



*Branca International S.p.A.*

# Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza

# 2022

L'AGIRE RESPONSABILE  
IN UN MONDO INTERCONNESSO

# Indice

<b>LETTERA DEL PRESIDENTE</b>	<b>3</b>
<b>NOTA METODOLOGICA</b>	<b>5</b>
<b>I PRINCIPALI RISULTATI: UNA VISIONE D'INSIEME</b>	<b>7</b>
<b>CHI SIAMO: LA NOSTRA IDENTITÀ E LA NOSTRA STORIA</b>	<b>8</b>
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
<b>LA GESTIONE CONSAPEVOLE DEL BUSINESS</b>	<b>23</b>
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
<b>GOVERNANCE AZIENDALE</b>	<b>34</b>
Struttura della Governance	34
Legalità, trasparenza, etica e integrità	37
Valore economico direttamente generato e distribuito	38
<b>L'ECCELLENZA DEI PRODOTTI IN BRANCA</b>	<b>44</b>
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	58
<b>PERSONE E COMUNITÀ</b>	<b>62</b>
Profilo dei dipendenti del Gruppo	63
Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro	66
Sviluppo del capitale umano e formazione	68
Salute e sicurezza sul lavoro	71
Benessere dei dipendenti	74
Branca, la cultura e il territorio	76
<b>LA TUTELA DELL'AMBIENTE</b>	<b>84</b>
Consumi energetici ed emissioni	86
Economia circolare e riciclabilità	92
<b>ALLEGATI</b>	<b>99</b>
Metodologie di calcolo	99
Tabelle di performance	100
Indice dei contenuti GRI	114



# Lettera del Presidente

Sostenibilità, Consapevolezza, qualità e cura sono i pilastri che abbiamo scelto per guidare l'azione del Gruppo Branca International.

Sostenibilità come ricerca incessante di un rapporto di massimo equilibrio con il contesto sociale e ambientale di cui siamo parte; Consapevolezza come realtà imprenditoriale nel fare, nella motivazione e nelle relazioni, considerando l'Azienda come un organismo vivente che interagisce sia all'interno sia all'esterno, in maniera interdipendente, in un continuo e reciproco scambio, ponendosi come obiettivo finale la creazione di benessere non solo per sé ma anche per l'intera comunità e per l'ambiente.

Il 2022 è stato caratterizzato dalla debolezza dell'economia mondiale e quella del commercio internazionale, connesse con la perdurante incertezza geopolitica e con la persistenza dell'inflazione su livelli elevati nelle principali economie avanzate. Tali eventi, dimostrano quanto il mondo sia interconnesso e interdipendente suggerendo che in un momento storico così complesso, responsabilità, solidarietà e quindi Sostenibilità, Consapevolezza e Cura debbano guidare le nostre azioni più che mai.

Inoltre, è ormai da tempo, che l'emergenza climatica conferma la necessità di proseguire insieme la riflessione profonda sui sistemi produttivi per renderli ancora più virtuosi ed efficienti e richiede una risposta concreta e coesa da parte di governi, imprese e cittadini. Noi, come Gruppo Branca lavoriamo quotidianamente per fare la nostra parte, come l'aquila, iconico simbolo del Gruppo Branca, con un occhio che guarda lontano e uno che guarda a terra, ovvero mantenendo il giusto equilibrio tra la visione a lungo e a breve termine, considerando sempre più importante l'execution.

In linea con i precedenti anni, anche nel 2022, l'anno cui si riferisce la presente edizione del Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza, ci siamo impegnati per continuare il nostro percorso di creazione di un "utile generativo". Con questo termine si intende un "utile" perseguito e conseguito nel massimo rispetto del contesto sociale e dell'ambiente naturale, e tale da generare vantaggi duraturi per tutti gli stakeholder con cui il Gruppo è in relazione. Fedele a questa scelta di principio, il Gruppo Branca International, con un'unità di intenti che accomuna le diverse realtà internazionali, pratica un'idea di impresa che mette al centro le persone, considerate come "nobile fine" delle nostre azioni e mai come mezzo.

Questo nostro modo di pensare e di agire ci ha permesso di raggiungere performance significative a livello economico, sociale e ambientale. Insieme, abbiamo trasformato le incertezze derivanti da un contesto in continua evoluzione in opportunità per migliorarci, guidati dai nostri valori ed ambizioni. In particolare, abbiamo registrato un incremento dei ricavi, dei volumi di vendita e del valore economico distribuito agli Stakeholder. Abbiamo investito notevolmente sullo sviluppo delle competenze dei dipendenti, consapevoli che se i dipendenti crescono, crescono anche le aziende. Inoltre, abbiamo efficientato i consumi energetici, confermando il trend di miglioramento

dell'efficienza energetica e riducendo l'intensità delle emissioni causate delle nostre produzioni.

Questo nostro modo di fare impresa trae forza e ragione da un rapporto continuo e intimo tra il nostro passato e il nostro futuro. Da una parte la storia, la tradizione e una formula di successo ininterrotto nate in Italia e oggi presenti in 160 Paesi in tutto il mondo. Dall'altra uno sguardo sempre proteso al futuro, alla ricerca e sviluppo e all'innovazione, nello sforzo continuo di curare i nostri consumatori e soddisfare i nostri clienti e di operare in armonia ed equilibrio con i nuovi scenari che ci si offrono.

NOVARE SERBANDO, innovare nel rispetto della tradizione: il motto del nostro fondatore, il nostro motto.

Chiudo ringraziando tutti i collaboratori, all'interno e all'esterno dell'azienda, che credono in questa visione e lavorano quotidianamente per metterla in pratica con impegno e passione, dando continuità a questa meravigliosa avventura imprenditoriale nata 177 anni fa.



*Nicotiana*

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



# Nota Metodologica

## Principi e criteri di reporting

Il Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza del Gruppo Branca International (di seguito anche “Branca” e “Gruppo”), redatto con cadenza annuale, rappresenta lo strumento di comunicazione delle attività svolte, degli impegni presi, delle performance e dei risultati conseguiti dal Gruppo nell’ambito del proprio costante impegno in materia di sostenibilità, intesa in ogni suo aspetto: sociale, ambientale e di governance. Il Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza 2022 è redatto secondo la modalità with reference to ai “GRI Sustainability Reporting Standards” (GRI Standards 2021) del Global Reporting Initiative (GRI).

ambiti sociale e di governance. Non ci sono state, tra 2021 e 2022, variazioni significative relative alla struttura organizzativa, all’assetto proprietario e alla catena di approvvigionamento. Eventuali eccezioni al perimetro di analisi o approfondimenti specifici sono comunque riportati nelle singole sezioni.

## Perimetro

In linea con la precedente edizione pubblicata, il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni contenute nello stesso è relativo alle Società del Gruppo Branca International. 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.<sup>1</sup> non essendo produttive rendicontano solo gli indicatori rilevanti negli

<sup>1</sup> 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.

## Indicatori di performance

Le informazioni contenute nel presente documento, riferite al periodo di rendicontazione 1° gennaio 2022 – 31 dicembre 2022 ove 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 sono descritte nel paragrafo "I temi della sostenibilità e l'analisi di materialità".

Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo e dare continuità alla rendicontazione, è stato riportato il confronto con i dati relativi agli anni 2020 e 2021. I trend relativi ai dati e agli indicatori di performance sono calcolati utilizzando anche cifre decimali non riportate nel documento. Per una corretta rappresentazione delle performance e per garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, se presenti, sono opportunamente segnalate. Inoltre, dove utile per una più corretta e chiara rappresentazione delle performance, i dati sono presentati distinti per Società/area geografica, mentre negli altri casi sono consolidati a livello di Gruppo. In caso di integrazioni o aggiornamenti rispetto ai dati pubblicati nelle precedenti edizioni del Bilancio relativamente agli anni precedenti, le modifiche sono segnalate 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. In linea

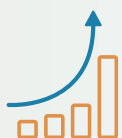
con il precedente anno, il Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza 2022 è stato redatto da un Gruppo di Lavoro appositamente costituito, i cui componenti rappresentano trasversalmente tutte le aree connesse alla rendicontazione sociale, ambientale ed economica delle diverse Società del Gruppo Branca International.

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, incluso il sito web: [www.brancainternational.com](http://www.brancainternational.com). Per qualsiasi chiarimento in merito al presente Report di Sostenibilità, ci si può rivolgere a: [ufficiostampa@branca.it](mailto:ufficiostampa@branca.it).

# I principali risultati

UNA VISIONE D'INSIEME

GOVERNANCE E BUSINESS



420

milioni di euro  
di ricavi nel 2022  
(+37% rispetto al 2021)



84.217

tonnellate di  
prodotto imbottigliato  
(+16% rispetto al 2021)



160

Paesi di esportazione  
(in linea con il 2021)

TEMI SOCIALI



313

dipendenti in totale  
(+5% rispetto al 2021)

99%

assunti con contratto  
a tempo indeterminato  
(in linea con il 2021)



21%

di presenza femminile  
sul totale dei dipendenti  
(+2 pp rispetto al 2021)



11.861

ore di formazione  
totali erogate  
(+275% rispetto al 2021)

TEMI AMBIENTALI



0,502

Indice di intensità energetica  
(-5% rispetto al 2021)

0,042

indice di intensità delle emissioni  
(-6% rispetto al 2021)



0,042

Indice di produzione dei rifiuti  
(-24% rispetto al 2021)



1,04

Indice di consumo acqua  
(pressocchè in linea con il 2021:  
+1,5%)



# Chi siamo

LA NOSTRA IDENTITÀ E  
LA NOSTRA STORIA



# Il Profilo del Gruppo

Branca International S.p.A. è la holding a totale capitale italiano che da cinque generazioni, con la sesta già presente in Azienda, fa capo alla famiglia Branca: un'affermata realtà imprenditoriale italiana che opera da 177 anni nel settore delle bevande alcoliche.



## VISION

Branca International è un gruppo italiano 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.

Branca International 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

Branca International 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 persegue l'obiettivo di valorizzare le proprie attività prendendosi cura delle persone coinvolte, del pianeta e delle sue risorse.

Branca International 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 lunga storia imprenditoriale della famiglia Branca ha avuto inizio a Milano nel 1845 con la fondazione, da parte di Bernardino Branca, della Fratelli Branca Distillerie. Il Gruppo, nella sua attuale configurazione, è operativo dal 1999 come risultato dell'attività di riorganizzazione avviata dall'attuale Presidente e AD, Niccolò Branca.

Il Gruppo Branca International ha, ancora oggi, 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 e Bolivia. Grazie a numerosi accordi di partnership siglati nel corso degli anni, il Gruppo si occupa inoltre della distribuzione sui mercati nazionali di prodotti internazionali di alta gamma.

Il Gruppo Branca International è presente anche in ambito immobiliare attraverso la Branca Real Estate S.r.l., in cui è confluito il patrimonio immobiliare del Gruppo, comprendente fabbricati industriali e ad uso residenziale, commerciale e culturale e tenute agricole, in Italia e all'estero. La grande presenza a livello internazionale e la forte crescita del prodotto avevano infatti portato la Fratelli Branca Distillerie S.p.A., nei primi decenni del Novecento, a investire in insediamenti produttivi in diversi Paesi dell'Europa, così come nel Nord e Sud America (New York e Buenos Aires). La politica di ridisegno dell'assetto societario avviata da Niccolò Branca ha poi consentito di riconvertire gli stabilimenti non utilizzati e di organizzare in Società distinte le attività produttive e commerciali e quelle legate al patrimonio immobiliare, che oggi vengono gestite in un'ottica imprenditoriale, con il ruolo di indirizzo e coordinamento da parte della holding nella prospettiva strategica di crescita e creazione del valore.

Il Gruppo è inoltre attivo in ambito finanziario: attraverso una gestione centralizzata dei flussi finanziari e degli investimenti, persegue il duplice obiettivo di agevolare i progetti di espansione delle proprie controllate - rafforzandone la presenza nei settori di competenza attraverso l'acquisizione di brand e aziende in Italia e all'estero - e di diversificazione degli investimenti, valorizzando il patrimonio di relazioni internazionali acquisite negli anni.

Il Gruppo Branca International opera infine in ambito culturale, con il Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., uno dei laboratori all'avanguardia nello studio e nella ricerca nel settore delle erbe officinali che, oltre a garantire il controllo e la qualità dei prodotti Branca, si occupa di promuovere iniziative di innovazione, quali ad esempio l'Accademia Branca, la Collezione Branca e la Torre Branca.

# La storia di Branca International

## 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, nucleo originario del Gruppo Branca International.

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 migratorie 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 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 del Gruppo. 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 F.lli 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 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 F.lli 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 2006 e 2015, a progressivi ulteriori ampliamenti del sito produttivo.

La continua espansione del Gruppo, 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 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

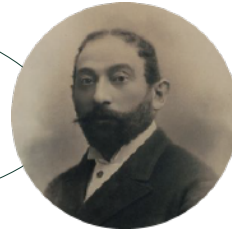


### 1845: Fondazione

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, 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 invade 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 nel 1911.



### 1918

Dino Branca trasforma la Fratelli Branca Distillerie 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 benemerita 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. 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 ripositiona 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



Scompare Pierluigi Branca e nasce la holding Branca International SpA: il figlio di Pierluigi, Niccolò, ne assume la Presidenza e diventa Amministratore Delegato anche di Fratelli Branca Distilleries. 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 Distilleries ad occupare nuove significative posizioni nei mercati di riferimento e a competere con primarie multinazionali. Vengono consolidati 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 Distilleries. 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 Servando": 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



Aprire 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 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

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 177 anni.

# I nostri brand

Il Fernet-Branca, il liquore inventato dal capostipite nel 1845, rimane senza dubbio il fondamento dell'attività produttiva del Gruppo Branca International, il segreto di un successo che dura ininterrottamente da 177 anni.

Negli anni, Branca si è comunque orientata verso la differenziazione della propria offerta, allargandosi ben oltre il campo degli amari. Al consolidamento dei prodotti storici (Fernet-Branca, Brancamenta, Stravecchio Branca e, dal 2019, Stravecchio Branca XO) il Gruppo ha affiancato una politica di partnership strategiche per l'ingresso in nuovi mercati ed ha ampliato il proprio portafoglio prodotti attraverso extension line e

acquisizioni di brand prestigiosi.

Da qui, ad esempio, l'entrata in Branca dei prodotti Borghetti (Caffè Borghetti e Sambuca Borghetti) e Carpano (Carpano Classico - "Rosso" nel mercato argentino -, Bianco, Dry, il recente Carpano Botanic Bitter e i nuovi Ready-to-drink Carpano Negroni e Carpano Mi-To, lo storico Punt e Mes e il vermouth per antonomasia Antica Formula), delle grappe Candolini (leader in Italia), del vino Chianti Villa Branca, della vodka Sernova (standard e aromatizzata), e, dal 2021, delle sue nuove varianti Tropical Passion e Sweet Apple Pear.

I prodotti distribuiti da Fratelli Branca Distillerie includono il cognac De Luze,

il gin Nicholson e il gin premium del brand Tobermory, i whisky Tobermory, Deanston, Bunnahabhain, Templeton Rye, Scottish Leader, Ledaig e Black Bottle, la specialità Passoã e il liquore Amarula. Nel 2021 è stato introdotto all'interno della distribuzione il gin premium VII Hills.

In Argentina, invece, Fratelli Branca Destilerías distribuisce il Liquore Strega, il Liquore di Limone Strega, i rinomati vini della cantina Fabré Montmayou e della cantina Infinitus, oltre a whisky di fama mondiale come The Macallan, The Famous Grouse e Highland Park. I prodotti sono riepilogati sinteticamente di seguito, riportando i rispettivi loghi.

## BRAND BRANCA E BRAND STORICI ACQUISITI



## ALTRI BRAND DISTRIBUITI ITALIA



## ALTRI BRAND DISTRIBUITI ARGENTINA





## 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, 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 tutti i 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, 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 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 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, 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, s u b e n t r a n o 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.



**CAFFÈ BORGHETTI**

Caffè 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, Caffè 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 nel 1987. Prodotta da distillati di altissima qualità selezionati scrupolosamente, Candolini allarga la sua presenza sul mercato 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 delle distillerie Fratelli Branca. 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 è in Italia è realizzato a partire da 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, 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

<sup>2</sup> Per ulteriori dettagli, si invita a consultare il seguente link:  
 Carpano Botanic Bitter, Medaglia d'Oro al San Francisco World Spirits Competition 2022 - Fratelli Branca (brancadistillerie.com)

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 Branca. All'interno delle varie possibilità, Branca si focalizza sulle competizioni mondiali più riconosciute e rispettate per le categorie di prodotti nelle quali opera.

Negli anni, il Gruppo ha vinto numerosi premi che premiano l'eccellenza del proprio portafoglio prodotti: in particolare, nel corso dell'anno di rendicontazione, Carpano Botanic Bitter, ha conquistato la Medaglia d'Oro nella categoria aperitivi al San Francisco World Spirits Competition 2022, 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<sup>2</sup>.

Tra i principali premi vinti recentemente da prodotti del portafoglio Branca si annoverano<sup>3</sup>:

<sup>3</sup> Una vista completa dei premi vinti è disponibile sul sito internet del Gruppo nelle pagine dedicate a ciascun prodotto.

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

## I premi e i riconoscimenti DI BRANCA COME REALTÀ IMPRENDITORIALE

Niccolò Branca e il Gruppo Branca International 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 alla 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 ha ricevuto il premio "Industria Felix, L'Italia che compete", selezionata tra le 122 le società con sede legale in Italia che si sono distinte per performance gestionali, affidabilità finanziaria e talvolta per sostenibilità: hanno primeggiato Lombardia e Veneto con 22 premiate a testa, tra cui la Fratelli Branca Distillerie 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, del bilancio/report di sostenibilità.

Nel 2022 Branca International 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, gestione dei rifiuti; sociali, come sicurezza sul lavoro, percentuale di dipendenti a tempo indeterminato, condizioni di lavoro ed economici, come stabilità finanziaria, compliance e trasparenza nella divulgazione delle informazioni.

Nel corso dello stesso anno, 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 di 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.

Sempre nel 2022, l'Azienda Fratelli Branca Distillerie ha vinto il Premio Innovazione Smau: un Premio assegnato alle imprese che hanno dato un apporto innovativo 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 Branca ha intrapreso coinvolgendo trasversalmente alcune Società in diversi filoni progettuali interfunzionali allo scopo di reingegnerizzare, semplificare ed automatizzare i processi aziendali chiave e migliorare fluidità operativa, performance e livello di servizio sia interno sia esterno con puntuale e continua condivisione di informazioni e KPIs.

# I nostri valori

**DAL MOTTO “NOVARE SERBANDO” AI PRINCIPI  
DELL’ECONOMIA DELLA CONSAPEVOLEZZA**

È nel motto “Novare Serbando” – tramandato di generazione in generazione - che l’azienda ha sempre trovato il leitmotiv della propria crescita, impostata sulla qualità e sull’innovazione nel rispetto della tradizione, in sintonia con l’evoluzione del contesto socioeconomico, delle tendenze dei mercati e dei bisogni dei consumatori. Un motto come esplicitazione e sintesi dei valori che guidano l’azienda e che oggi agiscono a fianco dei principi dell’Economia della Consapevolezza.

L’espressione “Novare Serbando” sintetizza il modo in cui il Gruppo Branca International gestisce il presente e guarda al futuro, non dimenticando mai i valori che hanno reso solida la realtà industriale e imprenditoriale della famiglia, oggi giunta alla sesta generazione. Il “serbare” rappresenta infatti l’intuizione del fondatore che ha dato inizio ad

una lunga tradizione del fare e nel fare, ad un’artigianalità inimitabile che utilizza formule mai alterate per la preparazione dei prodotti. L’innovazione ha invece consentito all’azienda di crescere e svilupparsi divenendo la realtà affermata che conosciamo oggi.

Il valore cardine del Gruppo è, appunto, la Consapevolezza, che permette di bilanciare e rendere complementari profitto ed etica per la creazione di un valore generativo, favorendo una sintonia armoniosa tra l’azienda, i dipendenti e il territorio che li ospita. Attraverso il proprio agire consapevole, infatti, Branca realizza prodotti eccellenti e persegue una gestione aziendale attenta ai territori e alle comunità.





# La gestione consapevole del business

Il Gruppo Branca International è cresciuto negli anni mantenendo saldo il proprio nucleo di valori fondamentali che sono rimasti attuali e validi ancora oggi. Tali valori sono ispirati ai principi dell'Economia della Consapevolezza che riflettono lo spirito con cui il Gruppo si impegna a sviluppare il proprio business nel rispetto e nella cura verso le proprie persone. Un'attenzione che si manifesta ogni giorno attraverso le iniziative legate ai vari ambiti di attività: dalla gestione delle risorse, al rispetto per l'ambiente, fino alle iniziative di welfare che Branca mette a disposizione dei propri dipendenti e delle loro famiglie.

I valori e i principi guida attorno ai quali il Gruppo si è sviluppato e che si sono tramandati per sei generazioni includono l'attenzione alle persone, considerate come un fine e mai come un mezzo, la responsabilità della crescita, l'eccellenza

e la qualità dei prodotti, la garanzia di massima sicurezza per i consumatori, l'impegno ad uno sviluppo inclusivo delle istanze sociali ed ambientali in tutti i processi che governano l'attività svolta nei Paesi in cui il Gruppo opera.

Instaurare rapporti di ascolto, dialogo e trasparenza con le persone sono, secondo Branca, i requisiti principali per garantire un ambiente di lavoro sereno e, al contempo, per favorire il successo dell'organizzazione. L'approccio del Gruppo Branca International prevede la valorizzazione delle proprie risorse e l'impegno nel comprendere le loro esigenze e aspettative, ad esempio favorendo l'adozione di una serie di progetti e iniziative di welfare aziendale al fine di consentire un miglioramento della qualità della vita, e garantendo la quasi totalità di contratti a tempo indeterminato.

Branca International, inoltre, pone grande attenzione al rispetto dei diritti fondamentali dei lavoratori, tema che rappresenta una parte integrante della cultura d'impresa di Branca. 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 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 ha inoltre implementato 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, 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, 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 IN BRANCA*

Sin dal suo insediamento, nel 1999, l'attuale Presidente e Amministratore Delegato Niccolò Branca ha posto le basi per lo sviluppo dei principi dell'Economia della Consapevolezza e per la loro applicazione all'interno dell'azienda: un nuovo approccio imprenditoriale che pone le persone al centro del pensiero e dell'agire del Gruppo e in sintonia con l'ambiente e la comunità.

L'espressione "Economia della Consapevolezza" trae origine dal significato etimologico di "economia" (dal greco oikos - casa, dimora - e nomos - norma, regola) come un dimorare in sintonia con sé stessi e con tutto ciò che ci circonda, e dall'idea di consapevolezza come senso del limite, come equilibrio nella produzione, nel consumo e nella crescita.

Proprio su questi principi si basano i pilastri della sostenibilità aziendale per il Gruppo

Branca International, ovvero sulla consapevolezza dell'interdipendenza esistente tra gli aspetti economici, sociali, ambientali e umani nel fare impresa.

Da sempre Branca ha lavorato per il mantenimento di alcuni valori fondamentali quali la naturalità dei prodotti, la qualità, la tutela dell'ambiente e la sicurezza nei luoghi di lavoro ed è convinta che il profitto sia essenziale per contribuire concretamente anche alla prosperità collettiva, se perseguito nel rispetto dell'etica.

Solo attraverso la creazione di un utile, infatti, l'azienda è in grado di retribuire il personale, di pagare i fornitori, di effettuare investimenti in ricerca e sviluppo, di partecipare così, con il pagamento delle proprie tasse, ai costi dei servizi resi dallo Stato: se l'azienda ha un andamento positivo, significa che sta creando benessere per la collet-

tività. Secondo Branca, tuttavia, il profitto va perseguito nel pieno rispetto delle persone, dell'ambiente in cui opera, delle comunità che la ospitano e del consumatore finale, ricordandosi che siamo tutti interconnessi l'uno con l'altro e con l'ambiente che ci circonda e che esiste un obiettivo comune: proprio per questo ritiene un dovere morale esaminare anche aspetti non finanziari quando vengono valutati nuovi scenari di business.

Gli obiettivi del Gruppo, 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, anche in accordo con la definizione data dai GRI Standard, sono quei soggetti, gruppi o singoli, che ragionevolmente si ritiene siano interessati in modo significativo da attività, prodotti e/o servizi dell'organizzazione o le cui azioni ci si aspetta possano influenzare la capacità dell'organizzazione di implementare con successo le proprie strategie e di raggiungere i propri obiettivi. Essi rappresentano per il Gruppo gli interlocutori primari con cui relazionarsi e verso i quali indirizzare le scelte strategiche e le azioni quotidiane.

Lo sviluppo di una collaborazione attiva e di momenti di confronto e dialogo con gli

stakeholder costituiscono momenti fondamentali per accrescere la percezione del Gruppo Branca International nell'ambiente esterno nonché tra gli interessi e le attese dei propri portatori di interesse. Nel corso del 2019, in occasione della redazione del Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza, Branca ha aggiornato la mappatura degli stakeholder, con l'obiettivo di meglio definire la loro rilevanza e l'influenza delle loro aspettative sulle azioni strategiche messe in pratica dal Gruppo. Tale mappatura è stata confermata anche per il 2022.

La mappatura ha permesso, oltre che di identificare i soggetti di particolare rilievo alla luce dei cambiamenti

intercorsi all'interno del Gruppo e del contesto in cui opera anche di individuare per ciascuna categoria di stakeholder specifiche aree di interesse che circoscrivono gli ambiti di intervento prioritario. L'identificazione di tali aspetti prioritari risponde alla necessità di coniugare e allineare il più possibile le priorità di business con gli interessi espressi dagli stakeholder, per dare profondità prospettica all'azione del Gruppo. Branca International è sempre più consapevole, infatti, che la soddisfazione delle esigenze e delle aspettative legittime dei propri stakeholder sia uno dei principali strumenti che le consente di creare valore in tutti i territori nei quali opera.

CATEGORIA DI STAKEHOLDER

RILEVANZA E MODALITÀ DI INTERAZIONE

## CLIENTI

I clienti sono i primi interlocutori del Gruppo Branca International: 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. Al fine di comprenderne le esigenze, il Gruppo 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 di Branca International. Nelle molteplici occasioni, in cui si relaziona ai consumatori finali, il Gruppo si assicura che i suoi messaggi siano veicolati in modo coerente e responsabile.

## AZIONISTI

Gli azionisti di Branca sono sempre più attenti alle modalità con cui il Gruppo 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 del Gruppo, è l'ottica con la quale Branca guarda al futuro.

Branca International 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.

## FORNITORI

---

Branca è sempre stata 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 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.

## COMUNITÀ LOCALI

---

Le persone, considerate come un fine e non come mezzo, rappresentano la risorsa più preziosa per Branca International. Il Gruppo 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.

