e i volumi della produzione, ha registrato un aumento, passando da 0,042 ton/ton a 0,044 ton/ton.

Di seguito vengono presentati alcuni approfondimenti relativi alle Società produttive[24].

[24] Per maggiori dettagli sulla composizione dei rifiuti si invita a consultare la sezione "Tabelle di performance"

### CONSOLIDATO
### RIFIUTI E RAPPORTO CON LA PRODUZIONE NEL TRIENNIO (t)

I dati si riferiscono ai rifiuti generati dalle Società del perimetro, inclusa la Società terzista responsabile dell'imbottigliamento per conto di Fratelli Branca Distillerie S.p.A..

Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato.

L'IRT (Indice dei Rifiuti Totali) viene misurato in tonnellate di rifiuti totali (pericolosi e non pericolosi – smaltiti e recuperati) /tonnellate di prodotto finito.

# FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Nel 2023, la produzione totale di rifiuti per Fratelli Branca Distillerie S.p.A. è stata pari a 2.152 tonnellate in aumento del 7% circa rispetto al 2022, a fronte di una diminuzione della produzione (di prodotto imbottigliato) del 7%.
La maggior parte dei rifiuti rientrano nella classificazione di "non pericolosi", mentre risultano trascurabili le quote di rifiuti pericolosi che per il 2023, in linea con il precedente anno, hanno rappresentato soltanto lo 0,001% del totale.
Nella Dichiarazione Ambientale, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. effettua un monitoraggio dei rifiuti attraverso tre indicatori di dettaglio, e distinguendo in questo modo tra:

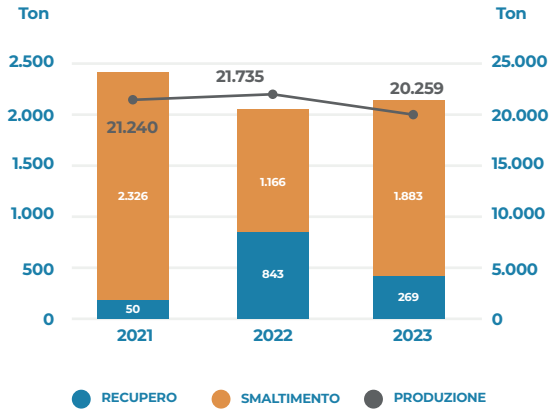
- **indicatore riferito ai rifiuti non pericolosi comprendente umido, coadiuvanti di filtrazione, acque reflue. Tale indicatore fa riferimento alla produzione di prodotto fabbricato in quanto i suddetti rifiuti derivano da processi collegati all'attività di fabbricazione (scarti di lavorazione, acque e coadiuvanti di filtrazione);**

- **indicatore riferito ai rifiuti non pericolosi comprendente carta/cartone, plastica, ferro, materiale elettrico. Tale indicatore fa riferimento alla produzione di prodotto imbottigliato in quanto i rifiuti citati sono direttamente collegati ai processi intrinsechi dell'attività di imbottigliamento (materiali di confezionamento, imballaggi, ecc.);**

- **indicatore riferito ai rifiuti pericolosi che fa riferimento alla produzione di prodotto imbottigliato.**

[25] Si precisa che tali variazioni, dipendono anche dal fatto che in un determinato anno possono essere smaltiti quantitativi di rifiuti accumulati in periodi antecedenti, con conseguenti variazioni dell'indicatore.

Nell'anno di rendicontazione, sul totale dei rifiuti, il 13% sono stati recuperati e l'87% smaltito, la percentuale dei rifiuti recuperati è significativamente diminuita rispetto al precedente anno (48% nel 2022). Per quanto riguarda la tipologia di smaltimento, parte dei rifiuti prodotti (legno, vetro, indifferenziato o misto) vengono conferiti al gestore del servizio pubblico AMSA (Azienda Municipale Servizi Ambientali) che si occupa dello smaltimento dei materiali raccolti presso le strutture della Società. Le altre tipologie di rifiuti, invece, sono affidate a ditte specializzate in possesso di autorizzazioni per lo smaltimento. Anche per il trasporto l'azienda fa riferimento a soggetti autorizzati, nel pieno rispetto delle prescrizioni normative.
L'azienda ha apportato delle modifiche alla classificazione dei rifiuti nel 2022. I codici CER relativi a carta e cartone e plastica sono stati dismessi a seguito della chiusura del reparto di imbottigliamento, in quanto i quantitativi prodotti sono diventati trascurabili e sono stati inclusi nel codice CER imballaggi misti. Inoltre, il codice CER scarti solidi è stato riclassificato, in quanto i fondi di caffè rientrano più correttamente in questa categoria.




### FRATELLI BRANCA DISTILLERIE RIPARTIZIONE DEI RIFIUTI PER DESTINAZIONE NEL 2023 (t)

I dati si riferiscono alle emissioni prodotte da Fratelli Branca Distillerie includendo la Società terzista responsabile dell'imbottigliamento per Fratelli Branca Distillerie

Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato.

L'IRT (Indice dei Rifiuti Totali) viene misurato in tonnellate di rifiuti totali (pericolosi e non pericolosi – smaltiti e recuperati) /tonnellate di prodotto finito.

L'aumento dei rifiuti e la diminuzione della produzione hanno contribuito a peggiorare l'Indice dei Rifiuti Totali (IRT) che misura il rapporto fra il volume dei rifiuti generati e i volumi della produzione, che, nel 2023 ammonta a 0,10 ton/ton (0,09 ton/ton nel 2022)[25].
In linea con l'impegno della Società per una gestione responsabile dei rifiuti, sono stati identificati precisi ambiti di azione sui quali saranno condotte specifiche attività per il miglioramento continuo delle performance ambientali.

Nel caso particolare dei rifiuti:

**• coinvolgimento e sensibilizzazione del personale sulle corrette modalità di differenziazione dei rifiuti attraverso corsi di formazione e verifiche dei Responsabili d'area e tramite iniziative di riduzione degli sprechi, come ad esempio l'abolizione delle bottigliette e dei bicchieri di plastica negli uffici;**

**• redazione centralizzata di apposite istruzioni operative per regolamentare e dare indicazioni a tutta la popolazione aziendale sugli aspetti ambientali connessi ai processi aziendali;**

**• recupero e riutilizzo dei materiali di imballaggio e confezionamento, recupero in modalità differenziata anche di rifiuti urbani come la plastica, la carta e il cartone.**

## *FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.*

Fratelli Branca Destilerías S.A. nel corso del 2023 ha mantenuto la propria politica ambientale definita nel 2019 che ridisegna la gestione complessiva dei rifiuti all'interno dell'azienda, con l'obiettivo di ridurre la produzione degli stessi. Durante il 2023 è stato mantenuto lo stato di ZWTL ("Zero waste to Landfill" - cioè nessun rifiuto in discarica), il cui monitoraggio viene effettuato tramite l'IRT (Indice dei rifiuti totali) misurato in kg di rifiuti totali/m3 di prodotto finito. Rispetto a tale indice, nel 2023 è stato raggiunto e superato il target previsto. Per raggiungere gli obiettivi, tutte le attività già avviate di riduzione delle quantità di rifiuti prodotti da inviare ai centri di smaltimento esterni sono continuate durante il 2023.

In particolare, si è intervenuto sulle seguenti tipologie di rifiuto:

**• rifiuti industriali di natura organica (erbe esauste) per i quali è previsto un processo di pressatura al fine di riutilizzare gli stessi come fertilizzante organico e materia prima per la produzione di "compost";**

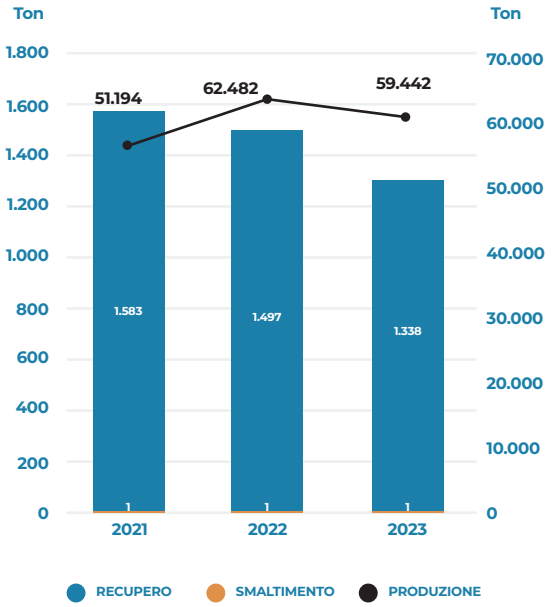
**• fanghi biologici, generati dall'impianto di trattamento delle acque reflue, dei quali, attraverso l'utilizzo di una specifica centrifuga a decantazione, viene sensibilmente ridotta la quantità.**

Per la gestione dei rifiuti solidi urbani la Società adotta il Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos (GIRSU) che prevede la separazione in loco degli elementi riciclabili/riutilizzabili dei rifiuti prodotti.

