



Branca International S.p.A.

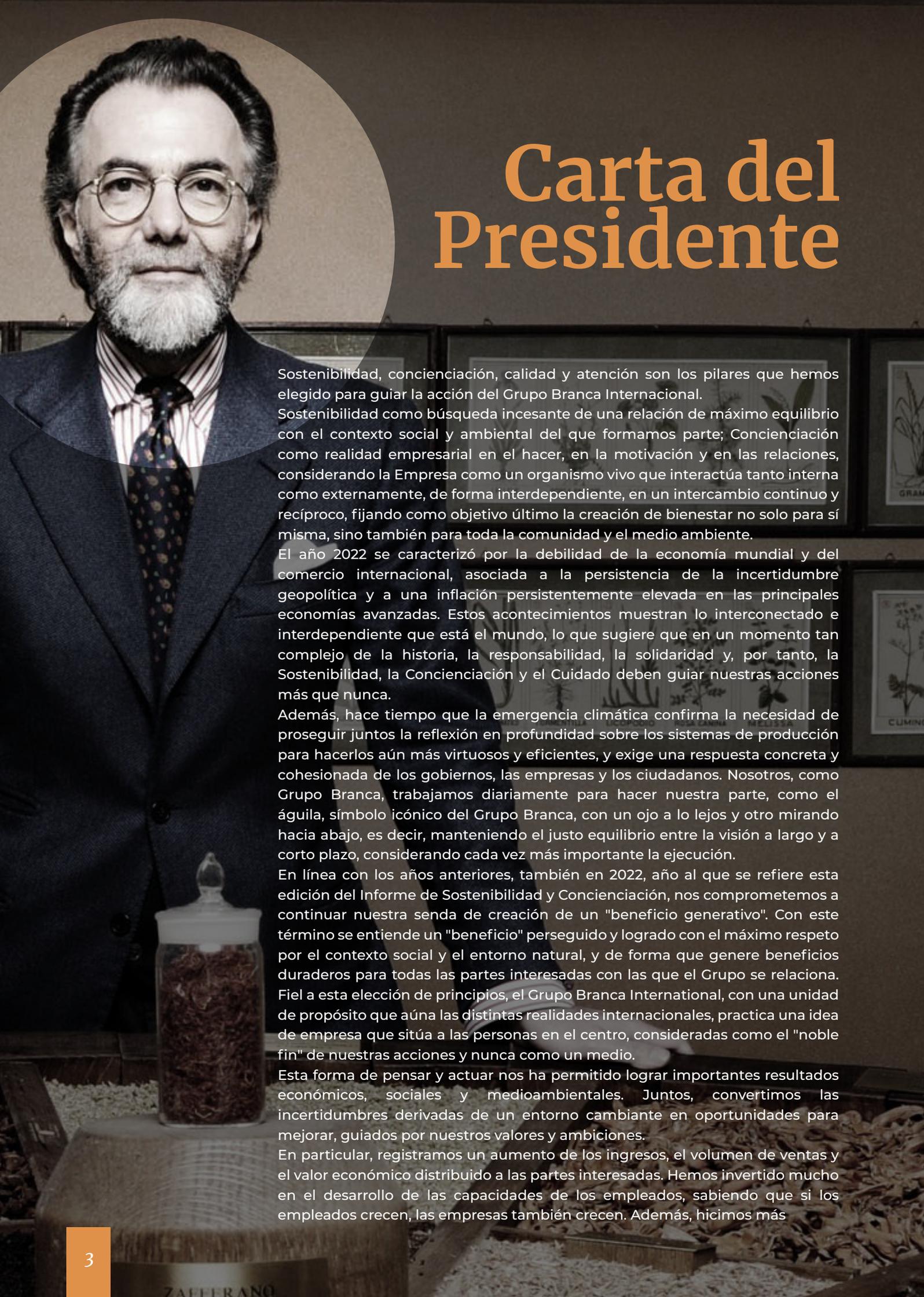
Informe de Sostenibilidad y Concienciación

2022

EL COMPORTAMIENTO RESPONSABLE
EN UN MUNDO INTERCONECTADO

Índice

CARTA DEL PRESIDENTE	3
NOTA METODOLÓGICA	5
LOS PRINCIPALES RESULTADOS: UNA VISIÓN GLOBAL	7
QUIÉNES SOMOS: NUESTRA IDENTIDAD Y NUESTRA HISTORIA	8
El perfil del Grupo	9
La historia de Branca International: desde el nacimiento del amaro curativo hasta el Grupo líder del sector	11
Nuestras marcas	16
Las competencias internacionales y los premios	21
Premios y reconocimientos a Branca como empresa	21
Nuestros valores: del lema "Novare Serbando" a los principios de la Economía de la concienciación	22
LA GESTIÓN CONSCIENTE DEL NEGOCIO	23
Nuestros interesados	26
Los temas de la sostenibilidad y el análisis de materialidad	28
Branca y la agenda 2030: los objetivos de desarrollo sustentable de la ONU	31
GOBIERNO CORPORATIVO	34
Estructura de la governance	34
Legalidad, transparencia, ética e integridad	37
Valor económico directamente creado y distribuido	38
LA EXCELENCIA DE LOS PRODUCTOS EN BRANCA	44
La cadena de valor y la gestión responsable de la cadena de suministro	45
La calidad y seguridad de las materias primas y del producto	53
La protección de los consumidores y la promoción del consumo responsable	56
Satisfacción del cliente	58
PERSONAS Y COMUNIDADES	62
Perfil de los empleados del grupo	63
Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo	66
Desarrollo del capital humano y capacitación	68
Salud y seguridad en el trabajo	71
Bienestar de los empleados	74
Branca, la cultura y el territorio	76
PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE	84
Consumo de energía y emisiones	86
Economía circular y reciclabilidad	92
ANEXOS	99
Métodos de cálculo	99
Tablas de rendimiento	100
Índice de los contenidos GRI	114



Carta del Presidente

Sostenibilidad, concienciación, calidad y atención son los pilares que hemos elegido para guiar la acción del Grupo Branca Internacional.

Sostenibilidad como búsqueda incesante de una relación de máximo equilibrio con el contexto social y ambiental del que formamos parte; Concienciación como realidad empresarial en el hacer, en la motivación y en las relaciones, considerando la Empresa como un organismo vivo que interactúa tanto interna como externamente, de forma interdependiente, en un intercambio continuo y recíproco, fijando como objetivo último la creación de bienestar no solo para sí misma, sino también para toda la comunidad y el medio ambiente.

El año 2022 se caracterizó por la debilidad de la economía mundial y del comercio internacional, asociada a la persistencia de la incertidumbre geopolítica y a una inflación persistentemente elevada en las principales economías avanzadas. Estos acontecimientos muestran lo interconectado e interdependiente que está el mundo, lo que sugiere que en un momento tan complejo de la historia, la responsabilidad, la solidaridad y, por tanto, la Sostenibilidad, la Concienciación y el Cuidado deben guiar nuestras acciones más que nunca.

Además, hace tiempo que la emergencia climática confirma la necesidad de proseguir juntos la reflexión en profundidad sobre los sistemas de producción para hacerlos aún más virtuosos y eficientes, y exige una respuesta concreta y cohesionada de los gobiernos, las empresas y los ciudadanos. Nosotros, como Grupo Branca, trabajamos diariamente para hacer nuestra parte, como el águila, símbolo icónico del Grupo Branca, con un ojo a lo lejos y otro mirando hacia abajo, es decir, manteniendo el justo equilibrio entre la visión a largo y a corto plazo, considerando cada vez más importante la ejecución.

En línea con los años anteriores, también en 2022, año al que se refiere esta edición del Informe de Sostenibilidad y Concienciación, nos comprometemos a continuar nuestra senda de creación de un "beneficio generativo". Con este término se entiende un "beneficio" perseguido y logrado con el máximo respeto por el contexto social y el entorno natural, y de forma que genere beneficios duraderos para todas las partes interesadas con las que el Grupo se relaciona. Fiel a esta elección de principios, el Grupo Branca Internacional, con una unidad de propósito que aúna las distintas realidades internacionales, practica una idea de empresa que sitúa a las personas en el centro, consideradas como el "noble fin" de nuestras acciones y nunca como un medio.

Esta forma de pensar y actuar nos ha permitido lograr importantes resultados económicos, sociales y medioambientales. Juntos, convertimos las incertidumbres derivadas de un entorno cambiante en oportunidades para mejorar, guiados por nuestros valores y ambiciones.

En particular, registramos un aumento de los ingresos, el volumen de ventas y el valor económico distribuido a las partes interesadas. Hemos invertido mucho en el desarrollo de las capacidades de los empleados, sabiendo que si los empleados crecen, las empresas también crecen. Además, hicimos más

eficiente el consumo de energía, confirmando la tendencia a mejorar la eficiencia energética y reducir la intensidad de emisiones de nuestra producción.

Esta forma de hacer negocios extrae fuerza y razón de una relación continua e íntima entre nuestro pasado y nuestro futuro. Por un lado, historia, tradición y una fórmula de éxito ininterrumpido nacida en Italia y hoy presente en 160 países de todo el mundo. Por otro lado, una mirada siempre orientada al futuro, a la investigación, al desarrollo y a la innovación, en el esfuerzo continuo por satisfacer a nuestros clientes y operar en armonía y equilibrio con los nuevos escenarios que se nos ofrecen.

NOVARE SERBANDO, innovar respetando la tradición: el lema de nuestro fundador, nuestro lema.

Me gustaría terminar dando las gracias a todos los empleados, dentro y fuera de la empresa, que creen en esta visión y trabajan a diario para ponerla en práctica con compromiso y pasión, dando continuidad a esta maravillosa aventura empresarial que comenzó hace 177 años.



Niccolò Branca

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



Nota Metodológica

Principios y criterios de laboración de informes

El Informe de Sostenibilidad y Concienciación del Grupo Branca International (en adelante también "Branca" y "Grupo"), redactado anualmente, representa la herramienta de comunicación de las actividades realizadas, los compromisos asumidos, el desempeño y los resultados alcanzados por el Grupo como parte de su compromiso constante a la sostenibilidad, entendida en todos sus aspectos: social, ambiental y gobierno. El Informe de Sostenibilidad y Concienciación 2022 se elabora con referencia a las "GRI Sustainability Reporting Standards" (GRI Standards 2021) del Global Reporting Initiative (GRI).

hubo cambios significativos en la estructura organizativa, la estructura de propiedad y la cadena de suministro entre 2021 y 2022. Cualquier excepción al alcance del análisis o información específica se informa en las secciones individuales.

Indicadores de resultados

La información contenida en este documento, referente al periodo de la rendición de

Alcance

En consonancia con la edición publicada anteriormente, el alcance de la rendición de cuentas de los datos y la información que contiene se refiere a las Empresas del Grupo Branca International. En particular, las Empresas Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerías S.A., Branca USA Inc. informan de todos los indicadores ESG reportados, mientras que las Empresas Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., Branca International S.p.A y Branca Real Estate S.r.l.¹ no siendo productivas rinden cuentas solo de los indicadores relevantes en las áreas social y de gobierno. No

¹ Esta Empresa no es significativa ya que no tiene empleados, gestiona sus propias propiedades que son utilizadas por las otras Empresas del Grupo para las que se han identificado los KPI relevantes.

cuentas 1 de enero de 2022 - 31 de diciembre de 2022, salvo se indique lo contrario, refleja el principio de materialidad o relevancia, elemento requerido por los GRI Standards. El análisis de materialidad y los temas relevantes para el Grupo se describen en la sección "Temas de sostenibilidad y análisis de materialidad".

Para permitir la comparación de los datos a lo largo del tiempo y dar continuidad a la rendición de cuentas, se ha realizado una comparación con los datos de los años 2020 y 2021. Las tendencias de los datos y los indicadores de resultados también se calculan utilizando números decimales que no aparecen en el documento. Para representar correctamente los resultados y garantizar la fiabilidad de los datos, se ha limitado en la medida de lo posible el uso de estimaciones y, si están presentes, se informa adecuadamente de ellas. Además, cuando resulta útil para una representación más justa y clara de los resultados, los datos se presentan por separado por empresa/zona geográfica, mientras que en otros casos se consolidan a nivel de Grupo. En caso de que se añadan o actualicen datos publicados en ediciones anteriores del Informe correspondientes a años anteriores, los cambios se indican en las notas.

Los datos y la información contenidos en el documento se recopilaron mediante el envío de los correspondientes paquetes informativos a las distintas funciones y Empresas del Grupo. En línea con el año anterior, el Informe de Sostenibilidad y Concienciación 2022 fue elaborado por un Grupo de Trabajo especial-

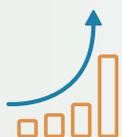
mente constituido, cuyos miembros representan de forma transversal todas las áreas vinculadas a la rendición de cuentas social, ambiental y económico de las diversas Empresas del Grupo Branca Internacional.

Para este periodo de rendición de cuentas, la Empresa ha optado por no solicitar la verificación del documento por parte de empresas externas. El documento se publicará y difundirá a través de las herramientas de comunicación utilizadas por el Grupo, incluido el sitio web: www.brancainternational.com. Si tiene alguna pregunta sobre este Informe de Sostenibilidad, póngase en contacto con: ufficiostampa@branca.it.

Los principales Resultados

UNA VISIÓN GLOBAL

GOVERNANCE Y BUSINESS



420

millones de euros de ingresos
(+37% en comparación con 2021)



84.217

toneladas de producto
embotellado
(+16% en comparación con 2021)



160

países de exportación
(de acuerdo con 2021)

TEMAS SOCIALES



313

empleados
(+5% en comparación con 2021)

99%

de los empleados con
contrato indefinido
(de acuerdo con 2021)



21%

de mujeres sobre el total de empleados
(+2 pp en comparación con 2021)



11.861

total de horas de formación impartidas
(+275% en comparación con 2021)

TEMAS AMBIENTALES



0,502

índice de intensidad energética
(-5% en comparación con 2021)

0,042

índice de intensidad de emisión
(-6% en comparación con 2021)



0,042

índice de producción de los residuos
(-24% en comparación con 2021)



1,04

índice de consumo agua
(casi en línea con 2021:
+1,5%)



Quiénes somos

*NUESTRA IDENTIDAD
Y NUESTRA HISTORIA*

El perfil del Grupo

Branca International S.p.A. es el holding de capital totalmente italiano que hace cinco generaciones, y con la sexta ya presente en la Empresa, que es conducida por la familia Branca: una afirmada realidad empresarial italiana que opera desde hace más de 177 años en el sector de las bebidas alcohólicas.



VISION

Branca International es un grupo italiano con vocación internacional que opera a partir de una visión de equilibrio e interdependencia de todas sus actividades - desde la producción y distribución de licores, al sector inmobiliario, a las actividades financieras - y de todos los niveles del proceso productivo. Branca International activa circuitos de crecimiento positivo de sus propias actividades como parte de un único organismo viviente interconectado con su propio interior y con el ambiente exterior, en el respeto de las generaciones pasadas, presentes y futuras.



MISION

Branca International se propone con un modelo de empresa responsable que, a través de la aplicación de los principios de Economía de la Concienciación a nivel empresarial y social, promueve una alianza definitiva entre la ética y las utilidades.

El Grupo persigue el objetivo de valorizar sus propias actividades cuidando a las personas involucradas, el planeta y sus recursos.

Branca International pone en primer lugar a la sostenibilidad para obtener un beneficio duradero y un modelo de desarrollo ético y responsable, en todos los niveles del trabajo en la empresa.

La larga historia empresarial de la familia Branca tuvo inicio en Milán en 1845 con la fundación, por parte de Bernardino Branca, de Fratelli Branca Distillerie. El Grupo, en su actual configuración, opera desde 1999 como resultado de la actividad de reorganización iniciada por el actual Presidente y CEO, Niccolò Branca.

El Grupo Branca International posee, aun hoy, su sede más importante en Milán y controla las tres sociedades dedicadas a la producción y comercialización de licores, centros neurálgicos del mundo Branca; la histórica Fratelli Branca Distillerie S.p.A, con base en Italia en la planta de via Resegone en Milán, la argentina Fratelli Branca Destilerías S.A., con sede en Tortuguitas en la provincia de Buenos Aires, y la recién nacida Branca USA Inc., la sede comercial creada en 2019 en New York, en los Estados Unidos, con el objetivo de administrar la importación, distribución y venta directa de los productos Branca en Norteamérica.

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



continentes: la planta de Milán atiende a los mercados europeo, estadounidense y asiático, además del nacional, mientras que el centro de producción de Buenos Aires se centra en el mercado argentino y en algunos países sudamericanos como Chile, Uruguay, Paraguay y Bolivia. Gracias a varios acuerdos de asociación sellados a lo largo de los años, el Grupo se ocupa además de la distribución en los mercados italianos de productos internacionales de alta gama. El Grupo Branca International tiene presencia también en el ámbito inmobiliario a través de Branca Real Estate S.r.l, en la cual confluye el patrimonio inmobiliario del Grupo, que incluye plantas industriales y viviendas residenciales, comerciales y culturales y establecimientos agrícolas, en Italia y en el exterior. En efecto la gran presencia a nivel internacional y el fuerte crecimiento del producto habían llevado a Fratelli Branca Distillerie S.r.l., en las primeras décadas del siglo XX, a invertir en establecimientos productivos en diferentes Países de Europa, como así también en Norteamérica y Sudamérica (New York y Buenos Aires). La política de rediseño del aspecto societario iniciada por Niccolò Branca permitió reconvertir las plantas no utilizadas y organizar en distintas Sociedades las actividades productivas y comerciales y aquéllas vinculadas al patrimonio inmobiliario, que hoy son administradas en una óptica empresarial, con el rol de rumbo y coordinación por parte del holding en la perspectiva estratégica de crecimiento y creación de valor.

El Grupo es muy activo también en el ámbito financiero: a través de una gestión centralizada de los flujos de las sociedades controladas - reforzando la presencia en los sectores afines a través de la adquisición de marcas y empresas en Italia y en el extranjero - y de diversificación de las inversiones, valorizando el patrimonio de relaciones internacionales adquirido a lo largo de los años. El Grupo Branca International finalmente opera en el ámbito cultural, con el Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., uno de los laboratorios que están a la vanguardia en el estudio y en la investigación en el sector de las hierbas farmacéuticas que, además de garantizar el control y la calidad de los productos Branca, se ocupa de promocionar iniciativas de innovación, como por ejemplo la Academia Branca, la Colección Branca y la Torre Branca, restaurada recientemente y reabierto al público.

La historia de Branca International

DESDE EL NACIMIENTO DEL AMARO CURATIVO HASTA EL GRUPO LÍDER DEL SECTOR

En 1845 el boticario Bernardino Branca creó y comenzó a producir y comercializar en su laboratorio de Milán un preparado a base de hierbas, especias y raíces para curar las enfermedades, en ese momento muy comunes, como el cólera y la malaria. Así nació el Fernet-Branca y, con él, la larga historia de Fratelli Branca Distillerie, un núcleo originario del Grupo Branca International.

El producto tuvo tanto éxito que en poco tiempo, en Italia y en el extranjero, se extendió la fama de este amargo curativo. En pocos años, gracias a sus excelentes cualidades, a la intuición de su fundador y a las oleadas migratorias italianas que justamente en el período de la Gran Depresión alcanzaron picos nunca antes vistos, el Fernet-Branca comenzó a difundirse primero en Europa, y luego también en Norteamérica y Sudamérica.

Fue en esos años cuando Fratelli Branca pasó de ser un taller artesanal a convertirse en una empresa de éxito: en poco tiempo, las instalaciones originales de Porta Nuova en Milán tuvieron que ampliarse para hacer frente a la demanda

de la amplia gama de productos que entretanto se habían añadido a Fernet-Branca, y posteriormente se sustituyeron por una nueva planta en Via Resegone, que sigue siendo el centro de producción del Grupo en la actualidad.

El notable crecimiento del consumo hacia finales del siglo XIX llevó a la Empresa, que hasta ahora se había apoyado en un distribuidor de confianza, a invertir en 1935 en la creación de la planta de Buenos Aires y a fundar en 1941 la sociedad argentina F.lli Branca Destilerías S.A. para la producción in situ del producto. En 1982 la Sociedad se mudó a la planta de Tortuguitas en la provincia de Buenos Aires, donde todavía hoy Fratelli Branca Destilerías tiene su sede y opera a través de un establecimiento productivo de bebidas alcohólicas tecnológicamente avanzada.

En el 2000, año en el cual se inauguró el establecimiento productivo de Tortuguitas, bajo la conducción estratégica de Niccolò Branca como presidente, acompañado por la gerencia local, el mercado argentino creció significativamente. Incluso

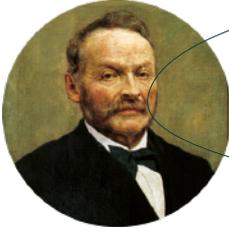
durante los años de la difícil crisis económica de este país, F.lli Branca Destilerías S.A. ha gestionado la emergencia con valentía e innovación, evitando reducciones de personal y confirmando las inversiones en la empresa y su desarrollo hasta el punto de que, entre 2006 y 2015, ha ampliado progresivamente el centro de producción.

La continua expansión del Grupo, a partir del Fernet Branca, pasó a través de la creación de otras marcas "históricas" - como el Stravecchio Branca y el Brancamenta - y la ampliación del portafolio de productos a través de una política de adquisiciones, extensiones de líneas y el ingreso en sectores relacionados con el core business. Desde 1999 hasta hoy, las decisiones estratégicas y operativas que se han tomado llevaron al Grupo a ocupar nuevas y significativas posiciones en los mercados de referencia y a competir con empresas multinacionales, manteniendo la autonomía de la empresa y la conducción de la familia fundadora.



Desde 1845 hasta hoy

ENTRE INGENIO Y CREATIVIDAD

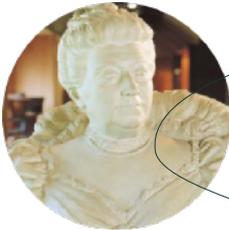
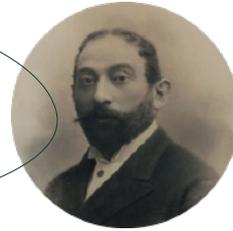


1845: Fundación

Bernardino Branca inventa el Fernet-Branca, un amaro con una fórmula secreta siempre intacta que hará historia. Desde la producción doméstica hasta la apertura de la planta en Corso di Porta Nuova: en Milán nace una de las aventuras empresariales más vigorosas de Italia, Fratelli Branca Distillerie, desde donde se distribuye el Fernet-Branca en toda Italia.

1862

Stefano Branca ingresa a la sociedad, lanza nuevos productos en el mercado y organiza la gran exposición milanesa de 1881; es un éxito inmediato.



1891

Luego de la muerte de Stefano, la esposa Maria Scala conduce con éxito la empresa hasta la mayoría de edad del joven Bernardino.

1895

Nace la obra de Leopoldo Metlicovitz, la icónica imagen del águila que aferra una botella de Fernet-Branca mientras sobrevuela el mundo. Luego de algunos años de su utilización, el 27 de noviembre de 1905, el logo de la empresa, que al comienzo del nuevo siglo invadió los bares, los restaurantes y las pastelerías de todo el mundo, es registrado en el Ministerio de Economía Nacional.

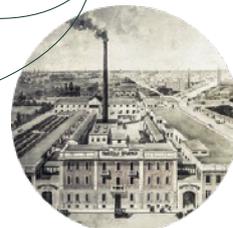


1907

1907 Dino Branca asume la dirección y da inicio a los trabajos para la construcción de la nueva planta en Vía Resegone 2 en Milán, actual sede productiva y del Museo de la empresa, inaugurado en 1911.

1918

Dino Branca transforma Fratelli Branca Distillerie en una sociedad anónima, aumentando el capital a 150 millones de Liras y la expande construyendo plantas productivas en todo el mundo. Durante el período posterior a la primera guerra mundial se ocupa de la reconstrucción y recuperación de la producción. En 1933 se autoriza el uso del título de Conde Pontificio y en 1938, el Rey Vittorio Emanuele III le otorga el título de "Conte di Romanico trasmissibile", reconociendo su mérito en el campo industrial y asistencial.





1930

Se inaugura la planta de Saint Louis, en Alsacia.

1932

Se constituyen las S.A. Fratelli Branca Distillerie de Chiasso y Fratelli Branca & C. Inc. de New York, donde en 1934, en 131 Hudson str., se inaugura una planta para la producción de un Fernet-Branca medicinal.



1941

En Buenos Aires se funda la sociedad argentina Fratelli Branca Destilerias. El Fernet Branca ya había llegado a la Argentina con la inmigración italiana de fines del siglo XIX y, dada su gran aceptación, en 1925 la empresa había decidido autorizar a la sociedad Hofer & C. - Distribuidor exclusivo del producto en Sudamérica - fabricar el licor en Argentina a partir del extracto enviado desde la sede italiana.

1955

Dos años antes de su fallecimiento, Dino Branca renuncia a la Presidencia, que pasa a su hijo Pierluigi: con él da comienzo la recuperación y la expansión comercial y de comunicación en Italia.