## DIPENDENTI

---

I rapporti con la Pubblica Amministrazione si ispirano ai principi di correttezza e trasparenza e sono gestiti con imparzialità. Il Gruppo 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.

## PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

---

Il dialogo continuo con le associazioni di categoria consente al Gruppo 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.

## ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

---

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.

## STAMPA/MEDIA

---

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 Branca rispetto alla concorrenza. In quest'ottica, il Gruppo organizza periodicamente molteplici iniziative volte a coinvolgere e motivare i bartender.

## BARTENDER

---

# I temi della sostenibilità e l'analisi di materialità

L'individuazione dei temi considerati più distintivi e rilevanti per il business rappresenta lo strumento principale per definire strategie di creazione di valore, garantire la realizzazione delle attività e stabilire i contenuti di comunicazione e di dialogo con gli stakeholder. Negli scorsi anni, il Gruppo, in seguito all'adozione delle linee guida per il reporting di sostenibilità GRI Standard, ha individuato i temi "materiali", cioè le tematiche maggiormente rilevanti sulla base delle quali sviluppare il proprio reporting di sostenibilità. L'analisi di materialità, ovvero il processo per l'identificazione delle tematiche di sostenibilità da rendicontare è stato realizzato in tre fasi che hanno visto il coinvolgimento delle diverse anime del Gruppo e dei diversi Paesi.

Al fine di identificare una prima long-list di temi della sostenibilità potenzialmente rilevanti per il Gruppo Branca International, in linea con le best practice e i macrotrend di settore, sono state analizzate diverse pubblicazioni rilevanti per il settore del food&beverage, ed un panel di peer e competitor. In un secondo momento, con l'obiettivo di individuare i temi realmente materiali e più rilevanti per il business di Branca, 26 persone, tra CEO e prime linee di Italia, Argentina e USA, sono state chiamate a valutare il livello di rilevanza di ciascuna tematica (su una scala da 1 a 10) sia dal punto di vista interno, sia per i principali stakeholder. I temi che hanno ricevuto una valutazione superiore a 7 e quindi con rilevanza alta o molto alta sono state individuate come materiali.

Nel corso del 2022, il Gruppo ha aggiornato l'analisi di materialità considerando i principi e le linee guida conseguenti all'aggiornamento dei GRI Universal Standards 2021, introducendo, in particolare, il concetto di impact materiality o materialità di impatto. Il nuovo processo prevede di identificare i temi materiali sulla base della significatività, ovvero il livello di beneficio o di gravità, dei relativi impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, che l'organizzazione genera o potrebbe generare su economia, società e ambiente. L'analisi dei trend di settore e dei documenti di sostenibilità pubblicate dai peer ha permesso di identificare gli impatti attuali e potenziali correlati ai temi materiali per Branca, che, sostanzialmente confermano la rilevanza delle tematiche che erano già emerse nel corso del 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. 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 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, Branca riesce comprenderne al meglio le necessità e ad offrire prodotti in linea con le loro esigenze.	Attuale

DIMENSIONE ESG	TEMA MATERIALE	IMPATTI CORRELATI	NATURA DELL'IMPATTO
<b>TEMI SOCIALI</b>	• 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
<b>TEMI AMBIENTALI</b>	• 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.	Attuale

Rispetto alla lista delle tematiche materiali individuate all'interno del Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza 2021, si segnala che il tema "Strategia di sostenibilità integrata" è stato incorporato all'interno del tema "Legalità, trasparenza, etica e integrità di business", in quanto, la strategia di sostenibilità viene considerata un prerequisito trasversale a tutte le tematiche ESG, nonché uno strumento fondamentale per guidare gli organi di governance nella conduzione responsabile del business.

I temi materiali guidano la stesura del Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza, e, sulla base di essi sono stati definiti gli indicatori, i dati e le informazioni da rendicontare all'interno del documento. Nondimeno, la definizione di tali temi diverrà in futuro il principale strumento adottato dal Gruppo per la predisposizione di politiche e strategie di sostenibilità, per cogliere i cambiamenti rispetto al contesto spazio-temporale nel quale opera e per individuare le aree sulle quali focalizzare le proprie attività di stakeholder engagement.

# Branca e l'Agenda 2030

## GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE DELL'ONU

Nel 2015, le Nazioni Unite hanno approvato l'Agenda Globale per lo Sviluppo sostenibile che si articola in 17 Obiettivi (Sustainable Development Goals – SDGs), collegati a 169 target e oltre 240 indicatori per il monitoraggio, da raggiungere entro il 2030. In considerazione del livello e dell'ampiezza degli obiet-

tivi, l'attuazione dell'Agenda necessita di un forte coinvolgimento di tutte le componenti della società, dalle imprese fino al settore pubblico, dalla società civile alle istituzioni filantropiche, dalle università ai centri di ricerca, agli operatori dell'informazione e della cultura.



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 di fare business e di intendere lo sviluppo, Branca International 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, oltre che nella rendicontazione, per dare evidenza del contributo del Gruppo Branca International al loro raggiungimento.

SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS

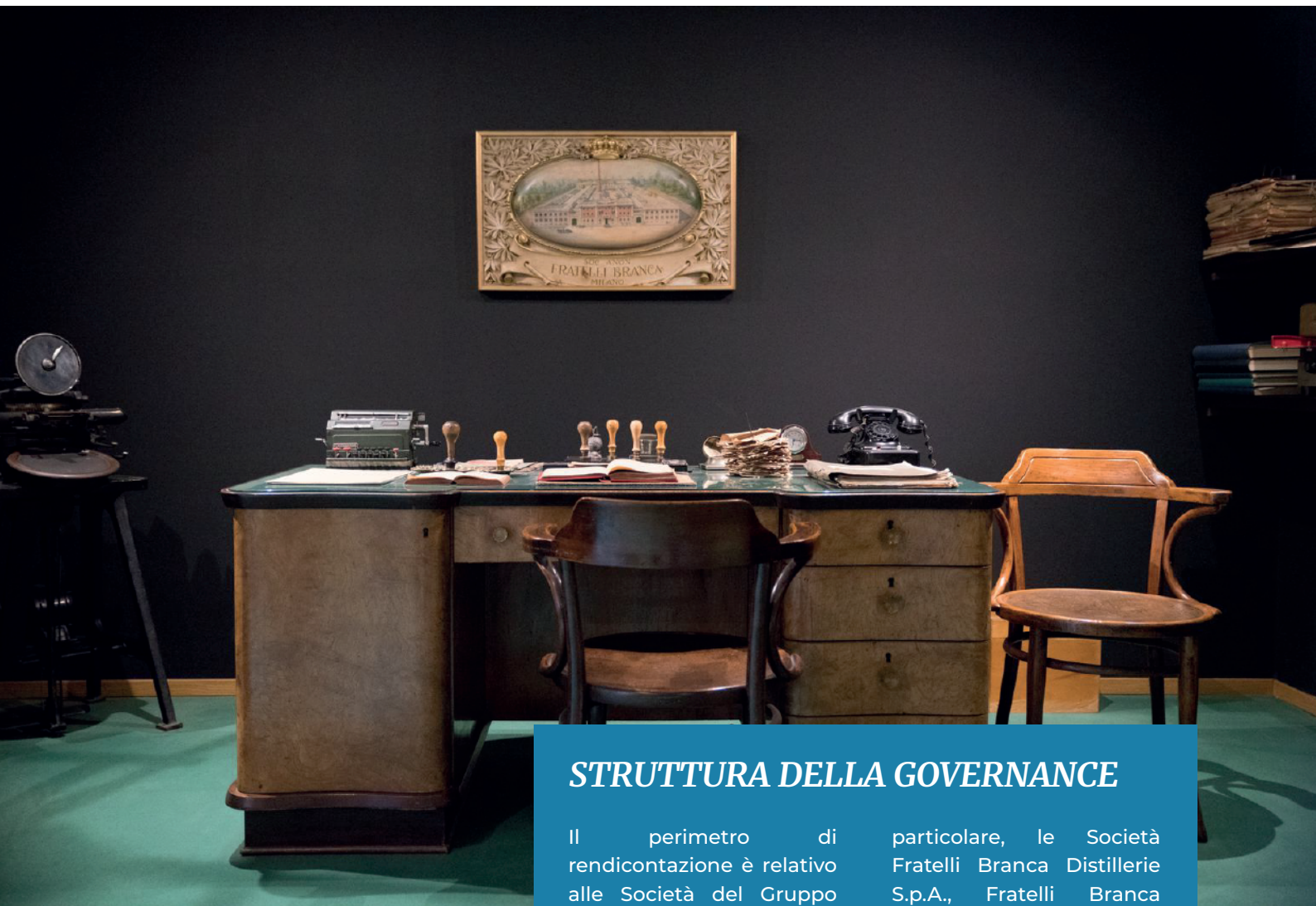
SDG	DESCRIZIONE OBIETTIVO	TEMI SOSTENIBILITÀ BRANCA INTERNATIONAL*	TARGET SDGs COLLEGATI
	Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto</li> <li>• Marketing, comunicazione e consumo responsabili</li> <li>• Salute e sicurezza sul lavoro</li> <li>• Welfare aziendale e benessere</li> <li>• Sviluppo di iniziative e coinvolgimento delle comunità locali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3.5 Rafforzare la prevenzione e il trattamento di abuso di sostanze, tra cui abuso di stupefacenti e l'uso nocivo di alcool</li> <li>• 3.6 Entro il 2030, dimezzare il numero di decessi a livello mondiale e le lesioni da incidenti stradali</li> </ul>
	Assicurare un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sviluppo, formazione del capitale umano e Meritocrazia collaborativa</li> <li>• Welfare aziendale e benessere</li> <li>• Sviluppo di iniziative e coinvolgimento delle comunità locali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>
	Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment di tutte le donne e le ragazze	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welfare aziendale e benessere</li> <li>• Diversità, inclusione e Diritti umani</li> <li>• Sviluppo di iniziative e coinvolgimento delle comunità locali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5.1 Porre fine a ogni forma di discriminazione nei confronti di tutte le donne, bambine e ragazze in ogni parte del mondo</li> <li>• 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</li> </ul>
	Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efficienza energetica e climate-change</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 7.2 Entro il 2030, aumentare notevolmente la quota di energie rinnovabili nel mix energetico globale</li> </ul>
	Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creazione e distribuzione del valore economico</li> <li>• Salute e sicurezza sul lavoro</li> <li>• Gestione responsabile della catena di fornitura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> <li>• 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</li> </ul>
	Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Economia circolare e riciclabilità</li> <li>• Gestione responsabile della catena di fornitura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12.5 Entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo</li> <li>• 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</li> </ul>



	DESCRIZIONE OBIETTIVO	TEMI SOSTENIBILITÀ BRANCA INTERNATIONAL*	TARGET SDGs COLLEGATI
	Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efficienza energetica e climate-change</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 13.2 Integrare nelle politiche, nelle strategie e nei piani nazionali le misure di contrasto ai cambiamenti climatici</li> </ul>
	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legalità, trasparenza, etica e integrità del business</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16.5 Ridurre sostanzialmente la corruzione e la concussione in tutte le loro forme</li> </ul>

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

# Governance aziendale



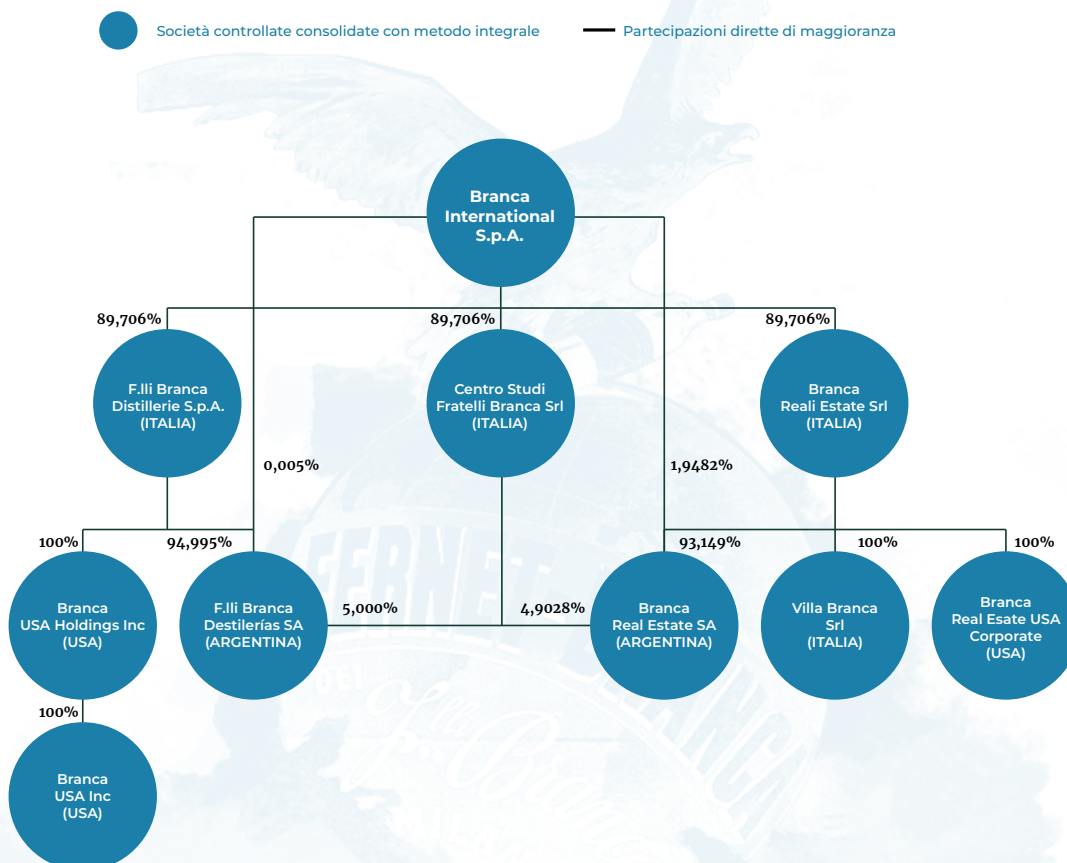
## STRUTTURA DELLA GOVERNANCE

Il perimetro di rendicontazione è relativo alle Società del Gruppo Branca International. 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 Sr.l<sup>4</sup> non essendo produttive rendicontano solo gli indicatori rilevanti negli ambiti sociale e di governance.

<sup>4</sup> 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 sistema di governo societario del Gruppo Branca International 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. 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, Branca dispone di un Modello Organizzativo 231. I principali organi che intervengono nelle attività di governance del Gruppo Branca sono:

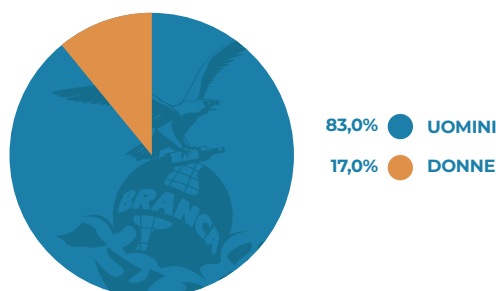
- **Collegio Sindacale** conduce una costante attività di monitoraggio allo scopo di garantire la conformità delle attività degli organi aziendali alle direttive interne e all'oggetto sociale perseguito da Branca. Inoltre, assicura la salvaguardia del patrimonio aziendale, l'attendibilità dei dati e la prevenzione di frodi ed errori materiali;

- **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.

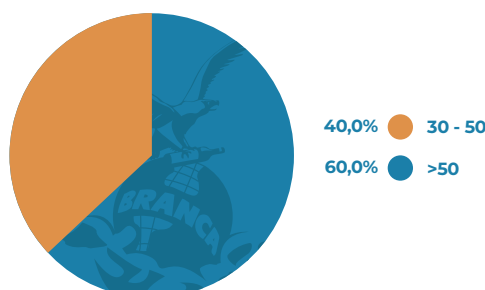
In virtù del controllo da parte della Capogruppo, la compagine azionaria di Fratelli Branca Distillerie fa capo al 100% alla famiglia Branca. Il Consiglio di Amministrazione di Branca International S.p.A. è stato nominato dall'Assemblea in data 25 giugno 2020 con validità triennale ed è presieduto da Niccolò Branca che è anche Amministratore Delegato della Capogruppo, Presidente e Amministratore Delegato di Fratelli Branca Distillerie e Presidente di Fratelli Branca Destilerías. In linea con quanto esplicitato nel Codice Etico, il Gruppo 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, le donne costituiscono il 17% del totale dei membri. Rispetto alla composizione anagrafica, il 40% del totale è costituito da membri tra i 30 e i 50 anni d'età e il restante 60% da membri oltre i 50 anni.

**PRESENZA FEMMINILE ALL'INTERNO DEI CDA DELLE SOCIETÀ DEL GRUPPO NEL 2022 (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 vede la presenza di 9 membri, di cui 3 donne (il 33% del totale), mentre gli Amministratori di Fratelli Branca Destilerías sono 7, di cui 2 donne (il 29% del totale), il CdA di Branca USA, infine, è composto da 5 membri uomini. Nessun membro dei CdA ha meno di trent'anni e, pressoché in linea con l'andamento del Gruppo il 43% di essi ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni e il 57% supera i 50 anni.

## 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 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 di 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:

Grazie agli strumenti precedentemente descritti, 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 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 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 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 Branca International 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 contribuito a implementare l'idea originale.

La Meritocrazia collaborativa ha il merito di favorire la condivisione di idee e proposte e di sviluppare nei singoli un forte senso di auto-responsabilizzazione, basato sulla consapevolezza che i benefici e il benessere dell'azienda e della singola risorsa sono coincidenti e intrinsecamente collegati.

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.

- il Codice Etico, stilato nel 2006 a seguito dell'evoluzione ed espansione del Gruppo, 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 di 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 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 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 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 di Branca nella gestione delle tematiche di Corporate Social Responsibility.



# Valore economico direttamente generato e distribuito



Anno dopo anno, Branca continua ad esportare nel mondo il Made in Italy, il proprio modello di impresa consapevole e la qualità dei propri prodotti, perseguendo una strategia basata sulle seguenti leve strategiche:

## LEVE STRATEGICHE DI BRANCA

- I BRAND
- L'HERITAGE DOVUTO ALLA PRESENZA SUL MERCATO CON IMPORTANTI E INNOVATIVI INVESTIMENTI PUBBLICITARI DA 175 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 International 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 da scelte del Gruppo. 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. L'evento ha prolungato ed aggravato la situazione di incertezza che era stata causata dalla pandemia da COVID-19 e dai gravi danni socioeconomici a livello macroeconomico che ne sono derivati. Tra le principali conseguenze dello scoppio del conflitto 2022 si segnala 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 2022 è stato un anno positivo per Branca, che ha beneficiato di un aumento dei consumi, che, seppur con attenzione sempre maggiore alla convenienza, hanno definitivamente recuperato i livelli pre-covid. In Italia, nel suo specifico comparto, Fratelli Branca Distillerie ha presidiato le quote di mercato a valore

che si sono confermate complessivamente a 6,2 punti e ha registrato un aumento di +0,1 punti della quota di mercato a volume a 5,5. Hanno guidato la crescita i brand Caffè Borghetti, Candolini e Carpano.

In Argentina, Fratelli Branca Destilerias SA ha ottenuto una crescita del fatturato del 23,7%, un aumento dei volumi totali venduti del +11,2% rispetto all'esercizio precedente e una crescita della quota di mercato del +0,1 % in volume, raggiungendo un totale del 48,2%. La Società ha registrato le positive prestazioni della linea di vodka Semova e dei vermouth Carpano con aumenti dei volumi di vendita ben al di sopra della media complessiva 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 Branca. In linea con i precedenti anni la Società si è impegnata a consolidare le basi per una crescita solida, sostenibile e duratura. Nel 2022 i ricavi netti delle vendite hanno registrato un incremento percentuale del 17,17% rispetto all'esercizio precedente. La Società ha raggiunto, nel 2022, risultati da record in termini di quote di mercato, volumi distribuiti e margini operativi.

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 compete.

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

- **proseguimento e consolidamento dello sviluppo internazionale del gruppo;**
- **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 dei brand;**
- **consolidamento di un modello di business sostenibile che integri gli aspetti ESG lungo tutta la catena del valore.**



# Risultati del Gruppo

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 2022 dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico consolidato delle Società appartenenti al Gruppo, ovvero Branca International S.p.A., Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerías S.A., Branca USA Inc., Branca USA 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.

<i>PRINCIPALI VOCI DEL CONTO ECONOMICO</i>	<i>CONSOLIDATO DI GRUPPO</i>		
<b>IMPORTO IN €/000<sup>5</sup></b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>RICAVI</b>	<b>216.146</b>	<b>307.473</b>	<b>420.142</b>
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO</b>	<b>79.586</b>	<b>124.920</b>	<b>192.219</b>
<b>RISULTATO OPERATIVO</b>	<b>73.545</b>	<b>111.379</b>	<b>179.803</b>
<b>RISULTATO NETTO</b>	<b>33.899</b>	<b>36.451</b>	<b>51.872</b>

Come indicato in tabella, le principali voci del Conto Economico (Ricavi, Margine Operativo Lordo, Risultato Operativo e Risultato Netto) riferite all'anno 2022, evidenziano un notevole incremento rispetto al precedente anno. In particolare, i ricavi delle vendite e delle prestazioni sono incrementati di €/000 112.669 (+36,6%) rispetto al 2021, attestandosi a €/000 420.142 nel 2022, contro i €/000 307.473 del precedente anno. Detto incremento è il risultato di una crescita del volume di affari delle tre Società operanti nel settore della produzione e commercializzazione degli alcolici del Gruppo Branca International.

Complessivamente, l'aumento nei ricavi è stato supportato da un incremento dei volumi produttivi, che, nel 2022, sono stati pari a circa 84 mila di tonnellate, in aumento del 16,2% rispetto ai risultati ottenuti durante l'anno precedente. Anche 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.

I risultati ottenuti nel 2022 sono ancora più apprezzabili se si considera che, nei primi mesi dell'anno, oltre agli strascichi causati dalla pandemia di Covid 19, 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 di Gruppo. Come si evince dalla tabella, l'Attivo Circolante e i Debiti a fine 2022 sono aumentati in parte per la crescita del giro di affari del Gruppo (magazzino e debiti commerciali) e in parte per la liquidità prodotta dal Gruppo (disponibile e investita), mentre il Patrimonio Netto è aumentato del 6% circa prevalentemente per l'utile netto generato nel 2022.

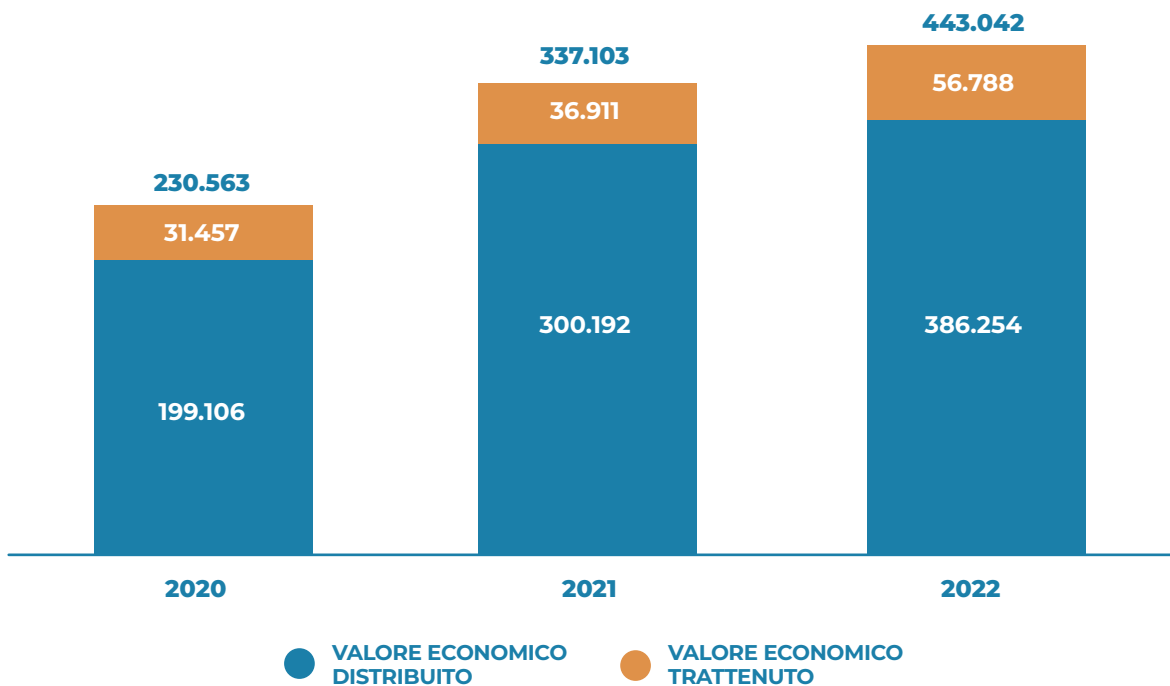
<i>PRINCIPALI VOCI DELLO STATO PATRIMONIALE</i>	<i>CONSOLIDATO DI GRUPPO</i>		
<b>IMPORTO IN €/000</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>ATTIVO CIRCOLANTE</b>	<b>620.423</b>	<b>694.231</b>	<b>741.112</b>
<b>ATTIVO FISSO</b>	<b>173.491</b>	<b>179.982</b>	<b>187.577</b>
<b>PATRIMONIO NETTO</b>	<b>737.091</b>	<b>772.884</b>	<b>818.427</b>
<b>DEBITI</b>	<b>53.411</b>	<b>94.866</b>	<b>106.211</b>

# Valore economico direttamente generato e distribuito

Nel 2022, tramite lo svolgimento delle attività di business, Branca ha generato un valore economico pari a 443,05 mln, valore in crescita del 31,5% rispetto al 2021. Tale andamento, come già indicato al paragrafo precedente, è in parte dovuto alla ripresa economica dei mercati di riferimento, e, in parte dovuta ad una effettiva crescita del giro d'affari del Gruppo, e dal conseguente aumento dei volumi di vendita, prevalentemente in Italia, , Argentina e Stati Uniti. Anche l'incidenza dei costi della

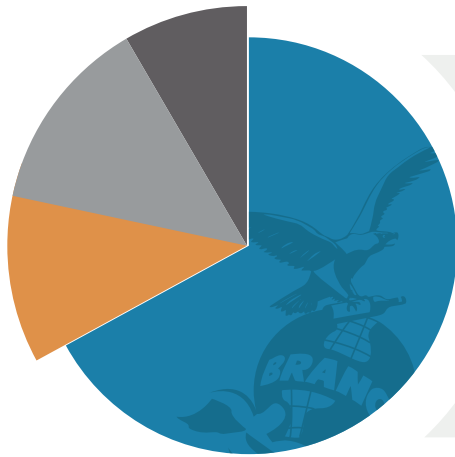
produzione è diminuita nonostante il generale rialzo dei prezzi; tale miglioramento è attribuibile essenzialmente ai maggiori volumi venduti che hanno consentito un buon assorbimento dell'aumento dei costi. Oltre l'87% del valore generato (corrispondente a 386,3 mln di €), è stato distribuito ai diversi stakeholder. Il valore distribuito è in crescita del 29% rispetto al 2021 (confermando il trend in aumento che era già stato registrato nel 2021 rispetto al 2020).