Nel 2023, la produzione totale di rifiuti è diminuita, attestandosi a 1.338,4 tonnellate rispetto alle 1.497 tonnellate dell'anno precedente. Tale decremento è principalmente attribuibile alla riduzione dei rifiuti non pericolosi. Al contrario, i rifiuti pericolosi hanno registrato un lieve incremento. È importante sottolineare che la quota di rifiuti pericolosi rimane marginale, rappresentando meno dello 0,1% del totale anche nel triennio considerato. La Società conferma la propria dedizione alla sostenibilità, destinando la quasi totalità dei rifiuti a processi di riciclo, riutilizzo e recupero energetico.

Il grafico seguente evidenzia il trend del rapporto fra totale dei rifiuti (pericolosi e non pericolosi) e della produzione annua. Nel 2023, la diminuzione dei rifiuti e la conseguente diminuzione della produzione hanno inciso positivamente sul rapporto tra i due indicatori, che è leggermente diminuito attestandosi a 0,023 ton/ton contro lo 0,024 ton/ton del 2022.

Tale riduzione è da attribuire in particolare alla riduzione del volume delle erbe esauste, grazie all'implementazione di un nuovo dispositivo di essiccazione delle erbe, che ha ridotto significativamente la quantità di acqua nei rifiuti.




## *FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS RIPARTIZIONE DEI RIFIUTI PER DESTINAZIONE NEL 2023 (t)*

L'IRT (Indice dei Rifiuti Totali) viene misurato in tonnellate di rifiuti totali (pericolosi e non pericolosi – smaltiti e recuperati) /tonnellate di prodotto finito.

Per rispettare gli impegni presi, in linea con l'obiettivo di lungo termine del Gruppo Branca relativo alla tematica della gestione dei rifiuti, l'azienda ha implementato le seguenti iniziative:

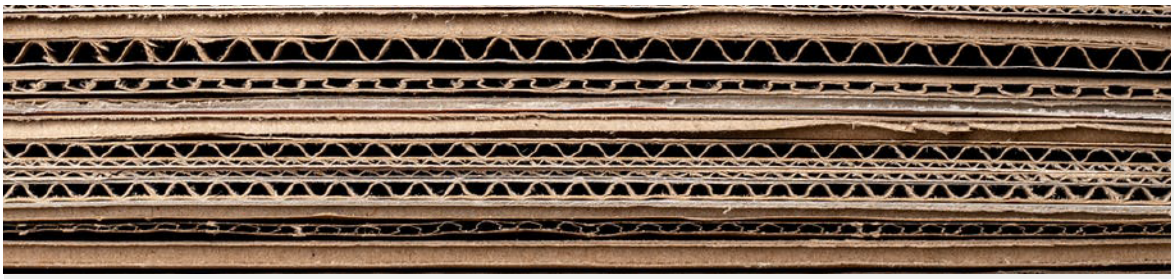
**• riprogettazione delle modalità di suddivisione dei rifiuti e di formazione del personale sul corretto smaltimento di questi ultimi: per migliorare le prestazioni dell'impianto in materia di riciclaggio, infatti, sono state ampliate le tipologie di materiali da separare, predisponendo nuovi contenitori per ogni tipo di rifiuto;**

**• valorizzazione dei rifiuti riciclabili: per ogni rifiuto separato viene eseguita una valutazione inerente alle modalità di smaltimento, al loro trattamento e al prezzo di smaltimento o di vendita. Dopo la valutazione, il tipo di trattamento di alcuni di essi viene ottimizzato ottenendo prezzi maggiormente competitivi per la vendita;**

**• riduzione di un importante volume di rifiuti non riciclabili attraverso riciclatori ad hoc, per rifiuti che dovrebbero essere destinati alla discarica;**

**• smaltimento delle erbe impoverite secondo un'ottica di circolarità, tramite la decisione di destinare tale materia prima all'alimentazione animale.**

# FOCUS
## IL PACKAGING SOSTENIBILE E LA RICICLABILITÀ



Il packaging dei prodotti, per Branca, oltre a rappresentare un elemento di forte riconoscibilità del brand, è funzionale a garantire l'elevata qualità dei prodotti e a proteggerli durante le attività di trasporto. L'attenzione che Branca pone nella selezione e nell'approvvigionamento di tutti i materiali utilizzati per l'imballaggio è parte integrante del proprio impegno per la minimizzazione degli impatti sull'ambiente.
Il packaging che il Gruppo impiega per i suoi prodotti può essere classificato nelle seguenti tre categorie:

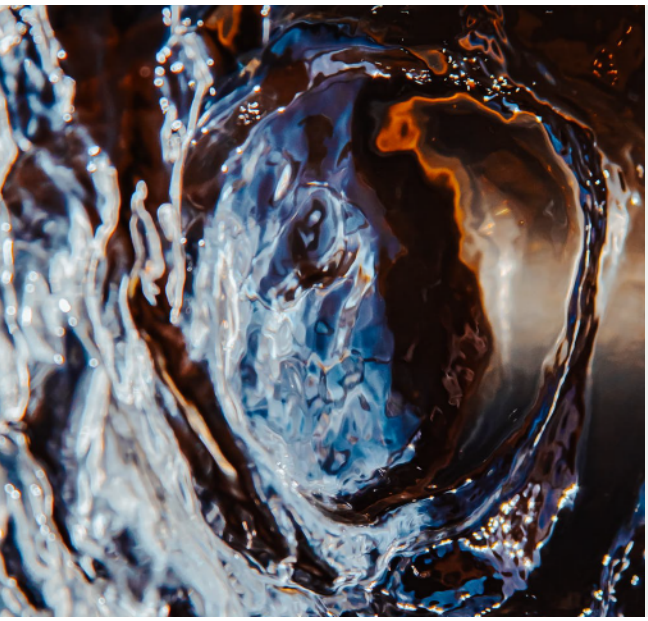
• packaging primario: consiste nell'involucro o nel contenitore del prodotto che riveste direttamente l'articolo, ovvero la bottiglia, il tappo e l'etichetta;

• packaging secondario: l'imballaggio utilizzato per il raggruppamento di un certo numero di bottiglie, concepito sia per facilitare il rifornimento degli scaffali nel punto di vendita, sia come confezione di vendita per il consumatore finale. In questa categoria di packaging rientrano gli imballaggi di cartone, pallet o espositori;