1965

1965 Pierluigi renueva la empresa concentrándose sobre todo en la producción italiana, presentando un licor innovador, el Brancamenta, que combina cualidades benéficas con el placer del gusto refrescante. En los Estados Unidos reposiciona el producto del canal farmacéutico al retail.

1981

Nace el Centro Studi Fratelli Branca para el control de calidad y la investigación en el sector de las hierbas farmacéuticas.



1985

Giuseppe Branca desarrolla las adquisiciones de marcas históricas italianas, como Distilleria Candolini de Tarcento. Nace Villa Branca S.r.l. con sede en Mercatale Val di Pesa y el portafolio de productos Branca se enriquece con los vinos Villa Branca Chianti Classico, Villa Branca Chianti Riserva y un aceite de oliva extra-virgen. Se firma el acuerdo con el Municipio de Milán para la "concesión por un período de 29 años de la explotación exclusiva de la Torre del Parco como contrapartida de la ejecución a cargo de la sociedad de los trabajos de restauración de la estructura". Se inician, en 1990, los trabajos de ampliación del área de la planta de Via Resegone que, posteriormente, será dedicada al Museo Branca.



1999



Fallece Pierluigi Branca y nace el holding Branca International SpA: el hijo de Pierluigi, Niccolò, asume como Presidente y también CEO de Fratelli Branca Distillerie. Niccolò Branca le da un fuerte impulso al rediseño y a la reorganización del Grupo según el principio de la innovación y en el respeto de la tradición, y además comienza a profundizar los conceptos de sustentabilidad y de ética empresarial, a los que se inspira todo el trabajo de Branca International.

Las decisiones estratégicas y operativas que se adoptarán de aquí en más llevarán a las Destilerías a ocupar nuevas y significativas posiciones en los mercados del sector y a competir con importantes empresas multinacionales. Se consolidan las marcas existentes, se adquieren nuevos productos y se crean extension lines. Se refuerza también la presencia en Argentina y en el mercado norteamericano, continúa y se intensifica el rumbo de internacionalización y la diversificación de las actividades.

2001

Branca adquiere Carpano, la histórica empresa de Turín que en 1786 había creado el vermouth mezclando hierbas con el vino moscatel. Las actividades productivas de la sociedad son transferidas a la sede de Milán de Fratelli Branca Distillerie. Desde entonces la marca crece continuamente tanto en Italia como en el exterior y amplía el mercado del sector del vermouth original, en línea con el lema Branca de "Novare Serbando": en efecto en los años siguientes nacen el Carpano Dry y el Carpano Botanic Bitter.



2001



En el mismo año ingresa también en el portafolio de los productos Branca Caffè Borghetti, el licor de verdadero café express, obtenido de la antigua receta transmitida desde 1860 por Ugo Borghetti y ya distribuido por la empresa desde 1982.

2002

Se completa la restauración de la torre, Branca inaugura su apertura al público: un bien y un símbolo muy amado por los milaneses vuelve de este modo a la ciudad con un nuevo punto de encuentro en el pulmón verde del parque Sempione.



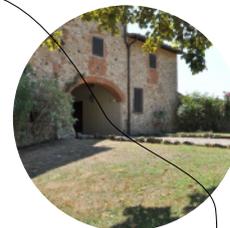
2004



La antigua destilería Fernet-Branca di Saint-Louis, construida en los primeros años del siglo XX, es transformada en un Museo, y el 15 de junio de 2004 abre al público l'Espace d'Art contemporain Fernet-Branca, que se inserta en el contexto cultural de abatimiento de fronteras, conectado con la vecina ciudad de Basilea.

2006

Branca Real Estate Srl inicia plenamente sus operaciones.



2009



Abre al público el Museo Collezione Branca, un patrimonio de historia y cultura en el corazón de Milán. Un recorrido entre materias primas y herramientas de trabajo, hierbas, raíces y especias, historias y objetos, testimonio precioso de un sistema productivo.



2015

Branca celebra sus 170 años: una meta que ataña a la empresa, su tradición y su alma. Para la ocasión, el Grupo le regala a la ciudad de Milán una intervención a la chimenea de la planta de via Resegone: una obra de street-art que domina sobre la ciudad en un conjunto de colores y de figuras que remiten a las hierbas y a la botella de Fernet-Branca. Rizzoli publica la monografía "Branca, sobre las alas de la excelencia", reconocida como la mejor publicación del año por el Observatorio Monografías Italianas (OMI) y el Ministerio del Desarrollo Económico reconoce la excelencia productiva de Branca emitiendo una estampilla de edición limitada.

2019

Nace en New York la empresa controlada Branca USA, con el objetivo de administrar la importación, distribución y venta directa de los productos Branca en Norteamérica. Una base adicional para garantizar la expansión del mercado norteamericano.



Hoy

Hoy Branca tiene presencia en 160 países en los cinco continentes, con una red de distribución capilar y bien organizada. La empresa apunta cada vez más hacia la diferenciación de su oferta, ampliándose mucho más allá

del campo de los licores y de los vermouth, si bien el amaro inventado por el fundador continúa siendo la base de la actividad, el secreto de un éxito ininterrumpido hace 176 años.

Nuestras marcas

Fernet-Branca, el licor inventado por el fundador en 1845, es sin duda la base de la actividad productiva del Grupo Branca International, el secreto de un éxito que dura ininterrumpidamente hace 177 años.

De cualquier modo, a lo largo de los años, Branca se orientó hacia la diferenciación de su propia oferta, ampliándose mucho más allá del campo de los amaros. Con la consolidación de los productos históricos (F e r n e t - B r a n c a , Brancamenta, Stravecchio Branca y, desde 2019, Stravecchio Branca XO), el Grupo sumó una política de asociaciones estratégicas para poder ingresar a nuevos mercados y amplió su propio portafolio de productos a través de extensiones de líneas y adquisiciones de

marcas prestigiosas.

De ahí, por ejemplo, la entrada en Branca de los productos Borghetti (Caffè Borghetti y Sambuca Borghetti) y Carpano (Carpano Classico - "Rojo" en el mercado argentino-, Bianco, Dry, el reciente Carpano Botanic Bitter y los nuevos Carpano Negroni y Carpano Mi-To listos para beber, el histórico Punt e Mes y el vermú por excelencia Antica Formula), la grappa Candolini (líder en Italia), el vino Chianti Villa Branca, el vodka Sernova (estándar y aromatizado) y, a partir de 2021, sus nuevas variantes Tropical Passion y Sweet Apple Pear.

Entre los productos distribuidos por Fratelli Branca Distillerie figuran el coñac De Luze, la ginebra Nicholson y la ginebra

premium de la marca Tobermory, los whiskies Tobermory, Deanston, Bunnahabhain, Templeton Rye, Scottish Leader, Ledaig y Black Bottle, la especialidad Passoã y el licor Amarula. En 2022 se empezó a distribuir la ginebra premium VII Hills.

En Argentina, en cambio, Fratelli Branca Destilerías distribuye el Licor Strega, el Licor de Limón Strega, los afamados vinos de la bodega Fabré Montmayou y de la bodega Infinitus, además del whisky de fama mundial como The Macallan, The Famous Grouse y Highland Park. Los productos se resumen brevemente a continuación, con sus respectivos logotipos.

LOS MÁS IMPORTANTES PRODUCTOS BRANCA Y LAS MARCAS HISTÓRICAS ADQUIRIDAS



OTRAS MARCAS DISTRIBUIDAS ITALIA



OTRAS MARCAS DISTRIBUIDAS ARGENTINA



LOS PRINCIPALES PRODUCTOS BRANCA Y LAS MARCAS HISTÓRICAS ADQUIRIDAS



FERNET BRANCA

Nacido en 1845, Fernet-Branca conserva la personalidad y la originalidad con las que ha conquistado los cinco continentes. Su fórmula secreta, transmitida de padre a hijo, ejemplo de gran experiencia y pasión por el "hacer", ha garantizado a lo largo del tiempo la excelente calidad de Fernet-Branca. Veintisiete hierbas, especias y raíces componen el producto de típico color oscuro y provienen de cuatro continentes: el Ruibarbo de China, la Galanga, la Manzanilla de Europa y de Argentina, solo para citar algunas. Hierbas, especias y raíces son elaboradas en infusiones alcohólicas, extractos o tisanas. Después de un año, cuando la mezcla, que reposó en toneles de roble, evolucione y afina todos los componentes aromáticos, se completa el proceso de producción. Este largo recorrido es lo que brinda a Fernet Branca su sabor inimitable.



BRANCAMENTA

Brancamenta nace en los años sesenta, un período caracterizado por grandes cambios, por el boom económico, por una nueva manera de vivir, más individualista y menos conformista y, consecuentemente, por grandes deseos de novedades, inclusive en los gustos y en los sabores. Fratelli Branca Distillerie, gracias a su especial y gran intuición que la ha siempre caracterizado, decide estudiar e iniciar la producción de una bebida perfecta para cada temporada y crea Brancamenta, un producto que sorprende a sus consumidores y admiradores por el "escalofrío de placer intenso" que logra regalar en cada trago. Su fórmula, compuesta por hierbas y especias, está enriquecida con aceite esencial de menta piamontesa, la más preciada en el mundo. El resultado es un licor amargo de gran calidad, natural y especialmente refrescante.



STRAVECCHIO BRANCA

Stravecchio Branca, el brandy por excelencia de la tradición italiana, es un destilado de autor con un gusto cálido y envolvente con notas amaderadas de fruta seca. Su secreto reside en la capacidad de Fratelli Branca de curar un producto centenario que refleja la sabiduría de quien lo produce. Su gusto y aroma permanecen inalterados gracias al secreto guardado en la barrica madre de roble, autora de una de las etapas más delicadas de la producción: la unión de diferentes aguardientes añejados desde un mínimo de tres hasta un máximo de diez años. En el interior de la barrica madre queda siempre un tercio de la mezcla, una peculiaridad que da vida al buqué único de Stravecchio Branca desde 1888.



STRAVECCHIO BRANCA XO (EXTRA OLD)

Nace de la sabia mezcla de aguardientes obtenida de la destilación de afamados vinos italianos y dejadas en reposo primero en barricas de roble y después en la "Barrica madre". Esta segunda etapa es determinante, para lograr que todos los componentes, lentamente, se enriquezcan y se armonicen, revelando una personalidad compleja y equilibrada. En este punto se aportan aguardientes añejados hasta 20 años hasta alcanzar un perfil elegante, intenso y que satisface con una especial persistencia aromática.



ANTICA FORMULA

El vermú italiano por excelencia fue creado por Antonio Benedetto Carpano, el inventor de la categoría de productos de vermús, en el lejano 1786 en Turín. Antica Formula llegó hasta hoy en su receta original e inimitable gracias a la pasión y a la habilidad de Fratelli Branca Distillerie para mantener inalterado en el tiempo el producto que se caracteriza por un buqué único, con inconfundibles notas de vainilla. Este "néctar de los Dioses", caracterizado en el gusto y en el aroma por una infusión de hierbas de montaña y especias cuidadosamente seleccionadas, entre las cuales el preciado azafrán, se produce en cantidades limitadas y embotellado en preciadas botellas de vidrio soplado con la reproducción de la etiqueta original de 1786.



CARPANO CLASSICO (CARPANO ROSSO EN ARGENTINA)

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



CARPANO BIANCO

El Carpano Bianco nació en los años 30 y es el vermú blanco italiano, dulce y con un aroma fresco y rico. Los aromas y la mineralidad de los vinos que componen la mezcla Carpano Bianco se equilibran con las notas especiadas y cítricas. Es el producto más rico en aromas de la gama Carpano. El sabor, en un primer momento dulce, es seguido inmediatamente por notas botánicas complejas, ligeramente amargas, que hacen que el producto sea agradable y adecuado para cualquier ocasión. Los principales ingredientes son las cáscaras de naranja amarga fresca, la macis y la canela, que le dan al producto un típico toque especiado.



CARPANO DRY

Carpano Dry se caracteriza por su sabor seco, conseguido gracias a un contenido de azúcar inferior al de los otros tipos, y a una selección de vinos italianos de primera calidad que permite que el producto conserve sus propiedades organolépticas durante mucho tiempo. Los ingredientes característicos de Carpano Dry son el ajeno, cultivado en Italia y procedente de zonas montañosas vírgenes, y el Orégano de Creta, una planta herbácea de la isla de Creta que confiere al producto su típico sabor.



CARPANO BOTANIC BITTER

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



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

Creados y lanzados en 2020 adaptando el conocimiento de la marca Carpano y su experiencia en producción a la tendencia de consumir auténticos cócteles de alta calidad en casa. Los Carpano Ready-To-Drink, elaborados exclusivamente con productos Carpano y disponibles en formato monodosis de 10 cl que se pueden adquirir individualmente o en un paquete de 10 piezas, son cómodos para conservar en el frigorífico y listos para consumir. Los Carpano Ready-To-Drink siguen las recetas icónicas de Negroni (Carpano Classico, Carpano Botanic Bitter y Carpano Gin creados específicamente para este producto) y Milán-Turín (Carpano Classico y Punt e Mes).



PUNT E MES

Punt e Mes es un producto de la historia legendaria. Se cuenta que en 1870, en la tienda Carpano, un corredor de bolsa enzarzado en una discusión con sus colegas, pidió vermouth aderezado con media dosis de quina, utilizando una expresión dialectal "Punt e Mes". El origen bizarro de la nueva denominación fue, inmediatamente después, exaltada por una curiosa costumbre de los clientes regulares del local, de pedir el Punt e Mes con un gesto. En efecto, era suficiente que el cliente hiciera un gesto al camarero que consistía en levantar el pulgar (un Punt) y en trazar después una línea horizontal en el aire (Mes) con la mano extendida, para obtener inmediatamente el Punt e Mes deseado. Punt e Mes hoy es un vermouth conocido en todo el mundo por su justo equilibrio entre la intrigante nota cítrica de Carpano y el toque amargo de la quina y del ajeno. Posee un color rojo oscuro, con vetas color bermellón. Los aromas nos transportan a los del "vino Oporto", a las hierbas aromáticas, a los "caramelos de dulce de leche" y a los clavos de olor.



CAFFÈ BORGHETTI

Caffè Borghetti es el auténtico licor de café expreso elaborado a partir de la receta original creada por Ugo Borghetti en 1860 para celebrar la inauguración de la línea ferroviaria Pescara-Ancona y que rápidamente adquirió fama y renombre en Italia y Europa. Un sabor típicamente italiano, un producto que refleja la tradición y los procesos originales que se han vuelto el símbolo distintivo de una cultura, una receta igual a sí misma hace tiempo. Una mezcla especial, de Arábica y Robusta de óptima calidad, preparada directamente en la empresa en enormes cafeteras. Aromático, con un gusto dulce y suave y con un sabor envolvente, Caffè Borghetti posee un aroma fuerte e intenso que no se olvida y un dejo de sabor agradable de café expreso capaz de conquistar, en cada ocasión.



SAMBUCA BORGHETTI

Es el resultado de una meticulosa selección de flores de anís estrellado, de origen oriental, que garantizan su excelencia organoléptica. La elegante botella, con sus decoraciones doradas, y el nombre elegido para el producto, "Sambuca Borghetti Oro", pretenden resaltar la singularidad, preciosidad y perfección de esta flor. Transparente y cristalino, al olfato resulta dulce, con un gusto suave y delicado.



GRAPPA CANDOLINI

Candolini es la grappa suave y elegante preferida por los italianos, adquirida por Fratelli Branca Distillerie en 1987. Producido a partir de destilados cuidadosamente seleccionados de la más alta calidad, Candolini amplía su presencia en el mercado lanzando variantes monovarietales, producidas a partir de destilados de calidad procedentes de una única variedad de uva: "Candolini Bianca", "Candolini Classica", "Candolini Riserva", "Candolini Ruta", "Candolini Gran Miele", "Candolini Monovitigno Moscato Barrique", "Candolini Monovitigno Chardonnay".



SERNOVA

Sernova es un producto único a partir del nombre, resultado de la fusión de "Novare Serbando", el lema de las destilerías Fratelli Branca. Es un vodka sofisticado y delicado, un producto de alta calidad con estilo italiano, fruto de la sabiduría y de la pasión de Branca. El proceso de producción de Sernova - que en Italia se realiza a partir de trigo italiano - consiste en una serie de etapas sucesivas de destilación y filtrado, durante las cuales el vodka es refinado y perfeccionado. Para garantizar un producto neutro y puro, además, Sernova se filtra con diamantes negros, caso único en el mercado argentino. En 2020, dos nuevas variantes en Argentina, Vodka Sernova Wild Berries y Vodka Sernova Fresh Citrus, y en 2021 dos más, Vodka Sernova Sweet Apple Pear y Vodka Sernova Tropical Passion, a partir de alcohol seleccionado producido localmente y filtrado con un proceso único y noble, con sabor natural.



VILLA BRANCA

El Chianti Classico es un vino muy perfumado, con un aroma frutado intenso. El gusto es potente, cálido, con mucho cuerpo. Es el resultado de la mezcla de uvas Sangiovese con otros varietales de uva negra. El Chianti Classico Riserva, resultado del largo añejamiento en madera y el sucesivo refinamiento en la botella, se caracteriza por un color rojo intenso con reflejos granates, un perfume persistente, aroma frutado intenso. El sabor es armónico, con mucho cuerpo.

LAS COMPETENCIAS INTERNACIONALES Y LOS PREMIOS

² Para más detalles, consulte el siguiente enlace: Carpano Botanic Bitter, Medalla de Oro en la San Francisco World Spirits Competition 2022 - Fratelli Branca (brancadistillerie.com)

³ Una vista completa de los premios obtenidos está disponible en el sitio del Grupo en las páginas dedicadas a cada uno de los productos.

Las competencias internacionales, con panel de degustadores expertos que otorgan los premios a las diferentes categorías de productos, son un elemento importante de la estrategia de marca del portafolio Branca. Entre las varias posibilidades, Branca se focaliza en las competencias mundiales más reconocidas y respetadas para las categorías de productos en las que opera.

A lo largo de los años, el Grupo ha ganado numerosos premios que reconocen la excelencia de su cartera de productos: en particular, durante el año de rendición de cuentas, Carpano Botanic Bitter, ganó la Medalla de Oro en la categoría de aperitivos en la San Francisco World Spirits Competition 2022, la competición más importante de Norteamérica que comprende la mayor selección de bebidas espirituosas del mundo. El jurado, compuesto por 70 expertos del sector, evaluó alrededor de 5.000 licores en quince días y finalmente concedió la Medalla de Oro en reconocimiento a los licores excepcionales que marcaron pautas de calidad en su categoría².

Entre los premios más importantes obtenidos recientemente por los productos de la gama Branca figuran³:

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

Premios y reconocimientos

A BRANCA COMO EMPRESA

Niccolò Branca y el Grupo Branca International han obtenido a lo largo de los años importantes reconocimientos.

Entre ellos se incluyen: el prestigioso "Premio Risultati 2007" promovido por Bain & Company, Il Sole 24 Ore, Centrale dei Bilanci y la Universidad Bocconi, la concesión en 2007 del título de Profesor Honorario de la Facultad de Economía de la Universidad del Salvador de Buenos Aires, el nombramiento de Cavaliere del Lavoro por el Presidente de la República Giorgio Napolitano en 2011, el reconocimiento de LIDE Italia y del Consulado argentino por su compromiso con las relaciones entre Italia y Argentina, el premio "Di Padre in Figlio - Il gusto di fare impresa", evento promovido por Credit Suisse y KPMG al mejor relevo generacional y la mención especial a la categoría Desempeño Financiero en 2013, el Premio Internacional "Il Leader Consapevole" de la República de San Marino en 2016 y el nombramiento, ese mismo año, como Caballero Oficial de la Orden de Sant'Agata de la República de San Marino.

Durante dos años consecutivos, el Presidente Niccolò Branca ha estado entre los tres finalistas ganadores del Premio EY: "Empresario del Año", categoría Global en 2008 y Finanzas en 2009; en julio de 2010, fue galardonado por la revista mensual Capital como uno de los empresarios italianos que han hecho grande a Italia, recibiendo en presencia del Primer Ministro "Il libro d'oro dell'imprenditoria italiana". En diciembre de 2011 recibió el Sello de la Università degli Studi di Parma y en 2016 le fue otorgado el premio "Capitani dell'anno" - Lombardia, y del Premio "Crescita & Sostenibilità", mención especial, "Premio eccellenze d'impresa".

En julio de 2019, el Presidente Niccolò Branca recibió un reconocimiento de la UADE (Universidad Argentina de la Empresa) por los excepcionales logros en la gestión empresarial y el compromiso por la educación y, en el mes de diciembre, Forbes y Business International le otorgaron el premio "CEO Italian Awards 2019", por la categoría Food & Wine.

En 2020 Fratelli Branca Distillerie recibió el premio "Industria Felix, L'Italia che compete", seleccionada entre las 122 empresas con domicilio social en Italia que se han distinguido por su desempeño en la gestión, confiabilidad

financiera y, a veces, por sostenibilidad: sobresalieron en Lombardía y Véneto con 22 ganadores cada uno, entre ellos la Fratelli Branca Distillerie que fue elegida entre 18 sectores estratégicos y otorgó este reconocimiento en base a criterios objetivos, que tomaron en cuenta un algoritmo de competitividad incontrovertible (evaluado en base a los estados financieros presentados), el Grupo Cerved Score (el indicador de fiabilidad financiera de una de las agencias de rating más importantes de Europa) y, como en el caso de Fratelli Branca Distillerie, el balance / informe de sostenibilidad.

En 2022, Branca International recibió el reconocimiento de "Leader della sostenibilità" sobre la base de una investigación publicada por Il Sole 24 Ore. Fruto de la colaboración entre la empresa de análisis Statista y Il Sole 24 Ore, el premio designa a las 200 empresas italianas más sostenibles y tiene en cuenta, con referencia a 2020, una serie de indicadores medioambientales como el consumo de energía, las emisiones, la gestión de residuos; sociales, como la seguridad en el trabajo, el porcentaje de empleados fijos, las condiciones laborales; y económicos, como la estabilidad financiera, el cumplimiento y la transparencia en la divulgación de información.

Ese mismo año, el Presidente Niccolò Branca fue nombrado Académico Correspondiente de Italia por la Academia Nacional de Ciencias Económicas de Argentina. El premio reconoce la extraordinaria historia industrial de Branca en Argentina y su visión de una forma de hacer negocios basada en la Concienciación, testimonio del vínculo único entre la Empresa y el país.

También en 2022, la Empresa Fratelli Branca Distillerie ganó el Premio a la Innovación Smau: un galardón que se concede a las empresas que han realizado una aportación innovadora concreta a su negocio y han contribuido al crecimiento del sistema del país en su conjunto. El premio reconoce el programa de digitalización del Grupo que Branca ha emprendido implicando transversalmente a varias Empresas en diversos proyectos interfuncionales con el fin de rediseñar, simplificar y automatizar procesos empresariales clave y mejorar la fluidez operativa, el rendimiento y los niveles de servicio, tanto interna como externamente, con un intercambio oportuno y continuo de información e indicadores clave de rendimiento.

Nuestros valores

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

En el lema "Novare Serbando", transmitido de generación en generación, la Empresa encontró siempre el leitmotiv de su propio crecimiento, orientado a la calidad y a la innovación en el respeto de la tradición, en sintonía con la evolución del contexto socioeconómico, de las tendencias de los mercados y de las necesidades de los consumidores. Un lema como exteriorización y síntesis de los valores que guían a la Empresa que hoy actúan junto a los principios de la Economía de la Concienciación.

La expresión "Novare Serbando" sintetiza la manera en la que el Grupo Branca International administra el presente y mira al futuro, sin olvidar jamás los valores que hicieron sólida la realidad industrial y empresarial de la familia, que hoy alcanza la sexta generación. De hecho, "Servare" representa la intuición del funda-

dor que dio inicio a un largo camino en la conservación de las tradiciones, a una artesanidad inimitable que utiliza fórmulas que nunca se alteraron para la preparación de los productos. La innovación en cambio permitió a la Empresa crecer y desarrollarse transformándose en la afirmada realidad que hoy conocemos.

El valor fundamental del Grupo es, justamente, la Concienciación, que permite balancear y complementar utilidades con ética y favorecer una sintonía armoniosa entre la empresa, los empleados y el territorio donde opera. A través de su labor consciente, en efecto, Branca realiza productos de excelencia y persigue una gestión empresarial siempre atenta a los territorios y a las comunidades.





La gestión consciente del negocio

El Grupo Branca International en los últimos años ha crecido manteniendo firme su propio núcleo de valores fundamentales que, hoy, siguen siendo válidos y actuales. Estos valores están inspirados en los principios de la Economía de la Concienciación que reflejan el espíritu con el cual el Grupo se compromete a desarrollar su propio negocio en el respeto y en el cuidado de las personas. Un cuidado que se manifiesta cada día a través de las iniciativas relacionadas con los diferentes ámbitos de la actividad, desde la gestión de los recursos al respeto por el ambiente y hasta las iniciativas de bienestar que Branca pone a disposición de sus propios empleados y de sus familias.

Los valores y principios rectores en torno a los cuales se ha desarrollado el Grupo y que se han transmitido durante seis generaciones incluyen la atención a las personas, consideradas como un fin y nunca como un medio, la responsabilidad por el crecimiento, la excelencia y la calidad de los productos, la garantía de la

máxima seguridad para los consumidores y el compromiso con el desarrollo integrador de las preocupaciones sociales y medioambientales en todos los procesos que rigen las actividades del Grupo en los países en los que opera.