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



Più nello specifico, come rappresentato nel grafico sottostante, oltre il 60% 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 22% ai fornitori di capitali<sup>6</sup>. In

minor misura, il 9,6% 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.



60,12% ● COSTI OPERATIVI

8,00% ● COSTI DEL PERSONALE E BENEFIT

22,17% ● PAGAMENTI AI PRESTATORI DI CAPITALE

9,63% ● PAGAMENTI PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

0,08% ○ INVESTIMENTI NELLE COMUNITÀ

<sup>6</sup> In tale valore sono stati incluse la contabilizzazione del consolidamento dell'iperinflazione in Argentina e altre valutazioni finanziarie incluse nella voce del Conto Economico C17) Interessi e altri oneri finanziari

Complessivamente, il valore economico trattenuto, pari alla differenza tra valore generato e distribuito, risulta pari a circa 56,8 mln di €, in aumento del 54% rispetto all'anno

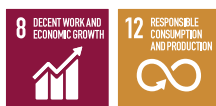
precedente è in aumento anche come quota trattenuta rispetto al valore economico generato (nel 2022 pari al 13%, nel 2021 pari all'11%).



# L'Ecceellenza dei prodotti in Branca

Qualità e innovazione Made in Italy, nel rispetto della tradizione, sono i valori che hanno da sempre contraddistinto i prodotti Branca, rendendoli unici e per questo così apprezzati nel mondo.

L'accurata selezione dei diversi ingredienti impiegati nel processo produttivo, così come il rispetto delle formule tradizionali, tramandate di generazione in generazione e mai alterate, hanno permesso a Branca International di garantire un rigoroso controllo della qualità dell'intera filiera produttiva.



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

Per rispondere a standard qualitativi sempre più elevati ed offrire ai consumatori prodotti di eccellenza, Branca segue con cura l'intero processo produttivo e collabora a stretto contatto con tutti i fornitori coinvolti. Tale collaborazione è tanto più fondamentale in quanto le fonti di approvvigionamento delle materie prime, in particolare di piante aromatiche, sono distribuite in quattro continenti.



**1** MATERIE PRIME

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

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

FABBRICAZIONE



**3** IMBOTTIGLIAMENTO

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

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

LOGISTICA



**5** CONSUMO

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

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

RICICLO E RIUTILIZZO



# Gestione responsabile della catena di fornitura

Il Gruppo Branca International 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 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 Branca, sia per garantire la qualità dei propri prodotti, sia per assicurare la creazione di relazioni con interlocutori idonei.

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. Nel Gruppo Branca International, 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.

Branca, oltre a rispettare tassativamente tali normative, si preoccupa anche di diffondere presso i propri fornitori i valori e i principi espressi all'interno del Codice Etico e di verificarne 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 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 detengono 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.

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.

Nelle pagine seguenti si presentano alcuni approfondimenti quali-quantitativi relativi alla catena di fornitura di Fratelli Branca Distillerie, Fratelli Branca Destilerías e Branca USA. 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.

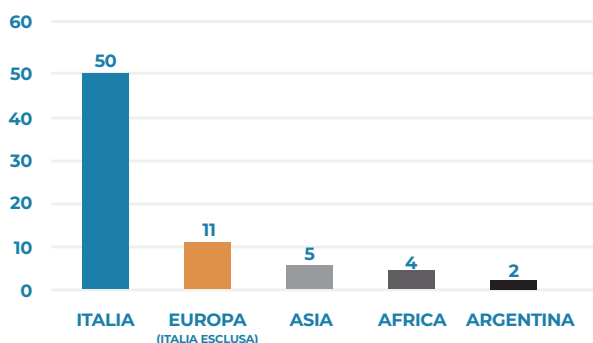
# Fratelli Branca Distillerie S.p.A

Nel 2022, Fratelli Branca Distillerie 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 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.

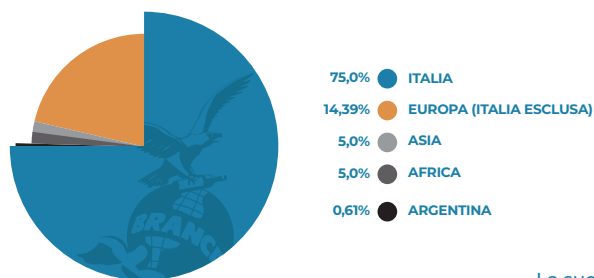
## Numero fornitori per area geografica (n°)



Come emerge dalla tabella sopra riportata, circa il 70% dei fornitori opera su suolo italiano e circa il 75% del valore degli ordini effettuati nel 2022 è stato indirizzato a fornitori italiani o europei: ciò è dovuto in larga parte alla scelta di servirsi di fornitori locali per

l'approvvigionamento dei materiali per il packaging - categoria che maggiormente incide sull'ordinato - al fine di garantire la qualità e minimizzare l'impatto della logistica. Diverso, invece, lo scenario relativo ad altre tipologie di

## Valore ordini per area geografica (%)



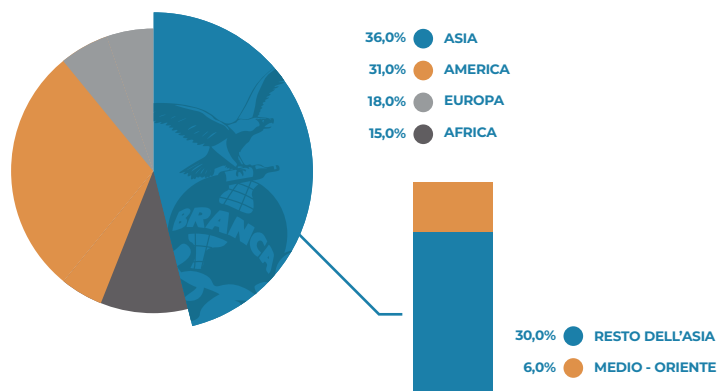
materie prime, come le erbe, spezie e radici, ovvero quegli elementi più direttamente correlati alla qualità del prodotto. In questo caso emerge infatti, come si può notare nel grafico sottostante, una panoramica maggiormente internazionale, che indica

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 tali materiali provengano da diverse aree del mondo, in particolare dal continente asiatico e dal Sud America, a testimonianza della ricerca dell'eccellenza da parte del Gruppo, che nel corso degli anni ha individuato e selezionato le materie prime migliori da destinare alla propria produzione.

### MATERIE PRIME SECCHIE (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.

Dal 2022, Fratelli Branca Distillerie sta lavorando al perfezionamento di tre nuovi moduli interni che hanno lo scopo di integrare ulteriormente le procedure che sono già in essere da tempo in ambito qualità, per la gestione delle non conformità lato consumatori, clienti, terzisti e fornitori. Periodicamente, ove necessario, la Società organizza incontri con i terzisti al fine di analizzare gli andamenti dei reclami e implementare azioni correttive.

La Società lavora quotidianamente per la creazione di sinergie virtuose con fornitori sensibili alle tematiche di sostenibilità. A conferma di ciò, l'86% dei fornitori di Fratelli Branca Distillerie è in possesso di almeno una certificazione tra sistema di gestione della qualità, ambiente, energia, salute e sicurezza dei lavoratori e/o sicurezza alimentare

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 2022, 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 sta inoltre lavorando all'implementazione di una strategia di "Green Procurement", che garantisce l'approvvigionamento di prodotti e servizi più green e sostenibili possibile, anche tenendo conto di una valutazione costi-benefici.

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

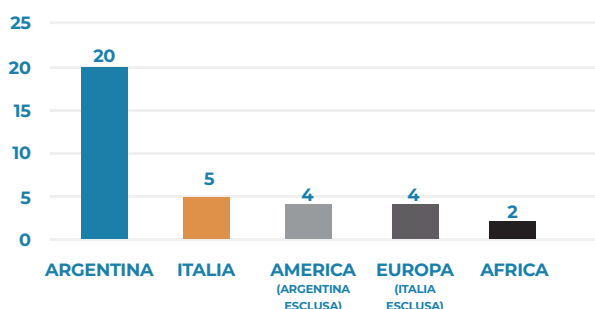
# Fratelli Branca Destilerías

Fratelli Branca Destilerías, 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 **i m p o r t a t e**. 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

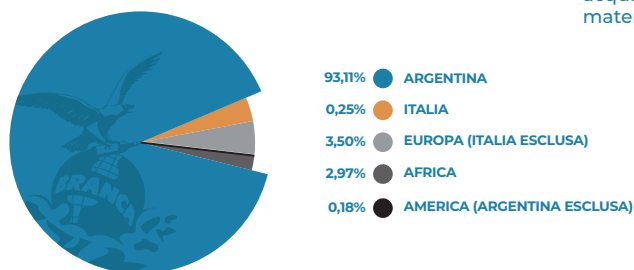
selezione del fornitore. Trattandosi in entrambi i casi di siti produttivi, le principali tipologie di beni e servizi acquistati da Fratelli Branca Destilerías sono le materie prime (zafferano, aloe ferox, gomma mirra, agarico e soprattutto alcol): per il 31% dell'acquisto totale e le forniture per l'imbottigliamento (bottiglie, capsule in alluminio a prova di furto, etichette, scatole di cartone) per il 15% dell'acquisto totale. Nel 2022, Fratelli Branca Destilerías ha collaborato con 35 fornitori: il dettaglio del valore per area geografica si evince dal grafico. Come per Fratelli Branca Distillerie, parte degli acquisti di Fratelli Branca Desti-

lerías avviene attraverso l'impiego di broker, la cui provenienza può essere diversa rispetto all'origine del materiale acquisito. Il 57% dei fornitori opera in Argentina e il valore degli ordini emessi risulta essere concentrato per la quasi totalità, ovvero per il 93,1% in Argentina. Se si analizzano invece altre tipologie di materie prime, come ad esempio le erbe, le spezie, le radici, emerge una panoramica maggiormente internazionale che, come per la consociata italiana, indica come tali materiali provengano da varie parti del **m o n d o**.

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



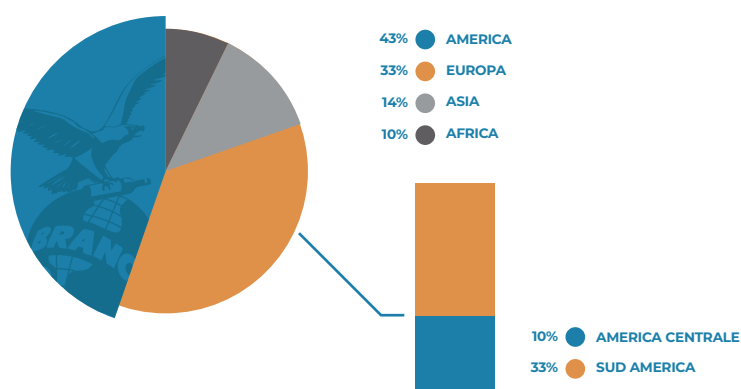
**Valore ordini per area geografica (%)**



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.

Con riferimento invece al processo di qualifica dei fornitori si segnala che, in linea con il 2021, il 100% dei fornitori qualificati di Fratelli Branca Destilerías è in possesso di almeno una delle seguenti certificazioni<sup>7</sup>:

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



<sup>7</sup> 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.

<b>ISO 9001</b> (sistema di gestione della qualità)	<b>81,8%</b>
<b>ISO 14001</b> (sistema di gestione ambientale)	<b>36,4%</b>
<b>OHSAS 18001/ISO45001</b> (sistema di gestione della salute e della sicurezza)	<b>18,2%</b>
<b>ISO 2200, BRC, IFS</b> (sistema di gestione della sicurezza alimentare)	<b>63,6%</b>



# Branca USA

Branca USA distribuisce i prodotti finali prodotti dalla sede centrale di Milano, pertanto anche nel 2022, l'Azienda ha intrattenuto rapporti con fornitori strumentali per l'offerta dei propri servizi e non legati ad attività produttive. Nello specifico, in linea con il precedente anno, l'Azienda ha lavorato con fornitori specializzati nella spedizione intermodale via mare di vino e liquori e con i fornitori di servizi di logistica di terzi per la distribuzione.

La catena di fornitura risente ancora degli strascichi causati dalla pandemia COVID-19, che nei primi anni di attività dell'Azienda, aveva reso difficile snellire il processo di approvvigionamento, aumentando le scorte nei magazzini. Ulteriori sfide derivanti dal nuovo conflitto causato dall'invasione della Russia in Ucraina, dalla congestione logistica nazionale e internazionale e dall'aumento costi di approvvigionamento, hanno spinto Branca USA a lavorare per efficientare i carichi, riducen-

do al minimo i livelli di inventario.

Nel corso del suo quarto anno di attività, 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, 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 SpA e i propri fornitori hanno consolidato 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:

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

Con lo sguardo al futuro, Branca USA ha partecipato ai webinar e alle conferenze tenute a distanza della Wine & Spirits Shippers Association, associazione che si occupa di negoziare i contratti di spedizione per conto degli importatori e dei distributori dell'industria del vino e degli alcolici, al fine di rimanere aggiornata sulle tendenze evolutive in merito alla catena di approvvigionamento per il settore.

# La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto



Per il Gruppo, assicurare l'eccellenza dei propri prodotti sul mercato è un obiettivo primario. In quest'ottica, qualità è sinonimo di eccellenza, una condizione raggiunta grazie al lavoro di tutte le persone che con costanza ed impegno agiscono quotidianamente per diffondere nel mondo i valori di un brand unico, costruito nel solco di una storia fatta di esperienza, capacità e rispetto di principi fondamentali e imprescindibili.

I prodotti Branca vengono proposti facendo leva sulla loro unicità, sulla tradizione - testimoniata attraverso ricette originali e tenute segrete nel tempo - e su un marchio riconosciuto nel mondo. La tutela dell'autenticità delle piante aromatiche e officinali e l'attenzione alla qualità degli ingredienti naturali importati da quattro continenti sono pertanto da sempre elementi imprescindibili dell'attività produttiva di Branca.

Il rispetto delle formule originali e il rigoroso controllo di qualità della filiera produttiva sono ancora oggi la conferma della ricerca dell'eccellenza in ogni ambito da parte del Gruppo. Al contempo, l'innovazione nel rispetto della tradizione, che passa anche dalle attività di ricerca e sviluppo, certificazione, fabbricazione, produzione e distribuzione, si rende strumentale per soddisfare le necessità dei propri consumatori, tutelandone la salute, in un mondo in costante evoluzione.

## FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Per garantire il miglioramento continuo dei propri processi produttivi e affermare la propria presenza nella filiera alimentare come sinonimo di qualità, Fratelli Branca Distillerie ha implementato un sistema di gestione della Qualità e Sicurezza Alimentare certificato secondo lo standard ISO 22000:2018. Tale Sistema di gestione è stato verificato e confermato nel mese di novembre 2022 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.

Alla base del Sistema di Gestione si colloca la Politica della Qualità aziendale, punto di riferimento per l'approccio societario alla qualità, che delinea le linee guida dell'approccio della Società alla tematica sulla base i valori fondanti indicati all'interno del Codice Etico. In linea con quanto previsto dalla documentazione di riferimento, Fratelli Branca Distillerie garantisce la sicurezza, qualità e affidabilità dei propri prodotti, che vengono realizzati facendo uso di strumenti e procedure tecnologiche sicure e avanzate, nel rispetto delle norme di legge e dei regolamenti vigenti nei Paesi in cui opera. Inoltre, in un'ottica di miglioramento continuo, la Società effettua un'attività costante di ricerca e sviluppo sia nell'ottica di adeguamento normativo, sia di

possibilità di offerta al mercato, adottando strumenti e sistemi di controllo all'interno dei processi produttivi e lungo la catena del valore. Per presidiare la catena del valore, Fratelli Branca Distillerie effettua verifiche di rispondenza delle materie prime alle specifiche definite, sia in fase di offerta che di acquisto, monitorando la filiera produttiva dall'ingresso delle materie prime fino alla distribuzione dei prodotti. Inoltre, in linea con la normativa vigente in materia di sicurezza alimentare, la Società è costantemente impegnata nella valutazione dei rischi per la salute dei consumatori lungo tutte le fasi del ciclo di vita dei prodotti e garantisce formazione periodica ai propri dipendenti impegnati nella produzione relativamente agli aspetti di igiene e sicurezza alimentare. Con l'intento di soddisfare il più possibile le esigenze dei consumatori, si segnala che la Società ha ricevuto le certificazioni Kosher e Vegan per i prodotti Fernet-Branca e Brancamenta. Con riferimento al presidio del processo produttivo, 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. 1169/2018). 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. Nel corso del 2022, in linea con le richieste normative, la Società italiana Fratelli Branca Distillerie ha avviato 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.

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, pervengono principalmente attraverso: il sito web, telefonate da parte dei consumatori o segnalazioni da parte delle

singole funzioni aziendali. Si segnala che nel corso del 2022 (in linea con i precedenti anni) non sono state riportate o rilevate non conformità relative a normative/codici di autoregolamentazione riguardanti l'informativa e l'etichettatura dei prodotti, né a seguito di controllo interno, né a fronte di ispezione da parte dell'autorità competente, il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, in merito all'etichettatura dei prodotti.

<sup>8</sup> Per maggiori informazioni si invita a consultare il seguente link: EUR-Lex - 32011R1169 - EN - EUR-Lex (europa.eu) 35

## FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

L'obiettivo di Fratelli Branca Destilerías, in linea con quello del Gruppo, 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 2022. 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.

In aggiunta, in ottica preventiva, l'Azienda implementa le seguenti iniziative:

- **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 2022 è stato mantenuto l'obiettivo aziendale di ricezione di un numero di reclami massimo da parte dei consumatori di 0,53 per 100.000 bottiglie all'anno.**
- **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 fornire il 99,96% prodotti rilasciati First Time Right, riducendo i costi di rilavorazione e i tempi di inattività.**

I risultati ottenuti nel corso del 2022 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 nel 2022, si citano in particolare:

- **Miglioramento della codicizzazione dei pallet, con conseguente ottimizzazione del registro di tracciabilità.**
- **Riduzione dell'impatto ambientale e ottimizzazione dei costi di stoccaggio e trasporto aumentando il numero di scatole per pallet.**
- **automazione del sistema di infusione nel processo, ottimizzando il controllo rigoroso dei dosaggi di alcol, infusione e acqua, migliorando l'igiene e ottimizzando i costi.**
- **36**
- **Installazione di nuovi serbatoi e attrezzature di filtraggio, per un'elaborazione ordinata della Vodka Sernova, ottimizzando gli spazi e le dinamiche del processo produttivo**

Oltre a garantire il presidio della tematica nelle fasi in cui è protagonista, l'Azienda 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 performato 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 completamente ai processi e alle procedure di Fratelli Branca Distillerie SpA. 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 SpA. Ne consegue che, nel corso dell'anno di rendicontazione, il 100% dei prodotti distribuiti è stato contrassegnato con etichette che riportavano informazioni utili ai clienti per fare scelte di acquisto responsabili e 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 Branca è impegnata attivamente nella promozione del consumo responsabile di bevande alcoliche: le campagne di comunicazione dell'azienda perseguono l'obiettivo di diffondere una cultura del bere di qualità che coincide con il piacere del gusto. L'idea di fondo, trasmessa da Branca, è che i propri prodotti possano aggiungere piacere alla vita, purché siano consumati in modo coscienzioso e moderato.

Pertanto, le attività di promozione e comunicazione sono condotte in linea con i regolamenti vigenti riguardanti le attività di marketing, rispetto ai quali non si segnalano casi di non conformità. A livello di etichettatura, le raccomandazioni sul consumo responsabile sono riportate sui prodotti di Fratelli Branca Distillerie in Italia e Fratelli Branca Destilerías in Argentina. Oltre alle necessarie avvertenze legali, vengono trasmessi anche messaggi che scoraggiano il consumo di bevande alcoliche da parte di donne in gravidanza e conducenti.

Anche nel corso degli eventi in presenza come per esempio le degustazioni, le Società attivano specifici meccanismi di controllo al fine di monitorare il consumo da parte dei visitatori, prevedendo l'installazione di poster informativi in merito al divieto di assunzione di alcolici da parte di minori nei propri stand promozionali e richiedendo la presentazione della carta d'identità. Per tutelare i minori, inoltre, l'accesso ai siti internet, sia istituzionali sia di prodotto, che costituiscono l'universo digital dei prodotti Branca è regolamentato da un sistema di age check che consente la fruizione dei contenuti solo agli utenti che abbiano conseguito la maggiore età.

Inoltre, le campagne pubblicitarie vengono

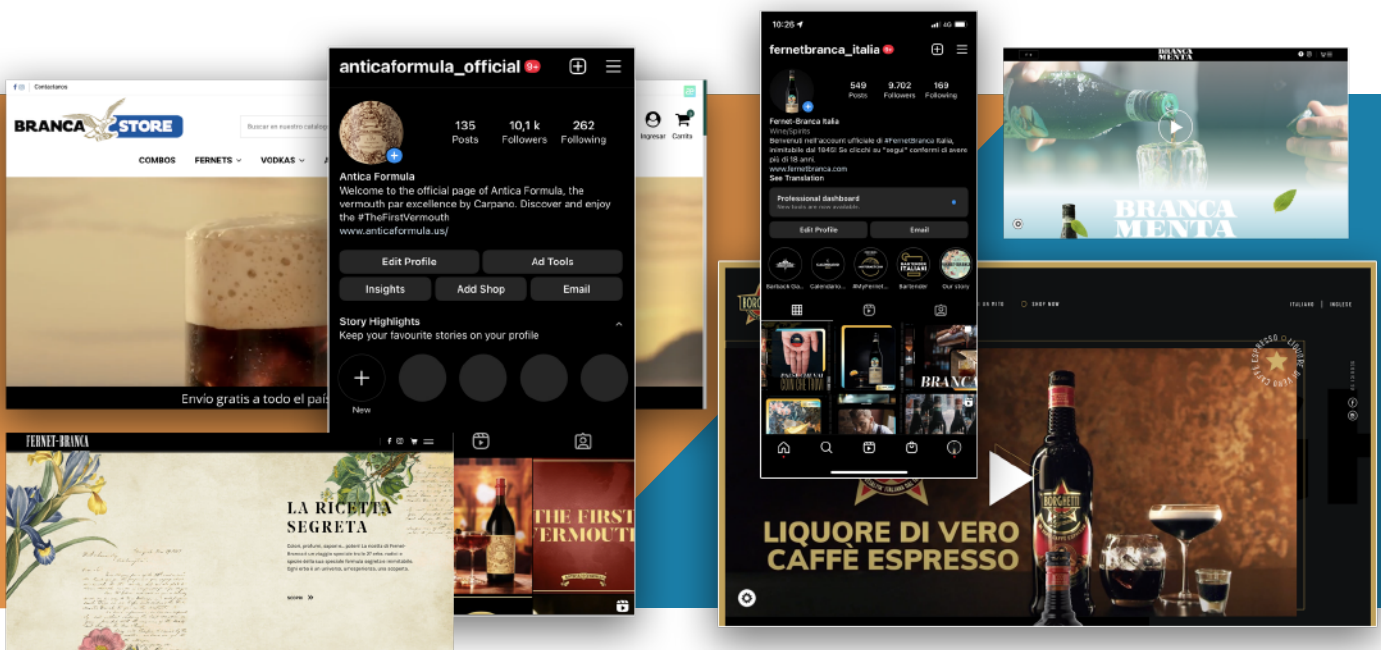
trasmesse esclusivamente in fascia oraria protetta e ogni annuncio, video promozionale o spot pubblicitario viene riporta l'avvertenza "Bevi responsabilmente". Le comunicazioni commerciali sono sempre attente al contesto e al contenuto al fine di trasmettere messaggi legati al consumo responsabile, con un'attenzione particolare alla tutela dei minori, al consumo di alcol alla guida e tra le donne in gravidanza.

A questo proposito, nel corso del 2022, Fratelli Branca Distilerias, ha stretto una partnership con Cabify, servizio di trasporto a chiamata che opera in Spagna e in America Latina, per rafforzare il messaggio: "Se bevi, non guidare" durante il "Mese del Consumo Responsabile". Inoltre, per supportare la campagna lanciata dalla Federación Argentina de Destilados y Aperitivos (FADA) "Menores Ni Una Gota"<sup>9</sup>, che punta a sradicare il consumo di alcolici da parte dei minori, l'Azienda ha inserito l'hashtag #MenoresNiUnaGota nelle e pubblicità televisive, cartacee o affissioni accanto alle avvertenze legali.

In generale, la comunicazione tramite social media è un'area fortemente presidiata: oltre alla Netiquette, che tramite la piattaforma Facebook invita al consumo responsabile dei prodotti, Branca svolge una regolare attività di monitoraggio dei contenuti digitali prodotti o veicolati dai propri fornitori. La Società segue costantemente le Fanpage – sia quelle gestite direttamente, sia quelle create da terzi – attraverso un sistema di moderazione attivo, e conduce un'attività di rassegna stampa online e tradizionale.

<sup>9</sup> Per ulteriori informazioni si invita a consultare il seguente link: [Menoresniunagota](#)





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 sia 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. Al contempo, Fratelli Branca Distillerie organizza masterclass di formazione destinate alla bartender community finalizzate alla presentazione/de gustazione/preparazione dei cocktail realizzati con prodotti Branca. Inoltre, credendo fortemente che, per promuovere il consumo responsabile e condividere con un pubblico esteso i propri valori, siano fondamentali il dialogo e la 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 opera. In Italia, il Gruppo 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". In Argentina, 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. Inoltre, la Cámara Argentina de Destiladores Licoristas ha predisposto un programma di Corporate Social Respon-

sibility connesso al tema del consumo responsabile, al quale la Fratelli Branca Destilerías partecipa, e che prevede, fra le varie attività, la sensibilizzazione di genitori e figli sui temi del consumo responsabile e del monitoraggio del tasso alcolico. Infine, negli Stati Uniti, 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.

# La soddisfazione dei clienti

La soddisfazione del cliente è uno degli obiettivi principali di Branca, che è estremamente attenta nel mantenere standard di qualità costante ed elevata, nel garantire attenzione ai clienti/consumatori raccogliendo le diverse richieste di informazioni, segnalazioni e lamentele e fornendo risposte adeguate. La soddisfazione del consumatore finale e il coinvolgimento della comunità dei bartender sono infatti considerati elementi fondamentali e distintivi per la riconoscibilità dei marchi del portafoglio Branca rispetto ai principali competitor per la creazione di una relazione preferenziale

con gli stakeholder rilevanti.