• co-packing o confezionamenti particolari: consiste nell'outsourcing di tipologie di imballaggi non standard, come ad esempio i gift on pack.
Negli anni Branca ha sviluppato rapporti consolidati e duraturi con i fornitori, al fine di garantire la qualità e minimizzare l'impatto del trasporto. La ricerca di soluzioni innovative per la riduzione dei materiali impiegati e il monitoraggio delle evoluzioni nel settore del packaging sono attività che il Gruppo conduce, sia per la Fratelli Branca Distillerie che per la società argentina, con l'obiettivo di ridurre il peso prodotto complessivo e l'impatto ambientale, anche tramite iniziative e progetti dedicati.
Il vetro, ad esempio, costituisce il packaging primario principale di tutti i prodotti.
Il riciclo di tale materiale appare come un processo ecologico in tutti i suoi aspetti: esso, infatti, riduce la quantità di rifiuti da trattare o gettare in discarica, consentendo di ridurre il danno ambientale. La rifusione del rottame riduce, inoltre, la quantità di materie prime necessarie per la produzione, soprattutto di sabbie silicee e di carbonato di calcio, riducendo quindi i danni all'ambiente derivanti dallo sfruttamento delle cave, a tutto vantaggio dei territori e delle comunità locali. Inoltre, riduce anche il consumo di energia: ogni tonnellata di rottame rifuso permette infatti di risparmiare 1,2 tonnellate di materie prime e circa 100 Kg di combustibile. L'utilizzo di rottame di vetro nella miscela vetrificabile abbassa inoltre la temperatura necessaria alla fusione e di conseguenza occorrono minori quantità di combustibile per la fusione.
Il sistema di riciclo del vetro è un ciclo chiuso: parte dal recupero ed arriva fino al riciclo. Il vetro viene raccolto e trasformato, il rottame di vetro diventa materia prima di qualità, pronto ad essere di nuovo utilizzato negli stabilimenti per nuovi contenitori in vetro. Pertanto, tale processo risulta essere ecologico poiché il vetro dei contenitori in oggetto è riciclabile al 100% per infinite volte; è utilizzabile in qualsiasi condizione di contatto con gli alimenti, compresa la sterilizzazione. Garantisce impermeabilità assoluta a gas (0,0 cm3/m2/24h /23°C), vapori (0,0 (g/m2/24h /38°C), umidità, microrganismi. È composto da silice, ossidi di sodio e calcio, provenienti da sabbia silicea, soda e carbonato di calcio con l'aggiunta di rottame di vetro di riciclo in % variabile in funzione della disponibilità di rottame di vetro sul mercato.
Per gli articoli di Fratelli Branca Distillerie il range di utilizzo del vetro di riciclo è:
• 75-85 % per i vetri colorati (verde AG-Rosso Bruno-Foglia morta-Verde Nobile VN)
• 55-65 % per i vetri in colore Mezzo Bianco
• 15-35 % per i vetri Bianco ed Extrabianco

L'80% delle referenze di Fratelli Branca Distillerie è costituito da vetri colorati (es. Fernet, Brancamenta, Caffè Borghetti, Antica Formula, Carpano) in cui la parte di riciclo è in massima percentuale.
Anche i materiali costituenti l'imballo secondario del vetro sono totalmente riciclabili:
• Film termoretraibile in polietilene: 100 % riciclabile
• Coperchio in cartone: 100 % riciclabile
• Interfalda in polipropilene: riutilizzabile
• Pianale in legno: riutilizzabile

Fratelli Branca Distillerie ha completato il percorso di rivisitazione delle specifiche di imballo secondario che ha portato al passaggio a specifiche più leggere, meno impattanti ma ugualmente performanti, come ad esempio il cartone, tipologia di packaging secondario più utilizzato su tutte le referenze, o la carta, materiale completamente riciclabile, che consente minori costi per il suo smaltimento e la produzione, nonché difesa ecologica delle risorse boschive (è sufficiente recuperare una tonnellata di materiale cellulosico per salvare 3 alberi alti 20 metri).
Inoltre, anche nel caso del packaging secondario ed in particolar modo per quanto riguarda il cartone Fratelli Branca Distillerie si impegna ad utilizzare specifiche di imballo con la massima percentuale possibile di materiale riciclato. Infatti, la percentuale di materiale riciclato degli imballi in cartone ondulato acquistati da Fratelli Branca Distillerie è superiore al 56% ovvero la massima % di materia riciclata all'interno del cartone: gli imballaggi sono progettati e realizzati nel rispetto della norma riciclo materiale (UNI EN 13430-2005).
Con riferimento al co-packing, ed in particolare ai materiali di aggancio dei gift on pack, la Fratelli Branca Distillerie sta sperimentando la sostituzione dei materiali plastici attualmente impiegati con materiali riciclabili (ad esempio base carta) o risorse permanenti (ad esempio acciaio).



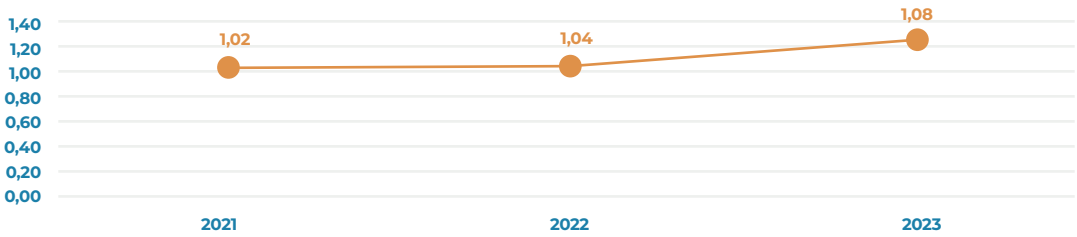
# LA TUTELA DELLA RISORSA IDRICA

**L'acqua rappresenta una risorsa fondamentale per i processi produttivi del Gruppo Branca. Consapevole dell'impatto dell'utilizzo idrico sui territori, il Gruppo Branca si impegna a ottimizzare i consumi, focalizzandosi su un uso efficiente e razionale di questa risorsa, in particolare nelle fasi di produzione e sanificazione degli impianti.**

**Nel 2023, l'Indice di Consumo di Acqua (ICA) è rimasto sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente. L'analisi si concentrerà sulle politiche implementate e sui risultati ottenuti nei due principali siti produttivi, in Italia e Argentina.**

Il valore dell'indicatore è stato ricavato dividendo il consumo idrico di Fratelli Branca Distillerie e Fratelli Branca Destilerías in litri per la produzione totale annua di prodotto fabbricato in tonnellate

CONSOLIDATO
TREND DELL'INDICE DI CONSUMO IDRICO NEL TRIENNIO (l/t)



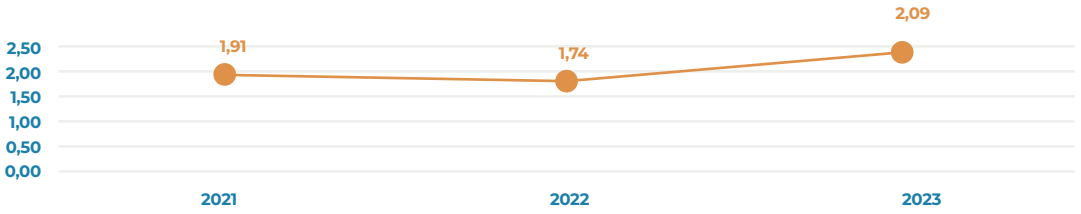

## FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Fratelli Branca Distillerie S.p.A. ha implementato un sistema di gestione dell'acqua volto a individuare le aree critiche e a concentrare gli sforzi **sull'ottimizzazione dei consumi, minimizzando gli sprechi**.
Il consumo idrico dell'azienda risulta legato alle **quantità di prodotto fabbricato e ai lavaggi** di sanificazione degli impianti produttivi. Gli scarichi idrici si suddividono in tre principali flussi: acque di processo, acque bianche e acque nere. Il processo di gestione degli scarichi prevede che le acque di processo provenienti dai vari reparti siano convogliate tramite apposita rete in due serbatoi per il contenimento delle acque, il cui smaltimento è affidato a ditte terze specializzate. Le acque pulite (acque bianche), relative all'ultimo risciacquo degli impianti, vengono immesse direttamente nella rete fognaria comunale, in quanto prive di qualsiasi tipo di residui di detergenti e inquinanti. Con riferimento agli scarichi industriali, o acque nere, il Gruppo Branca conduce **controlli periodici** per garantire la qualità dei flussi in uscita, prima che essi siano scaricati.
I principali ambiti di miglioramento nella gestione delle risorse idriche sono strettamente legati ai processi produttivi e richiedono interventi tecnici specifici sugli impianti. Tra i vari ambiti di attività in cui la Fratelli Branca Distillerie S.p.A. sta implementando attività per contenere i consumi idrici:

- **effettuazione di attività di manutenzione e monitoraggio degli impianti da parte dei responsabili e operatori dei vari reparti;**
- **investimento in iniziative che permettono di ottimizzare i consumi;**
- **sensibilizzazione del personale, attraverso attività di informazione e formazione, per garantire un comportamento corretto al fine della salvaguardia della risorsa idrica.**
- **ottimizzazione cambi prodotti per minimizzare i lavaggi.**
- **installazione di contatori per rendicontare i flussi d'acqua differenziandoli tra consumo per la produzione e consumo civile.**