Promover relaciones de escucha, diálogo y transparencia con las personas son, según Branca, los requisitos más importantes para garantizar un ambiente de trabajo sereno y, al mismo tiempo, para favorecer el éxito de la organización. El enfoque del Grupo Branca International prevé la valorización de sus propios recursos y el compromiso para comprender sus exigencias y expectativas, por ejemplo, favoreciendo la adopción de una serie de proyectos e iniciativas de bienestar empresarial, con el objetivo de permitir una mejora de la calidad de vida garantizando la casi totalidad de contratos fijos.

Branca International, además, pone una gran atención en el respeto de los derechos fundamentales de los trabajadores, un tema que representa una parte integrante de la cultura empresarial de Branca. Al respecto se pone en evidencia que el Grupo desarrolla las operaciones más significativas en Italia y en la Argentina, Países que han ratificado y han hecho suya, en las respectivas legislaciones nacionales, la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU y las convenciones fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), incluida la de la abolición de los trabajos forzados y del trabajo infantil y en el respeto de la libertad de asociación y contratación colectiva.

En el ámbito de los productos, una de las más importantes gestiones del Grupo consiste en promover el concepto de consumo responsable, concentrando - a través de la promoción de diferentes iniciativas - el compromiso en la difusión de una cultura del beber de calidad que coincide con el placer del gusto.

En el campo ambiental se ha adoptado un Sistema de Gestión Ambiental Certificado (ISO 14001) que reconoce el compromiso en el continuo mejoramiento de los aspectos en materia de consumo energético, emisiones a la atmósfera, la utilización eficiente de los recursos hídricos y la administración de los desechos y descargas hídricas. Además, para demostrar su sensibilidad hacia las cuestiones medioambientales, Fratelli Branca Distillerie se ha adherido al Reglamento CE n.º 1221/2009 EMAS, que proporciona un sistema para certificar la consecución

de la excelencia en la mejora medioambiental.

Fratelli Branca Distillerie también ha implantado sistemas de gestión certificados de Salud y Seguridad en el Trabajo (OHSAS 18001, posteriormente ISO 45001), confirmados en 2019 tras las correspondientes auditorías. Además, el Sistema de Gestión de la Seguridad Alimentaria y Calidad, ya certificado en el transcurso de los años anteriores conforme a las normas BRC y IFS, ha sido adecuado a los requisitos exigidos por la norma ISO 22000, norma para la calidad adoptada en el transcurso de 2015. El sistema enfocado según la norma ISO 22000 ha sido verificado y confirmado en el mes de noviembre de 2022.

También la filial argentina, Fratelli Branca Destilerías, ha implementado algunos sistemas de gestión como ISO 22000, ISO 14001 y desde 2021, ISO 45001, además de haber desarrollado políticas específicas. En el transcurso de 2017, en cambio, el modelo organizativo, ya introducido en 2014 junto a un código de conducta y al Código Ético, ha sido objeto de actualizaciones en varias ocasiones con las novedades normativas existentes y con las exigencias empresariales.

En el camino hacia el futuro, Branca es consciente de los desafíos que le esperan y que será posible alcanzar los objetivos prefijados, solo gracias al continuo compromiso de las personas y una constante atención a los interesados.



La economía de la concienciación

Y LA CULTURA DE LA SOSTENIBILIDAD EN BRANCA

Desde su nombramiento en 1999, el actual Presidente y CEO Niccolò Branca puso las bases para el desarrollo de los principios de la Economía de la Concienciación y para su aplicación dentro de la Empresa: un nuevo enfoque empresarial que pone a las personas en el centro del pensamiento y de la acción del Grupo y en sintonía con el ambiente y la comunidad.

La expresión "Economía de la Concienciación" tiene su origen en el significado etimológico de "economía" (del griego oikos - casa, morada - y nomos - norma, regla) como un vivir en sintonía con uno mismo y con todo lo que lo rodea, y de la idea de concienciación como sentido del límite, como equilibrio en la producción, en el consumo y en el crecimiento.

Precisamente en estos principios se basan los pilares de la sostenibilidad corporativa del Grupo Branca International, es

decir, la concienciación de la interdependencia de los aspectos económicos, sociales, medioambientales y humanos a la hora de hacer negocios.

Branca ha trabajado desde siempre en el mantenimiento de algunos valores fundamentales como la naturalidad de los productos, la calidad, el cuidado del ambiente y la seguridad en los lugares de trabajo y está convencida que el beneficio es esencial para contribuir concretamente también a la prosperidad colectiva, si se persigue en el respeto de la ética.

Solo mediante la creación de beneficios puede la empresa pagar a su personal, pagar a sus proveedores, invertir en investigación y desarrollo, y participar así, mediante el pago de sus impuestos, en el coste de los servicios prestados por el Estado: si la empresa obtiene beneficios, significa que está creando bienestar para la comu-

nidad. Según Branca, sin embargo, el beneficio debe perseguirse en el pleno respeto de las personas, del ambiente en donde opera, de las comunidades que la albergan y del consumidor final, recordando que estamos todos interconectados el uno con el otro y con el ambiente que nos rodea y que existe un objetivo común: justamente por esto considera un deber moral examinar también aspectos no financieros cuando son evaluados nuevos escenarios de negocios.

Los objetivos del Grupo, además, son compartidos con todas las personas, de manera tal que cada uno de ellos tenga una visión clara de los objetivos de su propio trabajo dentro de un proyecto común.

Nuestros interesados

Los interesados, de acuerdo con la definición brindada por los GRI Standard, son aquellos sujetos, grupos o individuos que razonablemente están interesados de manera significativa por las actividades, los productos y/o los servicios de la organización o cuyas acciones que se espera puedan influenciar la capacidad de la organización para implementar con éxito sus propias estrategias y alcanzar sus propios objetivos. Estos representan para el Grupo son los interlocutores primarios con quienes se relacionan y hacia quienes dirigen los rumbos estratégicos y las acciones cotidianas.

El desarrollo de la cooperación activa y los momentos de confrontación y diálogo

con los interesados son momentos fundamentales para aumentar la percepción del Grupo Branca International en el ambiente externo, así como los intereses y expectativas de sus interesados. Durante el año 2019, en ocasión de la redacción del nuevo Informe de Sostenibilidad y Concienciación, Branca actualizó el mapeo de los interesados, con el objetivo de definir mejor su relevancia y la influencia de sus expectativas en las acciones estratégicas llevadas a cabo por el Grupo. Dicho mapeo fue confirmado también en 2022.

El mapeo no solo permitió identificar a las partes interesadas de especial importancia a la luz de los cambios que se han producido en el

Grupo y en el contexto en el que opera, sino también determinar para cada categoría de partes interesadas ámbitos de interés específicos que circunscriben las áreas prioritarias de intervención. La identificación de estos aspectos prioritarios responde a la necesidad de conjugar y alinear al máximo las prioridades empresariales con los intereses expresados por las partes interesadas, a fin de dar profundidad de perspectiva a la acción del Grupo. Branca International siempre es consciente, en efecto, que la satisfacción de las exigencias y de las legítimas expectativas de los interesados sea una de las herramientas más importantes que le permite crear valor en todos los territorios donde opera.

CATEGORÍA DE INTERESADOS

PERTINENCIA Y MODOS DE INTERACCIÓN

Cientes

Los clientes son los primeros interlocutores del Grupo Branca International: el éxito mismo de cada marca y del Grupo depende de la capacidad de interceptar sus necesidades y de identificar los canales más eficaces de distribución de los productos. Para conocer sus necesidades, el Grupo mantiene un contacto directo con sus clientes a través de canales en línea y telefónicos.

Consumidores finales

La atención en difundir una cultura de beber responsablemente y el cuidado de la seguridad de los consumidores a través del desarrollo de un producto de calidad, representa un aspecto fundamental de la política empresarial de Branca International. En las numerosas ocasiones en que trata con los consumidores finales, el Grupo vela por que sus mensajes se transmitan de forma coherente y responsable.

Accionistas

Los accionistas de Branca están siempre más atentos a las modalidades con las que el Grupo crea valor sustentable, particularmente a largo plazo. La responsabilidad social empresarial asume hoy en día un rol de importancia estratégica, por cuanto, además de reforzar la reputación del Grupo, es la óptica con la que Branca mira hacia el futuro.

Proveedores

Branca International exige que sus proveedores administren de manera responsable sus propias actividades, en línea con los estándares éticos del Grupo. En este sentido, el Grupo colabora activamente, organizando inspecciones periódicas y reuniones de coordinación con el objetivo de establecer relaciones de confianza mutua con sus proveedores y garantizar una buena gestión empresarial.

Comunidades locales

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

Empleados

Las personas, consideradas como un fin y no como un medio, representan el recurso más importante para Branca International. El Grupo se compromete a implicar a los empleados en la vida de la empresa, fomentando el compromiso y el sentido de pertenencia. En particular, organiza evaluaciones del rendimiento y debates para determinar las necesidades de su personal.

Administración pública

Las relaciones con la Administración Pública se inspiran en los principios de honradez y transparencia y son administrados con imparcialidad. El Grupo actúa en el respeto de las disposiciones legislativas y adopta un modelo de organización y gestión capaz de prevenir cualquier violación de la normativa vigente y garantizar la plena compliance.

Asociaciones de categoría

El diálogo con las asociaciones de categoría permite estar siempre actualizado en las tendencias del sector y desarrollar iniciativas coordinadas sobre temáticas de interés común, como el consumo responsable que necesitan de la participación de varios sujetos para que sean efectivas y no se pueden limitar a la dimensión de la empresa en forma individual.

Prensa/medios

Prensa y medios, entendidos en el sentido más general del término, donde se incluyen también las redes sociales, representan un actor cada vez más estratégico para construir sólidas relaciones con sus clientes y consumidores finales, además de establecer un verdadero diálogo con diferentes targets. Las actividades de relación y comunicación, bidireccionales y constantes, se fundan en los principios de la transparencia y en la importancia de los contenidos.

Bartender

La satisfacción de las comunidades de los bartender, en su acepción más amplia, es un elemento fundamental para crear una relación preferencial para las marcas del portafolio Branca respecto de la competencia. En este sentido, el Grupo organiza periódicamente múltiples iniciativas destinadas a implicar y motivar a los bartender.

Los temas de la sostenibilidad y el análisis de materialidad

La individualización de los temas considerados más característicos y relevantes para el negocio representa la herramienta más importante para definir estrategias de creación de valor, garantizar la realización de las actividades y establecer los contenidos de comunicación y de diálogo con los interesados. En los últimos años, el Grupo, a raíz de la adopción de las directrices para la elaboración de informes de sostenibilidad de la GRI Standard, ha identificado los temas "materiales", es decir, los temas más relevantes a partir de los cuales elaborar sus informes de sostenibilidad. El análisis de materialidad, es decir, el proceso de identificación de los temas de sostenibilidad sobre los que se rinden cuentas, se llevó a cabo en tres etapas en las que participaron las distintas partes del Grupo y los distintos países.

Con el fin de identificar una larga lista inicial de temas de sostenibilidad potencialmente relevantes para el Grupo Branca International, en línea con las mejores prácticas y macro tendencias de la industria, se analizaron varias publicaciones relevantes para el sector de alimentación y bebidas, así como un panel de homólogos y competidores. En un segundo paso, con el objetivo de identificar los asuntos que son realmente materiales y más relevantes para el negocio de Branca, se pidió a 26 personas, entre directores generales y personal de primera línea de Italia, Argentina y EE.UU., que calificaran el nivel de relevancia de cada asunto (en una escala de 1 a 10) tanto desde un punto de vista interno como para las principales partes interesadas. Los temas que recibieron una calificación superior a 7 y, por tanto, con una relevancia alta o muy alta, se identificaron como material.

En 2022, el Grupo actualizó su análisis de materialidad teniendo en cuenta los principios y directrices resultantes de la actualización de los GRI Universal Standards 2021, introduciendo, en particular, el concepto de materialidad de impacto o impact materiality. El nuevo proceso consiste en identificar los asuntos materiales en función de la importancia, es decir, el nivel de beneficio o gravedad, de los impactos positivos y negativos relacionados, reales y potenciales, que la organización genera o podría generar sobre la economía, la sociedad y el medio ambiente. El análisis de las tendencias y documentos de sostenibilidad publicados por los pares permitió identificar los impactos actuales y potenciales relacionados con los temas materiales para Branca, que básicamente confirman la relevancia de los temas que ya habían surgido durante el año anterior.

Tamaño ESG	Tema material	Impactos relacionados	Naturaleza del impacto
Gobierno corporativo	Legalidad, transparencia, ética e integridad del negocio	Un sistema de administración y control de la empresa que funcione de acuerdo con los principios de integridad y ética profesional, en cumplimiento de las leyes y reglamentos, ayuda a construir una relación de confianza entre la empresa y sus grupos de interés.	Actual
	Creación y distribución del valor económico	Un negocio fiable y resistente permite el aumento continuo de la generación de valor orientado a la sociedad, creando impactos positivos para todas las partes interesadas.	Actual
Sostenibilidad de negocios	Gestión responsable de la cadena de abastecimiento	Un control deficiente o falta de principios y directrices en materia de la gestión de las cuestiones medioambientales y sociales por parte de los proveedores aumenta el riesgo de impactos negativos en toda la cadena de abastecimiento, tanto desde el punto de vista medioambiental como social, con consecuencias económicas y de reputación para el Grupo. Para mitigar este riesgo, Branca se compromete a implementar un proceso selectivo fundado en criterios económicos, ambientales, sociales y se propone, donde sea posible, instaurar asociaciones tales de garantizar abastecimientos a largo plazo y relaciones enfocadas hacia los principios de la equidad, de la transparencia, de la corrección y fundados en la recíproca confianza.	Posible
	Calidad y seguridad de las materias primas y del producto	La falta de calidad de las materias primas repercute negativamente en la posibilidad de establecer relaciones de confianza con los clientes, debido a la oferta de productos que no se ajustan a sus expectativas y necesidades. Para mitigar el riesgo, estableciendo su presencia en la cadena alimentaria como sinónimo de calidad, las Empresas de producción del Grupo han implantado sistemas y procedimientos adecuados de control de calidad.	Posible
	Marketing, comunicación y consumos responsables	El consumo excesivo de productos alcohólicos podría tener un impacto negativo en la salud de los consumidores. Para contrarrestar este impacto, Branca promueve el consumo responsable de sus productos mediante campañas de comunicación que transmiten a sus consumidores la importancia de utilizarlos moderadamente.	Posible
	Satisfacción y relación con el cliente	La satisfacción del consumidor final y la implicación de la comunidad de los bartender son elementos fundamentales y distintivos para el reconocimiento de las marcas de la cartera. Para hacerles partícipes y comprender mejor sus necesidades, el Grupo pone a disposición de los clientes/consumidores finales canales de comunicación directos, inmediatos y de fácil acceso con las distintas Empresas. Gracias a estos mecanismos de escucha, Branca puede comprender mejor sus necesidades y ofrecerles productos acordes con sus exigencias.	Actual

Tamaño ESG	Tema material	Impactos relacionados	Naturaleza del impacto
Temas sociales	Salud y seguridad en el trabajo	El uso de maquinarias de producción, la manipulación de mercancías, la organización de almacenes, pueden provocar accidentes para la salud de los trabajadores. Para minimizar estos riesgos, las Empresas de producción del Grupo han implantado sistemas de gestión de la salud y la seguridad y organizan iniciativas para desarrollar y promover una cultura dentro de la organización que garantice la eficacia y eficiencia del sistema.	Posible
	Desarrollo, capacitación del capital humano y meritocracia colaborativa	Ofrecer a los empleados oportunidades de crecimiento personal y profesional, invirtiendo en desarrollo y actualización continuos, fomenta la adquisición por parte de ellos de las competencias necesarias para el desarrollo empresarial y el aumento de la capacidad de atracción y retención del Grupo. Esto favorece la continuidad de la empresa y, al mismo tiempo, genera efectos positivos en la satisfacción y el crecimiento personal y profesional de los empleados, además de generar empleo en la región.	Actual
	Bienestar empresarial	La atención al empleado y a sus necesidades, el desarrollo de iniciativas diversificadas para su salud física, mental y económica, garantizan un impacto positivo en la satisfacción de los empleados, indispensable para la continuidad de la empresa. Como organización multinacional, el Grupo Branca se enfrenta al reto de gestionar una plantilla heterogénea, trabajando diariamente para satisfacer las diversas necesidades de su gente con el fin de crear un entorno de trabajo virtuoso, saludable y motivado.	Actual
	Diversidad, inclusión y derechos humanos	Un entorno de trabajo orientado a la inclusión, que valore la diversidad y respete las necesidades de todo el personal (por ejemplo, étnicas, religiosas, etc.), permite crear un ambiente sano en el que los empleados se sienten aceptados y comprendidos, lo que repercute positivamente en su satisfacción y su desarrollo personal y profesional.	Actual
	Desarrollo de iniciativas y compromiso de las comunidades locales	El Grupo crea valor en el área local, contribuyendo al desarrollo económico local mediante la organización y participación en iniciativas de apoyo a la comunidad.	Actual
Temas ambientales	Eficiencia energética y cambio climático	La falta de control del impacto ambiental generado por las operaciones industriales de uso intensivo de energía conduce a un aumento de las emisiones de gases de efecto invernadero (contribuyendo así al cambio climático y al calentamiento global). Consciente del impacto de sus operaciones, aunque el Grupo no es una empresa que consuma mucha energía, siempre ha estado comprometido con la reducción progresiva del consumo energético.	Actual
	Economía circular y reciclabilidad	Si no se controla el impacto ambiental generado por las operaciones y actividades que requieren un uso intensivo de agua, se puede afectar a la disponibilidad de agua, sobre todo en zonas con estrés hídrico, del mismo modo que el almacenamiento o la eliminación inadecuados de residuos pueden contaminar las aguas y los suelos circundantes. Para mitigar este impacto, la gestión adecuada de los residuos, el uso de envases reutilizables y la optimización del consumo de agua desempeñan un papel fundamental en el enfoque medioambiental del Grupo.	Actual

Con respecto a la lista de temas materiales identificados dentro del Informe de Sostenibilidad y Concienciación 2021, cabe destacar que el tema "Estrategia Integrada de Sostenibilidad" se ha incorporado dentro del tema "Legalidad, Transparencia, Ética e Integridad Empresarial", ya que, la estrategia de sostenibilidad se considera un prerrequisito transversal a todos los temas ESG, así como una herramienta fundamental para guiar a los órganos de gobierno en la conducción responsable de los negocios.

Los temas materiales orientan la redacción del Informe de Sostenibilidad y Concienciación y, a partir de ellos, se definen los indicadores, datos e información que deben figurar en el documento. Sin embargo, la definición de estos temas se convertirá en un futuro en la herramienta más importante adoptada por el Grupo para la adopción de políticas y estrategias de sostenibilidad, para identificar los cambios respecto del contexto espacio-temporal en el que opera y para identificar las áreas donde focalizar las actividades de participación de los interesados.

Branca y la agenda 2030

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA ONU

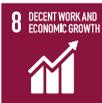
En 2015, las Naciones Unidas aprobaron la Agenda Global para el desarrollo sustentable que se articula en 17 Objetivos (Sustainable Development Goals - SDG), relacionados con 169 targets y además 240 indicadores para el monitorización, que deberían alcanzarse antes de 2030. Teniendo en cuenta el nivel y la amplitud de los objetivos, la concreción de

la agenda necesita un fuerte compromiso de todos los componentes de la sociedad, desde las empresas hasta el sector público, desde la sociedad civil hasta las instituciones filantrópicas, desde las universidades hasta los centros de investigación, los operadores de la información y de la cultura.



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

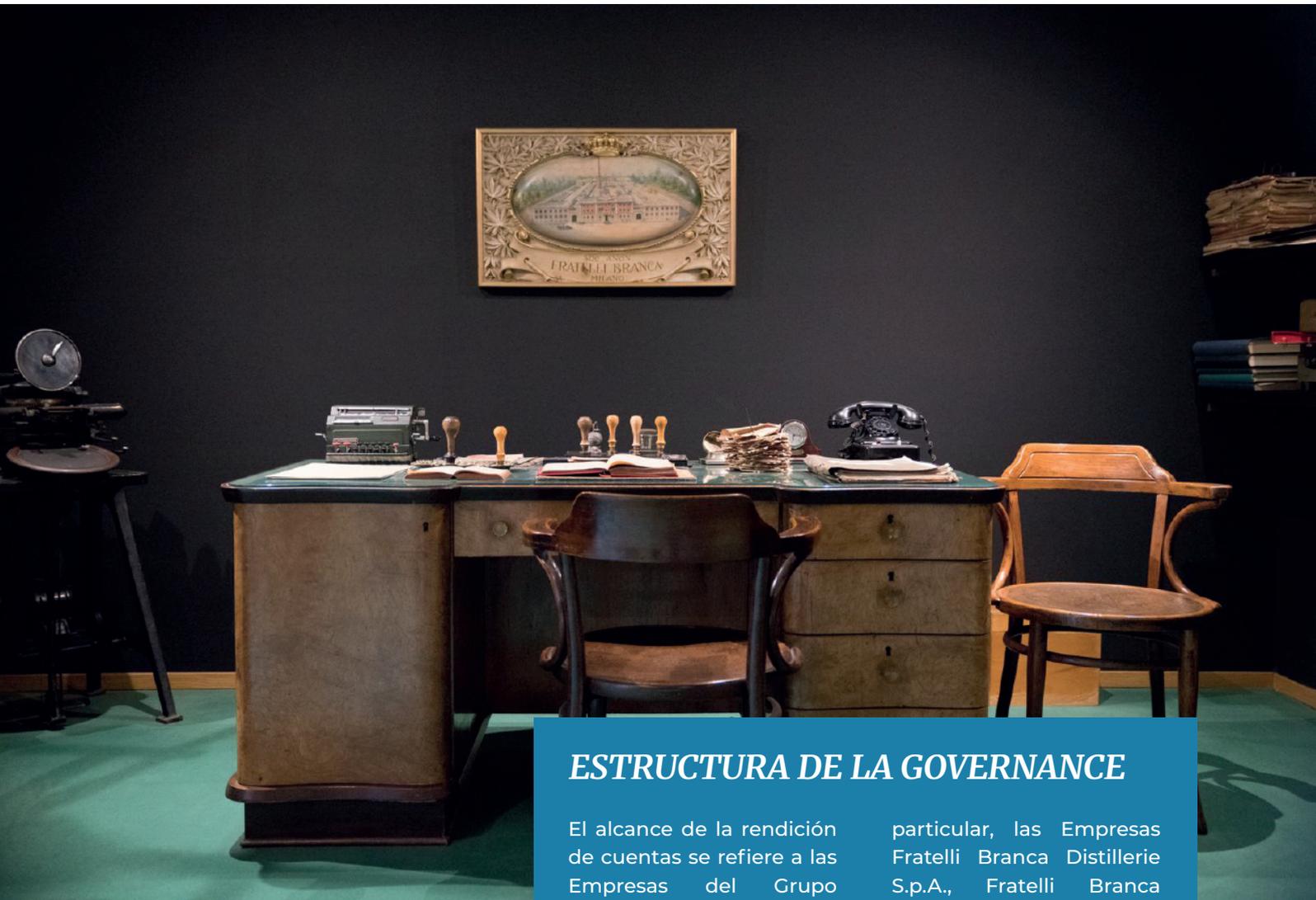
SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

	DESCRIPCION DEL OBJETIVO	TEMAS DE LA SUSTENTABILIDAD DE BRANCA INTERNATIONAL*	TARGETS SDGs RELACIONADOS
	Asegurar la salud y el bienestar para todos y para todas las edades.	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad y seguridad de las materias primas y del producto • Marketing, comunicación y consumo responsables • Salud y seguridad en el trabajo • Desarrollo de iniciativas y compromiso de las comunidades locales 	<ul style="list-style-type: none"> • 3.5 Reforzar la prevención y el tratamiento de abuso de sustancias, entre las cuales abuso de estupefacientes y el uso nocivo del alcohol. • 3.6 Antes de 2020, reducir el número de muertes a nivel mundial y las lesiones por accidentes viales
	Asegurar una educación de calidad, igualitaria e inclusiva, y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo, capacitación del capital humano y Meritocracia colaborativa 	<ul style="list-style-type: none"> • 4.4 Antes de 2030, aumentar sostenidamente el número de jóvenes y adultos que tengan las capacidades técnicas, inclusive aquellas técnicas y profesionales, para sus empleos, para los trabajos dignos y para la capacidad empresarial
	Alcanzar la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y adolescentes.	<ul style="list-style-type: none"> • Bienestar empresarial • Diversidad, inclusión y Derechos Humanos 	<ul style="list-style-type: none"> • 5.1 Poner fin a toda forma de discriminación respecto de las mujeres, niñas y adolescentes en todas partes del mundo • 5.5 Garantizar a las mujeres la plena y efectiva participación e igualdad de oportunidades de liderazgo en todos los niveles del proceso de decisiones en la vida política, económica y pública
	Asegurar a todos el acceso a sistemas de energía económicos, confiables, sustentables y modernos.	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia energética y cambio climático 	<ul style="list-style-type: none"> • 7.2 Antes de 2030, aumentar notablemente la cuota de energías renovables en el mix energético global
	Promover un crecimiento económico duradero, inclusivo y sustentable, una ocupación plena y productiva y un trabajo digno para todos.	<ul style="list-style-type: none"> • Creación y distribución del valor económico • Sustentabilidad en la estrategia empresarial • Salud y seguridad en el trabajo • Gestión responsable de la cadena de abastecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • 8.3 Promover políticas dirigidas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de trabajo digno, la iniciativa empresarial, la creatividad y la innovación y favorecer la formalización y el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, inclusive a través del acceso a los servicios financieros. • 8.8 Proteger los derechos del trabajo y promover un ambiente de trabajo seguro y protegido para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores inmigrantes, particularmente las mujeres inmigrantes, y aquellos en trabajo precario.
	Garantizar modelos sustentables de producción y de consumo.	<ul style="list-style-type: none"> • Economía circular y reciclabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • 12.5 Evitar de manera sustancial la producción de residuos a través de la prevención, la reducción, el reciclaje y la reutilización • 12.6 Alentar a las empresas, sobre todo las de grandes dimensiones, y las multinacionales, a adoptar prácticas sustentables y a integrar las informaciones en sus reportes periódicos