Al fine di mantenere con essi un dialogo costruttivo, il Gruppo mette a disposizione dei clienti/consumatori finali dei canali di comunicazione diretti, immediati e di facile reperibilità con le Società (soluzioni web, mail, inviti a visite presso lo stabilimento ecc.). Inoltre, al fine di coinvolgerli attivamente, le Società sviluppano attività di comunicazione fondate sulla trasparenza e sulla rilevanza dei contenuti per raccontare gli elementi di unicità e valorizzare gli elementi comuni tra i marchi e le comunità di cui fanno parte.

## FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

La Società mantiene un contatto diretto con i propri clienti grazie alla procedura interna sviluppata secondo lo standard ISO 22000:2018, per la gestione dei reclami, recependo eventuali segnalazioni pervenute tramite sito web, telefonate da parte dei consumatori o direttamente da parte delle funzioni aziendali, in un'ottica costruttiva al fine di soddisfare al meglio le richieste dei clienti. Per mantenere con essi rapporti duraturi nel tempo, la Società alimenta la relazione con i propri consumatori in modo costante attraverso i canali social di tutti i marchi del Gruppo, pubblicando contenuti relativi alle iniziative dei brand. In questo modo, la Società si avvale di un canale di comunicazione diretto con i propri consumatori che possono rilasciare spontaneamente commenti e osservazioni.

38

Nel corso del 2022, 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 2022, tenutosi a Milano. Alla fiera, dedicata al mondo della mixology, hanno partecipato i brand più rinomati del settore, tra cui Branca che ha offerto ai partecipanti la possibilità di degustare gli iconici prodotti Branca e le loro declinazioni nei diversi cocktail. Per l'occasione, la Società ha ideato uno stand d'effetto con diversi momenti di mixology, ospiti e focus dedicati<sup>10</sup>.

Sempre a Milano, la Società ha anche partecipato in veste di partner al progetto Natale in 5VIE, realizzato in collaborazione con il comune di Milano e Dada in Taverna, ristorante/cocktail bar in zona Brera. L'evento ha avuto scopo di animare la parte più antica del centro storico di Milano per il

periodo delle festività natalizie e si è rivelato essere un'occasione perfetta per far valere l'autentica "milanesità" di Branca".

Inoltre, la Società ha partecipato in qualità di main partner alla manifestazione "Torino Cocktail week". La settimana della miscelazione a Torino 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

<sup>10</sup> Per ulteriori dettagli, si invita a consultare il seguente link: [Fratelli-Branca-al-la-Milano-Mixology-Experience.docx \(live.com\)](#)



dei suoi prodotti, oltre ad una cultura del bere consapevole e responsabile, tramite la collaborazione con locali di alta qualità.

Fratelli Branca Distillerie ha organizzato a Roma i "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 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 2022. Nel corso delle due serate, Branca è stata presente con un suo stand e un programma di guest bartending<sup>11</sup>.

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<sup>12</sup> finalizzate nel consumo a casa, attraverso il posizionamento storico del prodotto "è come appare.



Oltre a quelle sopracitate, la Società ha portato le seguenti iniziative di marketing:

- **Fernet-Branca Special Pack:** composto da quattro Bicchieri di vetro Fernet-Branca raffiguranti quattro Manifesti Storici della Collezione Branca rivisitati in chiave moderna, contribuendo al ringiovanimento della marca attraverso grafiche accattivanti e moderne;
- **Stravecchio Special Pack:** per omaggiare gli acquirenti di Stravecchio con un mazzo di carte (francesi/da poker) personalizzate con l'immagine tratta da un dipinto della Collezione Branca;
- **Branca Special Pack:** per omaggiare gli acquirenti di Branca con l'iconico "ICE GLASS", bicchiere iconico di Branca caratterizzato da una sleeve grafica a effetto ghiaccio che enfatizzare la modalità di consumo ideale di Branca, rigorosamente ghiacciato;
- **Fernet-Branca Special Pack e Branca Special Pack:** per omaggiare gli acquirenti con una miniatura di Branca.



<sup>11</sup> Per ulteriori dettagli, si invita a consultare il seguente link [Fernet-Branca-Barback-Games-2022.-docx](https://www.fernet-branca.com/it/Barback-Games-2022) (live.com)

<sup>12</sup> Fonte dati Nielsen: tot italia Grande Distribuzione

## FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

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. In un'ottica di miglioramento continuo, la Società contatta i consumatori telefonicamente al fine di misurare il loro grado di soddisfazione nei confronti del servizio di gestione dei reclami. Grazie a questi canali, la Società ha potuto instaurare un confronto 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 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 2022 Fratelli Branca Destilerías ha preso parte le 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 2022 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. 1**
- **Sponsorizzazione di iniziative sportive e culturali, tra cui: la sponsorizzazione di campionati di calcio dilettantistici maschili e femminili che nel 2022 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 Millennials). 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. 2**

Inoltre, la Società organizza eventi e promuove campagne televisive e social volte a creare un clima di sano intrattenimento, valorizzando 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. 3

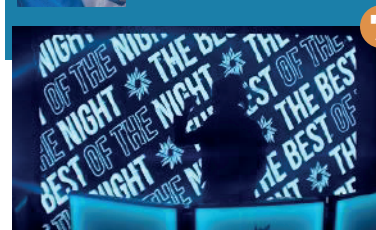
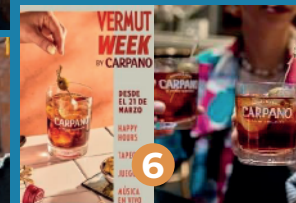
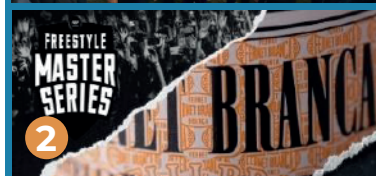
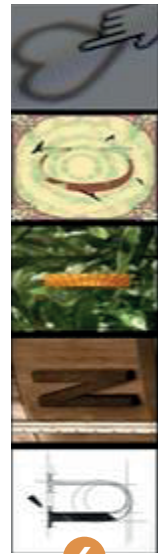
Per onorare le sue radici, i suoi 177 anni di tradizione e la sua inalterabile formula segreta, Fernet Branca ha presentato "ÚNICO". La campagna ha previsto la trasmissione di contenuti digitali, condivisi anche da alcuni tra gli influencer più amati del paese e televisivi. In quest'occasione, Fernet Branca ha presentato la latta in edizione limitata che ricorda i tini di rovere di Slavonia, dove il Fernet Branca riposa per 12 mesi per raggiungere l'esatto punto di maturazione che lo rende unico. La Società ha infine dato la possibilità a dieci persone selezionate tra le oltre 20.000 che hanno partecipato al concorso online "Branca abre sus Puertas", di visitare la distilleria dove viene prodotto il Fernet Branca<sup>13</sup>. 4

In occasione della Coppa del Mondo FIFA Qatar 2022, la Società ha condiviso uno spot televisivo che fa leva sul legame profondo che lega il

Fernet Branca e l'Argentina, trasmettendo il seguente messaggio: non importa in che parte del mondo ci si trovi, basta bere il Fernet Branca per sentirsi in Argentina. Sempre in occasione dei Mondiali, la Società ha venduto 1.000.000 bottiglie con sleeve dorata di Fernet Branca, che hanno accompagnato i festeggiamenti per tutta la Coppa del Mondo, e che sono state parte fondamentale della celebrazione di un risultato storico. 5

La Società ha poi organizzato una serie di eventi sul territorio che raccontano l'identità iconica ma anche versatile del brand Carpano. Nel marzo 2022 si è svolta la prima "Vermut Week" a Buenos Aires: in quest'occasione, Fratelli Branca Destilerías ha organizzato 7 giorni ininterrotti di festa in diversi bar di Buenos Aires con spettacoli di musica dal vivo, giochi e tapas accompagnati, ovviamente, dal Vermouth Carpano. 6

Infine, la Società ha realizzato una campagna televisiva e digitale volta a descrivere il carattere innovativo e divertente del brand Sernova, che conosce il meglio della notte. In particolare, la Società ha coinvolto un gruppo di celebrità e influencer in un viaggio a Ushuaia, la capitale della Terra del Fuoco, in occasione del solstizio d'inverno, giornata in cui la città vive la notte più lunga del mondo. Grazie ai contenuti digitali trasmessi dagli influencer che hanno preso parte a diverse attività locali, tra cui una festa fino all'alba sulle spiagge di Ushuaia, anche i consumatori hanno potuto vivere l'esperienza del marchio. 7



<sup>13</sup> Per ulteriori informazioni si rimanda al presente link: Home - Brand (branca.com.ar)

## BRANCA USA

Così come le altre Società del Gruppo, Branca USA crede fortemente nel potere della comunicazione e nel rapporto con la propria clientela, studiando e monitorando periodicamente l'andamento del mercato statunitense per mantenere una qualità elevata e fornire un prezioso input alla sede centrale.

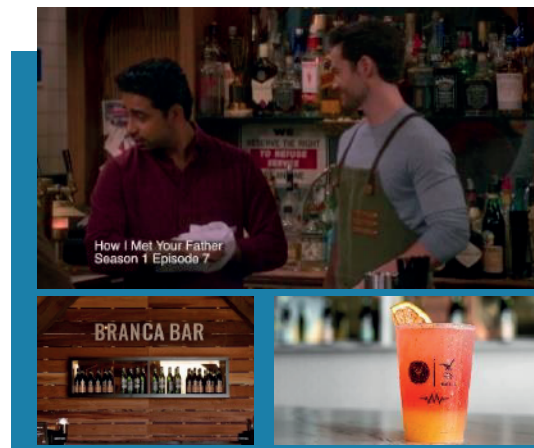
Nel 2021, Branca USA ha iniziato la sua prima partnership sportiva negli Stati Uniti con l'Inter Miami (Club Internacional de Fútbol Miami), una squadra di calcio americana con sede a Miami di proprietà di David Beckham e José R. Mas. Nel 2022, Branca USA è diventata sponsor ufficiale del Club, il che ha comportato la realizzazione di un apposito angolo bar di Branca all'interno del DRV PNK Stadium.

Anche la Società americana ha organizzato i "BarBack Games": una giornata di sfide e show aperti al pubblico e dedicati a coloro che lavorano duramente ogni sera dietro le quinte del bar per realizzare cocktail impeccabili: i "barback". Sempre nell'anno di rendicontazione, Branca USA ha ripreso il tour del Branca Bar, partecipando ad una serie di eventi gastronomici in giro per gli Stati Uniti per far conoscere la versatilità del Fernet-Branca e radunare le communities

### 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, Fernet-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 a 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. 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. Riconoscimento, 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.

attive dei diversi stati. Nel 2022 Fernet-Branca ha avuto il suo primo inserimento mediatico in uno show: How I met your Father di Hulu, una piattaforma di streaming americana, di proprietà della Walt Disney Company. Sempre nel 2022, Caffè Borghetti è stato presentato nel corso di una puntata di un



programma televisivo americano di successo chiamato Extra. Nel corso della puntata, la brand ambassador del marchio Caffè Borghetti, che è stata invitata a presentare il prodotto, ha condiviso i consigli su come preparare un delizioso Martini Espresso.

## ATTIVITÀ ORGANIZZATE NEL RESTO DEL MONDO

Nel corso del 2022 Branca ha organizzato molteplici attività volte a coinvolgere i consumatori e i clienti presenti anche in altre parti del mondo.

In Danimarca, un mercato particolarmente forte per Fernet-Branca e per la categoria Bitters, si sono celebrati i 20 anni della campagna Life is Bitter. Questa campagna celebra il fatto che la vita non è sempre dolce, può essere in salita e impegnativa. Fernet-Branca sa che a volte "la vita è amara" e, attraverso questa campagna, ricorda con discrezione ai propri consumatori che è sempre presente per sostenerli, anche nei momenti difficili. La campagna è stata celebrata per tutto il periodo autunnale su stampa, digitale e in negozio.

Inoltre, Branca ha partecipato a diverse fiere, tra cui la Tax Free World Association di Cannes, il Convent Bar di Berlino e l'Athens Bar Show ad Atene, tutte dedicate a professionisti e baristi del settore. Tutti gli eventi sono abilmente supportati da una rete di Branca Brand Ambassadors che in ogni evento colgono l'opportunità di conoscere, coinvolgere e influenzare i principali stakeholder del settore. Nondimeno, anche quest'anno nel Regno Unito è stato organizzato il Barback Games: il più grande evento dell'anno organizzato da Fernet-Branca nel Paese, supportato da importanti testate giornalistiche come la Difford's Guide oltre che da canali sociali di proprietà. Dieci Barback di alcuni dei migliori bar del Paese sono stati invitati, insieme ai loro bar tender, all'evento che si è tenuto a Londra.

Infine, in Spagna, nel 2022, la comunità dei barman è stata coinvolta attivamente nella progettazione della nuova moneta Fernet-Branca: 25 baristi di Madrid e 25 di Barcellona hanno collaborato con un artista di caricature per esprimere le icone della Spagna che riflettono le loro passioni per il settore e il legame con il marchio Fernet-Branca. La moneta verrà scelta da un gruppo di consumatori e lanciata nel 2023.





# Persone e comunità

Per Branca International l'attenzione alle persone, la loro valorizzazione e l'impegno nel comprendere le loro esigenze e aspettative sono elementi fondamentali per la gestione del Gruppo e delle singole Società secondo i principi dell'Economia della Consapevolezza.

La creazione e il mantenimento di rapporti di ascolto, dialogo e trasparenza con le persone, considerate come un fine e mai come un mezzo, sono i requisiti principali per garantire un ambiente di lavoro positivo, sereno e coeso, e per favorire il successo dell'organizzazione attraverso l'applicazione degli strumenti della Meritocrazia collaborativa.

# Profilo dei dipendenti del Gruppo

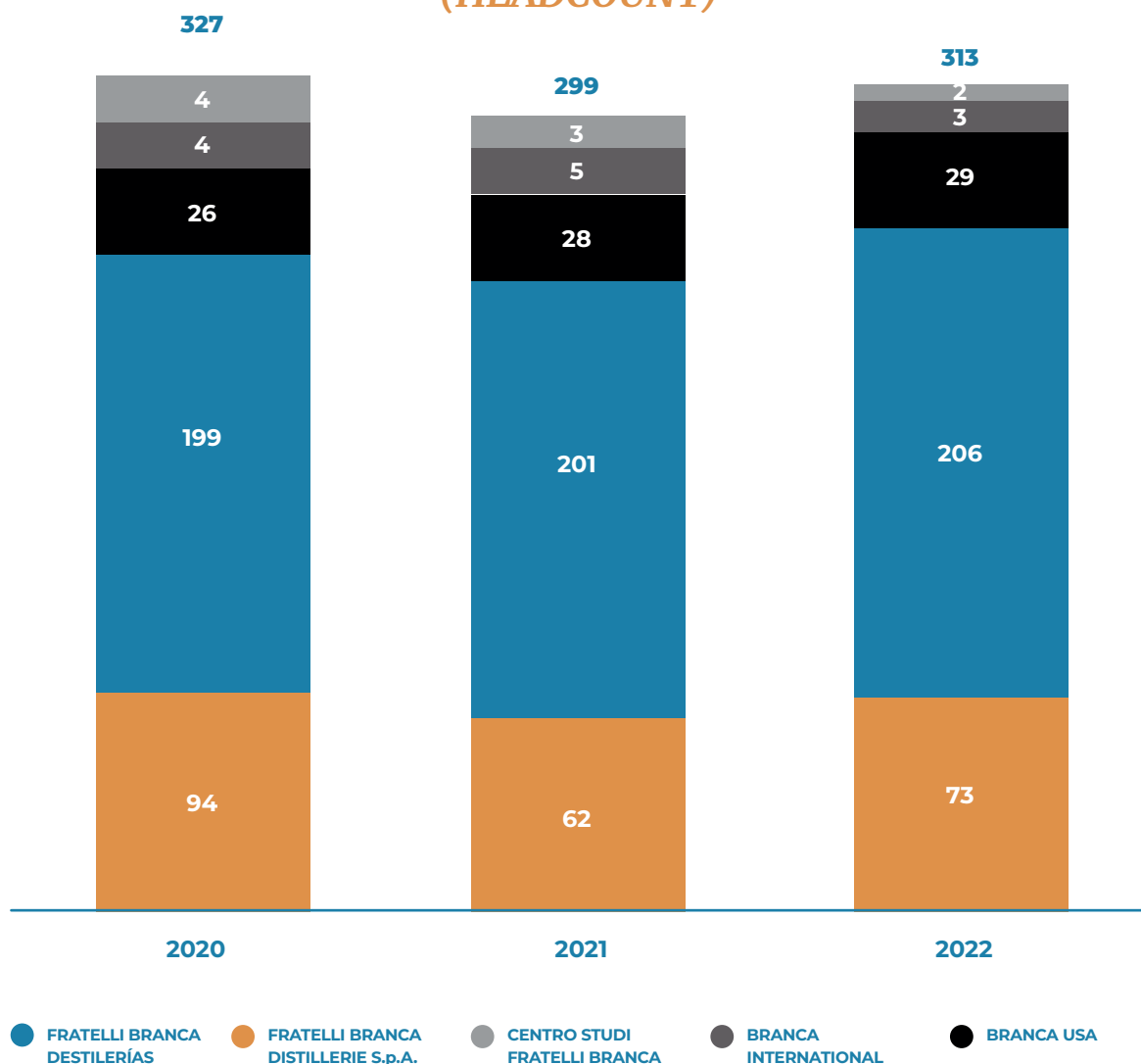
<sup>14</sup> Nel totale sono inclusi i dipendenti delle Società Fratelli Branca Distillerie SpA, Fratelli Branca Destilerías SA, Branca USA Inc, Centro Studi Fratelli Branca Srl e i dipendenti che sono assunti direttamente dalla Capogruppo Branca International SpA. Per semplicità, nei grafici e nelle tabelle non sono ripetute le ragioni sociali.

Al 31 dicembre 2022 i dipendenti complessivi delle Società oggetto di rendicontazione sono 313<sup>14</sup> (in aumento del 4,7% rispetto al 2021), di cui il 99% assunti con contratto a tempo indeterminato e full-time. In nessuna delle realtà sono presenti lavoratori ad orario non garantito<sup>15</sup>.

Oltre ai dipendenti, nel 2022 Branca conta anche 23 persone tra stagisti e lavoratori interinali/temporanei (29 nel 2021), rispettivamente: 9 e 14.

<sup>15</sup> Per dipendente ad orario non garantito si intende una persona che intraprende un rapporto lavorativo con un'organizzazione, secondo la normativa nazionale o la sua applicazione che non ha la garanzia di un numero minimo o fisso di ore di lavoro al giorno, alla settimana o al mese ma che potrebbe doversi rendere disponibile per lavoro secondo le necessità.

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



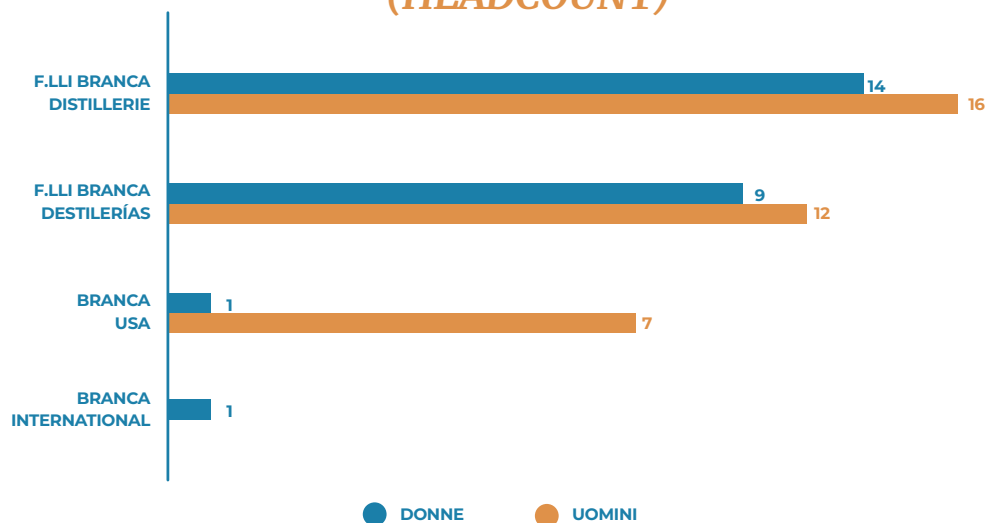
# Assunzioni e cessazioni<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Nel numero di assunzioni e cessazioni e nel calcolo dei tassi di turnover non sono state considerate le cessazioni contrattate dei dipendenti del Centro Studi Fratelli Branca e 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.

Diversamente dallo scorso anno, in cui le cessazioni avevano superato le assunzioni, nell'anno di rendicontazione è stato registrato un notevole aumento delle assunzioni, 60 in totale (29 nel 2021) che superano le 50 cessazioni (47 nel 2021). Con riferimento ai dipendenti assunti nel 2022, il 45% sono donne e la maggior parte dei

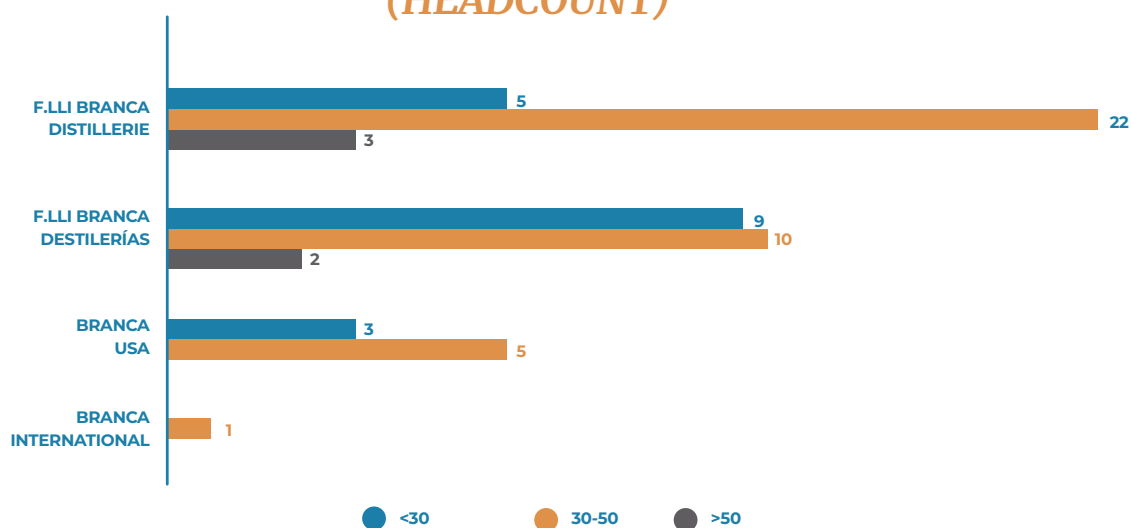
nuovi dipendenti appartiene alla fascia d'età compresa tra i 30 e i 50 anni (63,3%). Rispetto al 2021, si registra inoltre un notevole aumento delle assunzioni di talenti under 30, che costituiscono il 28,3% del totale delle assunzioni: il numero di nuovi dipendenti under 30 ammonta a 17 (+14 rispetto allo scorso anno).

## ASSUNZIONI NEL 2022 PER GENERE E SOCIETÀ (HEADCOUNT)





## ASSUNZIONI NEL 2022 PER ETÀ E SOCIETÀ (HEADCOUNT)



<sup>17</sup> Il tasso di turnover in entrata è pari al rapporto tra il numero di dipendenti in entrata e il totale organico al 31/12.

<sup>18</sup> Il tasso di turnover in uscita è pari al rapporto tra il numero di dipendenti in uscita e il totale organico al 31/12.

<sup>19</sup> Per ulteriori dettagli quantitativi si rimanda alla sezione "Tabelle di performance"

Il turnover in entrata, ovvero la percentuale delle persone che sono state assunte da Branca nell'anno di rendicontazione, è notevolmente aumentato rispetto gli anni precedenti, raggiungendo il 19,2%<sup>17</sup> (9,7% nel 2021). Inoltre, il 2022 ha marcato un superamento del turnover in entrata rispetto a quello in uscita, ovvero la percentuale delle persone che hanno lasciato Branca nel corso del 2022, che, attestandosi a 16,0%<sup>18</sup>, risulta comunque essere in lieve aumento rispetto allo scorso anno (15,7% nel 2021)<sup>19</sup>.

# Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro



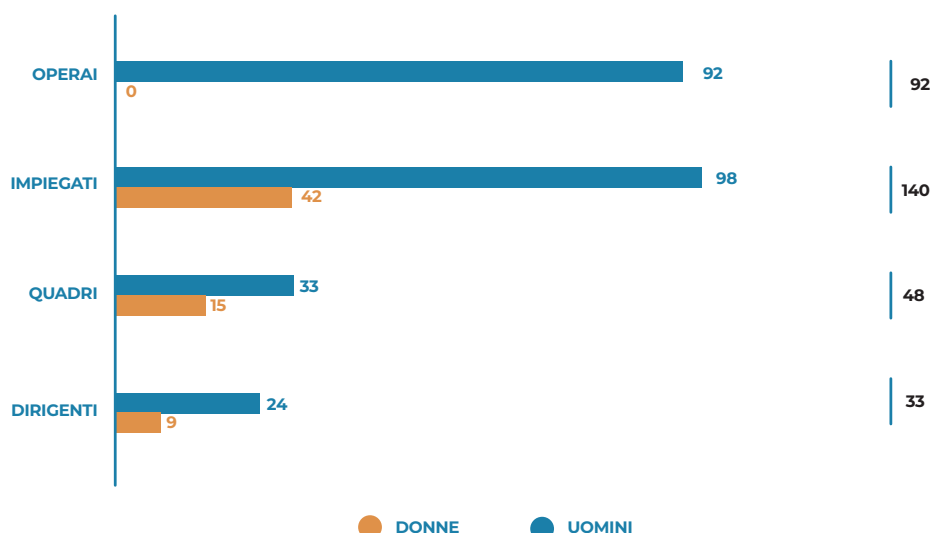
Il Gruppo riconosce la centralità delle persone impiegate a tutti i livelli quali protagoniste indispensabili per il raggiungimento degli obiettivi aziendali e si impegna a valorizzare e sviluppare il proprio capitale umano, inteso quale fine e non come un mezzo. Avendo sedi e stabilimenti non solo in Italia ma anche in altri Paesi del mondo, e operando in quasi tutti i mercati internazionali, il Gruppo riconosce il valore aggiunto che le diverse nazionalità e culture delle proprie persone apportano, quali fattori di arricchimento e di crescita per Branca.