I consumi idrici corrispondono alla somma dei consumi dei tre contatori di Fratelli Branca Distillerie S.p.A., l'acqua proviene dall'acquedotto della città di Milano. Nel 2023 il consumo idrico è in aumento del 20% circa rispetto al 2022, mentre la produzione è in diminuzione di circa il 19% rispetto allo scorso anno. Lo scorso anno, i consumi erano tornati a regime in maniera stabile dopo la pandemia da Covid-19, eppure, l'aumento del volume di produzione di prodotto fabbricato aveva contribuito alla diminuzione del valore dato dal rapporto consumo/produzione che, quanto più basso corrisponde ad una maggior efficienza dei processi produttivi. Il rapporto tra consumo e produzione calcolato per il 2023 ha smentito il trend in diminuzione che era già stato riscontrato lo scorso anno.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE
TREND DELL'INDICE DI CONSUMO IDRICO NEL TRIENNIO (l/t)




Il valore dell'indicatore è stato ricavato dividendo il consumo idrico in litri per la produzione totale annua di prodotto fabbricato in tonnellate

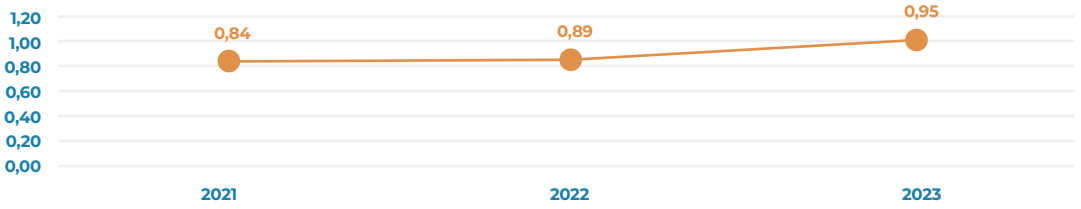
# FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

Fratelli Branca Destilerías S.A. si impegnata a **contenere e ottimizzare** i consumi idrici. L'azienda si approvvigiona esclusivamente da falde acquifere sotterranee, adottando misure rigorose per preservarne la qualità e la quantità. L'acqua estratta da tre pozzi viene stoccata in un serbatoio da 120 metri cubi e distribuita per i processi produttivi e gli usi civili. Questo approccio garantisce un utilizzo razionale e sostenibile della risorsa idrica.
Le iniziative implementate per il raggiungimento delle finalità sopra descritte includono:

- **analisi dei processi delle operazioni aziendali al fine di comprendere le attività più impattanti e valutare possibili programmi per la riduzione di tali impatti (legati anche al consumo idrico);**
- **ottimizzazione del sistema di ricircolo dell'acqua che consente di riutilizzare l'acqua consumata comportando un risparmio giornaliero di circa 10m3;**
- **automatizzazione dei sistemi relativi al prelievo idrico in ciascuno dei pozzi di estrazione, per evitare il sovrasfruttamento e preservarne la qualità dell'acqua;**
- **implementazione dei sistemi di ricircolo mediante una pompa idraulica per ridurre al minimo il consumo di acque sotterranee che non sono direttamente incorporate nel prodotto (ad es. pulizia e operazioni di lavaggio delle attrezzature);**
- **formazione del personale operativo interno ed esterno nell'ambito della gestione ambientale ISO 14001:2015, nello specifico nel corso del 2022 è stata condotta una campagna di sensibilizzazione sul consumo responsabile dell'acqua**
- **installazione del sistema di ricircolo degli effluenti trattati nell'impianto di trattamento, al fine di riutilizzarlo nel processo di pulizia delle attrezzature.**

Ogni quadrimestre, si effettuano controlli idrodinamici sui pozzi per monitorare i parametri e le condizioni dell'acquifero attraverso l'analisi di campioni d'acqua. Il consumo idrico è valutato tramite l'Indice di Consumo Acqua (ICA), calcolato rapportando il volume d'acqua consumata (espresso in metri cubi e convertito in litri per omogeneità con i dati della società italiana) al volume di produzione. Nel 2023, si è registrata una diminuzione del 5% sia della produzione che del consumo idrico, ma l'ICA è aumentato del 6%, attestandosi a 0,95 rispetto allo 0,89 del 2022.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS
TREND DELL'INDICE DI CONSUMO IDRICO NEL TRIENNIO (l/t)




Il valore dell'indicatore è stato ricavato dividendo il consumo idrico in litri per la produzione totale annua di prodotto fabbricato in tonnellate

# Allegati

## *METODOLOGIA DI CALCOLO*

| *GOVERNANCE AZIENDALE* | |
|---|---|
| **INDICATORE** | **DESCRIZIONE** |
| VALORE ECONOMICO | Il valore economico generato rappresenta la ricchezza generata dall'azienda nello svolgimento delle proprie attività. Una parte significativa di questo valore viene a sua volta distribuito ("valore economico distribuito"), sotto forma di: costi operativi, salari e stipendi per i dipendenti, pagamenti ai fornitori di capitale e pagamenti alla Pubblica Amministrazione. La quota residuale di valore economico generato che non viene distribuito costituisce il valore economico trattenuto. |

| *TEMI SOCIALI* | |
|---|---|
| **INDICATORE** | **DESCRIZIONE** |
| DATI ORGANICO | Numero di dipendenti espressi come Headcount (HC) al 31 dicembre. |
| TASSO DI TURNOVER | Rapporto tra il numero delle assunzioni/risoluzioni dei contratti a tempo indeterminato e il numero dei dipendenti nell'anno di rendicontazione. |
| GENDER PAY GAP | Il rapporto viene calcolato utilizzando il valore medio dello stipendio base o della retribuzione totale percepita dalle dipendenti donne dividendolo per il valore medio dello stipendio base o della retribuzione totale percepita dai dipendenti uomini, per ciascuna categoria professionale. |
| ORE DI FORMAZIONE | Le ore medie totali di formazione sono calcolate come ore di formazione totali diviso il numero di dipendenti nell'anno. Analogamente, le ore medie di formazione per le diverse categorie e genere dei dipendenti corrispondono al numero totale di ore di formazione erogate per i diversi attributi diviso il relativo numero di dipendenti. |

| *TEMI AMBIENTALI* | |
|---|---|
| **INDICATORE** | **DESCRIZIONE** |
| EMISSIONI GHG | • Emissioni Scope 1: sono le emissioni direttamente generate da fonti proprie o controllate dalla Società. Le emissioni di GHG dirette comprendono i seguenti gas: $CO_2$, $CH_4$ e $N_2O$. Per il calcolo delle emissioni dirette di $CO_2$ (Scope 1) sono state considerate le ricariche di tutti i gas refrigeranti effettuate, e i consumi di gas naturale, benzina e diesel. Per il calcolo delle tonnellate di $CO_2eq$. si è fatto riferimento ai fattori di emissivi aggiornati nel 2023 e resi disponibili dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy del Regno Unito (UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting).<br><br>• Emissioni Scope 2: Per il calcolo delle emissioni di $CO_2$ derivate dal consumo di energia elettrica (Scope 2) relative allo stabilimento italiano, sono stati utilizzati i parametri di calcolo indicati dall'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA), in particolare: il fattore di conversione utilizzato è il Gross electricity production aggiornato al 2022 per l'Italia (308,9).<br><br>• Emissioni Scope 3: Per il calcolo delle emissioni di $CO_2$ derivate dai consumi energetici indiretti legati alla catena di valore, il Gruppo Branca considera le emissioni derivanti dai consumi di gas naturale ed energia elettrica della Società terzista responsabile per la fase di imbottigliamento dei prodotti di Fratelli Branca Distillerie S.p.A., che dal 2022 è stata completamente esternalizzata. Analogamente, per il consumo di gas naturale si è fatto riferimento ai fattori di emissivi aggiornati nel 2024 e resi disponibili dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy del Regno Unito (UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting). Per il consumo di energia elettrica sono stati utilizzati i parametri di calcolo indicati dall'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA). |