SDG	DESCRIPCION DEL OBJETIVO	TEMAS DE LA SUSTENTABILIDAD DE BRANCA INTERNATIONAL*	TARGETS SDGs RELACIONADOS
	<p>Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus consecuencias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia energética y Cambio climático 	<ul style="list-style-type: none"> • 13.2 Integrar las medidas para combatir el cambio climático en las políticas, en las estrategias y en los planos nacionales
	<p>Promover sociedades pacíficas y más inclusivas para un desarrollo sustentable; ofrecer a todos el acceso a la justicia y crear organismos eficientes, responsables e inclusivos en todos los niveles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Legalidad, transparencia ética e integridad del negocio 	<ul style="list-style-type: none"> • 16.5 Reducir sustancialmente la corrupción y la concusión en todas sus formas

*El tema "satisfacción y relación con el cliente" no está relacionado con ningún SDGs ONU

Gobierno Corporativo



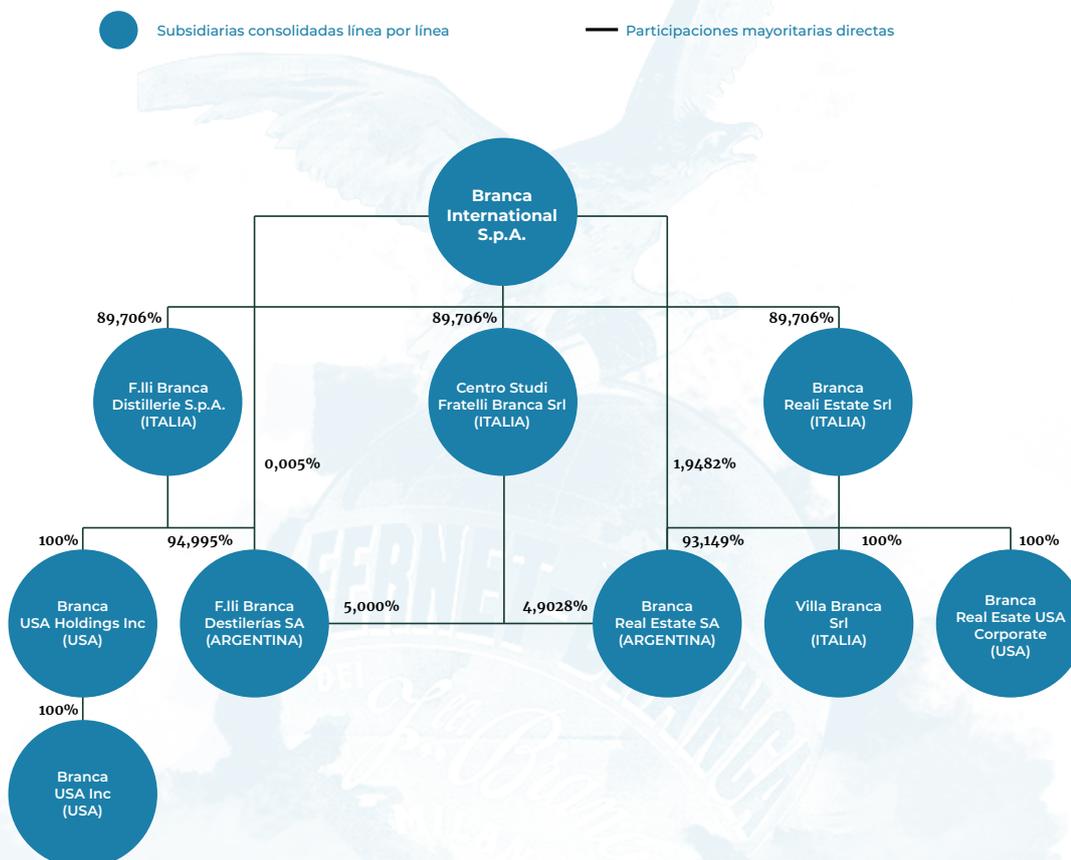
ESTRUCTURA DE LA GOVERNANCE

El alcance de la rendición de cuentas se refiere a las Empresas del Grupo Branca International. Con referencia a estas entidades, se informa sobre el desempeño económico, social y medioambiental, en la medida de las competencias de cada entidad, de acuerdo con las directrices de GRI Standard 2021 para definir el contenido de los Informes de Sostenibilidad. En

particular, las Empresas Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerías S.A., Branca USA Inc. informan de todos los indicadores ASG reportados, mientras que las Empresas Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., Branca International S.p.A y Branca Real Estate S.r.l.⁴ no ser productivas, informan solo de los indicadores relevantes en las áreas social y de gobierno.

⁴ Esta Empresa no es significativa ya que no tiene empleados, gestiona sus propias propiedades que son utilizadas por las otras Empresas del Grupo para las que se han identificado los KPI relevantes.

ESTRUCTURA DEL GRUPO BRANCA INTERNATIONAL S.P.A.



Branca International S.p.A. adopta las mejores prácticas en términos de Gobierno y colabora continuamente con la gerencia de las sociedades participadas, en el respeto de la autonomía operativa. El sistema de gobierno societario del Grupo Branca International está inspirado en los principios de honradez y transparencia de la gestión y en la información con respecto a los interesados. Tales principios están garantizados a su vez a través de un continuo proceso de verificación que asegura la concreta aplicación y eficacia. Branca ha estructurado en efecto su propia organización de la Corporate Governance, dentro de la cual están representados los roles y las responsabilidades de las figuras profesionales que intervienen en la gestión y en el control de los procesos empresariales. Además, a los fines de garantizar una "certificación de calidad" para sus propias actividades a favor de las contrapartes con los que se interactúa, Branca posee un Modelo Organizativo 231. Los órganos más importantes que intervienen en las actividades de gobierno del Grupo Branca son:

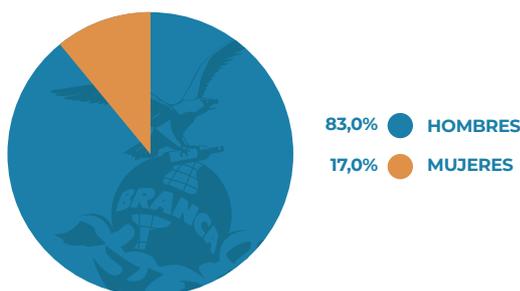
- **Comité de auditoría:** conduce una constante actividad de monitorización con el objetivo de garantizar la conformidad de las actividades de los órganos societarios a las directivas internas y al objeto social perseguido por Branca. Además, asegura la salvaguarda del patrimonio societario, la credibilidad de los datos y la prevención de fraudes y errores materiales;

- **Órgano de Vigilancia:** (OdV, según el D. Lgs 231/01) al que se le demandan las tareas de vigilancia sobre el funcionamiento y sobre la observancia del Modelo de organización, gestión y control, como así también la correspondiente actualización. El órgano recibe también los flujos informativos tanto de naturaleza periódica como "eventuales". Estos últimos, particularmente permiten a quienes puedan estar en conocimiento de posibles violaciones a las disposiciones del Código Ético y a las medidas del Modelo, presentar señalizaciones en defensa de la integridad de la Empresa.

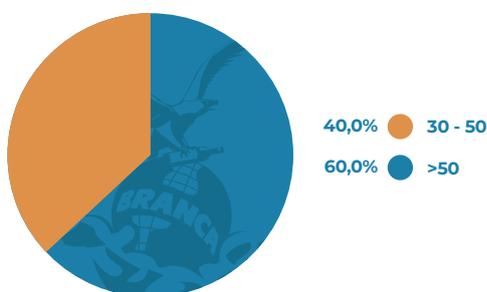
En virtud del control por parte de la Sociedad Controlante, la participación accionaria de Fratelli Branca Distillerie pertenece el 100% a la familia Branca. La junta directiva de Branca International S.p.A. fue nombrada por la Asamblea general de accionistas el 25 de junio de 2020 para un mandato de tres años y está presidido por Niccolò Branca, que también es Director ejecutivo de la Sociedad Matriz, Presidente y Director ejecutivo de Fratelli Branca Distillerie y Presidente de Fratelli Branca Destilerías. En consonancia con el Código Ético, el Grupo actúa para garantizar que el Presidente, así como todas las personas que intervienen de algún modo en las transacciones, no se encuentren en una situación de conflicto de intereses.

Como se muestra en los gráficos siguientes, que recogen los porcentajes relativos a la composición de la junta directiva de todas las Empresas del Grupo, las mujeres representan el 17% del total de miembros. En cuanto a la composición por edades, el 40% del total son miembros de entre 30 y 50 años y el 60% restante son miembros de más de 50 años.

Presencia femenina en los consejos de administración de las empresas del Grupo en 2022 (headcount)



Distribución por grupos de edad de los miembros de los Consejos de Administración de las empresas del Grupo (headcount)



En los casos concretos de las tres Empresas objeto de este informe, la junta directiva de Fratelli Branca Distillerie está compuesta por 9 miembros, de los cuales 3 son mujeres (33% del total), mientras que los directores de Fratelli Branca Destilerías son 7, de los cuales 2 son mujeres (29% del total), la junta directiva de Branca USA, por último, cuenta con 5 miembros masculinos. Ningún miembro de la junta directiva tiene menos de 30 años y, casi en línea con la tendencia del Grupo, el 43% tiene entre 30 y 50 años y el 57% más de 50.

LEGALIDAD, TRANSPARENCIA, ÉTICA E INTEGRIDAD

El Grupo Branca se compromete a garantizar comportamientos de lealtad y honestidad en las relaciones empresariales en todos los Países donde opera. De hecho, el Grupo garantiza un control y un seguimiento constantes de sus socios o terceros para que observen un comportamiento ético, no discriminatorio y marcado por el respeto del entorno laboral, así como de la personalidad y la dignidad de

cada individuo en cualquier parte del mundo. El compromiso de Branca en el reconocimiento de sus propios valores fundadores como patrimonio único a través del cual difunde una cultura empresarial orientada hacia la legalidad, honestidad y lealtad, se realiza a través de diferentes herramientas que se han ido introduciendo a lo largo del tiempo:

Gracias a las herramientas descritas, Branca se compromete diariamente a garantizar en cada decisión el cumplimiento de la normativa local y sectorial, así como un alto nivel de integridad, transparencia y ética en la gestión empresarial.

El Grupo garantiza el cumplimiento de toda la normativa en materia de calidad de los productos, salud y seguridad de los consumidores, medio ambiente y prácticas de comercialización: ámbitos todos ellos en los que no se han registrado informes ni incidentes de incumplimiento ni se han recibido sanciones monetarias en los últimos tres años. En el ámbito del Grupo no existen sociedades ni unidades operativas en Países con baja carga fiscal o con límites a la libertad sindical.

Con el fin de implicar activamente a los empleados en la prevención de conductas ilícitas o violaciones de la ley en las operaciones o relaciones comerciales de la organización, la Empresa italiana Fratelli Branca Distillerie ha activado una plataforma de denuncia de irregularidades. A través de este canal, cualquier empleado puede realizar denuncias de forma anónima y confidencial, con independencia de que las propias personas hayan sido perjudicadas o no, dentro de un sistema protegido conforme a la normativa pertinente.

En el último trienio, además, no se han registrado y/o señalado casos de corrupción en ninguna de las áreas en las que opera Branca International.

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

El enfoque de gobierno adoptado por la Empresa ha sido definido como "Meritocracia colaborativa", o bien una cultura de la responsabilidad y no del poder, una lógica organizativa fundada en la cooperación y en el reconocimiento del mérito no solo del individuo sino también de todas las personas que, con su propio trabajo y su propio sostén, han contribuido a implementar la idea original.

La Meritocracia colaborativa tiene el mérito de favorecer la coparticipación de ideas y propuestas y de desarrollar en los individuos un fuerte sentido de autoresponsabilización, fundado en la concienciación de que los beneficios y el bienestar de la empresa y de cada recurso son coincidentes e intrínsecamente relacionados.

Proactividad, asertividad, responsabilidad, integridad y capacidad de ejecución son los pilares del hacer negocios, según un principio de organización del ambiente de trabajo fundado en la simplificación de los procedimientos, en la circulación de las informaciones, en una cultura de la colaboración y de la responsabilidad.

Las políticas de gestión de los recursos humanos, además, incluyen una especial atención a los principios de selección meritocrática y al "atracción y retención de talentos". Por último, el Grupo mantiene un diálogo constante y constructivo con los sindicatos, en todas sus sedes territoriales.

- el Código Ético, elaborado en 2006 tras la evolución y expansión del Grupo, que recoge el núcleo esencial de valores arraigados en la cultura corporativa en la base de la actuación de las personas y que define los compromisos y responsabilidades éticas de los directivos, empleados y colaboradores de Branca, tanto en la conducción de los negocios como en la gestión de las relaciones;
- el Modelo de Organización, Gestión y Control conforme al Decreto Legislativo n.º 231/01 (de ahora en adelante Modelo 231) con el objetivo de prevenir los delitos previstos, entre los cuales aquellos contra la Administración Pública, los societarios y financieros, contra el Ambiente y contra la Seguridad en el lugar de trabajo;
- el Código de Conducta, parte integrante del Modelo 231, que regula el conjunto de derechos, deberes y responsabilidades que el Grupo asume, a través de sus propios órganos sociales y su propio personal, en el desenvolvimiento de su propia actividad, con respecto a todos los sujetos interesados que tiene relación directa o indirecta con el Grupo y que tienen la capacidad de influenciar su actividad o que sufren sus consecuencias;
- políticas y procedimientos adoptados localmente que, en consonancia con los valores y directrices establecidos por el Grupo, guían a cada Empresa en la consecución de objetivos comunes;
- el Informe de Sostenibilidad y Concienciación que se ubica como una herramienta adicional a disposición de los interesados para difundir el compromiso de Branca en la gestión de las temáticas de Corporate Social Responsibility.



Valor, económico directamente creado y distribuido



Año tras año, Branca sigue exportando al mundo el Made in Italy, su modelo empresarial consciente y la calidad de sus productos, siguiendo una estrategia basada en las siguientes palancas estratégicas:

LAS PALANCAS ESTRATÉGICAS DE BRANCA

- LAS MARCAS
- EL “HERITAGE” DEBIDO A LA PRESENCIA EN EL MERCADO CON IMPORTANTES E INNOVADORAS INVERSIONES PUBLICITARIAS DESDE HACE 176 AÑOS
- LOS ALTOS ESTÁNDARES DE CALIDAD DEL PRODUCTO: MATERIAS PRIMAS, PROCESO PRODUCTIVO Y SISTEMA DE CONTROL DE CALIDAD
- LA UNICIDAD DE LOS PRODUCTOS, VINCULADOS TAMBIÉN AL SECRETO DE LAS RECETAS HISTÓRICAS
- EL “SABER HACER ITALIANO”
- LA ARTESANALIDAD QUE EN EL MUNDO DE LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS LLEVA CONSIGO NO SOLO EL CUIDADO DEL PRODUCTO, SINO TAMBIÉN LA PERSONALIDAD DEL GUSTO, HACIÉNDOLO ACCESIBLE PARA TODOS
- LA PRESENCIA GEOGRÁFICA EXTENDIDA PROGRESIVAMENTE DESDE LOS COMIENZOS DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL QUE SE UBICA A MEDIADOS DEL SIGLO XIX
- LA VALORIZACIÓN DE LAS PERSONAS, CONSIDERADAS COMO UN FIN Y NUNCA COMO UN MEDIO, EN LA MÁS AMPLIA LÓGICA DE LA “MERITOCRACIA COLABORATIVA”



El Grupo Branca International opera con una visión cada vez más internacional, persiguiendo la tendencia de desarrollo de los últimos años y confirmado también recientemente con el lanzamiento, en 2019, de la actividad de Branca USA.

En este contexto, dando por descontada la buena reputación de los productos italianos y la reconocida calidad de los productos Branca, los resultados económicos terminan siendo condicionados también por variables exógenas que no dependen del Grupo. El acontecimiento más importante y difícil del año ha sido, sin duda, el conflicto entre Rusia y Ucrania, cuyo alcance y desenlace siguen siendo en gran medida impredecibles. El acontecimiento prolongó y agravó la situación de incertidumbre que había provocado la pandemia COVID-19 y los graves daños macroeconómicos que se derivaron de ella. Entre las principales consecuencias del estallido del conflicto de 2022 figura un nuevo endurecimiento de los costes, debido sobre todo al encarecimiento del gas y la energía, así como a la menor disponibilidad de materias primas. A pesar del inestable entorno geopolítico y macroeconómico, 2022 fue un buen año para Branca, que se benefició de un aumento del consumo que, aunque cada vez más centrado en la comodidad, recuperó definitivamente los niveles anteriores a la crisis.

En Italia, en su segmento específico, la cuota de mercado en valor de Fratelli Branca Distillerie se mantuvo globalmente en 6,2 puntos y registró un aumento de +0,1 puntos en la

cuota de mercado en volumen, situándose en 5,5 puntos. Las marcas Caffè Borghetti, Candolini y Carpano lideraron el crecimiento.

En Argentina, Fratelli Branca Destilerías SA logró un crecimiento de las ventas del 23,7 %, un aumento de los volúmenes totales vendidos del + 11,2 % con respecto al año anterior, y un crecimiento de la cuota de mercado del + 0,1 % en volumen, alcanzando un total del 48,2 %. La Empresa registró resultados positivos de la línea de vodka Semova y de los vermús Carpano, con aumentos del volumen de ventas muy superiores a la media general de la Empresa.

Branca USA inició sus operaciones a principios de 2019, sustituyendo de manera efectiva al importador titular y encargándose de la coordinación y gestión de la parte comercial en el territorio norteamericano a través de la importación directa de productos y la implementación de estrategias de difusión de las marcas y productos Branca. En línea con años anteriores, la Empresa se ha comprometido a consolidar las bases de un crecimiento sólido, sostenible y duradero. En 2022, los ingresos por ventas netas registraron un aumento porcentual del 17,17% con respecto al año anterior. La Empresa logró resultados récord en 2022 en términos de cuota de mercado, volúmenes distribuidos y márgenes operativos.

Los mercados de exportación (sobre todo Extremo Oriente, Europa y Estados Unidos) confirmaron una tendencia

significativamente creciente, contribuyendo decisivamente a los resultados positivos de la actividad principal.

Durante el año de la rendición de cuentas, la gestión del portafolio de productos Branca ha confirmado la estrategia de mantener el foco en los productos existentes y tradicionalmente fuertes como Fernet-Branca y Brancamenta y en el segmento de los vermús y los aperitivos. Este segmento sigue despertando especial interés entre los consumidores, tanto en el mercado nacional como en los mercados internacionales en los que compete el Grupo.

A nivel general, entre los objetivos adicionales de desarrollo del Grupo Branca International, a igualdad de perímetro de País/marca podemos poner en evidencia:

- **continuación y consolidación del desarrollo internacional del grupo;**
- **desestacionalización y desregionalización del consumo de algunas marcas;**
- **ampliación del portafolio de productos a los clientes ya atendidos;**
- **ampliación de la base de los clientes atendidos;**
- **mejora de la integración operativa interna;**
- **compartir internamente los objetivos de desarrollo y la gestión común de la marca;**
- **consolidación de un modelo empresarial sostenible que integre los aspectos ESG en toda la cadena de valor.**

⁵ Las cifras indicadas se extrapolaron del Informe de Gestión elaborado por la dirección del Grupo Branca

Resultados del Grupo

Los resultados de la gestión empresarial se detallan en las siguientes tablas de síntesis, al como se presentan en los Estados Financieros Consolidados del Grupo Branca, que muestran los principales datos de 2022 del Estado Patrimonial y de la Cuenta de resultados consolidadas de las sociedades pertenecientes al Grupo, o sea 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. y Centro Studi Fratelli Branca S.r.l.

<i>Principales datos de la Cuenta de resultados</i>	<i>Consolidado del grupo</i>		
IMPORTE EN €/000⁵	2020	2021	2022
<i>Ingresos</i>	216.146	307.473	420.142
<i>Utilidad operativa bruta</i>	79.586	124.920	192.219
<i>Resultado Operativo</i>	73.545	111.379	179.803
<i>Resultado neto</i>	33.899	36.451	51.872

Como se muestra en la tabla, las principales partidas de la Cuenta de resultados (Ingresos, Utilidad operativa bruta, Resultado de operativo y Resultado neto) referidas al año 2022, muestran un aumento significativo en comparación con el año anterior. En particular, los ingresos por ventas y servicios aumentaron en €/000 112.669 (+36,6%) en comparación con 2021, alcanzando los €/000 420.142 en 2022, frente a los €/000 307.473 del año anterior. Este aumento es el resultado de un crecimiento del volumen de negocio de las tres Empresas que operan en el sector de la producción y comercialización de alcohol del Grupo Branca International.

En conjunto, el aumento de los ingresos se vio respaldado por un incremento de los volúmenes de producción, que ascendieron a unas 84.000 toneladas en 2022, lo que supone un aumento del 16,2% con respecto a los resultados del año anterior. La incidencia de los costes de producción también disminuyó a pesar de la subida general de los precios; esta mejora se atribuye principalmente a los mayores volúmenes vendidos, que permitieron absorber bien el aumento de los costes.

Los resultados obtenidos en 2022 son aún más apreciables si se tiene en cuenta que, en los primeros meses del año, además de las secuelas de la pandemia del Covid 19, continuó la debilidad de la economía mundial y del comercio internacional, unida a la persistente incertidumbre geopolítica. Esto provocó que la inflación se mantuviera en niveles elevados en las principales economías avanzadas y que subieran los tipos de interés.

A continuación se muestran los datos del Estado Patrimonial y del Estado Consolidado del Grupo. Como puede observarse en la tabla, el Activo circulante y las Deudas a finales de 2022 aumentaron en parte debido al crecimiento de la actividad del Grupo (existencias y deudas comerciales) y en parte debido a la tesorería generada por el Grupo (disponible e invertida), mientras que el Patrimonio neto aumentó en torno a un 6% debido principalmente al beneficio neto generado en 2022.

<i>Principales datos del Estado Patrimonial</i>	<i>Consolidado del grupo</i>		
IMPORTE EN €/000	2020	2021	2022
<i>Activo Circulante</i>	620.423	694.231	741.112
<i>Activo inmovilizado</i>	173.491	179.982	187.577
<i>Patrimonio neto</i>	737.091	772.884	818.427
<i>Deudas</i>	53.411	94.866	106.211

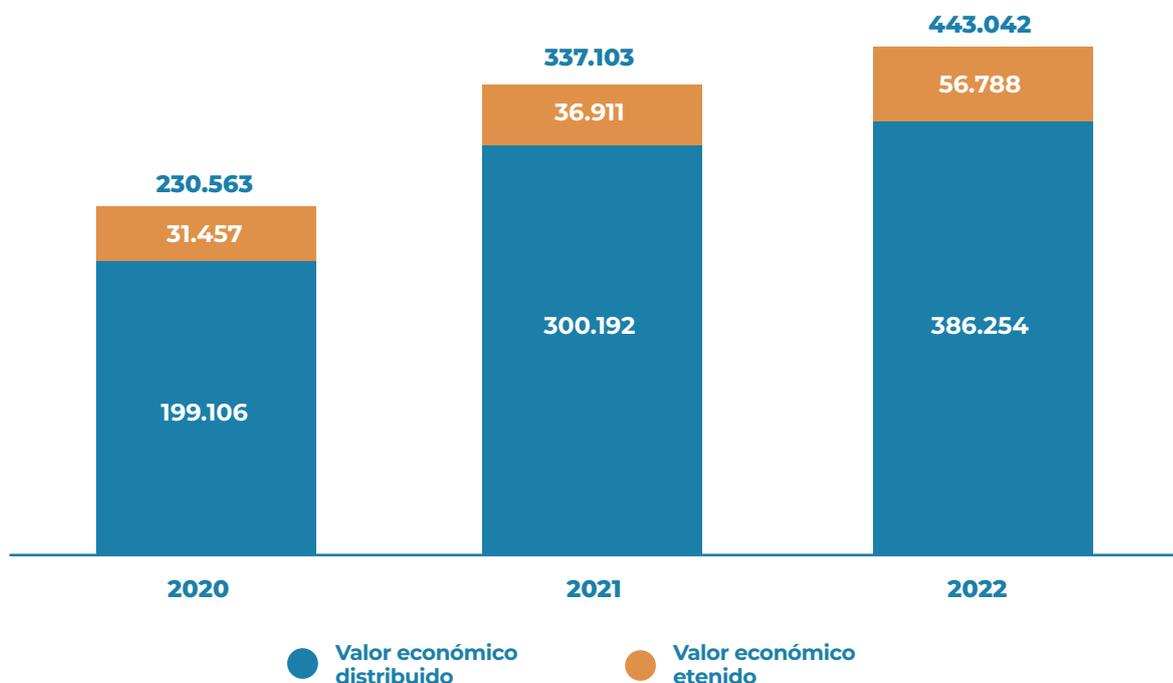
Valor económico directamente creado y distribuido

En 2022, Branca generó un valor económico de 443,05 millones de euros a través de sus actividades empresariales, lo que supone un aumento del 31,5% en comparación con 2021. Esta tendencia, como ya se ha mencionado en el párrafo anterior, se debe en parte a la recuperación económica de los mercados de referencia, y en parte a un crecimiento real del volumen de negocios del Grupo, con el consiguiente aumento de los volúmenes de ventas, principalmente en Italia, Argentina, y Estados Unidos. La incidencia de los costes de producción también disminuyó a pesar

de la subida general de los precios; esta mejora se atribuye principalmente a los mayores volúmenes vendidos, que permitieron absorber bien el aumento de los costes.