Tutte le Società del Gruppo, applicano il medesimo Codice Etico, che riporta valori e principi in materia di inclusione, diritti umani, pari opportunità e non violenza. Il Codice Etico riconosce la centralità delle persone, quali protagoniste indispensabili per il raggiungimento degli obiettivi aziendali. In linea con i principi sanciti nel documento, il Gruppo si impegna a valorizzare le proprie persone, rifiutando ogni forma di discriminazione e impegnandosi a garantire pari opportunità nel lavoro e nell'avanzamento professionale. Concretamente, le politiche di assunzione, la formazione, la retribuzione, le promozioni, i trasferimenti e la cessazione del rapporto di lavoro con i dipendenti sono concepiti in modo da escludere qualsiasi decisione presa sulla base di motivazioni discriminatorie.

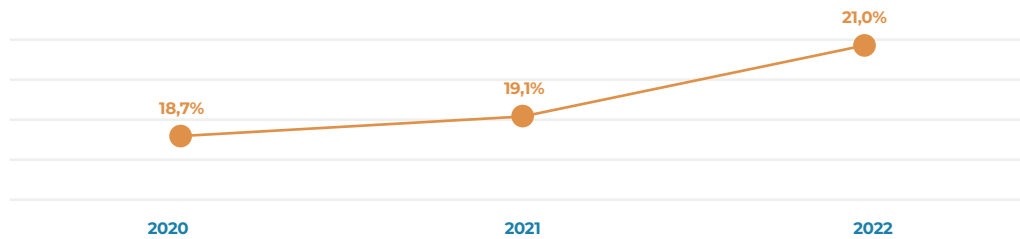
A testimonianza dell'impegno di Branca nel costruire un ambiente sempre più inclusivo, nel corso del triennio, la presenza femminile nel Gruppo ha registrato un trend in costante aumento. In particolare, nell'anno di rendicontazione il Gruppo conta il 21% di donne sul totale dei dipendenti, in aumento rispetto al precedente anno (19,1% nel 2021)<sup>20</sup>.

<sup>20</sup> Per ulteriori dettagli quantitativi si rimanda alla sezione "Tabelle di performance"

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

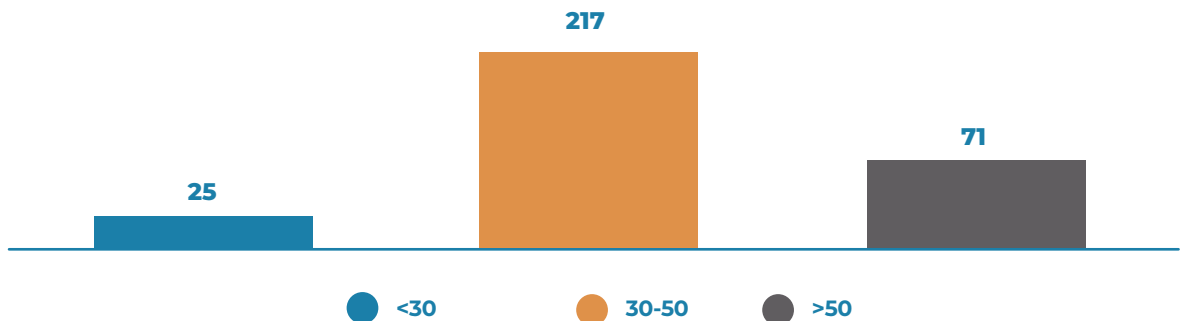


**CONSOLIDATO**  
**TREND DI CRESCITA DELLA PRESENZA FEMMINILE SUL TOTALE ORGANICO (%)**



Per quanto riguarda l'età anagrafica dei dipendenti, in linea con il precedente anno, la fascia d'età<sup>21</sup> più numerosa del Gruppo nel 2022 è quella compresa tra 30 e 50 anni (217 risorse, pari al 69,3% dell'organico totale). Le percentuali di dipendenti con età inferiore a 30 anni e maggiore di 50 sono pari, rispettivamente, all'8% (6,7% nel 2021) e al 22,7% (22,4 nel 2021).

**CONSOLIDATO**  
**PROPORZIONE DEI DIPENDENTI SUDDIVISO PER FASCE D'ETÀ NEL 2022 (HEADCOUNT)**



Con l'obiettivo di sviluppare una cultura aziendale sempre più inclusiva, in particolare, Branca USA ha avviato diverse iniziative nel corso dell'anno di rendicontazione.

La Società ha identificato un "Comitato per i valori" che comprende i membri del team di tutto il Paese, di qualsiasi livello professionale, sesso e razza, al fine di identificare i valori e i principi guida, che guidano la missione, gli obiettivi e i comportamenti dell'Azienda. Inoltre, avvalendosi della collaborazione di Perpetual, una Società di consulenza che ambisce a coltivare culture aziendali umano-centriche, ha identificato i punti di forza e di debolezza della cultura aziendale. Nell'ambito di tale progetto, ha avuto luogo una sessione di confronto sui valori aziendali, al fine di allinearli all'evoluzione delle aspettative del contesto interno ed esterno di Branca USA. Infine, la Società ha mantenuto la sponsorizzazione aziendale e la partecipazione attiva a Women of the Vine and Spirits, organizzazione che si impegna a trainare l'industria delle bevande alcoliche verso un'era più diversificata e inclusiva che permetta a tutti di avere successo.

## REMUNERAZIONE

Il Gruppo adotta una politica di remunerazione volta a motivare e a trattenere in Azienda le persone che si ritiene siano in possesso delle qualità professionali necessarie richieste. Le Società oggetto di rendicontazione monitorano attentamente i valori riconducibili al gender pay gap<sup>22</sup>, ossia la parità di genere nel rapporto del valore medio dello stipendio base<sup>23</sup> e della retribuzione totale<sup>24</sup> fra i dipendenti donna e uomo.

Con riferimento a Fratelli Branca Distillerie, Fratelli Branca Destilerías 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, si scosta al massimo del 28% per i dirigenti, del 14% per i quadri e del 32% 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 pari al massimo al 37% per i dirigenti, al 10% per i quadri e al 21% per gli impiegati.

<sup>21</sup> Per fasce d'età si intendono le seguenti: <30: persone sotto i 30 anni (30 anni esclusi); 30-50: tra i 30 ed i 50 anni (30 e 50 anni inclusi); >50: più di 50 anni (50 anni esclusi).

<sup>22</sup> Per ulteriori dettagli qualitativi e quantitativi si rimanda alle sezioni: "Metodologie di calcolo" e "Tabelle di performance"

<sup>23</sup> 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.

<sup>24</sup> 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

Branca ha instaurato un dialogo costruttivo con i sindacati e con le rappresentanze dei lavoratori nell'ottica di soddisfare pienamente le esigenze dei propri stakeholder. Nel 2022 tutti i dipendenti di Fratelli Branca Distillerie, Branca International e del Centro Studi Fratelli Branca sono stati assunti nell'ambito del CCNL di riferimento. Per quanto riguarda Fratelli Branca Destilerías, si segnala che il 45,6% dei dipendenti è tutelato da accordi sindacali<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> L'indicatore risulta non è applicabile per Branca USA.

## Sviluppo del capitale umano e formazione



Branca International ritiene che le iniziative di formazione siano un elemento essenziale per la crescita professionale delle proprie persone e per il raggiungimento dei più elevati standard di efficienza del settore.

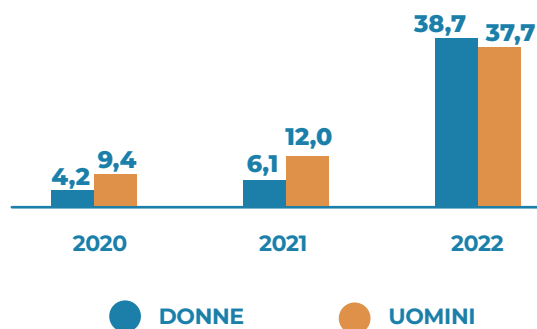
Il Gruppo promuove lo sviluppo delle competenze dei propri collaboratori attraverso la valutazione delle competenze manageriali, percorsi di coaching e di skill coaching individuali, piani di sviluppo individuali finalizzati all'attribuzione di ruoli di maggiore responsabilità destinati al management e politiche di merito basate sul mercato. In quest'ottica, Branca ha attivato o pianificato in tutte le sue sedi programmi di formazione mirati alla crescita professionale e personale, con l'obiettivo di valorizzare le capacità e competenze dei propri collaboratori.

Come si evince dal grafico seguente, nel corso del 2022, 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 hanno erogato complessivamente 11.861 ore di formazione totali ai dipendenti (corrispondenti a 37,9 ore medie<sup>26</sup> totali), triplicando il totale registrato nel 2021, pari a 3.162<sup>27</sup> (10,9

ore medie totali). In particolare, sono state erogate: 1.058 ore di formazione ai dirigenti (31,1 ore medie), 2.504 ore ai quadri (52,2 ore medie), 3.356 agli impiegati (24,1 ore medie) e 4.943 agli operai (53,7 ore medie).

<sup>26</sup> 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

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



<sup>27</sup> Il dettaglio delle ore complessivamente erogate e del numero di dipendenti coinvolti nella formazione è disponibile in appendice.

L'incremento rispetto al precedente anno è dovuto a diversi fattori, tra cui in particolare:

- l'accesso da parte di Fratelli Branca Distillerie ad un finanziamento della Regione Lombardia che ha permesso alla Società di erogare un maggior numero di ore di formazione;
- il coinvolgimento di un maggior numero di dipendenti impiegati nei corsi per l'apprendimento della lingua inglese e italiana
- la ripresa dell'organizzazione di eventi formativi a seguito della pandemia da Covid-19.

Nel corso dell'anno di rendicontazione, Branca si è focalizzata prevalentemente sulle seguenti aree di formazione strategica:

- competenze tecnico-specialistiche legate all'utilizzo di mezzi e strumenti per la produzione
  - potenziamento delle soft skills in particolare negli ambiti dell'attenzione al cliente, della gestione delle persone e del time management, delle competenze linguistiche
  - salute e Sicurezza sul Lavoro;
  - sicurezza Alimentare;
  - benessere psico-fisico del dipendente: in particolare, la Società Fratelli Branca Distillerie ha offerto ai propri dipendenti la possibilità di seguire un percorso di mindfulness
- pandemia da Covid-19.

Di seguito vengono riportate alcune informazioni aggiuntive relative alle diverse realtà locali:

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

Nel corso del 2022, grazie ad un finanziamento erogato dalla Regione Lombardia, Fratelli Branca Distillerie 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.

## **FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS**

L'Azienda argentina dà la possibilità a ogni collaboratore di esprimere il proprio indice di gradimento rispetto ai corsi di formazione ricevuti e, nel corso dell'anno di rendicontazione ha condotto un'indagine sul coinvolgimento dei dipendenti. Sulla base dei risultati, è stato elaborato un piano d'azione per il miglioramento che viene monitorato mensilmente. Sempre in

un'ottica di miglioramento continuo, l'Azienda sta lavorando a un progetto per digitalizzare e assemblare gran parte del sistema di formazione e monitoraggio su una piattaforma web al fine di incoraggiare sempre di più la partecipazione da parte del più ampio numero di dipendenti possibile.

## **BRANCA USA**

Analogamente alle altre Società del Gruppo, 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 2019 Fratelli Branca Distillerie ha avviato per la prima volta un processo di valutazione delle performance che ha coinvolto, nel 2022, la totalità dei dirigenti, la quasi totalità dei quadri ed oltre la metà degli impiegati. Tale valutazione coinvolge anche i dirigenti assunti dalla Capogruppo Branca International. Nello stesso anno, il processo di valutazione delle performance di Fratelli Branca Destilerías che fino al 2018, come in Italia, riguardava soltanto le categorie di quadri e dirigenti, ha coinvolto invece, per la terza volta, tutti i dipendenti. Anche Branca USA ha mantenuto il percorso di valutazione periodica delle performance, avviato nel 2019.

# Salute e sicurezza sul lavoro



Come già evidenziato in relazione alle attività di formazione previste per i dipendenti, la creazione e il mantenimento di un ambiente di lavoro sicuro per la salute e il benessere di tutte le persone è un aspetto fondamentale per il Gruppo Branca International. Sebbene i risultati siano velocemente sintetizzabili attraverso semplici indicatori, i fattori che incidono sulla tutela della salute e sicurezza sono molteplici. Pertanto, la tematica richiede la gestione integrata e coordinata di diversi aspetti quali l'organizzazione del lavoro, la gestione dei rischi, lo stato degli impianti, la gestione dei processi produttivi, la formazione e l'incremento continuo della consapevolezza delle persone, le politiche di prevenzione e la stessa cultura aziendale. I diversi impegni assunti in questo ambito permettono di garantire risultati soddisfacenti in tema di sicurezza sul lavoro. Nel corso dell'anno di rendicontazione, infatti, il Gruppo ha registrato un solo infortunio in tutto il perimetro del Gruppo, avvenuto al di fuori degli stabilimenti e degli uffici. Di conseguenza, il Tasso degli infortuni registrabili<sup>28</sup> (TRIR), ammonta a 1,65.

<sup>28</sup> In linea con quanto previsto dal GRI Standard 403-9 al punto a.iii., il TRIR viene calcolato come segue: (Numero di infortuni sul lavoro registrabili/Numero di ore lavorative svolte) \* 1.000.000. Per ulteriori dettagli qualitativi e quantitativi si rimanda alla sezione: "Tabelle di performance". Si precisa che, nel 2022, le ore lavorate dai dipendenti di FBDI ammontano a 113.755, le ore lavorate dai dipendenti di FBDA a 432.559 e quelle lavorate dai dipendenti di Branca USA a 60320, per un totale di 606.634 ore lavorate

## FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Consapevole che la performance in termini di tutela della salute e sicurezza sia tra gli indicatori di buona gestione aziendale nel suo complesso, a partire dal 2010 Fratelli Branca Distillerie, si è dotata di un sistema di gestione salute e sicurezza certificato secondo la norma OHSAS 18001, oggi ISO 45001. Tale sistema definisce, all'interno dell'organizzazione, ruoli, compiti, responsabilità e strumenti atti alla prevenzione dei rischi, applicando un metodo di Risk Based Thinking, e si applica a tutti i processi legati alle attività di produzione e commercializzazione di liquori, distillati e vini aromatizzati in essere all'interno di Fratelli Branca Distillerie.

In Azienda è in essere un Sistema di Gestione Integrato Ambiente - Sicurezza e Salute nei luoghi di lavoro. La Società si impegna dunque a garantire la partecipazione ed il coinvolgimento dei lavoratori in tutte le fasi del sistema di gestione integrato, rendendo sempre disponibili tutte le informazioni rilevanti, incorag-

giandone per la consultazione. A questo proposito, nello stabilimento italiano sono state espone in più punti la Politica Ambientale, la Politica di Sicurezza e Salute sui luoghi di lavoro e la Politica di Prevenzione Incidenti Rilevanti, nelle quali sono definiti gli obiettivi aziendali nei diversi ambiti.

La Società rientra nel registro delle Aziende Rischio Incidente Rilevante ai sensi del D.lgs 105/15 (Direttiva Seveso), sebbene in soglia inferiore, pertanto l'Azienda è ancora più consapevole dell'importanza della gestione delle tematiche di salute e sicurezza. In quest'ambito Fratelli Branca Distillerie identifica e aggiorna regolarmente il proprio impegno in termini di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, in linea con la politica gestionale che prevede un miglioramento continuo del presidio di questi temi e la definizione di una serie di obiettivi, per il cui raggiungimento vengono definiti specifici piani di attività. I principali impegni che

l'Azienda si impegna a mantenere sono:

- l'aggiornamento continuo del Sistema di Gestione della Sicurezza, assicurando la disponibilità delle risorse necessarie al suo funzionamento;
- la valutazione dei rischi specifici per attività e per processo al fine di prevenire gli infortuni e le malattie professionali, implementando misure specifiche al fine di minimizzarli;
- il monitoraggio continuo e la pianificazione di interventi di manutenzione degli impianti e delle attrezzature
- pianificazione di interventi e gestione degli impianti e delle attrezzature, in caso di modifiche che possano avere ripercussioni sulla sicurezza e la prevenzione dei rischi
- la sensibilizzazione e l'erogazione di formazione ai propri dipendenti rispetto ai rischi connessi all'attività svolta e alla corretta applicazione delle procedure di prevenzione dei rischi di incidenti rilevanti, la diffusione degli obiettivi del sistema di sicurezza e salute e la promozione di una cultura, all'interno dell'organizzazione, che assicuri efficacia ed efficienza del sistema

Al fine di monitorare i rischi a cui l'Azienda si trova ad essere esposta, l'organizzazione ha in essere un Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) che aggiorna secondo le tempistiche ed i requisiti cogenti anche grazie ad analisi tecniche specifiche, avvalendosi di Enti certificati. Inoltre, l'Azienda mette a disposizione dei propri dipendenti un registro di raccolta delle segnalazioni di eventuali anomalie dei processi e/o di eventuali situazioni di rischio riscontrate negli ambienti di lavoro. Le segnalazioni sono strumentali al fine di prevenire e mitigare i rischi e vengono gestite con riservatezza dal RSPP.

Nell'ottica di mantenere aggiornate ed idonee le procedure per la gestione delle emergenze, la Società prevede una revisione costante delle procedure, istruzioni operative, check list di controllo e un monitoraggio periodico degli indicatori relativi alla sicurezza sul lavoro. In un'ottica di miglioramento continuo delle prestazioni del Sistema di Gestione della Sicurezza, la Società prevede, a cadenza annuale, delle visite ispettive da parte di ente certificatore. Almeno una volta all'anno, inoltre, viene svolta una riunione strategica con la partecipazione di tutti i componenti del Servizio di Prevenzione e Protezione (SPP).

Sulla base della mansione svolta, 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 1 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 provvede alla formazione generale e specifica ai sensi del Dlgs 81/08 per tutti i lavoratori. Oltre a quella eseguita all'atto dell'assunzione (formazione generale e formazione specifica in base alla mansione), la Società eroga programmi di aggiornamenti periodici e 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 a l l ' i n t e r n o 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.

Se nei due anni precedenti, Fratelli Branca Distillerie non aveva registrato infortuni, quest'anno un dipendente è inavvertitamente caduto nel percorso compiuto per visitare un cliente. In linea con i precedenti anni, 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.

Con lo sguardo rivolto al futuro, l'Azienda sta r i d u c e n d o progressivamente i quantitativi di liquidi infiammabili con l'obiettivo di uscire dalla connotazione di azienda a rischio incidente rilevante.



## FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

In linea con la gestione delle tematiche di salute e sicurezza del Gruppo Branca, anche il sistema di gestione di salute e sicurezza di Fratelli Branca Destilerías nel Gennaio 2022, ha ricevuto la certificazione ISO 45001 in seguito ad un audit svoltosi ad Ottobre 2021. Per garantirne il funzionamento, la Società dispone di un team di professionisti incaricati del servizio di salute e sicurezza e del supporto di una figura specializzata sui rischi professionali e la loro prevenzione.

La classificazione dei pericoli e rischi e per l'analisi degli incidenti avviene utilizzando una matrice dei rischi ad hoc che permetta di valutare il livello di rischio riscontrato e, conseguentemente, di adottare i controlli operativi. Qualora si verificano eventi negativi, un Comitato ad hoc viene riunito al fine di adottare puntuali azioni correttive e di mitigazione. Tra queste, si annoverano nel corso degli scorsi anni: il miglioramento delle protezioni di sicurezza dei macchinari, l'individuazione di barriere fisiche tra i pedoni e i veicoli industriali e un'analisi del rischio di potenziali esplosioni.

Al fine di coinvolgere attivamente le proprie persone nella gestione della tematica, organizzazione di riunioni semestrali relative al sistema di gestione della salute e sicurezza insieme a tutte le aree operative aziendali. Inoltre, la Società dispone di un comitato misto per la salute e la sicurezza, a cui partecipano i rappresentanti dei lavoratori (sindacato). Il comitato, il cui funzionamento è conforme alla normativa vigente, si riunisce mensilmente e registra le riunioni in un libro dei verbali.

L'Azienda, inoltre, per favorire la salute e la sicurezza dei suoi dipendenti, ha previsto le seguenti iniziative:

- **servizio medico in outsourcing (per un totale di 20 ore complessive a settimana) fornito da un medico del lavoro direttamente in Azienda; Il servizio supera i requisiti della normativa locale vigente ed è supervisionato dalle aree SSMA e HR;**
- **copertura medica per tutti i dipendenti, insieme all'assicurazione sulla vita e alla previsione di campagne gratuite per la vaccinazione antinfluenzale, il test del diabete e la misurazione della pressione arteriosa per tutte le famiglie;**
- **nutrizionista aziendale a disposizione dei dipendenti per seguirli nella scelta di piani alimentari che più si adattino alle proprie esigenze e possibilità di usufruire di pasti sani all'interno della mensa aziendale;**
- **promozione della partecipazione dei dipendenti alle tematiche di salute e sicurezza tramite corsi di formazione specifici (tra cui vengono trattati i seguenti argomenti: il Piano di evacuazione di emergenza, Rischio di incendio e uso degli estintori, Rischio elettrico generale, Guida sicura e responsabile, Identificazione dei pericoli e dei rischi, Previsione rapida dei rischi, Politica di sicurezza) e attraverso modalità di comunicazione che coinvolgono molteplici strumenti (cartelloni fisici, cartelloni elettronici, e-mail, intranet aziendale).**

---

In particolare, dal 21 al 28 di aprile sono state svolte diverse attività nell'ambito della Giornata internazionale della sicurezza e della salute sul lavoro. 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 2022, Fratelli Branca Destilerías 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 2021, la Società anche nel 2022 non ha registrato alcun infortunio.

# Benessere dei dipendenti



Per Branca International, favorire il benessere psicofisico e l'equilibrio tra lavoro e vita privata delle persone rappresenta un valore primario. Tra le principali iniziative di welfare erogate dalle tre Società<sup>29</sup> si annovera la possibilità per i dipendenti di essere coperti da un'assicurazione sulla vita e da un'assicurazione sanitaria e l'erogazione di diverse tipologie di bonus annuali. Specifiche categorie possono inoltre beneficiare di una polizza infortuni professionali ed extraprofessionali, usufruire del parco auto aziendale o ricevere un rimborso per l'utilizzo della propria auto, servirsi di carte di credito corporate, fare uso di dispositivi mobili aziendali o essere rimborsati per l'utilizzo del proprio cellulare. In aggiunta, le tre Società portano avanti ulteriori iniziative che meglio rispondono ai diversi contesti in cui operano.

<sup>29</sup> 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.

- 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

## SOSTEGNO ALLA FAMIGLIA

## 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

Come già anticipato nella sezione precedente, relativa alla formazione, la Società ha riservato ai propri dipendenti la possibilità di prendere parte ad un percorso di Mindfulness articolato in 5 incontri della durata di 2 ore ciascuno e riservati a tutti i dipendenti. Oltre a coprire un ambito di formazione solitamente non presente nelle aziende, il percorso rappresenta uno stimolo alla ricerca e al perseguimento del benessere psicofisico anche nell'ambito lavorativo, da sempre in Branca elemento fondante del patrimonio culturale e valoriale, in coerenza con l'idea che l'azienda sia un organismo vivente dove ognuno può utilizzare al meglio le proprie capacità e contribuire ad un progetto comune

Si segnala inoltre l'ottenimento da parte della Fratelli Branca Distillerie, nell'ottobre 2017, del certificato BSCI - Business Social Compliance Initiative, un riconoscimento che testimonia l'impegno aziendale affinché vi siano condizioni di lavoro dignitose e sia rispettata l'uguaglianza di genere. Le società che aderiscono al BSCI si impegnano ad attuare nella propria catena di fornitura i valori e principi stabiliti nel Codice di Condotta. Pertanto, operano 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 vi aderiscono devono in sostanza 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, la Società, che monitora l'indice di gradimento da parte dei dipendenti rispetto ai benefit erogati con cadenza annuale, ha implementato le seguenti ulteriori 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 (173 regali donati nel 2022)
- Materiale scolastico zaini omaggio per i figli dei dipendenti (180 zaini donati nel 2022 a 103 famiglie)
- Cesto di Natale

### SOSTEGNO ALLA SALUTE

- Assistenza psicologica per i dipendenti
- Assistenza di un nutrizionista per i dipendenti che desiderano e/o hanno bisogno di supporto
- 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
- 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 2022 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 2022, sono stati offerti diverse formule, al fine di garantire ai dipendenti varie opzioni di costo 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



# Branca, la Cultura e il Territorio



Consapevole che le attività e l'infrastruttura di un'organizzazione possono avere rilevanti impatti economici, sociali, culturali e/o ambientali sulle comunità locali, la famiglia Branca ha sempre dimostrato, sin dalle origini, una grande attenzione alla cultura e al contesto sociale, alle sue trasformazioni e alle sue esigenze. Per questo motivo, Branca supporta attivamente lo sviluppo delle comunità locali, al fine di generare un impatto positivo sulla società, le comunità, le persone e l'ambiente.

Alla luce del legame storico tra il Gruppo e la cultura, in tutte le sue sfumature, oggi Branca continua a promuovere e sposare attività culturali realizzate su iniziativa propria o in collaborazione con associazioni locali, nazionali e internazionali per coinvolgere le comunità territoriali e condividere la propria storia e i propri valori. I prossimi paragrafi descrivono le principali attività realizzate in questo ambito dal Gruppo nel corso degli anni.

# Le principali iniziative

## Museo Collezione Branca

*Un percorso tra storia, tradizione e innovazione*

Il museo "Collezione Branca", inaugurato nel 2009, è un museo d'impresa nato per iniziativa della famiglia Branca con lo scopo di fare conoscere la storia, la tradizione e la cultura di Branca e l'evoluzione imprenditoriale dell'azienda dalle sue origini fino ai giorni nostri. 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 Branca, già a metà Ottocento, attraverso modalità d'avanguardia. Il museo espone nelle sue aree anche diversi oggetti giunti alla "Collezione Branca" in dono dagli appassionati. La Collezione non è dunque soltanto un museo 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. Il Museo 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 museo ha sperimentato un grande afflusso di visitatori che hanno confermato la loro soddisfazione anche attraverso feedback positivi sulla piattaforma TripAdvisor. Quando possibili sono previste aperture straordinarie durante il fine settimana e nel periodo della "settimana della cultura" così come anche le aperture serali, in risposta al grande interesse da parte della comunità.