# Tabelle di performance

## GOVERNANCE AZIENDALE

### CREAZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO

| PRINCIPALI VOCI DEL CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO (EURO/000) | CONSOLIDATO DI GRUPPO | | |
|---|---|---|---|
| **GRI 201-1** | **2021** | **2022** | **2023** |
| **VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO** | 337.103 | 443.042 | 381.534 |
| **VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO** | | | |
| COSTI AZIENDALI | 176.392 | 232.213 | 174.722 |
| COSTI DEL PERSONALE E BENEFIT | 25.285 | 30.907 | 25.833 |
| PAGAMENTI AI PRESTATORI DI CAPITALE | 64.499 | 85.635 | 64.521 |
| PAGAMENTI VERSO LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE | 33.709 | 37.183 | 41.284 |
| INVESTIMENTI NELLE COMUNITÀ | 307 | 317 | 36 |
| **VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO TOTALE** | 300.192 | 386.254 | 306.396 |
| **VALORE ECONOMICO TRATTENUTO** | 36.911 | 56.788 | 75.138 |

### STRUTTURA DELLA GOVERNANCE
### COMPOSIZIONE CONSIGLI DI AMMINISTRAZIONE NEL 2022 PER SOCIETÀ

| GRI 2-9 v. | < 30 | | | 30 - 50 | | | > 50 | | | COMPLESSIVO | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| 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 |

## GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

### NUMERO FORNITORI E VALORE DEGLI ORDINI[26] EMESSI SUDDIVISI PER AREA GEOGRAFICA PER SOCIETÀ

#### FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

| | | | 2022 | | 2023 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | NUMERO FORNITORI | VALORE ORDINI (%) | NUMERO FORNITORI | VALORE ORDINI (%) | NUMERO FORNITORI | VALORE ORDINI (%) |
| TOTALE | 72 | 100,0 | 72 | 100,0 | 72 | 100,0 |
| ITALIA | 50 | 75,0 | 50 | 75,0 | 50 | 75,0 |
| EUROPA (ESCLUSA ITALIA) | 11 | 14,4 | 11 | 14,4 | 11 | 14,4 |
| ARGENTINA | 2 | 0,6 | 2 | 0,6 | 2 | 0,6 |
| AMERICA (ESCLUSA ARGENTINA) | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| ASIA | 5 | 5,0 | 5 | 5,0 | 5 | 5,0 |
| AFRICA | 4 | 5,0 | 4 | 5,0 | 4 | 5,0 |

#### FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| TOTALE | 32 | 100,0 | 35 | 100,0 | 41 | 100,0 |
| ITALIA | 5 | 1,0 | 5 | 0,2 | 5 | 1,7 |
| EUROPA (ESCLUSA ITALIA) | 6 | 7,3 | 4 | 3,5 | 6 | 19 |
| ARGENTINA | 18 | 86,8 | 20 | 93,1 | 23 | 60 |
| AMERICA (ESCLUSA ARGENTINA) | 1 | 0,1 | 4 | 0,2 | 4 | 1,6 |
| ASIA | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 1 | 2,8 |
| AFRICA | 2 | 4,8 | 2 | 3,0 | 2 | 14,5 |

[26] La suddivisione per area geografica del valore degli ordini è stata effettuata tenendo in considerazione l'origine del materiale acquistato e non la provenienza del fornitore/broker da cui è stato acquistato il materiale.

### PERCENTUALE DI FORNITORI QUALIFICATI IN POSSESSO DELLE CERTIFICAZIONI(%) PER SOCIETÀ

#### 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 (in materia di sicurezza alimentare) | 20,0% | 20,0% |
| % DI FORNITORI CON ALMENO UNA CERTIFICAZIONE | 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 (in materia di sicurezza alimentare) | 63,6% | 65,0% |
| % DI FORNITORI CON ALMENO UNA CERTIFICAZIONE | 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 (in materia di sicurezza alimentare) | 0,0% | 0,0% |
| % DI FORNITORI CON ALMENO UNA CERTIFICAZIONE | 25,0% | 25,0% |

## QUALITÀ E SICUREZZA DELLE MATERIE PRIME E DEL PRODOTTO

### REQUISITI IN MATERIA DI INFORMAZIONE ED ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI

| 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 |
| *% di prodotti o categorie di servizi significativi trattati o valutati in materia di conformità rispetto a procedure in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi* | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

### EPISODI DI NON CONFORMITÀ IN MATERIA DI INFORMAZIONE ED ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI

| 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 |
| *Numero totale di casi di non conformità con le normative e/o codici di autoregolamentazione in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi* | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *di cui: hanno comportanto un'ammenda o una sanzione* | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *di cui: hanno comportanto un avviso* | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *di cui: non conformità con i codici di autoregolamentazione* | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

## MARKETING, COMUNICAZIONE E CONSUMO RESPONSABILI

### CASI DI NON CONFORMITÀ CON LE NORMATIVE E/O I CODICI DI AUTOREGOLAMENTAZIONE IN MATERIA DI COMUNICAZIONI DI 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 |
| *Numero totale di casi di non conformità con le normative e/o i codici di autoregolamentazione in materia di comunicazioni di marketing* | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *di cui: hanno comportanto un'ammenda o una sanzione* | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *di cui: hanno comportanto un avviso* | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| *di cui: non conformità con i codici di autoregolamentazione* | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

## PROFILO DEI DIPENDENTI DEL GRUPPO

### NUMERO DI DIPENDENTI DEL GRUPPO SUDDIVISI PER GENERE, TIPOLOGIA DI CONTRATTO E SOCIETÀ

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

## NUMERO DI DIPENDENTI DEL GRUPPO PER GENERE, TIPOLOGIA DI IMPIEGO E SOCIETÀ

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

## NUMERO DI LAVORATORI INTERINALI/TEMPORANEI E IN STAGE DEL GRUPPO SUDDIVISI PER GENERE - CONSOLIDATO

| GRI 2-8 | 2021 | | | 2022 | | | 2023 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| STAGE | 4 | 3 | 7 | 6 | 3 | 9 | 6 | 9 | 15 |
| INTERINALI/ TEMPORANEI | 20 | 2 | 22 | 14 | 0 | 14 | 5 | 1 | 6 |
| TOTALE | 24 | 5 | 29 | 20 | 3 | 23 | 11 | 10 | 21 |

## NUMERO DI DIPENDENTI ENTRATI PER ETÀ, GENERE E SOCIETÀ

| GRI 401-1 | DONNE <30 ANNI | | | DONNE 30 - 50 ANNI | | | DONNE >50 ANNI | | | UOMINI <30 ANNI | | | UOMINI 30-50 ANNI | | | UOMINI >50 ANNI | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 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 |
| TOTALE | 3 | 7 | 15 | 13 | 19 | 11 | 0 | 1 | 3 | 0 | 10 | 1 | 12 | 19 | 22 | 1 | 4 | 2 |

## TASSO DI TURNOVER IN ENTRATA PER GENERE E SOCIETÀ

| GRI 401-1 | 2021 | | | 2022 | | | 2023 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| 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% |
| TOTALE | 5,37% | 28,1% | 9,7% | 13,4% | 40,9% | 19,2% | 10,0% | 9,0% | 19,0% |

## NUMERO DI DIPENDENTI USCITI PER ETÀ, GENERE E SOCIETÀ

| GRI 401-1 | DONNE <30 ANNI | | | DONNE 30 - 50 ANNI | | | DONNE >50 ANNI | | | UOMINI <30 ANNI | | | UOMINI 30-50 ANNI | | | UOMINI >50 ANNI | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 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 |
| TOTALE | 2 | 4 | 3 | 11 | 14 | 9 | 2 | 2 | 0 | 4 | 1 | 0 | 17 | 19 | 19 | 11 | 10 | 8 |

## TASSO DI TURNOVER IN USCITA PER GENERE E SOCIETÀ

| GRI 401-1 | 2021 | | | 2022 | | | 2023 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| 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% |
| TOTALE | 13,2% | 26,32% | 15,72% | 12,1% | 30,3% | 16,0% | 8,0% | 4,0% | 11,0% |

# DIVERSITÀ E INCLUSIONE NELL'AMBIENTE DI LAVORO

## NUMERO DI DIPENDENTI SUDDIVISO PER GENERE, CATEGORIA PROFESSIONALE E FASCE D'ETÀ AL 31/12/2022 - CONSOLIDATO

2023

| | < 30 | | | 30 - 50 | | | > 50 | | | TOTALE GRUPPO 2021 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | DONNE | UOMINI | TOTALE | DONNE | UOMINI | TOTALE | DONNE | UOMINI | TOTALE | |
| DIRIGENTI | 0 | 0 | 0 | 9 | 13 | 22 | 0 | 11 | 12 | 34 |
| QUADRI | 0 | 2 | 02 | 15 | 27 | 42 | 7 | 14 | 21 | 65 |
| IMPIEGATI | 14 | 13 | 27 | 34 | 64 | 98 | 4 | 17 | 21 | 146 |
| OPERAI | 0 | 1 | 1 | 0 | 71 | 71 | 0 | 24 | 24 | 96 |
| TOTALE | 14 | 16 | 30 | 58 | 175 | 233 | 12 | 66 | 78 | 341 |