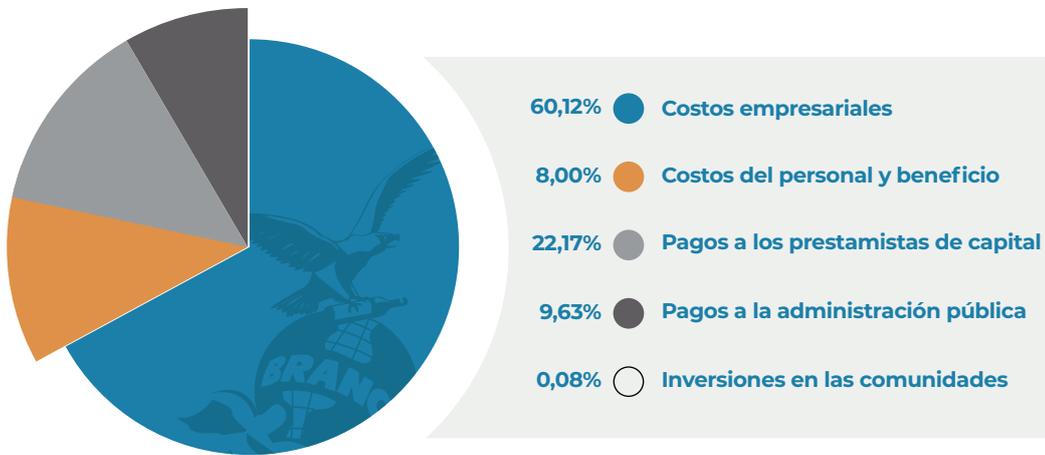
Más del 87% del valor generado (correspondiente a 386,3 millones de euros) se distribuyó entre las distintas partes interesadas. El valor distribuido aumenta un 29% con respecto a 2021 (lo que confirma la tendencia al alza que ya se había registrado en 2021 con respecto a 2020).

Consolidado
Valor económico generado y distribuido en el trienio (€/000)



Más concretamente, como se muestra en el siguiente gráfico, más del 60% del valor económico distribuido se destina a cubrir los costes de la empresa para la adquisición de bienes y servicios (costes de producción, pagos a proveedores) y el 22% a proveedores

de capital⁶. En menor medida, el 9,6% se destinó a la administración pública para pagar impuestos, el 8% se distribuyó entre los empleados y el 0,1% se destinó a inversiones en la comunidad, por ejemplo, a través de donaciones y regalos.



⁶ Este valor incluye la contabilización de la consolidación de la hiperinflación en Argentina y otras evaluaciones financieras incluidas en la partida de la Cuenta de resultados C 17) Intereses y otros gastos financieros

En conjunto, el valor económico retenido, es decir, la diferencia entre el valor generado y el distribuido, asciende a unos 56,8 millones de euros, lo que supone un aumento del 54% con

respecto al año anterior, que también aumenta en proporción retenida con respecto al valor económico generado directamente (en 2022 igual al 13%, en 2021 igual al 11%).



La excelencia de los productos en branca

Calidad e innovación Made in Italy, en el respeto de la tradición, son los valores que siempre han distinguido a los productos Branca, haciéndolos únicos y por ello tan apreciados en el mundo.

La cuidadosa selección de los diferentes ingredientes empleados en el proceso productivo, así como el respeto de las fórmulas tradicionales transmitidas de generación en generación y nunca alteradas, han permitido a Branca International garantizar un riguroso control de la calidad de toda la cadena productiva.

LA CADENA DE VALOR Y LA GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Para responder a estándares cualitativos cada vez más elevados y ofrecer a los consumidores productos de excelencia, Branca sigue con atención todo el proceso productivo y colabora en estrecho contacto con todos los proveedores involucrados. Esta colaboración es tanto más crucial cuanto que las fuentes de materias primas, en particular las plantas aromáticas, están repartidas por cuatro continentes.



1

MATERIAS PRIMAS

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

En esta etapa ocurre la producción de los semi-elaborados, según las recetas y los procesos tradicionales, hasta obtener el producto a granel listo para embotellar.

FABRICACIÓN

2



3

EMBOTELLADO

En esta etapa se produce el embotellado de los productos a granel y la colocación en las cajas

Los productos se distribuyen a través de varios canales comerciales hasta llegar de manera capilar a los consumidores finales.

LOGÍSTICA

4



5

CONSUMO

Branca se compromete a difundir la cultura de beber responsablemente y a cuidar la seguridad de los consumidores.

El reciclado de los materiales es necesario para reducir el impacto ambiental en la cadena de valor de la organización.

RECICLADO Y REUTILIZACIÓN

6



Gestión responsable de la cadena de abastecimiento

El Grupo Branca International considera la cadena de abastecimiento como un activo fundamental para garantizar la calidad de sus productos. Los proveedores, en efecto, son considerados como socios estratégicos en la creación de valor y en el desarrollo de un producto excelente que nace a partir de materias primas de elevada calidad. La búsqueda de proveedores capaces de satisfacer los elevados estándares de producción requiere la creación de relaciones comerciales duraderas con sujetos provenientes de todas partes del mundo.

El Grupo se compromete a explorar constantemente nuevas oportunidades de abastecimiento, manteniendo relaciones con socios alternativos y complementarios dentro de grupos de productos homogéneos. La selección de los nuevos proveedores representa por lo tanto una actividad particularmente sensible para Branca, tanto para garantizar la calidad de sus productos, como para asegurar la creación de relaciones con interlocutores idóneos. Branca se compromete a implementar un proceso selectivo fundado en criterios económicos, ambientales, sociales y se propone, donde sea posible, instaurar asociaciones tales de garantizar abastecimientos a largo plazo y relaciones enfocadas hacia los principios de la equidad, de la transparencia, de la equidad y fundados en la recíproca confianza.

El proceso de selección de los proveedores prevé las siguientes etapas:

- evaluación técnica genérica preventiva;
- evaluación de los requisitos solicitados según las necesidades productivas;
- análisis de los principales indicadores económico/financieros;
- análisis de los estándares voluntarios de los que se ha dotado el proveedor;
- evaluación del abastecimiento industrial.

En la selección de los proveedores, un elemento particularmente sensible - considerando la extensión geográfica de la cadena de abastecimiento - está representado por el respeto a las normativas locales, incluidas aquellas en materia de derechos humanos, por parte de sujetos que operan por fuera del perímetro de la Empresa. La atención al respeto de estas previsiones es constante y se actualiza continuamente con respecto a las evoluciones normativas. En el Grupo Branca International, todos los aliados seleccionados como proveedores oficiales se ubican en Países que han ratificado las principales convenciones ILO y ONU, y cuyas legislaciones ya incluyen como casos de delito la violación de los derechos humanos.

Branca, además de respetar taxativamente estas normativas, se preocupa también de difundir entre sus proveedores los valores y los principios expresados en el Código Ético y de verificar periódicamente su correcta aplicación. Los proveedores en efecto deben suscribir el Código Ético y se comprometen a respetarlo como condición general de contrato.

Además, en el proceso de selección, se da prioridad a aquellos proveedores que cuentan con un plan propio de continuidad de negocios, que garantizan el pleno cumplimiento de la fiscalidad específica y restrictiva prevista para el sector de bebidas alcohólicas y que detentan una gestión de los incumplimientos rápida y eficaz.

Luego de la selección del proveedor y al establecimiento de una relación de colaboración, se realiza una actividad de evaluación y monitorización de las prestaciones del mismo y del respeto de las condiciones contractuales. Estas actividades incluyen la toma de muestras y

los análisis de laboratorio, la realización de auditorías periódicas de los proveedores y la evaluación de las no conformidades que hayan surgido.

Se detalla a continuación un listado de los principales tipos de bienes y servicios adquiridos, particularmente de las sedes productivas en Italia y en la Argentina:

- materias primas secas (por ejemplo hierbas, especias, raíces, aromas naturales);
- materias primas alcohólicas (por ejemplo alcohol, aguardiente de vino, aguardiente de orujo, vino);
- materiales de embalaje (primario, secundario);
- material auxiliar de la producción;
- materiales promocionales (por ejemplo, material POS, gift on pack);
- servicios logísticos;
- maquinarias e instalaciones;
- servicios de automatización;
- servicios generales;
- servicios de apoyo a la producción;
- flotas autos de la empresa.

En las páginas siguientes se presentan algunas profundizaciones cuali-cuantitativas correspondientes a la cadena de abastecimiento de Fratelli Branca Distillerie, Fratelli Branca Destilerías y Branca USA. Esta última, no siendo una realidad productiva sino distributiva, presenta un número y un tipo de proveedores más limitado y diferente con respecto a la sociedad italiana y a la argentina.

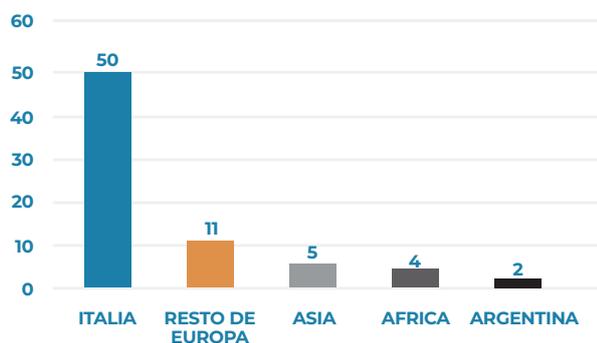
Fratelli Branca Distillerie S.p.A

En 2022, Fratelli Branca Distillerie ha colaborado con 72 proveedores. El detalle de la subdivisión del valor de las órdenes de compra por área geográfica se detalla en el gráfico de la derecha. A este respecto, cabe señalar que parte de las compras de la Empresa se realizan a través de intermediarios con los

que Fratelli Branca Distillerie colabora para garantizar la alta calidad de las materias primas adquiridas. Estos intermediarios, empleados para la adquisición de determinados tipos de materiales, tienen la función de supervisar el mercado y abastecerse de los proveedores que, en el periodo correspondiente,

ofrezcan la mejor materia prima del mercado. Por consiguiente, en el caso de algunos materiales de los que se abastece la Empresa, el origen de un proveedor/intermediario puede ser diferente del origen del material adquirido.

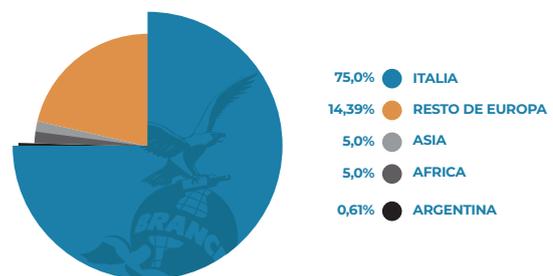
Número de proveedores subdivididas por área geográfica (n°)



Como muestra la tabla anterior, alrededor del 70% de los proveedores operan en suelo italiano y cerca del 75% del valor de los pedidos realizados en 2022 fueron a parar a proveedores italianos o europeos: esto se debe en gran medida a la decisión de recurrir a proveedores

locales para la adquisición de materiales de packaging -la categoría con mayor impacto en los pedidos- con el fin de garantizar la calidad y minimizar el impacto de la logística. En cambio, el escenario para otro tipo de materias primas, como hierbas, especias y

Valor de las órdenes de compra emitidas subdivididas por área geográfica (%)

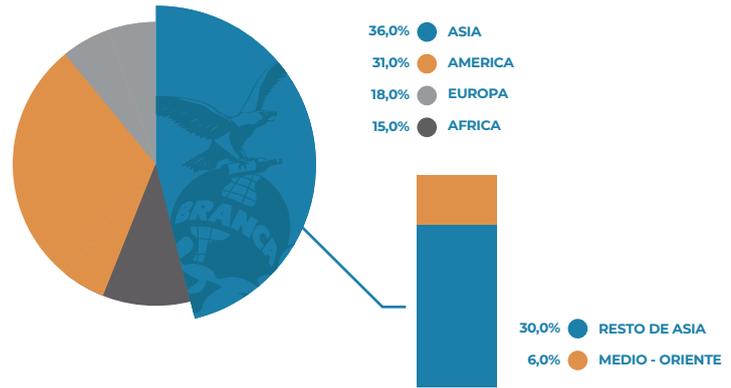


raíces, que son los elementos más directamente relacionados con la calidad del producto, es diferente. En este caso, como puede observarse en el gráfico siguiente, surge una visión más internacional, que indica que estos materiales proceden de distintas zonas

La subdivisión por área geográfica del valor de las órdenes fue efectuada teniendo en cuenta el origen del material adquirido y no el origen del proveedor/intermediario al que se adquirió el material.

del mundo, en particular del continente asiático y de Sudamérica, lo que da fe de la búsqueda de la excelencia por parte del Grupo, que a lo largo de los años ha identificado y seleccionado las mejores materias primas para su producción.

Materias primas secas (hierbas, especias, raíces) por área geográfica: 2022 (%)



Como ya se ha dicho, el proceso de evaluación de proveedores tiene en cuenta distintos criterios. En concreto, se elaborará un cuestionario de evaluación, preparado por Branca, para identificar:

- conformidad con las especificaciones requeridas;
- puntualidad en el despacho de los pedidos y en las entregas;
- administración, precisión y cuidado en el procedimiento administrativo;
- gestión de los incumplimientos, rapidez, flexibilidad, eficacia en la gestión de las no conformidades;
- organización, planificación y producción, con la verificación y evaluación del proceso productivo y de desarrollo;
- organización logística a través de la verificación y evaluación del proceso logístico;
- sistema de calidad ambiental y de seguridad para verificar y evaluar el sistema existente;
- asistencia al cliente, con verificación y evaluación del nivel de servicio de atención al cliente;
- gestión del riesgo, a través de la verificación y evaluación de los procesos de gestión del riesgo.

A partir de 2022, Fratelli Branca Distillerie trabaja en el perfeccionamiento de tres nuevos módulos internos destinados a integrar aún más los procedimientos que ya existen desde hace tiempo en el ámbito de la calidad, para la gestión de las no conformidades del lado del consumidor, del cliente, del subcontratista y del proveedor. Periódicamente, cuando es necesario, la Empresa organiza reuniones con los contratistas para analizar las tendencias de las reclamaciones y aplicar medidas correctoras.

La Empresa trabaja a diario para crear sinergias virtuosas con proveedores sensibles a las cuestiones de sostenibilidad. Más del 86% de los proveedores de Fratelli Branca Distillerie posee al menos una certificación entre sistema de gestión de la calidad, ambiente, energía, salud y seguridad de los trabajadores y/o seguridad alimentaria:

El 100% de los nuevos proveedores se evalúan incluyendo criterios medioambientales y sociales y, para animarles a adoptar modelos empresariales cada vez más sostenibles, la Empresa participa en oportunidades de comparación. En este sentido, durante 2022, la Empresa participó en un simposio que organiza anualmente un proveedor de etiquetas, sobre el tema ético y estético del diseño, para promover un intercambio constructivo de ideas sobre las formas más eficaces de combinar belleza y sostenibilidad medioambiental sin concesiones.

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

Fratelli Branca Destilerías

Fratelli Branca Destilerías, en base al plan de producción, identifica en forma mensual las exigencias de abastecimiento de materias primas nacionales y de material de embalaje, y en forma anual (con revisiones trimestrales) comprueba las necesidades de materias primas importadas.

En la fase de selección de proveedores, la Empresa realiza una evaluación económica del servicio junto con una evaluación cualitativa: para cada proveedor identificado, se lleva a cabo una evaluación basada en determinados análisis exigidos por la norma de calidad adoptada y, tras esta verificación, tiene lugar la fase de

selección de proveedores. Siendo centros de producción en ambos casos, los principales tipos de bienes y servicios adquiridos por Fratelli Branca Destilerías son las materias primas (azafrán, aloe ferox, goma de mirra, agárico y sobre todo alcohol): para el 31 % de la compra total y los suministros de embotellado (botellas, cápsulas de aluminio antirrobo, etiquetas, cajas de cartón) para el 15 % de la compra total. En 2022, Fratelli Branca Destilerías ha colaborado con 35 proveedores: el detalle del valor por área geográfica se muestra en el gráfico de la derecha. Del mismo modo que para

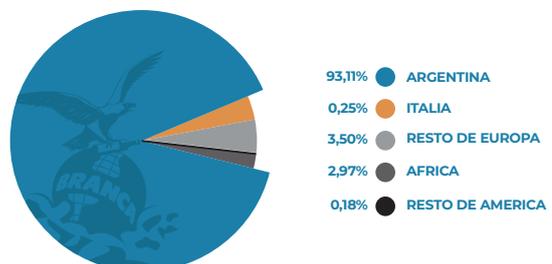
Fratelli Branca Distillerie, parte de las compras de Fratelli Branca Destilerías se realiza a través de intermediarios, cuya proveniencia puede diferir respecto del origen del material adquirido. El 57% de los proveedores operan en Argentina y el valor de los pedidos emitidos se concentra casi totalmente, es decir, el 93,1% en Argentina. Si, por el contrario, se analizan otros tipos de materias primas, como hierbas, especias, raíces, se obtiene una visión más internacional que, como en el caso de la filial italiana, indica que estas materias proceden de diversas partes del mundo.

La subdivisión por área geográfica del valor de las órdenes fue efectuada teniendo en cuenta el origen del material adquirido y no el origen del proveedor/intermediario al que se adquirió el material.

Número de proveedores subdivididas por área geográfica (n°)

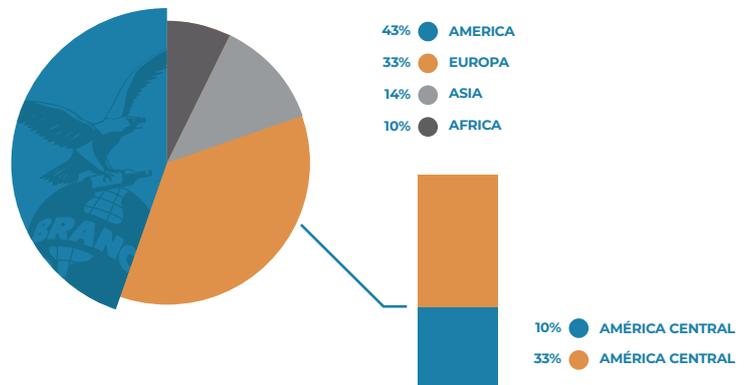


Valor de las órdenes de compra emitidas subdivididas por área geográfica (%)



En cuanto al proceso de calificación de proveedores, cabe destacar que, en línea con 2021, el 100% de los proveedores calificados de Fratelli Branca Destilerías poseen al menos una de las siguientes certificaciones⁷:

*Materias primas secas (hierbas, especias, raíces)
por área geográfica: 2022 (%)*



⁷ La tabla se refiere a 24 proveedores calificados de materias primas y materiales de envasado. Estos proveedores representan alrededor del 80% del facturado.

ISO 9001 - Sistema de gestión de la calidad	81,8%
ISO 14001 - Sistema de gestión medioambiental	36,4%
OHSAS 18001/ISO45001 - Sistema de gestión de la salud y la seguridad	18,2%
ISO 2200, BRC, IFS - Sistema de gestión de la seguridad alimentaria	63,6%



Branca USA

Branca USA distribuye los productos finales fabricados desde su sede en Milán, por lo que, incluso en 2022, la Empresa mantenía relaciones con proveedores instrumentales para ofrecer sus servicios y no relacionados con actividades de producción. En concreto, al igual que el año anterior, la Empresa trabajó con proveedores especializados en el transporte intermodal de vinos y licores por vía marítima y con terceros proveedores de servicios logísticos para su distribución.

La cadena de suministro aún sufre las secuelas de la pandemia de COVID-19, que dificultó la racionalización del proceso de aprovisionamiento en los primeros años de funcionamiento de la Empresa mediante el aumento de las existencias en los almacenes. Otros retos derivados del nuevo conflicto provocado por la invasión rusa de Ucrania, la congestión logística nacional e internacional y el aumento de los costes de aprovisionamiento han impulsado a Branca USA a trabajar en la racionalización de las cargas,

minimizando los niveles de inventario.

En su cuarto año de funcionamiento, Branca USA mejoró la planificación y previsión de la demanda con el objetivo de reducir el exceso de aprovisionamiento y racionalizar el movimiento de mercancías a lo largo de la cadena de suministro. Además, la Empresa reforzó sus relaciones, ofreciendo total transparencia de los procesos de producción, compartiendo previsiones a corto y medio plazo con los proveedores, para favorecer la continuidad de los socios importadores, las empresas de transporte y los almacenes.

En consecuencia, Branca USA ha reducido las existencias mínimas y ha seguido optimizando la carga de camiones y buques, también con vistas a reducir su huella de carbono. El contacto frecuente entre los responsables de Compras de Branca USA, los equipos de operaciones, producción y logística de Fratelli Branca Distillerie SpA y sus proveedores ha consolidado una cadena de suministro ágil,

capaz de responder a los retos planteados por un entorno externo en constante cambio.

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

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

Con la vista puesta en el futuro, Branca USA participó en seminarios web y conferencias celebrados a distancia por la Wine & Spirits Shippers Associations, una asociación que negocia contratos de transporte en nombre de importadores y distribuidores del sector del vino y las bebidas espirituosas, con el fin de mantenerse al día sobre la evolución de las tendencias de la cadena de suministro del sector.

La calidad y seguridad de las materias primas y del producto



Para el Grupo, garantizar la excelencia de sus productos en el mercado es un objetivo primordial. Para Branca, calidad es sinónimo de excelencia, una condición lograda gracias al trabajo de todas las personas que con perseverancia y compromiso actúan cotidianamente para difundir en el mundo los valores de una marca única, construida en el surco de una historia hecha de experiencia, capacidad y respeto a los principios fundamentales e imprescindibles.

Los productos Branca se ofrecen haciendo hincapié en su unicidad, en la tradición - garantizado a través de recetas originales y mantenidas en secreto en el tiempo - y en su marca reconocida en el mundo. La protección de la autenticidad de las hierbas aromáticas y medicinales y el cuidado en la calidad de los ingredientes naturales importados de los cuatro continentes constituyen desde siempre elementos imprescindibles de la actividad productiva de Branca.

El respeto de las fórmulas originales y el estricto control de calidad de la cadena de producción siguen siendo hoy la confirmación de la búsqueda de la excelencia del Grupo en todos los ámbitos. Al mismo tiempo, la innovación respetuosa con la tradición, que también incluye la investigación y el desarrollo, la certificación, la fabricación, la producción y la distribución, es fundamental para satisfacer las necesidades de sus consumidores, protegiendo al mismo tiempo su salud, en un mundo en constante cambio.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Para garantizar la mejora continua de sus procesos de producción y establecer su presencia en la cadena alimentaria como sinónimo de calidad, Fratelli Branca Distillerie ha implantado un Sistema de Gestión de Calidad y Seguridad Alimentaria certificado según la norma ISO 22000:2018. Este Sistema de Gestión fue auditado y confirmado en noviembre de 2022 por el organismo certificador, que evalúa el cumplimiento de principios como: la calidad y la seguridad de los productos (seguridad alimentaria), la precisión en el enfoque de la selección de proveedores y materias primas, la comunicación a lo largo de la cadena de suministro y la trazabilidad de las actividades realizadas, la eficacia del sistema de Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) y, de forma más general, la aplicación constante del Código Ético de la Empresa.