## Torre Branca

Disegnata da Giò Ponti ed eretta a tempo record, solo due mesi e mezzo, nel 1933 in occasione della quinta mostra Triennale, la "Torre Branca" è uno dei luoghi più celebri della città di Milano, ed è considerata una vera opera d'arte. Con la sua suggestiva terrazza panoramica e i suoi 108,60 metri di altezza in tubi dalmine di acciaio speciale, flangiati e imbullonati, è la decima struttura accessibile più alta di Milano. Divenuta inagibile nel 1972, la Torre è stata interamente restaurata e resa nuovamente accessibile nel 2002 per volontà della famiglia Branca in segno di omaggio alla città di Milano, prendendo da quel momento il nome di "Torre Branca". 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 di 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 della Fratelli Branca è scritto tra le pagine della storia francese. A St. 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, 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.

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.

## Museo Carpano





<sup>30</sup> Per ulteriori dettagli, si invita a consultare il seguente link: [Arte Unico - Fernet-Branca \(fernetbranca.com\)](http://Arte Unico - Fernet-Branca (fernetbranca.com))

## Ciminiera Branca

Dalla collaborazione tra gli Orticanoodles e la Fratelli Branca Distillerie, 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 dei 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 Branca e colori accentuati, e conservandone la forma originale e il legame col territorio.

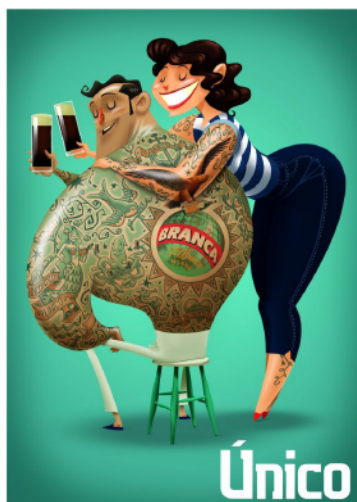
Il murale, uno dei più alti d'Euro-

pa, 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 cocodrillo 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 di 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.



## Concorso "Arte Único"

Con l'obiettivo di mantenere lo storico legame tra Fernet-Branca e l'arte, nel 2008 è stato lanciato da Fratelli Branca Destilerías in Argentina un concorso di locandine per promuovere e incoraggiare l'arte tra i giovani di tutto il Paese<sup>30</sup>. Con lo slogan "La tua arte connette il mondo", Fernet Branca ha lanciato, per la quindicesima edizione consecutiva, il suo rinomato concorso di design e poster e, da quest'anno, con un'espansione in alcuni paesi del Sud America, tra cui Uruguay, Cile e Paraguay. Dal 2008 al 2022 il progetto ha coinvolto più di 25.000 partecipanti.



# Le iniziative più recenti

Di seguito si descrivono invece alcune delle più recenti attività realizzate in Italia e in Argentina: sono chiaramente ancora limitate, infatti, le iniziative in questo ambito promosse da Branca USA, operativa solo dal 2019, la quale comunque, in linea con la cultura del Gruppo, ritiene l'impegno a beneficio dei territori e delle comunità locali non solo uno strumento per far percepire i marchi aziendali in maniera più significativa, ma anche un modo per diffondere una vera e propria cittadinanza d'impresa.

## FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Fratelli Branca Distillerie 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 2022 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 a media di 20.000 visualizzazioni. Di conseguenza, la Torre Branca ha attirato 15.800 persone nel 2022 (7.500 nel 2021) 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. Dal 2022, con l'obiettivo di contribuire ad avvicinare i giovani alla storia e alla cultura di 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 Branca ha partecipato alla realizzazione di numerose attività con importanti realtà del Made in Italy che, come 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

Nel corso del 2022, Fratelli Branca Destilerías ha continuato a sviluppare la sua piattaforma artistica e culturale, attraverso il Concorso di Poster Arte Único, giunto alla sua quindicesima edizione, mantenendo la sua ricca ed estesa tradizione e permettendo a giovani e nuovi artisti argentini di catturare la loro arte e farla conoscere. Quest'anno, grazie alla partecipazione della Fundación Cultural Anden, che promuove l'accesso e la diffusione delle arti in contesti svantaggiati, è stata incoraggiata la partecipazione di persone interessate al mondo artistico ed economicamente vulnerabili. Il 2022 ha visto la partecipazione di circa 3.360 (+30% rispetto al 2021). Per rafforzare ulteriormente il legame con la comunità degli artisti, l'azienda ha premiato i vincitori con la creazione di un NFT per le loro opere, così facendo il profitto economico che essi possono ricavarne continua per tutta la vita. Sempre nell'anno di rendicontazione, attraverso il Progetto Famiglia Branca, iniziativa nata nel 2019 e rivolta ai bartender più stimati e rinomati, in collaborazione con relatori esperti sul consumo responsabile di alcolici, l'Azienda ha creato in Argentina "Accademia Branca". "Accademia Branca" costituisce il primo programma educativo virtuale per lo sviluppo professionale nel bartending, con contenuti di livello internazionale avallati da una delle università più prestigiose del Paese (UADE). L'obiettivo è quello di offrire opportunità uniche di sviluppo professionale ai barman della regione, promuovendo l'inclusione sociale: a tal fine, i corsi vengono offerti sia ai membri della Famiglia Branca che a giovani a basso reddito in cerca di lavoro.

Inoltre, Fratelli Branca Destilerías ha collaborato con diverse realtà del territorio allo sviluppo di molteplici iniziative che contribuiscono 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 assistenza, sviluppo e servizi sociali. Si

dedica alla lotta contro la povertà, l'esclusione, l'intolleranza e la discriminazione.

- **Casa Cuna:** è il più antico ospedale pediatrico d'America, conosciuto anche con il nome tradizionale di "Casa Cuna". Ogni anno vengono curati circa 550.000 bambini affetti da diverse malattie e patologie.

- **Union Memorial:** ONG che si occupa di fornire pranzi e merende a bambini e adolescenti tra i 3 e i 18 anni in situazioni di vulnerabilità. Attualmente l'assistenza viene fornita a 398 famiglie.

- **Fundación Fatima:** ONG che si dedica 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.

- **Vivienda Digna:** Fondazione che collabora con le famiglie a basso reddito per la costruzione, il miglioramento e l'equipaggiamento delle loro case. La Società ha coinvolto i propri dipendenti in attività di volontariato.

- **Nutriendonos:** ONG dedicata alla cura e alla prevenzione della malnutrizione infantile che supporta donne incinte, madri e bambini fino a 5 anni di età in situazioni vulnerabili.



**Educazione, supporto all'impiego e all'occupazione:**

- **Cimientos Foundation:** ONG che promuove l'equità educativa attraverso programmi che migliorano la qualità dell'istruzione e promuovono la continuità educativa e / o l'inserimento lavorativo per i giovani che vivono in contesti vulnerabili. La Società ha erogato diverse borse di studio.

- **Fondazione Pescar:** erogazione di strumenti di formazione ai giovani a basso reddito per facilitare

il loro inserimento nel mondo del lavoro: assegnazione di 50 borse di studio a giovani-adulti associati alla ONG per il primo corso del programma Famiglia Branca Bartender "Accademia Branca".

- **Universidad Argentina de la Empresa (UADE):** Nell'ambito del programma Famiglia Branca, alcuni referenti aziendali hanno avuto il piacere di tenere delle Master Class agli studenti dei corsi di laurea in Gastronomia e Ingegneria Alimentare della, organizzando workshop e diverse visite alla distilleria Branca per gli studenti più meritevoli.

#### 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

Secondo Branca USA, l'impegno verso le comunità locali è un modo non solo per far conoscere i propri marchi nei mercati locali, ma anche un modo per sostenere iniziative sui territori, come la collaborazione con organizzazioni di beneficenza, al fine di raccogliere fondi o di sensibilizzare l'opinione pubblica.

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

- **Tales of the Cocktail<sup>31</sup>** 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.

Al fine di contribuire alla tutela dell'ecosistema, la Società ha inoltre sponsorizzato, attraverso una donazione finanziaria, un lotto di impollinazione nel centro di Atlanta, in Georgia che è stato utilizzato per contribuire all'impollinazione degli altri giardini/appezzamenti. Infine, la

Società ha organizzato diversi eventi nell'ambito del programma Branca Gives Back durante i quali la Società si impegna a contribuire alla pulizia delle spiagge locali e alla riparazione di rifugi per la fauna selvatica.



<sup>31</sup> Per ulteriori dettagli, si invita a consultare il seguente link: [Tales of the Cocktail® - Tales of the Cocktail Foundation](#)



# La tutela dell'ambiente

Per Branca una gestione non solo rispettosa delle norme ma anche consapevole della più ampia necessità di tutelare l'ambiente, è un prerequisito fondamentale per lo svolgimento di qualsiasi attività. La salvaguardia dell'ambiente e la sostenibilità nell'uso delle risorse naturali sono infatti obiettivi prioritari per il Gruppo.

Branca ha adottato un Codice Etico all'interno del quale sono affermati i principi di equità, lealtà e rigore professionale a cui sono improntate tutte le attività e i comportamenti posti in essere dalle proprie persone. Tali principi costituiscono il fondamento anche della Politica Ambientale adottata da Fratelli Branca Distillerie e da Fratelli Branca Destilerías dal 2019, volta a definire l'impegno delle Società nella gestione responsabile delle attività rilevanti dal punto di vista ambientale.

L'attenzione verso queste tematiche viene perseguita attraverso il controllo puntuale e misurabile degli indicatori anno per anno, la definizione di obiettivi e dei piani per il loro raggiungimento e il monitoraggio dei progressi raggiunti. Tali attività rientrano nell'ambito di un processo di miglioramento continuo definito per l'ottimizzazione delle proprie attività, a prescindere da qualsiasi vincolo normativo. L'impegno a favore dell'ambiente assume per Branca un significato particolare, che va oltre la gestione dell'impatto diretto dell'organizzazione sull'ecosistema: il concreto e qualificato contributo che il Gruppo intende offrire allo sviluppo sostenibile si traduce infatti nella possibilità di attivare processi di promozione e diffusione dei valori e dei comportamenti corretti sotto il profilo ambientale da parte dei propri interlocutori. Al fine di favorire una migliore gestione delle risorse razionalizzandone l'utilizzo e migliorando le proprie prestazioni ambientali, il Gruppo si impegna a portare avanti le seguenti iniziative:

- **ottimizzazione dei consumi**

**energetici e idrici attraverso monitoraggio continuo, miglioramento tecnologico e sensibilizzazione del personale;**

- **attenzione a tutte le fasi del processo produttivo per prevenire il rischio di inquinamento;**

- **orientamento dei fornitori verso la protezione dell'ambiente e della tutela delle risorse naturali.**

Entrambe le Società, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. e Fratelli Branca Destilerías SA, per consentire una gestione organica degli aspetti ambientali, hanno adottato un Sistema di gestione ambientale ISO 14001:2015. Tale sistema, rinnovato negli anni, consente di controllare, coordinare e migliorare tutti gli aspetti ambientali legati alle attività industriali - tra cui la gestione dei consumi energetici, le emissioni in atmosfera, l'uso efficiente delle risorse idriche e la gestione di rifiuti e scarichi. In linea con il proprio impegno a favore dell'ambiente, Fratelli Branca Distillerie 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. L'ottenimento di questa certificazione a dicembre 2011 e l'iscrizione di Fratelli Branca Distillerie nel Registro Europeo delle imprese EMAS testimonia l'impegno della Società verso una gestione ottimale delle risorse e il miglioramento continuo delle proprie prestazioni ambientali.

Il presente capitolo ha l'obiettivo di illustrare le principali performance ambientali, offrendo, per ciascun tema, una panoramica generale dei dati consolidati a livello di Gruppo e successivamente approfondendo gli aspetti più rilevanti relativi ai due siti produttivi in Italia e Argentina, ai quali sono associati la quasi totalità dei dati ambientali (consumi energetici, emissioni, rifiuti). Solo quando significativi, sono riportati approfondimenti relativi a Branca USA che, non essendo una realtà produttiva, ha impatti ambientali più limitati.



# Consumi energetici ed emissioni



Branca si impegna nel gestire responsabilmente le proprie attività per ridurre l'impatto ambientale delle proprie operations e dei prodotti durante tutto il loro ciclo di vita. Sebbene il Gruppo non sia un'azienda ad alta intensità energetica, si impegna ugualmente, da sempre, nell'efficiamento dei propri consumi.

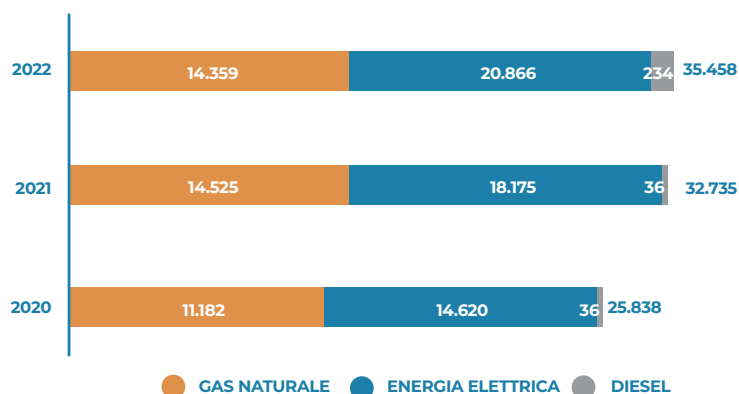
<sup>32</sup> Nei consumi correlati agli impianti produttivi sono inclusi quelli della Società terzista responsabile dell'imbottigliamento per conto della Società italiana Fratelli Branca Distillerie. Si segnala che i dati riportati sono stati forniti dal terzista attraverso l'utilizzo di driver sull'utilizzo delle linee produttive.

## FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Nel 2022, in linea con l'aumento dei volumi di produzione, i consumi energetici correlati agli impianti produttivi<sup>32</sup> presenti in Italia e in Argentina nelle due Società controllate ammontano a 35.458 Gigajoule (GJ)<sup>33</sup>, in aumento dell'8,3% rispetto al 2021. Nello specifico, tale andamento è causato da un incremento nei consumi di energia elettrica pari al 14,9% e di diesel, che seppur costituisca una minima parte dei consumi diretti legati agli impianti, registra un trend in aumento principalmente dovuto all'effettuazione da parte della Società argentina di un test sulla caldaia che ha previsto l'installazione di serbatoi di riserva in caso di mancata fornitura di gas naturale. Il consumo di gas naturale è rimasto pressoché in linea con l'anno precedente mostrando un trend in diminuzione pari all'1,1%.

<sup>33</sup> Per la conversione in GJ dei consumi si è fatto riferimento ai fattori resi disponibili dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy del Regno Unito (UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting), fogli Conversions e Fuel properties.

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 e Fratelli Branca Destilerias e comprendono i consumi della Società terzista responsabile dell'imbottigliamento per Fratelli Branca Distillerie

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 2022 sono stati pari rispettivamente a 4.752 GJ e 2.297 GJ. Tali valori sono in aumento rispetto al 2021 e contribuiscono a far sì che anche i consumi totali che ammontano a 42.274 GJ mostrino una tendenza in aumento (+10%) rispetto al precedente anno<sup>34</sup>.

<sup>34</sup> Rispetto ai dati riportati nel Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza 2021 si segnala che ai consumi per il triennio (2020-2022) sono stati aggiunti i consumi di carburante relativi alla Società italiana Fratelli Branca Distillerie. Tale integrazione, implementata allo scopo di perfezionare ulteriormente la rappresentazione dei consumi energetici e delle emissioni ad essi correlate causa un disallineamento tra i dati riportati nel presente report e nella sua versione precedente. Per l'anno 2020 il consumo di diesel ammonta a 1.395 GJ e 304 GJ di benzina, nel 2021, gli stessi ammontano rispettivamente a 1.561 GJ e 281 GJ.

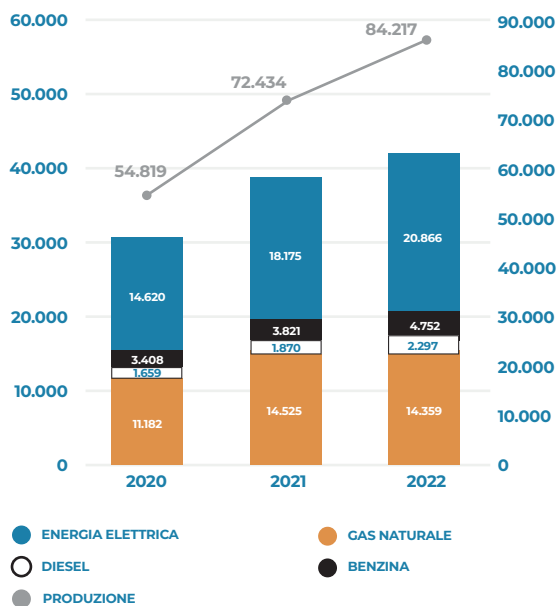
Ciononostante, l'aumento dei consumi complessivi va di pari passo con un significativo aumento della produttività (pari al 16,2%), che fa sì che l'indice di intensità energetica<sup>35</sup>, che misura l'efficienza energetica del Gruppo si riduca da 0,530 nel 2021 a 0,502 nel 2022. Questo risultato conferma il trend positivo di efficientamento energetico che il Gruppo aveva già riscontrato il precedente anno, confermando il successo delle diverse iniziative che le diverse realtà del Gruppo stanno portando avanti in questo ambito.

<sup>35</sup> 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.

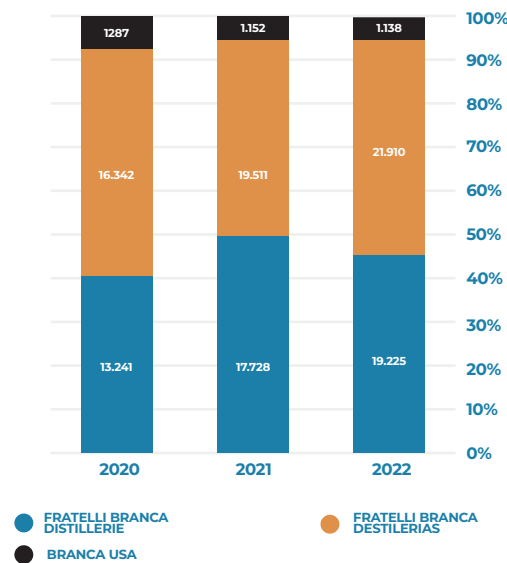
Il grafico seguente evidenzia il contributo di ciascuna Società ai consumi energetici totali di Branca: l'apporto maggiore deriva da Fratelli Branca Destilerias.

## 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



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



Si riportano di seguito alcuni approfondimenti relativi ai consumi energetici delle singole Società.

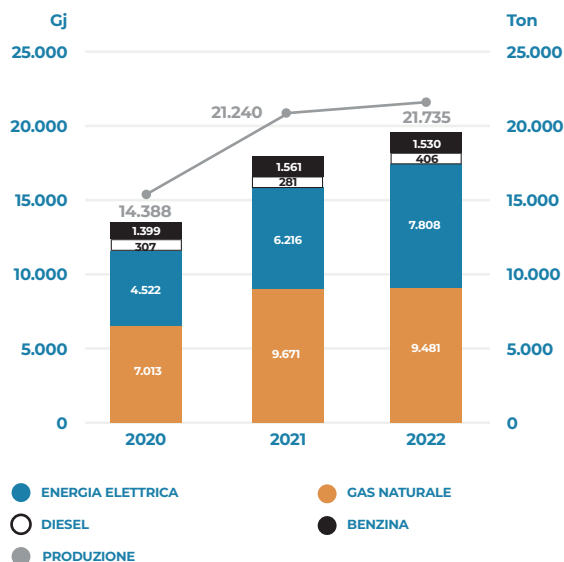
## FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Nell'ottica di un continuo miglioramento delle proprie performance ambientali, Fratelli Branca Distillerie ottimizza i propri consumi energetici attraverso il monitoraggio continuo, il miglioramento tecnologico, la sensibilizzazione del personale e attenzione a tutte le fasi del processo produttivo al fine di prevenire sprechi energetici e rischi di inquinamento. Ad ulteriore conferma dell'impegno dell'Azienda, presso la sede di Fratelli Branca Distillerie S.p.A. di via Resegone 2, sono stati installati sia un impianto fotovoltaico a servizio dell'impianto di illuminazione a LED della Ciminiera, caratterizzato da un sistema di accumulo finalizzato a rendere l'impianto totalmente autonomo, grazie all'energia rinnovabile utilizzata per l'alimentazione, sia un impianto solare termico con potenza di 14 kW a supporto per il riscaldamento dell'acqua sanitaria nelle varie utenze dello stabilimento. Per i contributi limitati, questi impianti non sono oggetto di monitoraggio nella Dichiarazione Ambientale.

Come si evince nel grafico seguente, nel 2022 i consumi energetici totali sono aumentati dell'8,5% rispetto all'anno precedente. Parallelamente, nel 2022 il volume di produzione di Fratelli Branca Distillerie è aumentato del 2,3%, il rapporto tra i due valori incide negativamente sull'indice di intensità energetica<sup>36</sup>, che si attesta a 0,88 mostrando un trend in leggero aumento rispetto al precedente anno (anno in cui lo stesso indice si attestava a 0,83).

<sup>36</sup> 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 includendo la Società terzista responsabile dell'imbottigliamento

Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato

## FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Nel corso del 2022, Fratelli Branca Destilerías ha continuato ad operare in conformità con la propria Politica Ambientale, rispettando le normative, al fine di ridurre i propri consumi energetici. Sulla base di standard conformi alla norma ISO 14001, la Società identifica gli impatti associati alle proprie attività produttive, li classifica, implementa azioni correttive, preventive e di mitigazione, ne monitora l'andamento e annualmente definisce nuovi obiettivi. A seguito della realizzazione di una mappatura delle principali fonti di consumo, a partire dal 2017 Fratelli Branca Destilerías ha finalizzato diverse iniziative legate all'efficiamento 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.

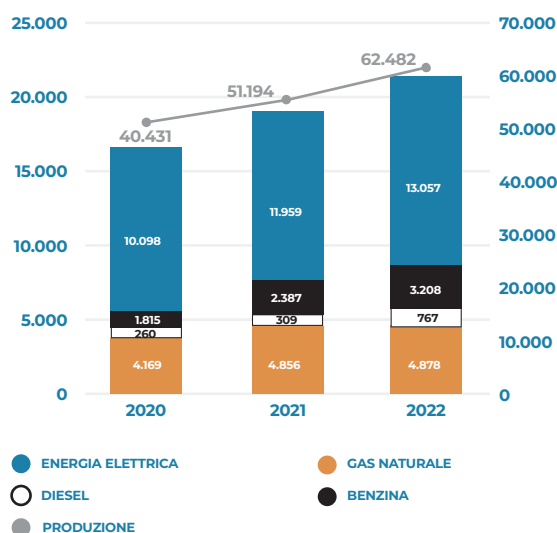
Come illustrato nel grafico seguente, i consumi di Fratelli Branca Destilerías, pari a 21.910 Gj sono aumentati del 12,3% rispetto al 2021. Rispetto alle fonti di consumo, gas naturale ed energia elettrica acquistata insieme ammontano a più dell'80% dei consumi dell'Azienda. A questo proposito, il consumo di gas naturale è rimasto in linea con il prece-

dente anno (4.878 Gj nel 2022 contro 4.856 Gj nel 2021), mentre il consumo di energia elettrica è incrementato del 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, l'aumento della produzione pari al 22% (62.482 ton nel 2022 e 51.194 ton nel 2021) influisce positivamente sull'indice di intensità energetica<sup>37</sup>, che si attesta a 0,351 confermando il trend in diminuzione che era già stato registrato nel 2021, anno in cui lo stesso valore ammontava a 0,381.

<sup>37</sup> 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.

Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato.



# Le emissioni in atmosfera

<sup>38</sup> Per il calcolo delle emissioni derivanti dalle ricariche del gas refrigerante R410, è stato utilizzato il fattore di emissione costituito dai parametri standard DEFRA 2022.

<sup>39</sup> Rispetto ai dati riportati nel Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza 2021 si segnala che, al totale delle emissioni rappresentate per il triennio (2020-2022) sono stati aggiunte quelle derivanti dai consumi di carburante relativi alla Società italiana Fratelli Branca Distillerie. Tale integrazione, implementata allo scopo di perfezionare ulteriormente la rappresentazione dei consumi energetici e delle emissioni ad essi correlate causa un disallineamento tra i dati riportati nel presente report e nella sua versione precedente. Per l'anno 2020 le emissioni causate dal consumo di diesel per autotrazione 98 tCO<sub>2</sub>eq. mentre quelle derivanti da benzina a 21 tCO<sub>2</sub>eq., nel 2021, le stesse ammontano rispettivamente a 109 tCO<sub>2</sub>eq. e 19 tCO<sub>2</sub>eq.

<sup>40</sup> Il perimetro delle emissioni Scope 3 è limitato ai consumi della Società terzista responsabile per l'imbottigliamento di Fratelli Branca Distillerie

In Branca, le fonti di emissioni in atmosfera derivano principalmente dai consumi energetici e dalle ricariche di gas refrigeranti degli impianti tecnologici e di condizionamento. Nello specifico, il Gruppo ha scelto di rendicontare le emissioni di gas serra sulla base della distinzione in "Scope" prevista dal GHG Protocol:

**Scopo 1 - Emissioni dirette derivanti dalla combustione di combustibili fossili - cioè il gas metano consumato negli stabilimenti di Fratelli Branca Distillerie e Fratelli Branca Destilerías 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 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.**

**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.**

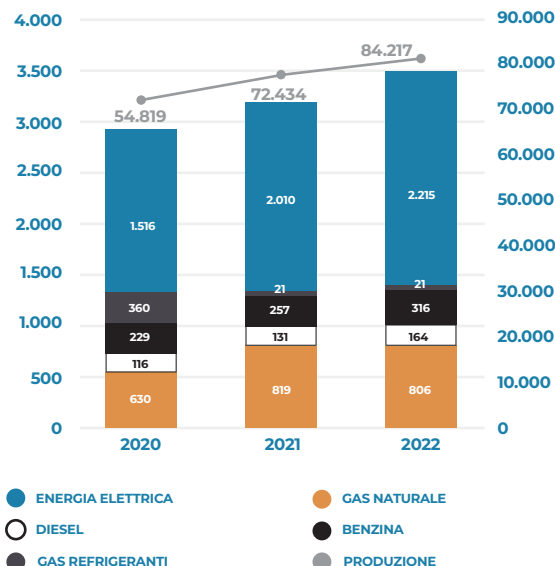
Nel 2022, le emissioni legate agli impianti di Branca (derivanti dal consumo di energia elettrica, gas naturale, diesel per attività legate agli impianti e gas refrigeranti)

ammontano a 3.059 tCO<sub>2</sub> eq, di cui 2.563 tCO<sub>2</sub> eq. causate direttamente dai consumi delle Società Fratelli Branca Distillerie e Fratelli Branca Destilerías e 496 tCO<sub>2</sub> eq. causate dall'attività di imbottigliamento svolta da una Società terzista per conto di Fratelli Branca Distillerie.