2022

GRI 405-1

| | < 30 | | | 30 - 50 | | | > 50 | | | TOTALE GRUPPO 2022 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | DONNE | UOMINI | TOTALE | DONNE | UOMINI | TOTALE | DONNE | UOMINI | TOTALE | |
| DIRIGENTI | 0 | 0 | 0 | 9 | 11 | 20 | 0 | 13 | 13 | 33 |
| QUADRI | 0 | 1 | 1 | 10 | 19 | 29 | 5 | 13 | 18 | 48 |
| IMPIEGATI | 11 | 10 | 21 | 27 | 71 | 98 | 4 | 17 | 21 | 140 |
| OPERAI | 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 | | | TOTALE GRUPPO 2021 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | DONNE | UOMINI | TOTALE | DONNE | UOMINI | TOTALE | DONNE | UOMINI | TOTALE | |
| DIRIGENTI | 0 | 0 | 0 | 5 | 6 | 11 | 0 | 17 | 17 | 28 |
| QUADRI | 0 | 0 | 0 | 10 | 23 | 33 | 5 | 12 | 17 | 50 |
| IMPIEGATI | 9 | 8 | 17 | 24 | 73 | 97 | 3 | 14 | 17 | 131 |
| OPERAI | 0 | 3 | 3 | 0 | 71 | 71 | 0 | 16 | 16 | 90 |
| TOTALE | 9 | 11 | 20 | 39 | 173 | 212 | 8 | 59 | 67 | 299 |

## PERCENTUALE DEI DIPENDENTI COPERTI DA ACCORDI DI CONTRATTAZIONE COLLETTIVA PER SOCIETÀ

| 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% |

## RAPPORTO DELLO STIPENDIO BASE E RETRIBUZIONE TOTALE DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI PER SOCIETÀ

### FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

| GRI 405-2 | 2021 | | 2022 | | 2023 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | STIPENDIO | RETRIBUZIONE | STIPENDIO | RETRIBUZIONE | STIPENDIO | RETRIBUZIONE |
| DIRIGENTI | n.d. | n.d. | 85% | 85% | 94,14% | 94% |
| QUADRI | 88% | 88% | 86% | 90% | 110,42% | 110% |
| IMPIEGATI | 70% | 70% | 68% | 79% | 64,60% | 65% |
| OPERAI | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. |

### FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| DIRIGENTI | 124% | 124% | 112% | 111% | 112% | 111% |
| QUADRI | 92% | 92% | 92% | 92% | 102% | 102% |
| IMPIEGATI | 103% | 103% | 99% | 99% | 98% | 98% |
| OPERAI | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. |

### BRANCA USA

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| DIRIGENTI | 54% | 54% | 72% | 63% | 56% | 46,09% |
| QUADRI | 103% | 103% | 95% | 93% | 191% | 159,95% |
| IMPIEGATI | 86% | 86% | 121% | 118% | 92% | 71,60% |
| OPERAI | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. |

# SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO E FORMAZIONE

## ORE DI FORMAZIONE PER DIPENDENTE PER GENERE E SOCIETÀ

| GRI 404-1 | 2021 | | | 2022 | | | 2023 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| 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 |
| TOTALE | 2.834 | 328 | 3.162 | 9.306 | 2.555 | 11.861 | 9.046 | 1.787 | 10.832 |

## ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER DIPENDENTE PER GENERE E SOCIETÀ

| GRI 404-1 | 2021 | | | 2022 | | | 2023 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| 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 |
| TOTALE | 12,0 | 6,1 | 10,9 | 37,7 | 38,7 | 37,9 | 35,2 | 21,3 | 31,7 |

## ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER GENERE E CATEGORIA DI DIPENDENTE – CONSOLIDATO

| GRI 404-1 | 2023 | | |
|---|---|---|---|
| | UOMINI | DONNE | TOTALE |
| DIRIGENTI | 16,79 | 40,30 | 11,8 |
| QUADRI | 42,35 | 82,77 | 27,5 |
| IMPIEGATI | 40,12 | 72,52 | 26,0 |
| OPERAI | 40,12 | 72,52 | 26,0 |

## SALUTE E SICUREZZA

### INDICI INFORTUNISTICI PER SOCIETÀ

GRI 403-9

| | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|
| | | CONSOLIDATO | |
| Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro | 0 | 0 | 0 |
| Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi) | 0 | 0 | 0 |
| Numero di infortuni sul lavoro | 1 | 1 | 0 |
| | | FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A. | |
| Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro | 0 | 0 | 0 |
| Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi) | 0 | 0 | 0 |
| Numero di infortuni sul lavoro | 0 | 1 | 0 |
| | | FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A. | |
| Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro | 0 | 0 | 0 |
| Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi) | 0 | 0 | 0 |
| Numero di infortuni sul lavoro | 1 | 0 | 1 |
| | | BRANCA USA | |
| Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro | 0 | 0 | 0 |
| Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi) | 0 | 0 | 0 |
| Numero di infortuni sul lavoro | 0 | 0 | 0 |

# TEMI AMBIENTALI

## EFFICIENZA ENERGETICA E CLIMATE- CHANGE

### CONSUMI ENERGETICI - CONSOLIDATO

GRI 302-1

| | UNITÀ DI MISURA | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|---|
| Gas Naturale | Gj | 14.525 | 14.359 | 14.650 |
| Diesel | Gj | 1.870 | 2.297 | 1.536 |
| Benzina | Gj | 3.821 | 4.752 | 7.617 |
| Energia acquistata | Gj | 18.175 | 20.866 | 16.251 |
| Consumi energetici totali | Gj | 38.390 | 42.274 | 40.055 |
| Produzione totale anno | Ton | 72.434 | 84.217 | 79.701 |
| Intensità energetica | Gj/Ton | 0,530 | 0,502 | 0,502 |

## CONSUMI ENERGETICI – FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

| GRI 302-1 | UNITÀ DI MISURA | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|---|
| Gas Naturale | Gj | 9.671 | 9.481 | 7.026 |
| Diesel | Gj | 1.561 | 1.530 | 1.295 |
| Benzina | Gj | 281 | 406 | 968 |
| Energia elettrica | Gj | 6.216 | 7.808 | 7.136 |
| Consumi energetici totali | Gj | 17.728 | 19.225 | 16.427 |
| Produzione totale anno | Ton | 21.240 | 21.735 | 20.269 |
| Intensità energetica | Gj/Ton | 0,835 | 0,885 | 0,811 |

## CONSUMI ENERGETICI – FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.

| GRI 302-1 | UNITÀ DI MISURA | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|---|
| Gas Naturale | Gj | 4.856 | 4.878 | 7.624 |
| Diesel (impianti) | Gj | 36 | 234 | 240 |
| Diesel | Gj | 273 | 534 | - |
| Benzina | Gj | 2.387 | 3.208 | 5.242 |
| Energia elettrica | Gj | 11.959 | 13.057 | 12.805 |
| Consumi energetici totali | Gj | 19.511 | 21.910 | 25.912 |
| Produzione totale anno | Ton | 51.194 | 62.482 | 59.442 |
| Intensità energetica | Gj/Ton | 0,381 | 0,351 | 0,44 |

## CONSUMI ENERGETICI – BRANCA USA

| GRI 302-1 | UNITÀ DI MISURA | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|---|
| Benzina | Gj | 1.152 | 1.138 | 1.405 |

## EMISSIONI ED EMISSION INTENSITY – CONSOLIDATO

| GRI 305-1,2, 4 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|
| EMISSIONI SCOPE 1 ($tCO_2$ eq.)[27] | 1.149 | 1.159 | 1.182 |
| EMISSIONI SCOPE 2 ($tCO_2$ eq.)[28] Location Based | 1.860 | 1.867 | 1.215 |
| EMISSIONI SCOPE 2 ($tCO_2$ eq.) Market Based | - | - | 2.073 |
| EMISSIONI SCOPE 3 ($tCO_2$ eq.) | 229 | 496 | 408 |
| EMISSIONI TOTALI (Scope 1, Scope 2 – Location based, Scope 3) (tCO2 eq.) | 3.238 | 3.522 | 2.806 |
| PRODUZIONE TOTALE ANNO (t) | 72.434 | 84.217 | 79.701 |
| RAPPORTO EMISSIONI TOTALI / PRODUZIONE[29] ($tCO_2$ eq./t) | 0,045 | 0,042 | 0,035 |

[27] Per il calcolo delle emissioni dirette di $CO^2$ (Scope 1) sono state considerate le ricariche di tutti i gas refrigeranti effettuate, il consumo di gas naturale, di diesel per attività correlate agli impianti, nonché di diesel e benzina per autotrazione. Per il calcolo delle tonnellate di $CO^2$ eq si è fatto riferimento ai fattori di emissivi resi disponibili dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy del Regno Unito (UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting).