La base del Sistema de Gestión es la Política de la calidad de la empresa, un punto de referencia para el planteamiento de la Empresa en materia de calidad, que esboza las directrices del planteamiento de la Empresa al respecto sobre la base de los valores fundacionales establecidos en el Código Ético. De acuerdo con la documentación de referencia, Fratelli Branca Distillerie garantiza la seguridad, calidad y fiabilidad de sus productos, que se fabrican utilizando herramientas y procedimientos tecnológicos seguros y avanzados, de conformidad con las leyes y normativas vigentes en los países en los que opera. Además, con vistas a la mejora continua, la Empresa lleva a cabo constantes actividades de investigación y desarrollo, tanto con vistas al cumplimiento de la normativa como a la posibilidad de ofrecer al mercado la adopción de herramientas y sistemas de control dentro

de los procesos de producción y a lo largo de la cadena de valor.

Para controlar la cadena de valor, Fratelli Branca Distillerie realiza controles sobre la conformidad de las materias primas con las especificaciones definidas, tanto en la fase de oferta como en la de compra, supervisando la cadena de producción desde la entrada de las materias primas hasta la distribución del producto. Además, en consonancia con la normativa vigente sobre seguridad alimentaria, la Empresa se dedica constantemente a evaluar los riesgos para la salud de los consumidores en todas las fases del ciclo de vida de los productos e imparte formación periódica a sus empleados dedicados a la producción sobre aspectos de higiene y seguridad alimentaria. Con el objetivo de satisfacer al máximo las necesidades de los consumidores, cabe señalar que la Empresa ha recibido las certificaciones Kosher y Vegan para sus productos Fernet-Branca y Brancamenta.

En cuanto a la supervisión del proceso de producción, Branca presta especial atención a las siguientes actividades:

- **Adaptación del etiquetado a los requisitos reglamentarios:** el etiquetado de todos los productos comercializados en la UE se ajusta a la normativa europea pertinente (Reglamento (UE) n.º 1169/2011⁸). Todas las etiquetas de los productos comercializados llevan información sobre el uso seguro de los productos y los impactos medioambientales y/o sociales relacionados, en cumplimiento de la legislación vigente en los países donde se distribuyen. En el transcurso de 2022, en consonancia con los requisitos normativos, la Empresa italiana Fratelli Branca Distillerie inició el proceso de integrar en las etiquetas de todos los productos destinados al mercado italiano la referencia a un enlace en el que se explica cómo deshacerse correctamente del envase;

- **Promoción de un consumo responsable de las bebidas alcohólicas:** en las etiquetas y particularmente en algunos productos específicos, están impresas indicaciones sobre la mejor modalidad de degustación;

- **Evaluación y revisión de los tipos de cierre/tapa:** a los fines de minimizar el riesgo de adulteración, haciendo evidente el eventual intento de manipulación de los precintos de cierre de la botella.

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

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

dores o informes de los distintos departamentos de la Empresa.

Cabe destacar que durante el año 2022 (en línea con los años anteriores), no se han notificado ni detectado incumplimientos relativos a la normativa/códigos de autorregulación en materia de información y etiquetado de productos, ya sea como resultado de auditorías internas o de inspecciones de la autoridad competente, el Ministerio de Políticas Agrarias Alimentarias y Forestales, en materia de etiquetado de productos.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

El objetivo de Fratelli Branca Destilerías, en línea con el del Grupo, es el de garantizar la seguridad de los productos, asegurando la conformidad a las normas de ley vigentes y a los rigurosos parámetros de calidad establecidos. Para lograrlo, la Empresa cuenta con una Política de gestión de calidad, seguridad alimentaria y medio ambiente y un Sistema de gestión de calidad y seguridad alimentaria, basado en la norma ISO 22000:2018. El Sistema de Gestión está certificado desde 2007 por Bureau Veritas y acreditado por UKAS, y se somete a una auditoría anual de recertificación por parte del organismo certificador, que ha reconfirmado la validez de la certificación para 2022.

Para la implantación de buenas prácticas de calidad en las operaciones, la Empresa se guía por el Manual del FSMS, el Manual de Buenas Prácticas de Fabricación, el Plan HACCP, las Buenas Prácticas de Fabricación (GMP) y los POES (Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento) y un conjunto de procedimientos e instrucciones para la implantación de los requisitos de la norma (Control de Calidad, tratamiento de las no conformidades, auditorías, auditorías internas, formación, etc.). Entre ellos, la Empresa cuenta con un procedimiento de "trazabilidad" para determinar el lote de materia prima utilizado en cada producción, y un procedimiento de gestión de reclamaciones, establecido por el Sistema de Gestión de Calidad y Seguridad Alimentaria (SGIA). Con respecto a ambos procedimientos, se llevan a cabo ejercicios anuales de retirada verificados por Bureau Veritas.

Además, como medida preventiva, la Empresa pone en marcha las siguientes iniciativas:

- **Análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP).**
- **Monitorización de puntos críticos de control, puntos de control, actividades GMP y aplicación POES**
- **Formación del personal**

Además, para supervisar la cuestión en los procesos de producción, la Empresa controla los siguientes indicadores clave de rendimiento:

- **Índice de Buenas Prácticas de Fabricación (GMP): el informe, que se basa en auditorías internas mensuales y tiene en cuenta varios criterios, entre ellos: higiene de la empresa, formación del personal y avances en infraestructuras, obtuvo una puntuación del 89,5% (en línea con el año anterior).**
- **número de reclamaciones de los consumidores: en 2022 se mantuvo el objetivo de la empresa de recibir un número máximo de reclamaciones de los consumidores de 0,53 por cada 100.000 botellas al año.**
- **ahorro de energía y procesos: a partir del análisis de los procesos de decantación de infusión y de los equipos, fue posible optimizar estos procesos; además, se mantuvo el objetivo de suministrar un 99,96% de productos liberados a la primera, reduciendo los costes de reprocesado y los tiempos de inactividad.**

Los resultados obtenidos durante 2022 confirman el compromiso de la Empresa y su constante evolución para garantizar altos niveles de calidad en los procesos de producción. Con vistas a la mejora continua, entre las iniciativas promovidas por Fratelli Branca Destilerías en 2022 se encuentran:

- **Mejora de la codificación de los palés, con la consiguiente optimización del registro de trazabilidad.**
- **Reducción del impacto medioambiental y optimizar los costes de almacenamiento y transporte aumentando el número de cajas por palé.**
- **automatización del sistema de infusión en el proceso, optimizando un estricto control de las dosis de alcohol, infusión y agua, mejorando la higiene y optimizando los costes.**
- **Instalación de nuevos depósitos y equipos de filtración para la elaboración ordenada del vodka Sernova, optimizando el espacio y la dinámica del proceso de producción.**

Además de velar por que el tema se trate en las fases en las que desempeña un papel protagonista, la Empresa está en estrecho contacto con los proveedores para supervisar los procesos de producción desde el principio, verificar la calidad de las materias primas antes de su envío y limitar las posibles repercusiones negativas relacionadas con la cadena de suministro. Para controlar el tema a lo largo de la cadena de valor, la

Empresa realiza auditorías a los proveedores para verificar el cumplimiento de las buenas prácticas de fabricación y las condiciones laborales que garantizan a sus empleados, así como para comprobar la calidad de las materias primas antes de su envío. No obstante, la Empresa examina los productos acabados para comprobar su aptitud para el consumo y su seguridad, respetando la frecuencia definida en los Organismos Nacionales de Control.

Por último, la Empresa se compromete a garantizar que los clientes y usuarios finales reciban información adecuada y accesible sobre las repercusiones medioambientales y sociales de sus productos, con el fin de orientarles a la hora de tomar decisiones de compra responsables. Por esta razón, el 100% de los productos se han etiquetado con información útil para que los clientes tomen decisiones de compra responsables. Gracias a su compromiso con la gestión de los aspectos de calidad y seguridad de los productos, la Empresa no ha registrado ninguna no conformidad ni ninguna observación relativa a la inadecuación de los métodos de etiquetado y de la información contenida en ellos.

BRANCA USA

En lo que respecta al control de calidad de los productos finales, Branca USA confía plenamente en los procesos y procedimientos de Fratelli Branca Distillerie SpA. Branca USA solo se ocupa del producto final adquirido en la sede central de Milán, por lo que los controles y verificaciones durante la producción corren a cargo íntegramente de Fratelli Branca Distillerie SpA. Como resultado, durante el año de rendición de cuentas, el 100% de los productos distribuidos estaban etiquetados con información útil para que los clientes tomaran decisiones de compra responsables y la Empresa no tuvo ningún incidente de incumplimiento en materia de etiquetado e información sobre productos y servicios conforme a la normativa federal y estatal de la Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB) y de las Liquor Control Boards.

La protección de los consumidores y la promoción del consumo responsable



Desde hace varios años Branca está comprometida en la promoción del consumo responsable de bebidas alcohólicas: las campañas de comunicación de la Empresa tienen como objetivo difundir una cultura del beber de calidad que coincida con el placer del gusto. La idea de fondo, transmitida por Branca, es que sus productos puedan agregar placer a la vida, siempre y cuando se consuman de manera responsable y moderada.

Por lo tanto, las actividades de promoción y comunicación se llevan a cabo en línea con los reglamentos vigentes referidos a las actividades de marketing, de los cuales no se han señalado casos de incumplimiento. A nivel de etiquetado, las mismas recomendaciones sobre el consumo responsable se detallan en los productos de Fratelli Branca Distillerie in Italia y Fratelli Branca Destilerías en Argentina. Además de las necesarias advertencias legales, también se transmiten mensajes que desaconsejan el consumo de bebidas alcohólicas a las mujeres embarazadas y a los conductores.

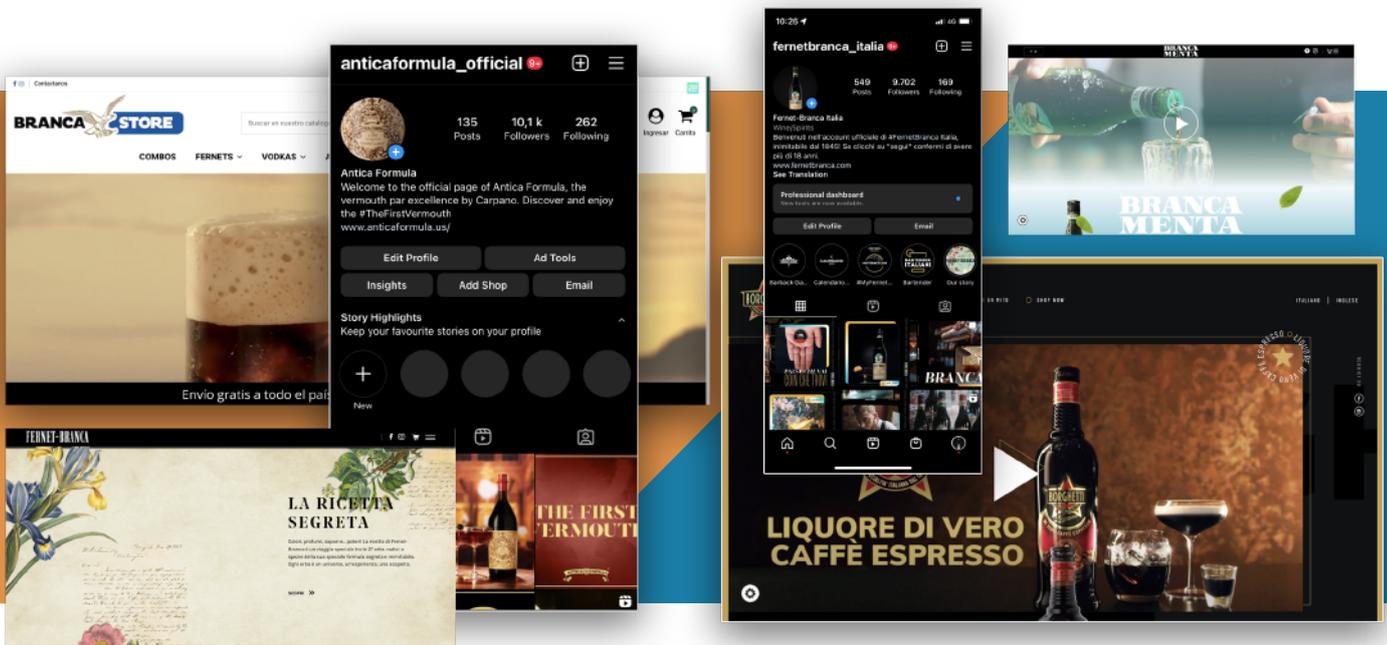
Incluso durante los actos presenciales, como las degustaciones, las Empresas activan mecanismos de control específicos para vigilar el consumo de los visitantes, instalando carteles informativos sobre la prohibición de beber a los menores en sus stands promocionales y exigiendo la presentación de documentos de identidad. Para cuidar a los menores de edad, además, el acceso a los sitios de internet, tanto institucionales como de los productos, que constituyen el universo digital de los productos Branca, está regulado por un sistema de control de edad que permite el

acceso a los contenidos solo a los usuarios que hayan alcanzado la mayoría de edad.

Además, las campañas publicitarias solo se emiten en franjas horarias protegidas y todos los anuncios, vídeos promocionales o spots llevan la advertencia "Beba con responsabilidad". Las comunicaciones comerciales prestan siempre atención al contexto y al contenido para transmitir mensajes relacionados con el consumo responsable, con especial atención a la protección de los menores, el consumo de alcohol al volante y entre las mujeres embarazadas.

En este sentido, en el año 2022, Fratelli Branca Distilerias se asoció con Cabify, un servicio de transporte por llamada que opera en España y Latinoamérica, para reforzar el mensaje: "Si bebes, no conduzcas" durante el "Mes del Consumo Responsable". Además, para apoyar la campaña lanzada por la Federación Argentina de Destilados y Aperitivos (FADA) "Menores Ni Una Gota", cuyo objetivo es erradicar el consumo de alcohol entre menores, la Compañía ha incluido el hashtag #MenoresNiUnaGota⁹ en sus anuncios de televisión, prensa y vallas publicitarias junto a las advertencias legales.

⁹ Para más información, consulte el siguiente enlace: [Menoresniunagota](#)



En general, la comunicación a través de los medios sociales es un área fuertemente vigilada: además de Netiquette, que a través de la plataforma Facebook invita al consumo responsable de productos, Branca supervisa regularmente los contenidos digitales producidos o transmitidos por sus proveedores. La Empresa supervisa constantemente las Fanpages -tanto las gestionadas directamente como las creadas por terceros- mediante un sistema de moderación activo, y realiza reseñas de prensa en línea y tradicionales. Todas estas actividades de control de los medios tienen como objetivo primario garantizar que el nombre de Branca esté siempre asociado a un mensaje que promueva un consumo responsable, entendido como un elemento fundador de la cultura del beber de calidad. Branca USA tiene como programa futuro organizar cursos de capacitación internos para los empleados de manera tal que la actividad desarrollada, tanto interna como externamente, sea percibida como responsable y atenta a los temas de la salud y seguridad de sus consumidores. Al mismo tiempo, Fratelli Branca Distillerie organiza clases magistrales de formación para la comunidad de bartender destinadas a presentar/degustar/preparar cócteles

elaborados con productos Branca. Además, con la firme convicción de que, para promover el consumo responsable y compartir sus valores con un público amplio, son fundamentales el diálogo y la colaboración con las instituciones y las asociaciones profesionales, las Empresas mantienen contactos con importantes asociaciones profesionales presentes en los territorios en los que opera el Grupo. En Italia, el Grupo participa en la elaboración de directrices asociativas sobre Consumo Responsable, en particular a través de Federvini y Federalimentare, ambas pertenecientes a Confindustria, y Centromarca. No obstante, la Empresa es miembro de Utenti Pubblicità associati (UPA), el organismo asociativo que reúne a las más importantes y prestigiosas empresas industriales, comerciales y de servicios que invierten en publicidad. Además, la Empresa es miembro del Consorzio del Vermouth di Torino, cuyo objetivo principal es la protección, promoción, valorización, supervisión y cuidado general de los intereses del IG "Vermouth di Torino". En Argentina, Branca es un miembro clave de la Federación Argentina de la Industria de la Destilación, (FADA) que representa y une a los destiladores y productores de licores de

Argentina, defendiendo sus intereses y trabajando en colaboración para el desarrollo del sector. La Cámara Argentina de Destiladores Licoristas ha lanzado en cambio un programa de Responsabilidad Social Empresarial relacionado con el tema del consumo responsable, donde participa Fratelli Branca Destillerías, y que prevé, entre las diferentes actividades, la sensibilización de padres e hijos sobre los temas del consumo responsable y del monitorización del nivel de alcohol. Por último, en Estados Unidos, Branca es miembro de: American Distilled Spirits Association (DSA), la principal voz y defensora de las bebidas espirituosas destiladas en Estados Unidos; Wine & Spirits Wholesalers of America (WSWA), una organización nacional que se ocupa de cuestiones federales, estatales, normativas y jurídicas que afectan a los distribuidores y al sector de las bebidas espirituosas; y Women of the Vine, la principal organización de afiliación dedicada a potenciar y promover el papel de la mujer en el sector de las bebidas espirituosas en todo el mundo.

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es uno de los principales objetivos de Branca, que se esfuerza por mantener unos niveles de calidad elevados y constantes, por garantizar la atención a los clientes/consumidores mediante la recopilación de diversas consultas, informes y reclamaciones, y por proporcionar las respuestas adecuadas. La satisfacción del consumidor final y el compromiso de la comunidad de los bartender son considerados elementos fundamentales y distintivos para el reconocimiento de las marcas del portafolio Branca con respecto a sus principales competidores para la creación de una relación de preferencia con los interesados relevantes.

Para mantener un diálogo constructivo con ellos, el Grupo pone a disposición de los clientes/consumidores finales canales de comunicación directos, inmediatos y de fácil acceso con las Empresas (soluciones web, correo electrónico, invitaciones a visitas a fábricas, etc.). Además, para implicarlas activamente, las Empresas desarrollan actividades de comunicación basadas en la transparencia y la pertinencia de los contenidos para contar la singularidad y potenciar los elementos comunes entre las marcas y las comunidades de las que forman parte.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

La Empresa mantiene un contacto directo con sus clientes gracias al procedimiento interno desarrollado según la norma ISO 22000:2018, para la gestión de reclamaciones, recogiendo cualquier informe recibido a través de la página web, llamadas telefónicas de los consumidores o directamente de los departamentos de la Empresa, de forma constructiva para satisfacer mejor las peticiones de los clientes. Para mantener relaciones duraderas con ellos, la Empresa nutre constantemente la relación con sus consumidores a través de los canales sociales de todas las marcas del Grupo, publicando contenidos relacionados con las iniciativas de las marcas. De este modo, la Empresa dispone de un canal directo de comunicación con sus consumidores, que pueden hacer comentarios y observaciones de forma espontánea. Durante 2022, la Empresa puso en marcha varias

iniciativas de comunicación destinadas a consolidar un vínculo relacional con sus consumidores e implicarlos activamente.

La Empresa participó en la feria Mixology Experience International Bar & Beverage Trade Show 2022, celebrada en Milán. La feria, dedicada al mundo de la mixología, contó con la presencia de las marcas más reconocidas del sector, entre ellas Branca, que ofreció a los participantes la posibilidad de degustar los productos icónicos de Branca y sus variaciones en diferentes cócteles. Para la ocasión, la Empresa diseñó un impresionante stand con varios momentos de mixología, invitados y un foco dedicado¹⁰.

También en Milán, la Empresa participó como socio en el proyecto Natale in 5VIE, realizado en colaboración con el ayuntamiento de Milán y Dada in Taverna, un restaurante/bar de copas de la zona de Brera. El acontecimiento tenía por objeto animar la parte más

antigua del centro histórico de Milán en el periodo festivo prenavideño y resultó ser una oportunidad perfecta para mostrar la auténtica "milanesidad" de Branca. Además, la Empresa participó como socio principal en el evento "Torino Cocktail week". A la Semana de la Mezcla de Turín asistieron más de 15.000 personas, entre participantes en actos, clases magistrales, experiencias y talleres. La Empresa ha contribuido a difundir la experimentación, la calidad de sus productos y

¹⁰ Para más detalles, consulte el siguiente enlace: [Fratelli-Branca-alla-Milano-Mixology-Experience.docx](https://www.fratelli-branca-alla-milano-mixology-experience.docx) (live.com)



una cultura de consumo consciente y responsable, gracias a su colaboración con locales de gran calidad.

Fratelli Branca Distillerie organizó en Roma los "BarBack Games", el épico evento lúdico abierto al público y dedicado a quienes trabajan duro cada noche detrás de la barra para preparar cócteles impecables: los "barback". Los "barback", también conocidos como runners, desempeñan un papel clave en los locales nocturnos: su trabajo consiste en apoyar a los camareros para que desempeñen su función lo mejor posible, ocupándose de tareas menos visibles pero fundamentales, como gestionar la reposición de hielo y alcohol y mantener la barra ordenada en todo momento. El objetivo del juego es demostrar la centralidad de esta figura para el funcionamiento del club y el éxito de las veladas a través de una serie de retos físicos de resistencia pero también de habilidad, velocidad y versatilidad a los que se enfrentan los Barback para hacerse con el título de "Night Hero" de Italia 2022. Durante las dos veladas, Branca estuvo presente con su propio stand y un programa de guest bartending¹¹.



Además de las ya mencionadas, la Empresa puso en marcha las siguientes iniciativas de marketing:

- **Fernet-Branca Special Pack:** compuesto por cuatro vasos de vidrio Fernet-Branca que representan cuatro carteles históricos de la Colección Branca reinventados en clave moderna, contribuyendo al rejuvenecimiento de la marca a través de una gráfica atractiva y actual;
- **Stravecchio Special Pack:** para honrar a los compradores de Stravecchio con una baraja de cartas (francés/póquer) personalizada con una imagen extraída de un cuadro de la Colección Branca;
- **Branca Special Pack:** para honrar a los compradores de Branca con el emblemático "ICE GLASS", el emblemático vaso de Branca caracterizado por una funda gráfica con efecto hielo que subraya la forma ideal de consumir Branca, estrictamente helado;
- **Fernet-Branca Special Pack y Branca Special Pack:** para obsequiar a los compradores con una Branca en miniatura.



¹¹ Para más detalles, consulte el siguiente enlace [Fernet-Branca-Barback-Games-2022_docx](#) (live.com)

¹² Fuente de los datos Nielsen: tot italia Gran distribución

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Por lo que respecta a la sociedad argentina, se señala una importante ampliación de los canales de comunicación con los consumidores, y que han determinado también un mejoramiento de la calidad de los productos entregados a los clientes (en las etapas de almacenamiento y distribución). En particular, a través del SAC (Consumer Care Service, que cubre todo el territorio nacional), la Empresa puede responder a cualquier pregunta o reclamación en el mismo día y tomar las medidas necesarias para resolver cualquier malentendido. Con vistas a la mejora continua, la Empresa se pone en contacto telefónico con los consumidores para medir su grado de satisfacción con el servicio de tramitación de reclamaciones.

Gracias a estos canales, la Empresa pudo establecer un diálogo constructivo con los consumidores que influyó positivamente en el desarrollo de nuevos productos. De hecho, gracias a las numerosas encuestas y pruebas realizadas en todo el país, fue posible incorporar sugerencias e introducir mejoras o cambios en la formulación de los productos, lo que en última instancia condujo a una aceptación más amplia y positiva de estos productos por parte de las comunidades de consumidores finales. En particular, en las encuestas realizadas entre los consumidores se valoraron muy positivamente las mejoras en el envasado de los productos.