Per ottenere il totale delle emissioni causate dai consumi delle Società oggetto di questo Report, alle emissioni correlate agli impianti vanno sommate le 147 tCO<sub>2</sub>eq. emesse a causa dei consumi di diesel, le 316 tCO<sub>2</sub>eq. legate al consumo di benzina per alimentare la flotta auto aziendale e le 21 tCO<sub>2</sub>eq. causate dall'utilizzo di gas refrigeranti.

Con riferimento ai soli gas refrigeranti<sup>38</sup>, l'unica fonte di emissione deriva dalla quantità di R410 ricaricata nel 2022 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 2022 ammonta a 3.522 tCO<sub>2</sub>eq. di cui il 33%, corrispondente a 1.159 tCO<sub>2</sub> eq. è attribuibile alle emissioni Scope 1 (1.149 tCO<sub>2</sub> eq nel 2021<sup>39</sup>) mentre il 53%, pari a 1.868 tCO<sub>2</sub> eq (1.860 nel 2021) è causato da emissioni Scope 2 e il 14%, pari a 496 tCO<sub>2</sub> eq corrisponde alle emissioni Scope 3<sup>40</sup>(229 nel 2021).



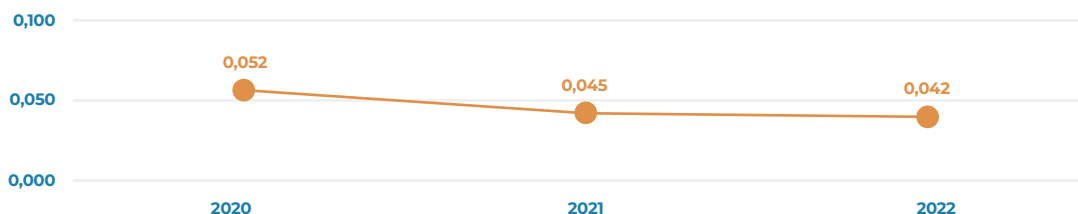
## CONSOLIDATO EMISSIONI PER FONTE DI CONSUMO NEL TRIENNIO (tCO<sub>2</sub>eq.)

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

Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato.

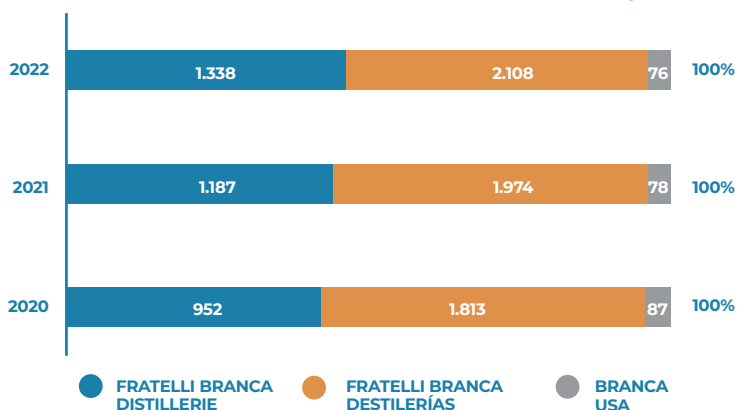
Nel complesso il totale delle emissioni (Scope 1, Scope 2, Scope 3) è in aumento dell'8,8% rispetto allo scorso anno a fronte di un aumento della produzione del 16,2%. Il rapporto tra emissioni e produzione si attesta allo 0,042 (0,045 nel 2021), confermando il trend in diminuzione che era già stato riscontrato nel 2021: tale risultato è significativo per il Gruppo in quanto testimonia il successo dell'implementazione delle politiche di efficientamento energetico come la sostituzione dei vecchi impianti con impianti di nuova generazione con minore impatto ambientale, attuate nel corso degli anni.

**CONSOLIDATO**  
**INDICE DI INTENSITÀ DELLE EMISSIONI NEL TRIENNIO (tCO<sub>2</sub>eq./ton.)**



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

**DETTAGLIO COMPOSIZIONE**  
**DELLE EMISSIONI PER SOCIETÀ (tCO<sub>2</sub> eq.)**

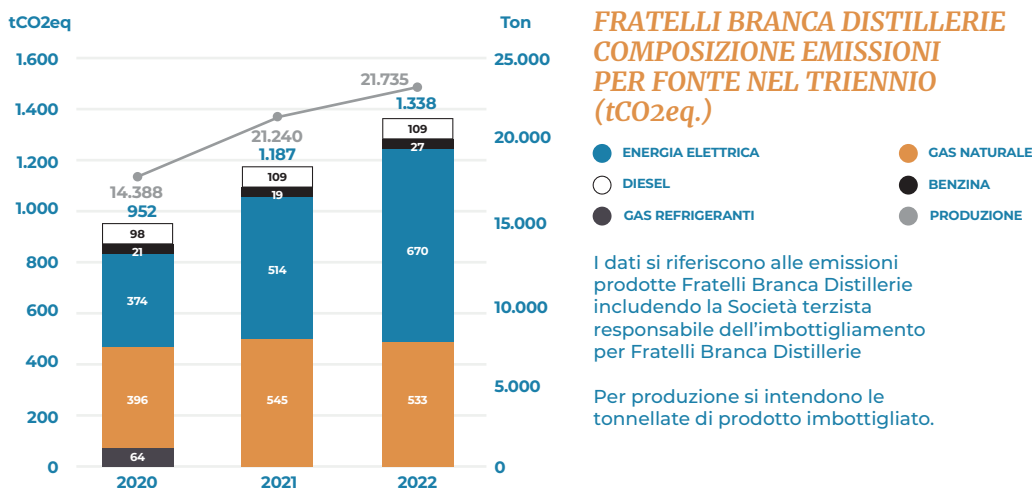


I dati si riferiscono alle emissioni correlate alle Società del perimetro e comprendono le emissioni causate dalla Società terzista responsabile dell'imbottigliamento per Fratelli Branca Distillerie.

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

## FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Con riferimento a Fratelli Branca Distillerie, nel 2022, le emissioni Scope 1 e Scope 2 sono state pari rispettivamente a 520 eq. e 322 tCO<sub>2</sub>eq; entrambi i valori 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. Il valore delle emissioni causate dal consumo di gas naturale del terzista relativamente all'attività svolta per conto di Branca è pari a 149 tCO<sub>2</sub>eq., al contempo il consumo di energia elettrica ha causato l'emissione di 347 tCO<sub>2</sub>eq. Nel complesso il totale delle emissioni, pari a 496 è raddoppiato rispetto al valore registrato nel 2021, che era pari a 229, la spiegazione di tale incremento va ricondotta al fatto che l'avvio del processo di trasferimento dell'attività di imbottigliamento verso la Società terzista era iniziato a metà dello scorso anno.



<sup>41</sup> L'indice di intensità delle emissioni 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.

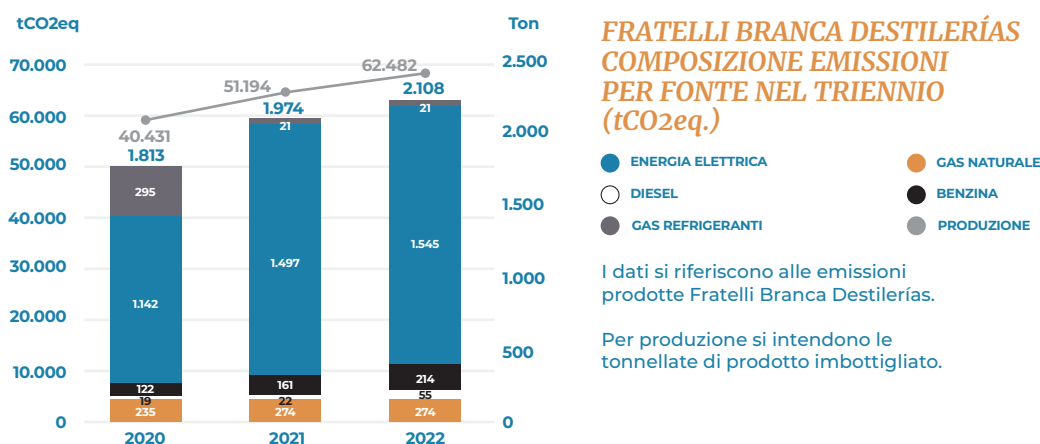
Nel complesso il totale delle emissioni, pari a 1.338 tCO<sub>2</sub>eq. è in aumento del 13% rispetto all'anno precedente, a fronte di un aumento della produzione del 2,3%. In linea con l'andamento dei consumi, il rapporto tra i due valori incide negativamente sul rapporto tra il totale delle emissioni e i volumi di produzione<sup>41</sup>, che si attesta a 0,062 mostrando un trend in leggero aumento rispetto al precedente anno (lo stesso indice si attestava a 0,056).

## FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

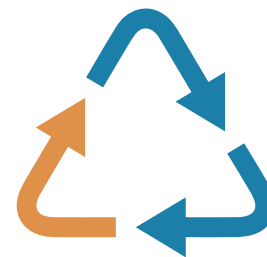
Per quanto riguarda invece Fratelli Branca Destilerías, nel 2022, le emissioni Scope 1 e Scope 2 sono state pari rispettivamente a 563 tCO<sub>2</sub>eq. e 1.545 tCO<sub>2</sub> (in totale 2.108 tCO<sub>2</sub>eq.). In linea con l'aumento dei consumi sia le emissioni Scope 1 che le emissioni Scope 2 sono aumentate rispetto al precedente anno, rispettivamente del 18% e del 3,2%.

Nel complesso, il totale delle emissioni è in aumento del 6,8% rispetto al 2021 ed è stato accompagnato da un incremento del 22% della produzione. Questi dati, se combinati, spiegano il miglioramento delle performance dell'indice di intensità delle emissioni che figura il rapporto tra le emissioni e la produzione e registra un valore di 0,034 (0,039 nel 2021).

Infine, si segnala che le emissioni derivanti dalle attività di Branca USA sono state pari nel 2021 a 76 tCO<sub>2</sub> eq, derivanti dal consumo di benzina, in leggera diminuzione rispetto al 2021 (78 tCO<sub>2</sub> eq).



# Economia circolare e riciclabilità



## LA GESTIONE DEI RIFIUTI

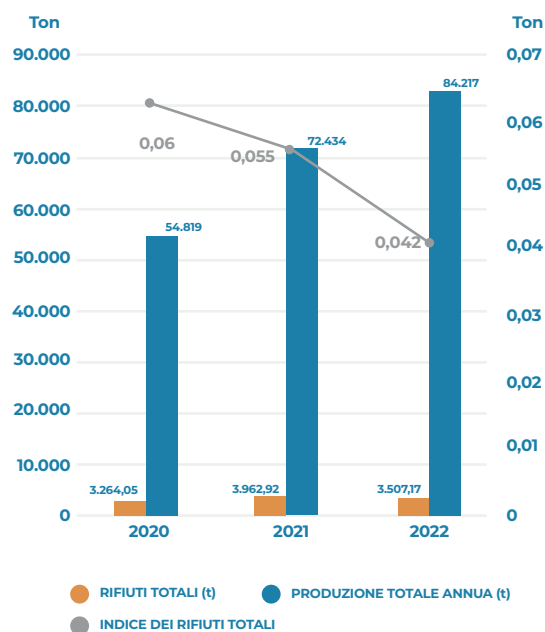
La minimizzazione e la corretta gestione dei rifiuti rivestono un ruolo centrale nell'approccio verso l'ambiente del Gruppo, che da sempre prevede riduzione, recupero e riciclo dei rifiuti. Branca utilizza nei propri cicli produttivi solo prodotti naturali. L'impiego di sostanze pericolose quali ad esempio detersivi, sanificanti e oli lubrificanti (per i quali vengono mantenute schede di sicurezza aggiornate sulla base delle richieste regolamentari) riguarda esclusivamente la pulizia dei locali e degli impianti e la manutenzione di questi ultimi. 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.

Nel complesso, il grafico ivi riportato evidenzia un trend decrescente pari all'11,5% relativamente ai rifiuti prodotti nel 2022 rispetto all'anno precedente a fronte di un incremento della produzione pari al 16,2%. Pertanto, l'Indice dei Rifiuti Totali (IRT) che misura il rapporto fra il volume dei rifiuti generati e i volumi della produzione evidenzia un notevole miglioramento nel corso dell'anno di rendicontazione, attestandosi a 0,042 (0,055 nel 2021).

Di seguito vengono presentati alcuni approfondimenti relativi alle Società produttive<sup>42</sup>.

<sup>42</sup> 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.

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

Nel 2022, la produzione totale di rifiuti per Fratelli Branca Distillerie è stata pari a 2.009 tonnellate in diminuzione del 15,4% rispetto al 2021, a fronte di un aumento della produzione (di prodotto imbottigliato) del 2,3%.

La maggior parte dei rifiuti rientrano nella classificazione di “non pericolosi”, mentre risultano trascurabili le quote di rifiuti pericolosi che per il 2022, in linea con il precedente anno, hanno rappresentato soltanto lo 0,001% del totale.

Nella Dichiarazione Ambientale, Fratelli Branca Distillerie 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);**

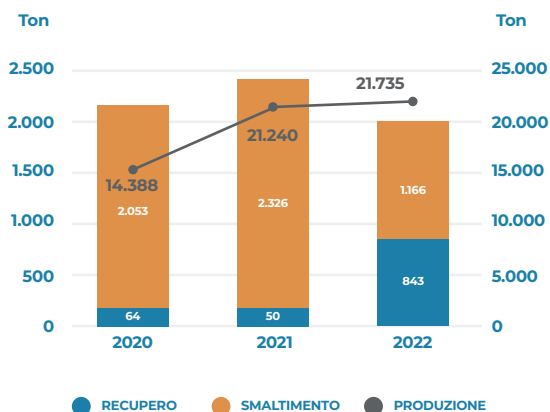
- **indicatore riferito ai rifiuti non pericolosi comprendente carta/cartone, plastica, ferro, materiale elettrico. Tale indicatore fa riferimento alla produzione di prodotto imbottigliato in quanto i rifiuti citati sono direttamente collegati ai processi intrinseci dell'attività di imbottigliamento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

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

Nell'anno di rendicontazione, sul totale dei rifiuti, il 42% sono stati recuperati e il 58% smaltito, la percentuale dei rifiuti recuperati è significativamente aumentata rispetto al precedente anno (2% nel 2021). 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.

<sup>43</sup> 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.

### FRATELLI BRANCA DISTILLERIE RIPARTIZIONE DEI RIFIUTI PER DESTINAZIONE NEL 2022 (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.

La diminuzione dei rifiuti e l'aumento della produzione hanno contribuito a migliorare l'Indice dei Rifiuti Totali (IRT) che misura il rapporto fra il volume dei rifiuti generati e i volumi della produzione, che, nel 2022 ammonta a 0,09 (0,11 nel 2021).<sup>43</sup>

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.**

Nel 2022 la Società ha portato avanti un progetto che era già stato avviato nel 2020, a seguito di specifiche attività di ricerca volte a verificare il possibile riutilizzo dei residui delle materie prime, derivanti dai processi produttivi. La ricerca aveva dato buoni risultati per quanto riguarda sia il riutilizzo dei fondi di caffè che per il recupero di materie prime esauste, in un'ottica di circolarità.

I fondi di caffè recuperati nella prima parte dell'anno di rendicontazione sono stati utilizzati come componente per la produzione di pellet e compost. Nella seconda parte dell'anno fondi di caffè ed erbe esauste sono stati destinati ad un centro di recupero che li ha trasformati in compost di qualità ai sensi della legge 75/2010, utilizzato nel settore florovivaistico, settore ortico-

lo e settore verde sportivo.

Nel 2022 il progetto ha permesso di recuperare 229.660 chili di fondi di caffè e 228.364 chili di materiale composto da erbe.

## FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Fratelli Branca Destilerías nel corso del 2022 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 2022 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/m<sup>3</sup> di prodotto finito. Rispetto a tale indice, nel 2022 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 2022.

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

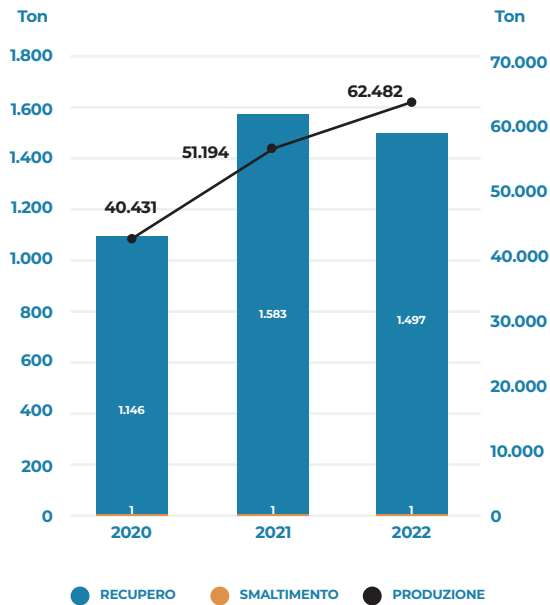
- **rifiuti industriali di natura organica (erbe esauste) per i quali è previsto un processo di pressatura al fine di riutilizzare gli stessi come fertilizzante organico e materia prima per la produzione di "compost";**
- **fanghi biologici, generati dall'impianto di trattamento delle acque reflue, dei 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 2022, la Società ha registrato, rispetto all'esercizio 2021, valori in diminuzione sia per quanto riguarda la produzione di rifiuti pericolosi che di quelli non pericolosi, con un totale di 1497,4 tonnellate (1583,9 nel 2021). Anche per la Società argentina, i rifiuti pericolosi risultano essere una quantità marginale sul totale (la percentuale di rifiuti pericolosi nel triennio rimane sempre inferiore allo 0,1% del totale). In linea con gli scorsi anni, anche nel 2022 la quasi totalità dei rifiuti (99,96%) è stata destinata a riciclo o riutilizzo (incluso recupero energetico).

Il grafico seguente evidenzia il trend del rapporto fra totale dei rifiuti (pericolosi e non pericolosi) e della produzione annua. Sebbene i valori rimangano pressoché costanti nel tempo, dal 2020 al 2021 si era verificato un minimo aumento, poiché sia la produzione che i rifiuti erano aumentati in maniera simile. Nel 2022, la diminuzione dei rifiuti ed il significativo aumento della produzione hanno inciso positivamente sul rapporto tra i due indicatori, che è diminuito del 5,5% circa attestandosi a 0,024 contro lo 0,031 del 2021. 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 2022 (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 relativo alla tematica della gestione dei rifiuti, l'azienda ha implementato le seguenti iniziative:

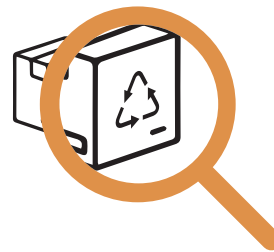
- **riprogettazione delle modalità di suddivisione dei rifiuti e di formazione del personale sul corretto smaltimento di questi ultimi: per migliorare le prestazioni dell'impianto in materia di riciclaggio, infatti, sono state ampliate le tipologie di materiali da separare, predisponendo nuovi contenitori 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 rifiuto 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 cm<sup>3</sup>/m<sup>2</sup>/24h /23°C), vapori (0,0 g/m<sup>2</sup>/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:

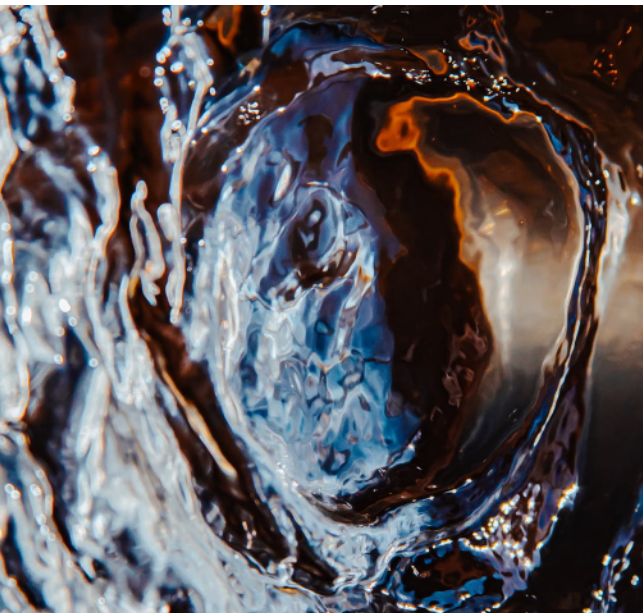
- Film termoretraibile in polietilene: 100 % riciclabile
- Coperchio in cartone: 100 % riciclabile
- Interfaldia in polipropilene: riutilizzabile
- Pianale in legno: riutilizzabile

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 celluloso 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).



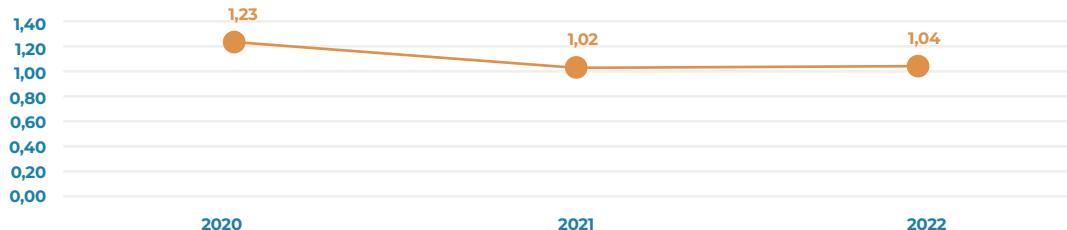


## LA TUTELA DELLA RISORSA IDRICA

L'acqua è al centro del processo produttivo di Branca ed è una delle principali risorse utilizzate. I consumi idrici risultano maggiormente correlati alle quantità di prodotto fabbricato e ai lavaggi di sanificazione degli impianti produttivi. Il Gruppo è sensibile alle questioni legate allo stress idrico che impattano direttamente su diversi territori e per questo si impegna costantemente nell'uso responsabile dell'acqua assicurandone un impiego efficiente e razionale all'interno dei processi produttivi.

Nel corso del 2022, complessivamente l'Indice di Consumo di Acqua (ICA) è rimasto pressoché in linea con il precedente anno. Di seguito si presenta il dettaglio delle politiche implementate e delle performance registrate nei due principali siti produttivi, in Italia e Argentina.

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



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

## FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Il sistema di gestione delle risorse idriche di Fratelli Branca Distillerie è strutturato in modo da consentire di identificare gli ambiti sui quali concentrare gli impegni di ottimizzazione dei consumi ed evitare inutili 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, Branca conduce controlli periodici per garantire la qualità dei flussi in uscita, prima che essi siano scaricati.

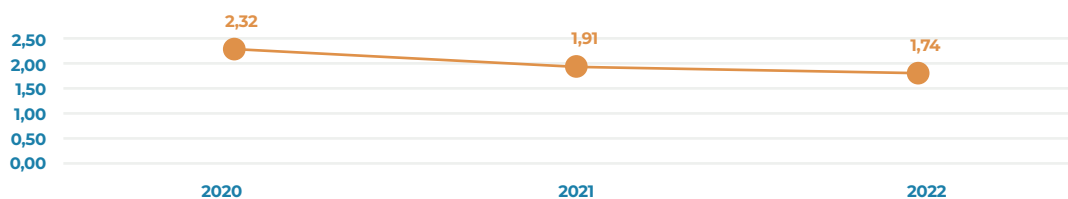
Le aree di miglioramento più rilevanti che sono state individuate rispetto alla gestione delle risorse idriche sono strettamente correlate alla produzione e riguardano quasi sempre interventi tecnici sugli impianti di produzione. Tra i vari ambiti di attività in cui la Fratelli Branca Distillerie sta 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, l'acqua proviene dall'acquedotto della città di Milano. Nel 2022 il consumo idrico è in diminuzione del 5% rispetto al 2021, mentre la produzione è in aumento di circa il 4,5% 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<sup>44</sup> 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 2022 ha confermato il trend in diminuzione che era già stato riscontrato lo scorso anno, attestandosi a 1,74 contro l'1,91 registrato nel 2021 (- 8,8%).

<sup>44</sup> L'indicatore monitorato fa riferimento alla produzione di prodotto fabbricato, in quanto le quantità di consumo idrico sono pertinenti maggiormente all'attività di fabbricazione. Per prodotto fabbricato si intende il totale del prodotto realizzato a partire dalle materie prime sfuso e disponibile per l'imbottigliamento.

**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

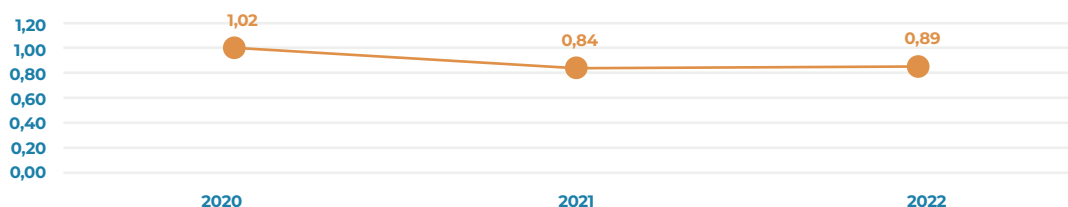
Anche Fratelli Branca Destilerías dedica particolare attenzione al contenimento e all'ottimizzazione dei consumi idrici. La Società, approvvigionandosi in maniera esclusiva da falde sotterranee, si pone inoltre l'obiettivo di salvaguardare le stesse preservandole da un eccessivo sfruttamento che danneggerebbe la qualità stessa della risorsa idrica prelevata. Tutta l'acqua utilizzata nello stabilimento proviene infatti da tre perforazioni interrate, viene in seguito stoccata in un serbatoio sopraelevato con una capacità di 120 metri cubi e successivamente distribuita per i processi produttivi, le aree di servizio e l'igiene personale. 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 10m<sup>3</sup>;
- 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
- incorporazione del sistema di ricircolo degli effluenti trattati nell'impianto di trattamento, al fine di riutilizzarlo nel processo di pulizia delle attrezzature.

Il controllo idrodinamico trimestrale viene effettuato nelle perforazioni sotterranee e, attraverso il prelievo di campioni, viene effettuato un controllo dei parametri e delle condizioni dell'acquifero. Il monitoraggio del consumo di acqua viene effettuato tenendo in considerazione l'ICA (indice di consumo dell'acqua) calcolato in metri cubi di acqua consumata, in relazione al volume di produzione. A fini comparativi, il volume in metri cubi è stato convertito in litri, in linea con il valore riportato per la Società italiana. I consumi idrici sono aumentati dell'11% a fronte di un incremento della produzione del 5%, causando un aumento dell'ICA di circa il 6%, attestandosi a 0,89 contro lo 0,84 registrato nel 2021.