[28] Per il calcolo delle emissioni di $CO^2$ derivate dal consumo di energia elettrica (Scope 2) relative allo stabilimento italiano, sono stati utilizzati i parametri di calcolo indicati dall'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA). Per il calcolo delle emissioni Scope 2 relative allo stabilimento argentino, invece, sono stati utilizzati i fattori di emissioni indicati dal Segretariato dell'Energia Elettrica del Ministero dell'Energia argentino.

[29] Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato.

## EMISSIONI ED EMISSION INTENSITY - FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

| GRI 305-1,2, 4 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|
| EMISSIONI SCOPE 1 ($tCO_2$ eq.) | 595 | 520 | 432 |
| EMISSIONI SCOPE 2 ($tCO_2$ eq.) Location Based | 364 | 322 | 257 |
| EMISSIONI SCOPE 2 ($tCO_2$ eq.) Market Based | - | - | 439 |
| EMISSIONI SCOPE 3 ($tCO_2$ eq.) | 229 | 496 | 408 |
| EMISSIONI TOTALI (Scope 1, Scope 2 - Location based, Scope 3) (tCO2 eq.) | 1.187 | 1.338 | 1.098 |
| PRODUZIONE TOTALE ANNO (t) | 21.240 | 21.735 | 20.259 |
| RAPPORTO EMISSIONI TOTALI / PRODUZIONE ($tCO_2$ eq./t) | 0,056 | 0,062 | 0,054 |

## EMISSIONI ED EMISSION INTENSITY - BRANCA DESTILERÍAS S.A.

| GRI 305-1,2, 4 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|
| EMISSIONI SCOPE 1 ($tCO_2$ eq.) | 477 | 563 | 676 |
| EMISSIONI SCOPE 2 ($tCO_2$ eq.) Location Based | 1.497 | 1.545 | 957 |
| EMISSIONI SCOPE 2 ($tCO_2$ eq.) Market Based | - | - | 1.633 |
| EMISSIONI TOTALI (Scope 1, Scope 2 - Location based) (tCO2 eq.) | 1.974 | 2.108 | 1.634 |
| PRODUZIONE TOTALE ANNUA (t) | 51.194 | 62.482 | 59.442 |
| RAPPORTO EMISSIONI TOTALI / PRODUZIONE ($tCO_2$ eq.) | 0,039 | 0,034 | 0,027 |

## EMISSIONI ED EMISSION INTENSITY - BRANCA USA

| GRI 305-1 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|
| EMISSIONI SCOPE 1 ($tCO_2$ eq.) | 78 | 76 | 73 |

## RIFIUTI GENERATI – CONSOLIDATO E DETTAGLIO PER SOCIETÀ

| | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|
| | | CONSOLIDATO | |
| Totale rifiuti pericolosi (t) | 5,22 | 1,84 | 1,59 |
| Totale rifiuti non pericolosi (t) | 3.957,70 | 3.505,33 | 3.490,36 |
| Rifiuti totali (t) | 3.962,92 | 3.507,17 | 3.491,95 |
| Produzione totale anno (t) | 72.434 | 84.217 | 79.701 |
| Rapporto rifiuti totali / produzione (t/t) | 0,055 | 0,042 | 0,044 |
| | | FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A. | |
| Totale rifiuti pericolosi (t) | 1,43 | 1,2 | 1,58 |
| Totale rifiuti non pericolosi (t) | 2.374,9 | 2007,87 | 2.151,01 |
| Rifiuti totali (t) | 2.376,33 | 2.009,07 | 2.152 |
| Produzione totale anno (t) | 21.240 | 21.735 | 20.259 |
| Rapporto rifiuti totali / produzione (t/t) | 0,112 | 0,092 | 0,106 |
| | | FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A. | |
| Totale rifiuti pericolosi (t) | 3,79 | 0,6 | 0,7 |
| Totale rifiuti non pericolosi (t) | 1.582,55 | 1.496,8 | 1.337,65 |
| Rifiuti totali (t) | 1.586,34 | 1.497,4 | 1.339,11 |
| Produzione totale anno (t) | 51.194 | 62.482 | 49.442 |
| Rapporto rifiuti totali / produzione (t/t) | 0,031 | 0,024 | 0,023 |

## INDICE DEL CONSUMO DI ACQUA – CONSOLIDATO E DETTAGLIO PER SOCIETÀ

| | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---|---|---|
| | | CONSOLIDATO | |
| Consumo idrico (l) | 74.208 | 78.727 | 76.144 |
| Produzione (t) | 72.487 | 75.756 | 70.380 |
| Indice del consumo di acqua (ICA) (l/t) | 1,024 | 1,039 | 1,081 |
| | | ITALIA | |
| Consumo idrico (l) | 23.988 | 22.827 | 22.934 |
| Produzione (t) | 12.560 | 13.113 | 10.938 |
| Indice del consumo di acqua (ICA) (l/t) | 1,910 | 1,741 | 2.096 |
| | | ARGENTINA | |
| Consumo idrico (l) | 50.220 | 55.900 | 53.210 |
| Produzione (t) | 59.927 | 62.643 | 59.442 |
| Indice del consumo di acqua (ICA) (l/t) | 0,838 | 0,892 | 0,895 |

# Indice dei contenuti GRI

| | |
|---|---|
| **DICHIARAZIONE D'USO** | Branca International SpA ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo compreso tra il 1 gennaio 2023 e il 31 dicembre 2023 secondo la modalità with reference to GRI Standard |
| **UTILIZZATO GRI 1** | GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021 |
| **STANDARD DI SETTORE GRI PERTINENTI** | N/A - si attenderà la pubblicazione dello standard di settore specifico |

| STANDARD GRI / ALTRA FONTE | INFORMATIVA | UBICAZIONE |
|---|---|---|
| **INFORMATIVE GENERALI** | | |
| **GRI 2 INFORMATIVE GENERALI 2021** | 2-1 Dettagli organizzativi | Nota metodologica, p.5 |
| | 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione | Nota metodologica, p.5 |
| | 2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto | Nota metodologica, p.6 |
| | 2-4 Restatement delle informazioni | Nota metodologica, p.5 |
| | 2-5 Assurance esterna | Nota metodologica, p.5 |
| | 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business | I nostri brand, pp.16-20<br>La catena del valore e la gestione responsabile della catena di fornitura, p.45 |
| | 2-9 Struttura e composizione della governance | Struttura della Governance, p. 36<br>Tabelle di performance, p.100 |
| | 2-11 Presidente del massimo organo di governo | Struttura della Governance, p. 36 |
| | 2- 15 Conflitti d'interesse | Struttura della Governance, p. 36 |
| | 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile | Lettera del presidente, pp.3-4 |
| | 2-23 Impegno in termini di policy | La gestione consapevole del business, pp.23-24<br>Legalità, trasparenza e integrità, p.37 |
| | 2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy | La gestione consapevole del business, pp.23-24<br>Legalità, trasparenza e integrità, p.37 |
| | 2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi | La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto, p.54-55<br>La soddisfazione dei clienti, p.58, 60<br>Branca, la cultura e il territorio, p.81 |
| | 2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni | Legalità, trasparenza, etica e integrità, p.37 |
| | 2-27 Conformità a leggi e regolamenti | Legalità, trasparenza, etica e integrità, p.37 |
| | 2-28 Appartenenza ad associazioni | La tutela dei consumatori e la promozione del consumo responsabile, p.57 |
| | 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder | I nostri stakeholder, pp.26-27 |
| | 2-30 Contratti collettivi | Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro, p. 68<br>Tabelle di performance, p.107 |