Además de mantener un diálogo constructivo con ellos, la Empresa implica a los consumidores apoyando los acontecimientos culturales más relevantes

del país. En particular, en 2022 Fratelli Branca Destilerías participó en las siguientes iniciativas:

- **Patrocinio de eventos musicales, entre ellos: "Cosquín Rock", el festival nacional de música más importante de Argentina al que asisten 120.000 personas en 2 días, como patrocinador principal; "Lollapalooza", festival de música que se organiza anualmente y que en 2022 contó con 300.000 visitantes en 3 días; "Jesús María", evento de música folclórica al que asisten 200.000 personas y sus familias. 1**
- **Patrocinio de iniciativas deportivas y culturales entre las que se incluyen: el patrocinio de las ligas de fútbol aficionado masculino y femenino de las que disfrutaron más de 55.000 jóvenes en 2022 y el patrocinio de la Rap Battle entre los mejores freestylers nacionales e internacionales (un fenómeno seguido por millones de fans, principalmente Gen Z e Millenials). El acto fue organizado por Free Style Master Series (FMS), la única liga profesional de Free Style del mundo que ha convertido las batallas de rap en un deporte, una disciplina y una competición. 2**

Además, la Empresa organiza eventos y promueve campañas televisivas y sociales destinadas a crear un clima de sano esparcimiento, potenciando los valores que sustentan la marca. Entre ellas, la campaña social que la Empresa publica anualmente en el Día de la Amistad, una fecha importante para Fernet-Branca, entre cuyos valores de marca figura la amistad como uno de sus pilares más arraigados. Con el objetivo de llegar a clientes aún más jóvenes, la campaña social muestra a Fernet-Branca como un miembro más del siempre presente grupo de amigos. 3

Para honrar sus raíces, sus 177 años de tradición y su inalterable fórmula secreta, Fernet Branca presentó "ÚNICO". La campaña incluyó la difusión de contenidos televisivos y digitales, que también compartieron algunos de los influencers más queridos del país. En esta ocasión, Fernet Branca presentó la lata de edición limitada que recuerda a las tinas de roble de Eslovenia donde Fernet Branca reposa durante 12 meses para alcanzar el punto exacto de maduración que lo hace único. Por último, la Empresa regaló a diez personas seleccionadas entre las más de 20.000 que participaron en el concurso online "Branca abre sus Puertas", la oportunidad de visitar la destilería donde se produce Fernet Branca¹³. 4

Con motivo de la Copa Mundial de la FIFA Qatar 2022, la Empresa compartió un comercial de televisión que aprovechó la profunda conexión entre Fernet Branca y Argentina, transmitiendo el siguiente mensaje: no importa en qué parte del mundo te encuentres, sólo bebe Fernet Branca y te sentirás en Argentina. También con motivo del Mundial, la Empresa vendió 1.000.000 de botellas con fundas doradas de Fernet Branca, que acompañaron las celebraciones durante todo el Mundial y fueron parte esencial de la celebración de un logro histórico. 5

La Empresa lanzó entonces una campaña de comunicación y organizó una serie de eventos en el territorio para retratar la identidad icónica y versátil de la marca Carpano. En marzo de 2022, tuvo lugar la primera 'Vermut Week' en Buenos Aires: en esta ocasión, Fratelli Branca Destilerías organizó 7 días ininterrumpidos de fiesta en varios bares de Buenos Aires con show musicales en vivo, juegos y tapas acompañados, por supuesto, de Vermut Carpano. 6

Por último, la Empresa creó una campaña televisiva y digital destinada a describir el carácter innovador y divertido de la marca Sernova, que conoce lo mejor de la noche. En concreto, la Compañía llevó un grupo de celebridades e influencers a Ushuaia, la capital de Tierra del Fuego, con motivo del solsticio de invierno, día en el que la ciudad vive la noche más larga del mundo. Gracias a los contenidos digitales difundidos por los influencers, que participaron en diversas actividades locales, incluida una fiesta hasta el amanecer en las playas de Ushuaia, los consumidores también pudieron vivir la experiencia de la marca. 7



¹³ Para más información, consulte este enlace: [Home - Brand \(branca.com.ar\)](https://www.branca.com.ar)

BRANCA USA

Al igual que las demás Empresas del Grupo, Branca USA cree firmemente en el poder de la comunicación y las relaciones con los clientes, y estudia y supervisa periódicamente las tendencias del mercado estadounidense para mantener un alto nivel de calidad y aportar información valiosa a la sede central.

En 2021, Branca USA inició su primera alianza deportiva en los Estados Unidos con el Inter Miami (Club Internacional de Fútbol Miami), un equipo de fútbol americano con sede en Miami propiedad de David Beckham y José R. Mas. En 2022, Branca USA se convirtió en patrocinador oficial del club, lo que dio lugar a la creación de un rincón especial del bar Branca dentro del estadio DRV PNK.

La Empresa estadounidense también organizó los "BarBack Games": una jornada de desafíos y espectáculos abierta al público y dedicada a quienes trabajan duro cada noche detrás de la barra para preparar cócteles impecables: los "barbacks". También en el año de rendición de cuentas, Branca USA reanudó la gira Branca Bar, participando en una serie de eventos gastronómicos por todo Estados Unidos para dar a conocer la versatilidad de Fernet-Branca y reunir a comunidades activas en diferentes estados.

El vínculo histórico entre el Grupo Branca y la comunidad de los bartender

Antiguamente, los camareros solían beber un vaso de Fernet-Branca al cambiar de turno, costumbre que se conoció como el "apretón de manos del camarero".

Estando naturalmente cerca de la comunidad de los bartender, Fernet-Branca aprovechó la oportunidad para materializar este ritual creando una moneda para celebrar este preciso momento. Desde entonces, el ritual se ha extendido a todos los bares; así, cuando un camarero visita otro bar y muestra una moneda de Fernet-Branca a un colega que está detrás del mostrador, se le ofrece un chupito de Fernet gratis, a menos que se le presente otra moneda como respuesta, y se produce el "apretón de manos del camarero" para celebrar su pertenencia conjunta al grupo.

Las monedas de Fernet-Branca se convirtieron rápidamente en un símbolo de pertenencia a la comunidad de camareros. Han atravesado océanos y continentes hasta llegar a los rincones más recónditos del planeta. Representan no solo un logro momentáneo, sino un auténtico objeto de coleccionista, celosamente guardado como símbolo de estatus y privilegio. El reconocimiento, el sentimiento de pertenencia mutua y el deseo de ser grandes protagonistas de la familia Fernet-Branca. En nombre de estos valores, la comunidad más apasionada de bartender lleva años coleccionando, intercambiando y solicitando monedas de Fernet-Branca, que se producen incansablemente en Edición Limitada desde 2013.

En 2022, Fernet-Branca tuvo su primera aparición mediática en un programa: *How I met your Father* de Hulu, una plataforma de streaming estadounidense propiedad de Walt Disney Company. También en 2022, Caffè



Borghetti fue presentado durante un episodio de un exitoso programa de televisión estadounidense llamado *Extra*. Durante el episodio, el embajador de la marca Caffè Borghetti, que fue invitado a presentar el producto, compartió consejos sobre cómo preparar un delicioso Martini Espresso.

ACTIVIDADES ORGANIZADAS EN EL RESTO DEL MUNDO

Durante 2022, Branca organizó múltiples actividades para atraer también a consumidores y clientes de otras partes del mundo.

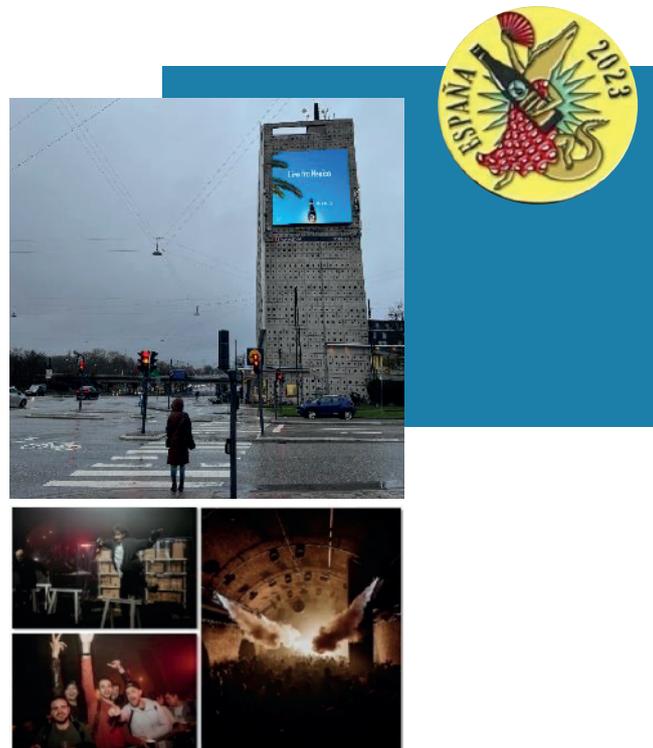
En Dinamarca, un mercado especialmente fuerte para Fernet-Branca y la categoría Bitters, se celebró el 20º aniversario de la campaña *Life is Bitter*. Esta campaña celebra el hecho de que la vida no siempre es dulce, puede ser cuesta arriba y desafiante. Fernet-Branca sabe que a veces "la vida es amarga" y, a través de esta campaña, recuerda discretamente a sus consumidores que siempre está ahí para apoyarlos, incluso en los momentos difíciles. La campaña se celebró durante todo el periodo otoñal en medios impresos, digitales y en las tiendas.

Además, Branca participó en varias ferias, entre ellas la Tax Free World Association de Cannes, Convent Bar de Berlín y Athens Bar Show de Atenas, todas ellas dedicadas a los profesionales y camareros del sector. Todos los actos cuentan con el apoyo de una red de embajadores de la marca Branca, que en cada uno de ellos aprovechan la oportunidad para reunirse con las principales partes interesadas del sector, interactuar con ellas e influir en ellas.

No obstante, este año también se organizaron en el Reino Unido los Barback Games: el mayor evento de Fernet-Branca del año en el país, que contó con el apoyo de importantes periódicos como *Difford's Guide*, así como de canales sociales propios. Diez Barback de algunos de los mejores bares del país fueron invitados, junto con sus bar tenders, al acto celebrado en Londres.

Por último, en España en 2022, la comunidad de bármans

participó activamente en el diseño de la nueva moneda Fernet-Branca: Veinticinco camareros de Madrid y 25 de Barcelona colaboraron con un caricaturista para expresar los iconos de España que reflejan su pasión por la industria y su conexión con la marca Fernet-Branca. La moneda será elegida por un grupo de consumidores y se lanzará en 2023.





Personas y comunidades

Para Branca International, el cuidado de las personas, su valorización y el compromiso para comprender sus exigencias y sus expectativas son los elementos fundamentales para la gestión del Grupo y de cada una de las sociedades según los principios de la Economía de la Concienciación.

La creación y el mantenimiento de relaciones de escucha, diálogo y transparencia con las personas, consideradas como un fin y nunca como un medio, son los requisitos más importantes para garantizar un ambiente de trabajo positivo, sereno y unido, y para favorecer el éxito de la organización a través de la aplicación de las herramientas de la Meritocracia colaborativa.

Perfil de los empleados del grupo

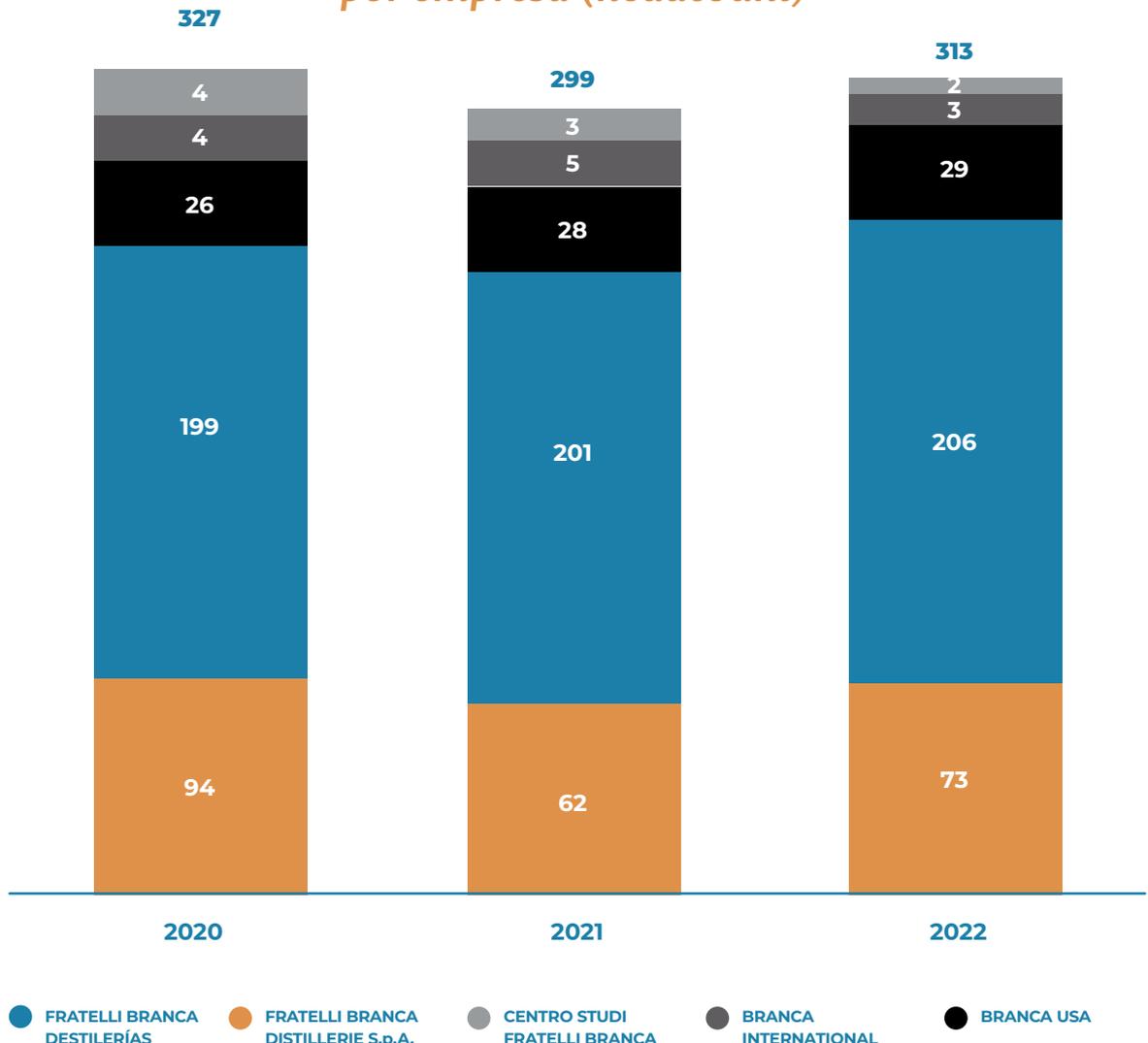
¹⁴ El total incluye a los empleados de las Empresas Fratelli Branca Distillerie SpA, Fratelli Branca Destilerías SA, Branca USA Inc, Centro Studi Fratelli Branca Srl y a los empleados contratados directamente por la Empresa matriz Branca International SpA. En los gráficos y en las tablas no se repiten las razones sociales.

Al 31 de diciembre de 2022, el número total de empleados de las Empresas declarantes era de 313¹⁴ (un aumento del 4,7% en comparación con 2021), el 99% de los cuales tenían contratos indefinidos a tiempo completo. En ninguna de las realidades hay trabajadores con horas no garantizadas¹⁵.

Además de empleados, Branca también cuenta en 2022: 23 becarios y trabajadores eventuales/temporales (29 en 2021), respectivamente: 9 y 14.

Consolidado Evolución de la plantilla durante el trienio por empresa (headcount)

¹⁵ Un empleado con horas no garantizadas se define como una persona que entabla una relación laboral con una organización, según la legislación nacional o su aplicación, que no tiene garantizado un número mínimo o fijo de horas de trabajo al día, a la semana o al mes, pero que puede tener que estar disponible para trabajar cuando se le requiera.



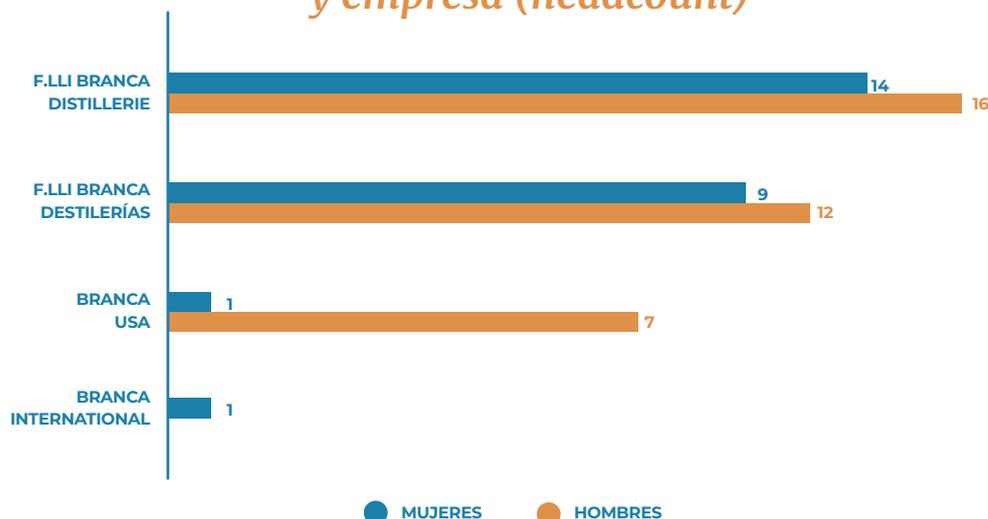
Contrataciones y cesantías¹⁶

¹⁶ El número de contrataciones y rescisiones y el cálculo de los índices de rotación no tuvieron en cuenta las rescisiones de contrato de los empleados de Fratelli Branca y Branca International, que se fusionaron en F.lli Branca Distillerie. Las diferencias en el saldo entre los empleados que entran y salen y los que están en vigor durante el año pueden depender de los empleados con contratos rescindidos y de cómo se extraigan los datos del sistema.

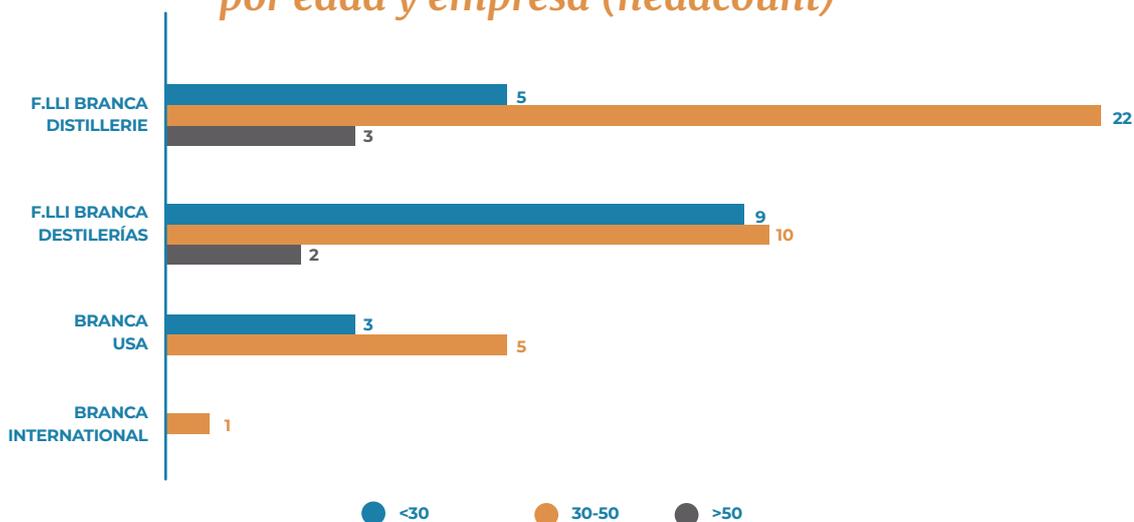
A diferencia del año pasado, en el que las bajas superaron a las contrataciones, en el año de rendición de cuentas se produjo un aumento significativo de las contrataciones: 60 en total (29 en 2021) superaron a las 50 bajas (47 en 2021). En cuanto a los empleados contratados en 2022, el 45% son mujeres y la mayoría de los nuevos empleados pertenecen al grupo de

edad de 30-50 años (63,3%). En comparación con 2021, también se produjo un aumento significativo en la contratación de talentos menores de 30 años, que representaron el 28,3% de las contrataciones totales: el número de nuevos empleados menores de 30 años ascendió a 17 (+14 en comparación con el año pasado).

Contratación en 2022 por genero y empresa (headcount)



Contratación en 2022 por edad y empresa (headcount)



¹⁷ La tasa de rotación de personal entrante es igual a la relación entre el número de empleados entrantes y la plantilla total a 31/12.

¹⁸ La tasa de rotación de personal entrante es igual a la relación entre el número de empleados entrantes y la plantilla total a 31/12.

¹⁹ Para más detalles cuantitativos, consulte la sección "Tablas de rendimiento".

La rotación entrante, es decir, el porcentaje de personas que fueron contratadas por Branca en el año de la rendición de cuentas, aumentó significativamente en comparación con años anteriores, alcanzando el 19,2%¹⁷(9,7% en 2021). Además, el año 2022 marcó una superación de la facturación entrante sobre la saliente, es decir, el porcentaje de personas que abandonaron Branca en el transcurso de 2022, que, con un 16,0%¹⁸, fue sin embargo ligeramente superior al del año pasado (15,7% en 2021)¹⁹.

Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo



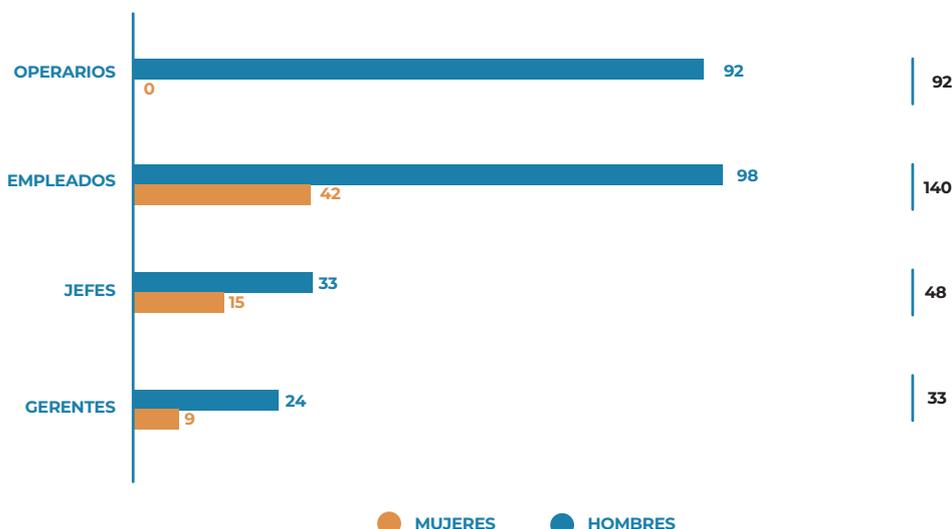
El Grupo reconoce la centralidad de las personas empleadas en todos los niveles como protagonistas indispensables para el logro de los objetivos empresariales y se compromete en consecuencia a valorizar y desarrollar su propio capital humano, entendido como un fin y no como un medio. Con oficinas y fábricas no solo en Italia sino también en otros países del mundo, y operando en casi todos los mercados internacionales, el Grupo reconoce el valor añadido que aportan las diferentes nacionalidades y culturas de su gente, como factores de enriquecimiento y crecimiento para Branca.

Todas las Empresas del Grupo aplican el mismo Código Ético, que establece valores y principios desafiantes en términos de inclusión, derechos humanos, igualdad de oportunidades y no violencia. El Código Ético reconoce la centralidad de las personas como protagonistas indispensables para alcanzar los objetivos de la empresa. De acuerdo con los principios consagrados en el documento, el Grupo se compromete a valorar a su gente, rechazando toda forma de discriminación y comprometiéndose a garantizar la igualdad de oportunidades en el empleo y la promoción profesional. Concretamente, las políticas de contratación, formación, remuneración, ascensos, traslados y rescisión del contrato con los empleados están diseñadas para excluir cualquier decisión tomada por motivos discriminatorios.

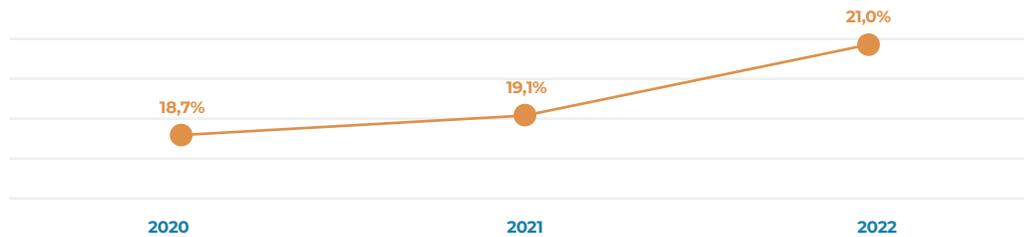
Como prueba del compromiso de Branca con la construcción de un entorno cada vez más integrador, a lo largo del trienio la presencia de mujeres en el Grupo registró una tendencia al alza constante. En concreto, en el año de la rendición de cuentas, el Grupo contaba con un 21% de mujeres en el total de empleados, cifra superior a la del año anterior (19,1% en 2021)²⁰.

²⁰ Para más detalles cuantitativos, consulte la sección "Tablas de rendimiento".

Consolidado Número de empleados por genero y categoría profesional (headcount)



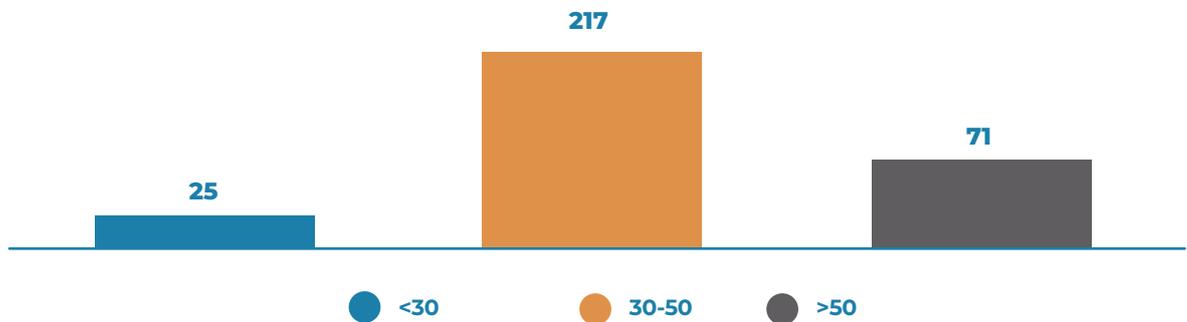
Consolidado
Tendencia de crecimiento de la presencia de mujeres en el personal total (%)



²¹ Los grupos de edad son los siguientes: <30: menores de 30 años (30 años excluidos); 30-50: entre 30 y 50 años (30 y 50 años incluidos); >50: mayores de 50 años (50 años excluidos).