Alcuni eventi straordinari possono spiegare l'andamento dell'indicatore nel corso dell'anno di riferimento, in particolare: la Società ha avviato nuovi processi di pulizia operativa per le vodka aromatizzate e ha intrapreso la pulizia di tutte le facciate dello stabilimento con acqua pressurizzata. Infine, si è verificata la rottura di un tubo sotterraneo all'interno dei pozzi di estrazione.

**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.
TASSO DI INFORTUNI TOTALI REGISTRABILI (TRIR)	Numeratore: numero di infortuni sul lavoro totali registrabili; denominatore: ore lavorate nello stesso periodo. Risultato del rapporto moltiplicato per 1.000.000.

### TEMI AMBIENTALI

INDICATORE	DESCRIZIONE
EMISSIONI GHG	<ul style="list-style-type: none"><li>• 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<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub> e N<sub>2</sub>O. Per il calcolo delle emissioni dirette di CO<sub>2</sub> (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<sub>2</sub>eq. si è fatto riferimento ai fattori di emissivi aggiornati nel 2023 e resi disponibili dal Department for Business, Energy &amp; Industrial Strategy del Regno Unito (UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting).</li><li>• Emissioni Scope 2: Per il calcolo delle emissioni di CO<sub>2</sub> 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). 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, aggiornati al 2021 (ultima versione disponibile).</li><li>• Emissioni Scope 3: Per il calcolo delle emissioni di CO<sub>2</sub> derivate dai consumi energetici indiretti legati alla catena di valore, 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, che dal 2022 è stata completamente esternalizzata. Analogamente, per il consumo di gas naturale si è fatto riferimento ai fattori di emissivi aggiornati nel 2023 e resi disponibili dal Department for Business, Energy &amp; 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).</li></ul>

# 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	2020	2021	2022
<b>VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO</b>	<b>230.563</b>	<b>337.103</b>	<b>443.042</b>
<b>VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO</b>			
COSTI AZIENDALI	121.624	176.392	232.213
COSTI DEL PERSONALE E BENEFIT	22.242	25.285	30.907
PAGAMENTI AI PRESTATORI DI CAPITALE	35.648	64.499	85.635
PAGAMENTI VERSO LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	19.094	33.709	37.183
INVESTIMENTI NELLE COMUNITÀ	581	307	317
<b>VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO TOTALE</b>	<b>199.106</b>	<b>300.192</b>	<b>386.254</b>
<b>VALORE ECONOMICO TRATTENUTO</b>	<b>31.457</b>	<b>36.911</b>	<b>56.788</b>

### 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	3	4	5	0	5	6	3	9
FRATELLI BRANCA DESTILERIAS S.A.	0	0	0	0	2	2	5	0	5	5	2	7
BRANCA USA Inc.	0	0	0	4	0	4	1	0	1	5	0	5
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA S.r.l.	0	0	0	1	2	3	3	0	3	4	2	6
BRANCA REAL ESTATE ITALIA S.r.l.	0	0	0	3	1	4	3	0	3	6	1	7
BRANCA REAL ESTATE ARGENTINA S.A.	0	0	0	1	0	1	5	0	5	6	0	6
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
VILLA BRANCA S.r.l.	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1

# SOSTENIBILITÀ DI BUSINESS

## GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

### NUMERO FORNITORI E VALORE DEGLI ORDINI<sup>45</sup> EMESSI SUDDIVISI PER AREA GEOGRAFICA PER SOCIETÀ

2020		2021		2022	
NUMERO FORNITORI	VALORE ORDINI (%)	NUMERO FORNITORI	VALORE ORDINI (%)	NUMERO FORNITORI	VALORE ORDINI (%)

#### FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

TOTALE	72	100,0	72	100,0	72	100,0
ITALIA	50	75	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

TOTALE	20	100,0	32	100,0	35	100,0
ITALIA	3	3,5	5	1,0	5	0,2
EUROPA (ESCLUSA ITALIA)	4	8,9	6	7,3	4	3,5
ARGENTINA	11	86,6	18	86,8	20	93,1
AMERICA (ESCLUSA ARGENTINA)	0	0,0	1	0,1	4	0,2
ASIA	0	0,0	0	0,0	0	0,0
AFRICA	2	1,0	2	4,8	2	3,0

<sup>45</sup> 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(%)<sup>46</sup> PER SOCIETÀ

### FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

	2021	2022
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

	2021	2022
ISO 9001	81,8%	81,8%
ISO 14001	36,4%	36,4%
OHSAS 18001/ISO 45001	18,2%	18,2%
ISO 2200, BRC, IFS (in materia di sicurezza alimentare)	63,6%	63,6%
% DI FORNITORI CON ALMENO UNA CERTIFICAZIONE	100,0%	100,0%

### BRANCA USA

	2021	2022
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%

<sup>46</sup> 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.

## 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			FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS			BRANCA USA		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
% 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			FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS			BRANCA USA		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
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 comportato un'ammenda o una sanzione	0	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui: hanno comportato 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			FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS			BRANCA USA		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
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 comportato un'ammenda o una sanzione	0	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui: hanno comportato 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

## TEMI SOCIALI

### PROFILO DEI DIPENDENTI DEL GRUPPO

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

GRI 2-7	2020			2021			2022		
	T. INDET.	T. DET.	TOTALE	T. INDET.	T. DET.	TOTALE	T. INDET.	T. DET.	TOTALE
<b>F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.</b>	<b>93</b>	<b>1</b>	<b>94</b>	<b>61</b>	<b>1</b>	<b>62</b>	<b>70</b>	<b>3</b>	<b>73</b>
<b>UOMINI</b>	<b>62</b>	<b>1</b>	<b>63</b>	<b>37</b>	<b>0</b>	<b>37</b>	<b>42</b>	<b>1</b>	<b>43</b>
<b>DONNE</b>	<b>31</b>	<b>0</b>	<b>31</b>	<b>24</b>	<b>1</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>2</b>	<b>30</b>
<b>F.LLI BRANCA DESTILERÍAS</b>	<b>199</b>	<b>0</b>	<b>199</b>	<b>201</b>	<b>0</b>	<b>201</b>	<b>206</b>	<b>0</b>	<b>206</b>
<b>UOMINI</b>	<b>188</b>	<b>0</b>	<b>188</b>	<b>186</b>	<b>0</b>	<b>186</b>	<b>185</b>	<b>0</b>	<b>185</b>
<b>DONNE</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>21</b>	<b>0</b>	<b>21</b>
<b>BRANCA USA</b>	<b>26</b>	<b>0</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>0</b>	<b>29</b>
<b>UOMINI</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>16</b>
<b>DONNE</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>13</b>
<b>BRANCA INTERNATIONAL</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
<b>UOMINI</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>DONNE</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
<b>UOMINI</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
<b>DONNE</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>TOTALE</b>	<b>326</b>	<b>1</b>	<b>327</b>	<b>298</b>	<b>1</b>	<b>299</b>	<b>310</b>	<b>3</b>	<b>313</b>
<b>UOMINI</b>	<b>265</b>	<b>1</b>	<b>266</b>	<b>242</b>	<b>0</b>	<b>242</b>	<b>246</b>	<b>1</b>	<b>247</b>
<b>DONNE</b>	<b>61</b>	<b>0</b>	<b>61</b>	<b>56</b>	<b>1</b>	<b>57</b>	<b>64</b>	<b>2</b>	<b>66</b>

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

GRI 2-7	2020			2021			2022		
	FULL TIME	PART TIME	TOTALE	FULL TIME	PART TIME	TOTALE	FULL TIME	PART TIME	TOTALE
<b>F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.</b>	<b>93</b>	<b>1</b>	<b>94</b>	<b>60</b>	<b>2</b>	<b>62</b>	<b>71</b>	<b>2</b>	<b>73</b>
UOMINI	63	0	63	37	0	37	43	1	43
DONNE	30	1	31	23	2	25	28	2	30
<b>F.LLI BRANCA DESTILERIAS</b>	<b>199</b>	<b>0</b>	<b>199</b>	<b>201</b>	<b>0</b>	<b>201</b>	<b>206</b>	<b>0</b>	<b>206</b>
UOMINI	188	0	188	186	0	186	185	0	185
DONNE	11	0	11	15	0	15	21	0	21
<b>BRANCA USA</b>	<b>26</b>	<b>0</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>0</b>	<b>29</b>
UOMINI	11	0	11	14	0	14	16	0	16
DONNE	15	0	15	14	0	14	13	0	13
<b>BRANCA INTERNATIONAL</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
UOMINI	3	1	4	3	2	5	1	1	2
DONNE	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
UOMINI	2	2	4	2	1	3	2	1	3
DONNE	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTALE</b>	<b>326</b>	<b>1</b>	<b>327</b>	<b>297</b>	<b>2</b>	<b>299</b>	<b>311</b>	<b>2</b>	<b>313</b>
UOMINI	247	0	247	242	0	242	247	0	247
DONNE	59	1	60	55	2	57	64	2	66

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

GRI 2-8	2020			2021			2022		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
STAGE	2	0	2	4	3	7	6	3	9
INTERINALI/TEMPORANEI	20	6	26	20	2	22	14	0	14
<b>TOTALE</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>5</b>	<b>29</b>	<b>20</b>	<b>3</b>	<b>23</b>



## 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		
	2022	2021	2020	2022	2021	2020	2022	2021	2020	2022	2021	2020	2022	2021	2020	2022	2021	2020
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	4	0	0	11	4	2	1	0	0	1	0	0	11	1	1	2	0	0
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	3	2	0	6	6	0	0	0	0	6	0	0	4	9	2	2	0	0
BRANCA USA	0	1	1	1	2	1	0	0	0	3	0	0	4	1	1	0	0	0
BRANCA INTERNATIONAL	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALE	7	3	1	19	13	4	1	0	0	10	0	0	19	12	5	4	1	0

## TASSO DI TURNOVER IN ENTRATA PER GENERE E SOCIETÀ

GRI 401-1	2020			2021			2022		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	1,6%	6,5%	3,2%	2,7%	16,0%	8,1%	33,0%	53,0%	41,0%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	1,1%	0,0%	1,0%	4,8%	53,3%	8,5%	6,0%	43,0%	10,0%
BRANCA USA	9,1%	13,3%	11,5%	7,1%	21,4%	14,3%	41,0%	8,0%	28,0%
BRANCA INTERNATIONAL	50,0%	50,0%	50,0%	66,7%	50,0%	60,0%	50,0%	0,0%	50,0%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTALE	1,9%	8,2%	3,1%	5,37%	28,1%	9,7%	13,4%	40,9%	19,2%

## 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		
	2022	2021	2020	2022	2021	2020	2022	2021	2020	2022	2021	2020	2022	2021	2020	2022	2021	2020
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	1	0	0	9	6	1	1	2	3	1	2	2	7	10	0	4	9	4
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	1	2	1	2	2	0	1	0	0	0	2	2	10	7	5	3	2	2
BRANCA USA	1	0	0	1	3	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	2	0	0
BRANCA INTERNATIONAL	1	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALE	4	2	1	14	11	4	2	2	3	1	4	4	19	17	8	10	11	6

## TASSO DI TURNOVER IN USCITA PER GENERE E SOCIETÀ

GRI 401-1	2020			2021			2022		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	9,5%	12,9%	10,6%	56,8%	32%	46,8%	28%	37%	32%
F.LLI BRANCA DESTILERIAS	4,8%	9,1%	5,0%	5,9%	26,7%	7,5%	7%	19%	8%
BRANCA USA	18,2%	6,7%	11,5%	0,0%	21,4%	10,7%	18%	15%	17%
BRANCA INTERNATIONAL	50,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	300%	200%	250%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	0,0%	50,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTALE	6,8%	13,1%	8,0%	13,2%	26,32%	15,72%	12,1%	30,3%	16%

## DIVERSITÀ E INCLUSIONE NELL'AMBIENTE DI LAVORO

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

GRI 405-1	< 30			30 - 50			> 50			TOTALE GRUPPO 2022	
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE		
2022	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
	< 30			30 - 50			> 50			TOTALE GRUPPO 2021	
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE		
2021	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
	< 30			30 - 50			> 50			TOTALE GRUPPO 2020	
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE		
2020	DIRIGENTI	0	0	0	3	8	11	0	15	15	26
	QUADRI	0	0	0	15	24	39	3	14	17	56
	IMPIEGATI	7	11	18	23	76	99	6	16	22	139
	OPERAI	0	6	6	2	78	80	2	18	20	106
	TOTALE	7	17	24	43	186	229	11	63	74	327

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

GRI 2-30	2020	2021	2022
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	100%	100%	100%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	47,2%	50,5%	45,6%
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**

GRI 405-2	2020		2021		2022	
	STIPENDIO	RETRIBUZIONE	STIPENDIO	RETRIBUZIONE	STIPENDIO	RETRIBUZIONE
DIRIGENTI	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	85%	85%
QUADRI	81%	86%	88%	88%	86%	90%
IMPIEGATI	87%	86%	70%	70%	68%	79%
OPERAI	95%	95%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

**FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS**

DIRIGENTI	n.d.	n.d.	124%	124%	112%	111%
QUADRI	n.d.	n.d.	92%	92%	92%	92%
IMPIEGATI	92%	92%	103%	103%	99%	99%
OPERAI	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

**BRANCA USA**

DIRIGENTI	66%	54%	54%	54%	72%	63%
QUADRI	92%	91%	103%	103%	95%	93%
IMPIEGATI	104%	105%	86%	86%	121%	118%
OPERAI	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

## SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO E FORMAZIONE<sup>47</sup>

<sup>47</sup> Le ore di Branca International e Centro Studi Fratelli Branca sono conteggiate all'interno di Fratelli Branca Distillerie

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

GRI 404-1	2020			2021			2022		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	146	66	212	246	92	338	1.906	1.714	3.620
F.LLI BRANCA DESTILERIAS	2.231	118	2.349	2.520	176	2.696	7.380	823	8.203
BRANCA USA	45	58	103	68	60	128	20	18	38
<b>TOTALE</b>	<b>2.422</b>	<b>242</b>	<b>2.664</b>	<b>2.834</b>	<b>328</b>	<b>3.162</b>	<b>9.306</b>	<b>2.555</b>	<b>11.861</b>

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

GRI 404-1	2020			2021			2022		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	2,7	2,1	2,5	6,6	3,7	5,5	44,3	57,1	49,6
F.LLI BRANCA DESTILERIAS	12,0	10,7	12,0	13,5	11,7	13,4	39,9	39,2	39,8
BRANCA USA	5,2	4,7	4,9	4,9	4,3	4,6	1,3	1,4	1,3
BRANCA INTERNATIONAL	2,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	6,0	1,0	3,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>TOTALE</b>	<b>9,4</b>	<b>4,2</b>	<b>8,4</b>	<b>12,0</b>	<b>6,1</b>	<b>10,9</b>	<b>37,7</b>	<b>38,7</b>	<b>37,9</b>

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

GRI 404-1	2022		
	UOMINI	DONNE	TOTALE
DIRIGENTI	35,8	8,3	31,1
QUADRI	44,7	68,7	52,2
IMPIEGATI	20,7	32,4	24,1
OPERAI	53,7	0,0	53,7
<b>TOTALE</b>	<b>37,7</b>	<b>38,7</b>	<b>37,9</b>

## SALUTE E SICUREZZA

### INDICI INFORTUNISTICI PER SOCIETÀ

GRI 403-9	2020	2021	2022
<b>CONSOLIDATO</b>			
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	1
<b>FRATELLI BRANCA DISTILLERIE</b>			
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	1
<b>FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS</b>			
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
<b>BRANCA USA</b>			
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	2020	2021	2022
Gas Naturale	Gj	11.182	14.525	14.359
Diesel	Gj	1.659	1.870	2.297
Benzina	Gj	3.408	3.821	4.752
Energia acquistata	Gj	14.620	18.175	20.866
Consumi energetici totali	Gj	30.870	38.390	42.274
Produzione totale anno	Ton	54.819	72.434	84.217
Intensità energetica	Gj/Ton	0,563	0,530	0,502

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

GRI 302-1	UNITÀ DI MISURA	2020	2021	2022
Gas Naturale	Gj	7.013	9.671	9.481
Diesel	Gj	1.399	1.561	1.530
Benzina	Gj	307	281	406
Energia elettrica	Gj	4.522	6.216	7.808
Consumi energetici totali	Gj	13.241	17.728	19.225
Produzione totale anno	Ton	14.388	21.240	21.735
Intensità energetica	Gj/Ton	0,920	0,835	0,885

## CONSUMI ENERGETICI – FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

GRI 302-1	UNITÀ DI MISURA	2020	2021	2022
Gas Naturale	Gj	4.169	4.856	4.878
Diesel (impianti)	Gj	36	36	234
Diesel	Gj	224	273	534
Benzina	Gj	1.815	2.387	3.208
Energia elettrica	Gj	10.098	11.959	13.057
Consumi energetici totali	Gj	16.342	19.511	21.910
Produzione totale anno	Ton	40.431	51.194	62.482
Intensità energetica	Gj/Ton	0,404	0,381	0,351

<sup>50</sup> Per il calcolo delle emissioni dirette di CO<sub>2</sub> (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<sub>2</sub> 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).

## CONSUMI ENERGETICI – BRANCA USA

GRI 302-1	UNITÀ DI MISURA	2020	2021	2022
Benzina	Gj	1.287	1.152	1.138

## EMISSIONI ED EMISSION INTENSITY – CONSOLIDATO

GRI 305-1,2, 4	2020	2021	2022
EMISSIONI SCOPE 1 (tCO <sub>2</sub> eq.) <sup>50</sup>	1.336	1.149	1.159
EMISSIONI SCOPE 2 (tCO <sub>2</sub> eq.) <sup>51</sup>	1.516	1.860	1.867
EMISSIONI SCOPE 3 (tCO <sub>2</sub> eq.)	N/A	229	496
EMISSIONI TOTALI (Scope 1, Scope 2 e Scope 3) (tCO <sub>2</sub> eq.)	2.851	3.238	3.522
PRODUZIONE TOTALE ANNO (t)	54.819	72.434	84.217
RAPPORTO EMISSIONI TOTALI / PRODUZIONE <sup>52</sup> (tCO <sub>2</sub> eq./t)	0,052	0,045	0,042

<sup>51</sup> Per il calcolo delle emissioni di CO<sub>2</sub> 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.

<sup>52</sup> Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato.

## EMISSIONI ED EMISSION INTENSITY - FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

GRI 305-1,2, 4	2020	2021	2022
EMISSIONI SCOPE 1 (tCO <sub>2</sub> eq.)	578	595	520
EMISSIONI SCOPE 2 (tCO <sub>2</sub> eq.)	374	364	322
EMISSIONI SCOPE 3 (tCO <sub>2</sub> eq.)	N/A	229	496
EMISSIONI TOTALI (Scope 1, Scope 2 e Scope 3) (tCO <sub>2</sub> eq.)	952	1.187	1.338
PRODUZIONE TOTALE ANNO (t)	14.388	21.240	21.735
RAPPORTO EMISSIONI TOTALI / PRODUZIONE (tCO <sub>2</sub> eq./t)	0,066	0,056	0,062

## EMISSIONI ED EMISSION INTENSITY - BRANCA DESTILERÍAS

GRI 305-1,2, 4	2020	2021	2022
EMISSIONI SCOPE 1 (tCO <sub>2</sub> eq.)	671	477	563
EMISSIONI SCOPE 2 (tCO <sub>2</sub> eq.)	1.142	1.497	1.545
EMISSIONI TOTALI (Scope 1 e Scope 2) (tCO <sub>2</sub> eq.)	1.813	1.974	2.108
PRODUZIONE TOTALE ANNUA (t)	40.431	51.194	62.482
RAPPORTO EMISSIONI TOTALI / PRODUZIONE (tCO <sub>2</sub> eq.)	0,045	0,039	0,034

## EMISSIONI ED EMISSION INTENSITY - BRANCA USA

GRI 305-1	2020	2021	2022
EMISSIONI SCOPE 1 (tCO <sub>2</sub> eq.)	87	78	76

## RIFIUTI GENERATI – CONSOLIDATO E DETTAGLIO PER SOCIETÀ

	2020	2021	2022
<b>CONSOLIDATO</b>			
Totale rifiuti pericolosi (t)	4,12	5,22	1,84
Totale rifiuti non pericolosi (t)	3.259,93	3.957,70	3.505,33
Rifiuti totali (t)	3.264,05	3.962,92	3.507,17
Produzione totale anno (t)	54.819	72.434	84.217
Rapporto rifiuti totali / produzione (t/t)	0,060	0,055	0,042

### FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Totale rifiuti pericolosi (t)	3,06	1,43	1,2
Totale rifiuti non pericolosi (t)	2.113,63	2.374,9	2007,87
Rifiuti totali (t)	2.116,69	2.376,33	2.009,07
Produzione totale anno (t)	14.388	21.240	21.735
Rapporto rifiuti totali / produzione (t/t)	0,147	0,112	0,092

### FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Totale rifiuti pericolosi (t)	1,06	3,79	0,6
Totale rifiuti non pericolosi (t)	1.146,05	1.582,55	1.496,8
Rifiuti totali (t)	1.147,11	1.586,34	1.497,4
Produzione totale anno (t)	40.431	51.194	62.482
Rapporto rifiuti totali / produzione (t/t)	0,028	0,031	0,024



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

	2020	2021	2022
<b>CONSOLIDATO</b>			
Consumo idrico (l)	57.031	74.208	78.727
Produzione (t)	46.243	72.487	75.756
Indice del consumo di acqua (ICA) (l/t)	1,233	1,024	1,039
<b>ITALIA</b>			
Consumo idrico (l)	17.911	23.988	22.827
Produzione (t)	7.725	12.560	13.113
Indice del consumo di acqua (ICA) (l/t)	2,319	1,910	1,741
<b>ARGENTINA</b>			
Consumo idrico (l)	39.120	50.220	55.900
Produzione (t)	38.518	59.927	62.643
Indice del consumo di acqua (ICA) (l/t)	1,026	0,838	0,892

# Indice dei contenuti GRI

<b>DICHIARAZIONE D'USO</b>	Branca International SpA ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo compreso tra il 1 gennaio 2022 e il 31 dicembre 2022 secondo la modalità with reference to GRI Standard
<b>UTILIZZATO GRI 1</b>	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
<b>STANDARD DI SETTORE GRI PERTINENTI</b>	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 Revisione 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 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 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 Legalità, trasparenza e integrità, p.37
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	La gestione consapevole del business, pp.23-24 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 La soddisfazione dei clienti, p.58, 60 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 Tabelle di performance, p.107

STANDARD GRI / ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE
<b>TEMI MATERIALI</b>		
<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	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

<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	Legalità, trasparenza, etica e integrità, p. 37
<b>GRI 205 ANTICORRUZIONE 2016</b>	205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	Legalità, trasparenza, etica e integrità, p. 37
<b>GRI 416 - SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI 2016</b>	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

<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	Valore economico direttamente generato e distribuito, pp.42-43
<b>GRI 201 PERFORMANCE ECONOMICA 2016</b>	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	Valore economico direttamente generato e distribuito, pp.42-43 Performance tables, p.100

### EFFICIENZA ENERGETICA E CLIMATE- CHANGE

<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	Consumi energetici ed emissioni, p.85-91
<b>GRI 302 ENERGIA 2016</b>	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Consumi energetici ed emissioni, p.86-88 Tabelle di performance, p.109-110
	302-3 Intensità energetica	Consumi energetici ed emissioni, pp.86-88 Tabelle di performance, p.109-110
<b>GRI 305 EMISSIONI 2016</b>	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	Consumi energetici ed emissioni, pp. 89-91 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 Tabelle di performance, p. 111
	305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra	Consumi energetici ed emissioni, pp. 89-91 Tabelle di performance, p. 111

### LA QUALITÀ E SICUREZZA DELLE MATERIE PRIME E DEL PRODOTTO

<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto, pp. 53-55
<b>GRI 417 MARKETING ED ETICHETTATURA 2016</b>	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 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 Tabelle di performance, p. 102

### MARKETING, COMUNICAZIONE E CONSUMO RESPONSABILE

<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	La tutela dei consumatori e la promozione del consumo responsabile, pp. 56-57
<b>GRI 417 MARKETING ED ETICHETTATURA 2016</b>	417-3 Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing	Legalità, trasparenza, etica e integrità, p.37 Tabelle di performance, p. 102

### CUSTOMER RELATIONSHIP & SATISFACTION

<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	La soddisfazione dei clienti, pp.58-61
--	---------------------------------	--

STANDARD GRI / ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE
-------------------------------	-------------	------------

### GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	Gestione responsabile della catena di fornitura, pp. 45-52
<b>GRI 204 PRASSI DI APPROVVIGIONAMENTO 2016</b>	204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	Gestione responsabile della catena di fornitura, pp. 45-52 Tabelle di performance: p.101
<b>GRI 308 VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI 2016</b>	308-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	Gestione responsabile della catena di fornitura, pp. 45-52
<b>GRI 414 VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI 2016</b>	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

<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	Economia circolare e riciclabilità, pp. 92-98
<b>GRI 303 ACQUA ED EFFLUENTI 2018</b>	303-5 Consumo idrico	Economia circolare e riciclabilità, pp.97-98 Tabelle di performance, p.113
<b>GRI 306 RIFIUTI 2020</b>	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 Tabelle di performance, p.112

### DIVERSITÀ, INCLUSIONE E DIRITTI UMANI

<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro, pp.66-67
<b>GRI 2 INFORMATIVE GENERALI 2021</b>	2-7 Dipendenti	Profilo dei dipendenti del Gruppo, p.63 Tabelle di performance, pp. 103-104
	2-8 Lavoratori non dipendenti	Profilo dei dipendenti del Gruppo, p.63 Tabelle di performance, p.104
<b>GRI 401 OCCUPAZIONE 2016</b>	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	Profilo dei dipendenti del Gruppo, pp. 64-65 Tabelle di performance, p.105-106
<b>GRI 405 DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016</b>	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro, pp.66 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 Tabelle di performance, p.107

### SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	Salute e sicurezza sul lavoro, pp.71-73
<b>GRI 403 SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018</b>	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 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*

<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	Benessere dei dipendenti, pp. 74-75
<b>GRI 401 OCCUPAZIONE 2016</b>	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*

<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	Sviluppo del capitale umano e formazione, pp.68-70
<b>GRI 404 FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016</b>	404-1 Ore di formazione medie annuali per dipendente	Sviluppo del capitale umano e formazione, pp.68-70 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*

<b>GRI 3 TEMI MATERIALI 2021</b>	3-3 Gestione dei temi materiali	Branca, la Cultura e il Territorio, pp. 76-83
--	---------------------------------	---



*Branca International S.p.A.*

**Bilancio di  
Sostenibilità e  
Consapevolezza**

2022