| STANDARD GRI / ALTRA FONTE | INFORMATIVA | UBICAZIONE |
|---|---|---|
| **TEMI MATERIALI** | | |
| **GRI 3 TEMI MATERIALI 2021** | 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali | I temi della sostenibilità e l'analisi di materialità ,p.28 |
| | 3-2 Elenco dei temi materiali | I temi della sostenibilità e l'analisi di materialità, pp.29-30 |
| **INDICATORI SPECIFICI RENDICONTATI IN RELAZIONE AI TEMI MATERIALI** | | |
| *LEGALITÀ, TRASPARENZA, ETICA E INTEGRITÀ* | | |
| **GRI 3 TEMI MATERIALI 2021** | 3-3 Gestione dei temi materiali | Legalità, trasparenza, etica e integrità, p. 37 |
| **GRI 205 ANTICORRUZIONE 2016** | 205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate | Legalità, trasparenza, etica e integrità, p. 37 |
| **GRI 416 - SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI 2016** | 416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi | Legalità, trasparenza, etica e integrità, p. 37 |
| *CREAZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO* | | |
| **GRI 3 TEMI MATERIALI 2021** | 3-3 Gestione dei temi materiali | Valore economico direttamente generato e distribuito, pp.42-43 |
| **GRI 201 PERFORMANCE ECONOMICA 2016** | 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito | Valore economico direttamente generato e distribuito, pp.42-43<br>Performance tables, p.100 |
| *EFFICIENZA ENERGETICA E CLIMATE- CHANGE* | | |
| **GRI 3 TEMI MATERIALI 2021** | 3-3 Gestione dei temi materiali | Consumi energetici ed emissioni, p.85-91 |
| **GRI 302 ENERGIA 2016** | 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione | Consumi energetici ed emissioni, p.86-88<br>Tabelle di performance, p.109-110 |
| | 302-3 Intensità energetica | Consumi energetici ed emissioni, pp.86-88<br>Tabelle di performance, p.109-110 |
| **GRI 305 EMISSIONI 2016** | 305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1) | Consumi energetici ed emissioni, pp. 89-91<br>Tabelle di performance, p. 111 |
| | 305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2) | Consumi energetici ed emissioni, pp. 89-91<br>Tabelle di performance, p. 111 |
| | 305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra | Consumi energetici ed emissioni, pp. 89-91<br>Tabelle di performance, p. 111 |
| *LA QUALITÀ E SICUREZZA DELLE MATERIE PRIME E DEL PRODOTTO* | | |
| **GRI 3 TEMI MATERIALI 2021** | 3-3 Gestione dei temi materiali | La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto, pp. 53-55 |
| **GRI 417 MARKETING ED ETICHETTATURA 2016** | 417-1 Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi | La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto, pp. 53-55<br>Tabelle di performance, p. 102 |
| | 417-2 Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi | La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto, pp. 53-55<br>Tabelle di performance, p. 102 |
| *MARKETING, COMUNICAZIONE E CONSUMO RESPONSABILE* | | |
| **GRI 3 TEMI MATERIALI 2021** | 3-3 Gestione dei temi materiali | La tutela dei consumatori e la promozione del consumo responsabile, pp. 56-57 |
| **GRI 417 MARKETING ED ETICHETTATURA 2016** | 417-3 Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing | Legalità, trasparenza, etica e integrità, p.37<br>Tabelle di performance, p. 102 |

| STANDARD GRI / ALTRA FONTE | INFORMATIVA | UBICAZIONE |
|---|---|---|
| *GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA* | | |
| GRI 3 TEMI MATERIALI 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Gestione responsabile della catena di fornitura, pp. 45-52 |
| GRI 204 PRASSI DI APPROVVIGIONAMENTO 2016 | 204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali | Gestione responsabile della catena di fornitura, pp. 45-52<br>Tabelle di performance: p.101 |
| GRI 308 VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI 2016 | 308-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali | Gestione responsabile della catena di fornitura, pp. 45-52 |
| GRI 414 VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI 2016 | 414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali | Gestione responsabile della catena di fornitura, pp. 45-52 |
| *ECONOMIA CIRCOLARE E RICICLABILITÀ* | | |
| GRI 3 TEMI MATERIALI 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Economia circolare e riciclabilità, pp. 92-98 |
| GRI 303 ACQUA ED EFFLUENTI 2018 | 303-5 Consumo idrico | Economia circolare e riciclabilità, pp.97-98<br>Tabelle di performance, p.113 |
| GRI 306 RIFIUTI 2020 | 306-2 Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti | Economia circolare e riciclabilità, pp.92-95 |
| | 306-3 Rifiuti generati | Economia circolare e riciclabilità, pp.92-95<br>Tabelle di performance, p.112 |
| *DIVERSITÀ, INCLUSIONE E DIRITTI UMANI* | | |
| GRI 3 TEMI MATERIALI 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro, pp.66-67 |
| GRI 2 INFORMATIVE GENERALI 2021 | 2-7 Dipendenti | Profilo dei dipendenti del Gruppo, p.63<br>Tabelle di performance, pp. 103-104 |
| | 2-8 Lavoratori non dipendenti | Profilo dei dipendenti del Gruppo, p.63<br>Tabelle di performance, p.104 |
| GRI 401 OCCUPAZIONE 2016 | 401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti | Profilo dei dipendenti del Gruppo, pp. 64-65<br>Tabelle di performance, p.105-106 |
| GRI 405 DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016 | 405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti | Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro, pp.66<br>Tabelle di performance, p.106 |
| | 405-2 Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini | Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro, p.67<br>Tabelle di performance, p.107 |
| *SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO* | | |
| GRI 3 TEMI MATERIALI 2021 | 3-3 Gestione dei temi materiali | Salute e sicurezza sul lavoro, pp.71-73 |
| GRI 403 SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018 | 403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro | Salute e sicurezza sul lavoro, pp.71-73 |
| | 403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti | Salute e sicurezza sul lavoro, pp.71-73 |
| | 403-3 Servizi di medicina del lavoro | Salute e sicurezza sul lavoro, pp.71-73 |
| | 403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione | Salute e sicurezza sul lavoro, pp.71-73 |
| | 403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro | Salute e sicurezza sul lavoro, pp.71-73 |
| | 403-6 Promozione della salute dei lavoratori | Salute e sicurezza sul lavoro, pp.71-73 |
| | Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business | Salute e sicurezza sul lavoro, pp.71-73 |
| | 403-9 Infortuni sul lavoro | Salute e sicurezza sul lavoro, pp.71-73<br>Tabelle di performance, p. 109 |
| | 403-10 Malattia professionale | Salute e sicurezza sul lavoro, pp.71-73 |

| STANDARD GRI / ALTRA FONTE | INFORMATIVA | UBICAZIONE |
|---|---|---|
| *WELFARE AZIENDALE E BENESSERE* | | |
| **GRI 3 TEMI MATERIALI 2021** | 3-3 Gestione dei temi materiali | Benessere dei dipendenti, pp. 74-75 |
| **GRI 401 OCCUPAZIONE 2016** | 401-2 Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time | Benessere dei dipendenti, pp. 74-75 |
| *SVILUPPO, FORMAZIONE DEL CAPITALE UMANO E MERITOCRAZIA COLLABORATIVA* | | |
| **GRI 3 TEMI MATERIALI 2021** | 3-3 Gestione dei temi materiali | Sviluppo del capitale umano e formazione, pp.68-70 |
| **GRI 404 FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016** | 404-1 Ore di formazione medie annuali per dipendente | Sviluppo del capitale umano e formazione, pp.68-70<br>Tabelle di performance, p.108 |
| | 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale | Sviluppo del capitale umano e formazione, p.70 |
| *SVILUPPO DI INIZIATIVE E COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ LOCALI* | | |
| **GRI 3 TEMI MATERIALI 2021** | 3-3 Gestione dei temi materiali | Branca, la Cultura e il Territorio, pp. 76-83 |

Dal 1845

BRANCA

# Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza

2023