En cuanto a la edad de los empleados, en línea con el año anterior, el grupo de edad más numeroso²¹ en el Grupo en 2022 es el comprendido entre 30 y 50 años (217 recursos, es decir, el 69,3% de la plantilla total). Los porcentajes de empleados con edad inferior a los 30 años y mayor a los 50 son iguales al 8% (6,7% en 2021) y al 22,7% (22,4 en 2021), respectivamente.

Consolidado
Proporción de empleados por grupo de edad en 2022 (headcount)



²² Para más detalles cualitativos y cuantitativos, consulte las secciones: "Metodologías de cálculo" y "Tablas de resultados"

Con el objetivo de desarrollar una cultura corporativa cada vez más integradora, en particular, Branca USA puso en marcha varias iniciativas durante el ejercicio objeto de la rendición de cuentas. La Empresa ha creado un "Comité de Valores" compuesto por miembros del equipo de todo el país, de todos los niveles profesionales, género y raza, con el fin de identificar los valores y principios rectores que guían la misión, los objetivos y el comportamiento de la empresa. Además, con la ayuda de Perpetual, una consultora cuyo objetivo es cultivar culturas empresariales centradas en el ser humano, identificó los puntos fuertes y débiles de la cultura empresarial. Como parte de este proyecto, tuvo lugar una sesión de debate sobre los valores corporativos con el fin de alinearlos con las expectativas cambiantes del entorno interno y externo de Branca USA.

Por último, la Empresa mantuvo su patrocinio corporativo y su participación activa en Women of the Vine and Spirits, una organización que lucha por impulsar la industria de las bebidas alcohólicas hacia una era más diversa e integradora que permita el éxito de todos.

²³ Un salario base es el monto mínimo fijo que se paga a un empleado por el desempeño de las funciones que se le asignan, excluyendo cualquier remuneración adicional como el pago de horas extras o gratificaciones.

²⁴ La remuneración total, por su parte, incluye tanto el salario base como los importes adicionales, como los basados en los años de servicio, las bonificaciones en metálico y las participaciones (acciones y participaciones), los beneficios, las horas extraordinarias, el tiempo debido y cualquier asignación adicional, incluidas las contribuciones para viajes, manutención y alojamiento y cuidado de los hijos.

REMUNERACIÓN

El Grupo adopta una política de remuneración dirigida a motivar y a retener en la empresa a las personas que considera que posean las cualidades profesionales necesarias requeridas. Las Empresas objeto de la rendición de cuentas controlan de cerca los valores atribuibles a la gender pay gap²², es decir, la paridad de género en la relación entre el valor medio del salario base²³ y la remuneración tota²⁴ entre empleadas y empleados.

En lo que respecta a Fratelli Branca Distillerie, Fratelli Branca Destilerías y Branca USA, el nivel salarial de las mujeres en comparación con el de los hombres, si se considera el salario base medio percibido por las empleadas en comparación con el salario base medio de los hombres de la misma categoría de empleados, se desvía como máximo un 28% en el caso de los gerentes, un 14% en el de los jefes y un 32% en el de los empleados. Del mismo modo, si se considera el salario medio percibido por las empleadas en comparación con el salario medio de los hombres de la misma categoría de empleados, la desviación del nivel salarial de las mujeres en comparación con el de los hombres es de un máximo del 37% en el caso de los gerentes, del 10% en el de los jefes y del 21% en el de los empleados.

Relaciones industriales

Branca ha instaurado un diálogo constructivo con los sindicatos y con las representaciones de los trabajadores con el objetivo de satisfacer plenamente las exigencias de sus propios interesados. En 2022, todos los empleados de Fratelli Branca Distillerie, Branca International y el Centro de Investigación Fratelli Branca fueron contratados bajo el CCNL correspondiente. En lo que respecta a Fratelli Branca Destilerías, se informa de que el 45,6% de los empleados están protegidos por acuerdos sindicales²⁵.

²⁵ El indicador resulta no ser aplicable a Branca USA.

Desarrollo del capital humano y capacitación



Branca International considera que las iniciativas de capacitación son un elemento esencial para el crecimiento profesional de las personas y para el logro de los más elevados estándares de eficiencia del sector.

El Grupo promueve el desarrollo de las capacidades de sus colaboradores a través de la evaluación de las capacidades gerenciales, programas de coaching y skill coaching individuales, programas de desarrollo individuales focalizados en la atribución de roles de mayor responsabilidad destinados a la gestión y políticas de méritos basadas en el mercado. En este sentido, Branca ha planificado o activado en todas sus sedes programas de capacitación orientados al crecimiento profesional y personal, con el objetivo de valorizar las capacidades y responsabilidades de sus colaboradores.

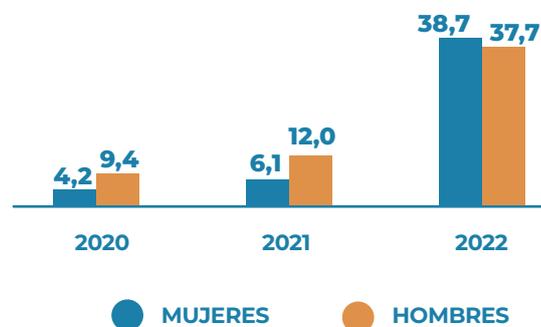
Como puede observarse en el gráfico siguiente, durante 2022 se produjo un aumento significativo del número de horas de formación impartidas a todas las categorías de empleados con el fin de estimular su crecimiento profesional y personal, con el objetivo de mejorar sus habilidades y competencias. Las Empresas del Grupo impartieron un total de 11.861 horas de formación a los empleados (correspondientes a un total de

37,9 horas promedio²⁶ totales), triplicando el total de 3.162²⁷ (10,9 horas promedio totales) en 2021. En concreto, se concedieron: 1.058 horas de formación a gerentes (31,1 horas promedio), 2.504 horas a jefes (52,2 horas promedio), 3.356 a empleados (24,1 horas promedio) y 4.943 a operarios (53,7 horas promedio).

²⁶ El número medio de horas de formación por empleado viene dado por la relación entre el número total de horas de formación impartidas a los empleados y el número total de empleados

²⁷ El detalle de las horas globales impartidas y del número de empleados involucrados en la capacitación está disponible en el apéndice.

Horas promedio de formación impartidas durante el trienio (número de horas)



El aumento con respecto al año anterior se debe a varios factores, entre los que destacan:

- El acceso de Fratelli Branca Distillerie a la financiación de la Región de Lombardía, que permitió a la Empresa ofrecer más horas de formación;
- la participación de más empleados en cursos de aprendizaje de inglés e italiano
- la reanudación de la organización de actos de formación tras la pandemia de Covid-19.

Durante el año de la rendición de cuentas, Branca se centró principalmente en las siguientes áreas estratégicas de formación:

- competencias técnicas relacionadas con la utilización de medios y herramientas de producción
- refuerzo de las competencias interpersonales, especialmente en los ámbitos de la atención al cliente, la gestión del tiempo y de las personas, y los conocimientos lingüísticos
- salud y seguridad en el trabajo;
- seguridad alimentaria;
- bienestar psicofísico de los empleados: en concreto, la Empresa Fratelli Branca Distillerie ofreció a sus empleados la oportunidad de seguir un curso de plenitud mental.

A continuación se ofrece información adicional sobre las distintas realidades locales:

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

En el curso de 2022, gracias a una subvención de la Región de Lombardía, Fratelli Branca Distillerie pudo desarrollar un curso de formación centrado en la concienciación de las personas sobre su dimensión profesional, actual y prospectiva. Los cursos impartidos incluyen: Diversidad e inclusión, Liderazgo emocional, Desarrollo directivo, Trabajo en equipo y Mejora de la cultura del feedback se concibieron mediante una metodología basada en la

participación activa. Los diversos cursos impartidos proporcionan el marco teórico en el que las personas han podido desarrollarse, mediante ejercicios estructurados, juegos de rol y autocasos, que estimulan la comparación mutua y la reflexión sobre la experiencia de la que surge un verdadero aprendizaje.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

La Empresa argentina da a cada empleado la oportunidad de expresar su satisfacción con los cursos de formación recibidos y realizó una encuesta sobre el compromiso de los empleados durante el año de la rendición de cuentas. A partir de los resultados, se elaboró un plan de acción de mejora que se supervisa mensualmente. También con vistas a la mejora

continua, la Empresa está trabajando en un proyecto para digitalizar y ensamblar gran parte del sistema de formación y seguimiento en una plataforma web, con el fin de fomentar cada vez más la participación del mayor número posible de empleados.

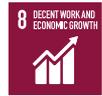
BRANCA USA

Al igual que las demás Empresas del Grupo, aunque en un número mucho menor, atribuible al menor tamaño de la empresa, Branca USA también impartió formación a todos sus empleados.

EVALUACIÓN PERIÓDICA DE LA PERFORMANCE

En 2019, Fratelli Branca Distillerie puso en marcha por primera vez un proceso de evaluación de desempeño que involucró a todos los gerentes, casi todos los jefes y más de la mitad de los empleados en 2022. En esta evaluación también participan los gerentes empleados por la Empresa matriz Branca International. Ese mismo año, el proceso de evaluación del desempeño de Fratelli Branca Destilerías, que hasta 2018, al igual que en Italia, solo abarcaba las categorías de jefes y gerentes, involucró en su lugar, por tercera vez, a todos los empleados. Branca USA también mantuvo el proceso periódico de evaluación del desempeño, que comenzó en 2019.

Salud y seguridad en el trabajo



Como ya se ha señalado en relación con las actividades de formación previstas para los empleados, la creación y el mantenimiento de un entorno de trabajo seguro para la salud y el bienestar de todas las personas es un aspecto fundamental para el Grupo Branca International. Aunque los resultados pueden resumirse rápidamente mediante indicadores sencillos, hay muchos factores que afectan a la protección de la salud y la seguridad. Por tanto, la cuestión requiere la gestión integrada y coordinada de diferentes aspectos como la organización del trabajo, la gestión de riesgos, el estado de las instalaciones, la gestión de los procesos de producción, la formación y sensibilización continua de las personas, las políticas de prevención y la propia cultura empresarial.

Los diversos compromisos asumidos en este ámbito permiten garantizar resultados satisfactorios en materia de seguridad en el trabajo. De hecho, durante el año de referencia, el Grupo sólo registró un accidente en todo su perímetro, que se produjo fuera de las plantas y oficinas. Por lo tanto, el índice de lesiones registrables (TRIR)²⁸ fue de 1,65.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Consciente de que los resultados en materia de protección de la salud y la seguridad figuran entre los indicadores de una buena gestión de la empresa en su conjunto, Fratelli Branca Distillerie dispone desde 2010 de un sistema de gestión de la salud y la seguridad certificado según la norma OHSAS 18001, actualmente ISO 45001. Este sistema define, dentro de la organización, las funciones, tareas, responsabilidades y herramientas para la prevención de riesgos, aplicando un método de Risk Based Thinking, y se aplica a todos los procesos relacionados con las actividades de producción y comercialización de licores, destilados y vinos aromatizados existentes en Fratelli Branca Distillerie.

La Empresa cuenta con un sistema integrado de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo y el medio ambiente. La sociedad se compromete entonces a garantizar la participación y el compromiso de los trabajadores en todas las etapas del sistema de gestión integrado, de manera tal que estén siempre

disponibles todas las informaciones para su consulta. En este sentido, la Política medioambiental, la política de salud y seguridad en el trabajo y la Política de prevención de accidentes graves, en las que se definen los objetivos de la Empresa en los distintos ámbitos, se han establecido en varios lugares de la planta italiana.

La Empresa está inscrita en el registro de Empresas con Riesgo de Accidentes Graves en virtud del Decreto Legislativo 105/15 (Directiva Seveso), aunque en un umbral inferior, por lo que la Empresa es aún más consciente de la importancia de gestionar las cuestiones de salud y seguridad. En este contexto, Fratelli Branca Distillerie identifica y actualiza periódicamente su compromiso en materia de salud y seguridad en el lugar de trabajo, en línea con la política de gestión que prevé una mejora continua en el seguimiento de estas cuestiones y la definición de una serie de objetivos, para cuya consecución se definen planes de actividad específicos. Los principales compromi-

tos que la Empresa se compromete a mantener son:

- la actualización continua del Sistema de Gestión de la Seguridad, garantizando la disponibilidad de los recursos necesarios para su funcionamiento;
- la evaluación de los riesgos específicos de cada actividad y proceso con el fin de prevenir accidentes y enfermedades laborales, aplicando medidas específicas para minimizarlos;
- la supervisión y planificación continuas de los trabajos de mantenimiento de instalaciones y equipos;
- la planificación y gestión de las instalaciones y de los equipamientos, en caso de modificaciones que puedan tener repercusiones en la seguridad y la prevención de los riesgos;
- la sensibilización y formación de sus empleados respecto a los riesgos asociados a sus actividades y a la correcta aplicación de los procedimientos de prevención de riesgos de accidentes graves, la difusión de los objetivos del sistema de seguridad y salud y el fomento de una cultura dentro de la organización que garantice la eficacia y eficiencia del sistema.

²⁸ De acuerdo con la Norma 403-9 del GRI en el apartado a.iii., el TRIR se calcula de la siguiente manera: (Número de accidentes laborales registrables/Número de horas trabajadas) * 1.000.000. Para más detalles cualitativos y cuantitativos, consulte la sección: "Tablas de resultados". Cabe destacar que, en 2022, las horas trabajadas por los empleados de la FBDA ascienden a 113.755, las horas trabajadas por los empleados de la FBDA a 432.559 y las horas trabajadas por los empleados de Branca USA a 60320, para un total de 606.634 horas trabajadas

Para controlar los riesgos a los que está expuesta la Empresa, la organización dispone de un Documento de Evaluación de Riesgos (DVR), que actualiza según los plazos y los requisitos obligatorios, también gracias a análisis técnicos específicos, recurriendo a organismos certificados. Además, la Empresa pone a disposición de sus empleados un registro para recoger informes sobre cualquier anomalía en los procesos y/o situaciones de riesgo encontradas en el lugar de trabajo. Los informes son fundamentales para prevenir y mitigar los riesgos y son tratados confidencialmente por el RSPP.

Con el fin de mantener actualizados y adecuados los procedimientos de gestión de emergencias, la Empresa prevé una revisión constante de los procedimientos, las instrucciones de funcionamiento, las listas de comprobación de los controles y el seguimiento periódico de los indicadores de seguridad laboral. Con vistas a mejorar continuamente el rendimiento del Sistema de Gestión de la Seguridad, la Empresa prevé inspecciones anuales por parte de un organismo de certificación. Por lo menos una vez al año, además, se lleva a cabo una reunión estratégica con la participación de todos los componentes de los SPP (Servicio de Prevención y Protección).

Basándose en la descripción del puesto de trabajo, Branca proporciona a sus empleados equipos de protección individual (EPI) y pone a su disposición un

médico competente que, salvo necesidad específica, está presente en la empresa al menos una vez al mes para realizar reconocimientos médicos y/o para alinearse con el SSP y el Director de Planta. El médico realiza los reconocimientos en la empresa, en un entorno específico y durante las horas de trabajo, y una vez al año lleva a cabo la inspección del entorno de trabajo, con referencia a las obligaciones establecidas en el art. 25 apartado 11 del Decreto Legislativo 81/08. La Empresa también supervisa constantemente los riesgos derivados de las tareas realizadas y se compromete a poner en marcha todas las actividades necesarias para proteger la salud del personal, incluida la revisión periódica de los riesgos de estrés laboral.

La Empresa ofrece formación general y específica conforme al Decreto Legislativo 81/08 para todos los trabajadores. Además de la formación realizada en el momento de la contratación (formación general y formación específica del puesto de trabajo), la Empresa ofrece programas periódicos de actualización y diversas sesiones de formación sobre temas específicos (y por área de especialización) con el fin de mejorar la concienciación de cada trabajador sobre la gestión de la seguridad en el lugar de trabajo. Con vistas a la mejora continua, el Plan de Formación se elabora y aprueba anualmente con el objetivo de aumentar la concienciación en materia de salud y seguridad en todos los puestos de la organización.

De hecho, el aspecto de la

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

Mientras que en los dos años anteriores la destilería Fratelli Branca no había registrado ningún accidente, este año un empleado tropezó inadvertidamente cuando iba a visitar a un cliente. En línea con los años anteriores, no se notificaron a la organización incidentes atribuibles al desarrollo de enfermedades profesionales, es decir, problemas de salud agudos, recurrentes o crónicos causados o agravados por las condiciones o prácticas de trabajo.

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

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

En línea con la gestión de las cuestiones de salud y seguridad del Grupo Branca, el sistema de gestión de la salud y la seguridad de Fratelli Branca Destilerías también recibió la certificación ISO 45001 en enero de 2022, tras una auditoría realizada en octubre de 2021. Para garantizar el funcionamiento, la sociedad cuenta con un equipo de profesionales encargados del servicio de salud y seguridad y con el apoyo de una figura especializada en riesgos profesionales y su prevención.

La clasificación de los peligros y riesgos y el análisis de los incidentes se llevan a cabo utilizando una matriz de riesgos ad hoc para evaluar el nivel de riesgo encontrado y, en consecuencia, adoptar controles operativos. Si se producen acontecimientos negativos, se convoca un comité ad hoc para adoptar a tiempo medidas correctoras y paliativas. Entre ellas figuran la mejora de los resguardos de seguridad de la maquinaria, las barreras físicas entre peatones y vehículos industriales y un análisis del riesgo de posibles explosiones.

Para implicar activamente a su personal en la gestión del tema, organiza reuniones semestrales sobre el sistema de gestión de la salud y la seguridad con todas las áreas operativas de la Empresa. Además, la Empresa cuenta con un comité paritario de salud y seguridad, en el que participan representantes de los trabajadores (sindicato). El comité, que funciona conforme a la legislación vigente, se reúne mensualmente y registra sus reuniones en un libro de actas.

La Empresa, además, para favorecer la salud y la seguridad de sus empleados, tiene previstas las siguientes iniciativas:

- **servicio médico en outsourcing (por un total de 20 horas globales por semana) brindado por un médico del trabajo directamente en la empresa; El servicio excede los requisitos de la normativa local y es supervisado por las áreas de SSMA y HR;**
- **cobertura médica para todos los empleados, junto con un seguro de vida y la realización de campañas gratuitas de vacunación contra la gripe, pruebas de diabetes y medición de la tensión arterial para todas las familias;**
- **nutricionista de empresa disponible para ayudar a los empleados a elegir el plan dietético que mejor se adapte a sus necesidades y la posibilidad de comidas sanas en el comedor de empresa;**
- **fomento de la participación de los empleados en cuestiones de salud y seguridad mediante cursos de formación específicos (que incluyen los siguientes temas: Plan de evacuación de emergencia, Riesgo de incendio y uso de extintores, Riesgo eléctrico general, Conducción segura y responsable, Identificación de peligros y riesgos, Previsión rápida de riesgos, política de seguridad) y a través de métodos de comunicación que implican múltiples herramientas (carteles físicos, carteles electrónicos, correo electrónico, intranet corporativa).**

En concreto, del 21 al 28 de abril se celebraron varias actividades en el marco del Día Internacional de la Seguridad y la Salud en el Trabajo. Entre ellas: actividades de formación sobre reanimación cardiopulmonar, uso de extintores con simulacros de incendio real. También durante 2022, la Compañía realizó estudios sobre tareas administrativas de acuerdo con la Resolución 886/15 del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social con respecto a los riesgos de salud y seguridad ocupacional. Siguiendo las recomendaciones de este estudio, se adquirieron y entregaron al personal elementos específicos para ajustar la altura de los monitores y adaptadores ergonómicos para los ordenadores portátiles.

Gracias a los métodos de gestión de incidencias descritos, Fratelli Branca Destilerías no tuvo ningún accidente en 2022. Además, no se han comunicado a la organización incidentes atribuibles al desarrollo de enfermedades profesionales, es decir, problemas de salud agudos, recurrentes o crónicos causados o agravados por las condiciones o prácticas de trabajo.

BRANCA USA

Branca USA se compromete a proporcionar un lugar de trabajo libre de riesgo de daños físicos que, dada la naturaleza del negocio y el cumplimiento de las disposiciones de Occupational Safety and Health Act (OSH Act) de 1970 (Ley OSH), son relativamente bajos. Nel 2022, al igual que en 2021, Branca USA no registró lesiones.

Bienestar de los empleados



Para Branca International, fomentar el bienestar psicofísico de las personas y la conciliación de la vida laboral y familiar es un valor primordial. Entre las principales iniciativas de previsión social de las tres Empresas²⁹ figuran la posibilidad de que los empleados estén cubiertos por un seguro de vida y de enfermedad y la concesión de distintos tipos de primas anuales. Las categorías específicas también pueden beneficiarse de un seguro de accidentes laborales y no laborales, utilizar la flota de vehículos de la empresa o recibir un reembolso por el uso de su propio coche, utilizar tarjetas de crédito corporativas, hacer uso de dispositivos móviles de la empresa o recibir un reembolso por el uso de su teléfono móvil.

Además, las tres Empresas persiguen otras iniciativas que se adaptan mejor a los distintos contextos en los que operan.

²⁹ Cabe señalar que la forma en que se conceden estas prestaciones varía en función del contexto legislativo en el que operan las distintas Empresas

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

- Reembolso por la asistencia a las colonias de verano para los hijos de los empleados
- Reembolso por la compra de libros para la escuela primaria y para favorecer la educación de los hijos de los empleados
- Bonus por la promoción de los hijos de los empleados que asisten a las instituciones educativas secundarias
- Bonus por la promoción de los hijos de los empleados que han dado el examen de fin de curso
- Beca de estudio para los hijos de los empleados que se inscriben a la Universidad
- Premio por exámenes rendidos en el año por los hijos de los empleados y por lograr el título universitario

APOYO A LA FAMILIA

OTRAS INICIATIVAS

- Premio por antigüedad de servicio del empleado
- Medalla por antigüedad de servicio
- Premios (paquetes de productos) durante las fiestas (Navidad y Pascuas)
- Permisos con goce de sueldo de diferente naturaleza

Como ya se ha mencionado en el apartado anterior sobre formación, la Empresa se ha reservado la oportunidad de participar en un curso de Mindfulness consistente en 5 reuniones de 2 horas cada una para todos los empleados. Además de cubrir un área de formación que no suele estar presente en las empresas, el curso representa un estímulo para investigar y perseguir el bienestar psicofísico también en el lugar de trabajo, que en Branca siempre ha sido un elemento fundador de su patrimonio cultural y de sus valores, en línea con la idea de que la empresa es un organismo vivo en el que todos pueden aprovechar al máximo sus capacidades y contribuir a un proyecto común.

Se señala además que Fratelli Branca Distillerie ha alcanzado, en octubre de 2017, la certificación BSCI, Business Social Compliance Initiative, un reconocimiento que da fe del compromiso empresarial para lograr condiciones de trabajo dignas y se respete la igualdad de género. Las empresas miembros de la BSCI se comprometen a aplicar los valores y principios establecidos en el Código de Conducta en su cadena de abastecimiento. Por ello, operan sobre la base de los siguientes valores: mejora continua, colaboración y empoderamiento, y garantizan el cumplimiento de los siguientes principios: libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva, no discriminación, remuneración adecuada, horario de trabajo razonable, protección de los trabajadores, prohibición del trabajo infantil, prohibición del trabajo forzado, protección del medio ambiente, comercio ético.

Las empresas comerciales que los adoptan deben sustancialmente respetar los principios establecidos en el documento y cumplir sus propias responsabilidades en el respeto a los derechos del hombre en su propia esfera de influencia. Este código se basa en convenios

internacionales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las Directrices sobre los Derechos del Niño y la Acción Empresarial, las Directrices Económicas y de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, las Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), así como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los convenios y recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), fundamentales para mejorar las condiciones laborales en la cadena de suministro.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

En lo que respecta a Fratelli Branca Destilerías, la Empresa, que realiza un seguimiento anual de la satisfacción de los empleados con respecto a los beneficios ofrecidos, ha puesto en marcha las siguientes iniciativas adicionales

APOYO A LA FAMILIA

- Permiso de paternidad ampliado (15 días)
- Día del Niño, un día dedicado a los hijos de los empleados hasta los 12 años, en el que se hace un pequeño obsequio (173 obsequios donados en 2022)
- Mochilas gratuitas con útiles escolares para los hijos de los empleados (más de 180 mochilas entregadas a más de 103 familias en 2022)
- Cesta de Navidad

APOYO A LA SALUD

- Asistencia psicológica para los empleados
- Asistencia de un nutricionista para los empleados que lo deseen y/o necesiten
- Ampliación de la campaña de vacunación antigripal; de acuerdo con el calendario oficial de la salud pública, se lleva a cabo el programa de vacunación para el personal y sus familias
- Presencia en el comedor de la empresa de alimentos seleccionados para una dieta sana
- Gimnasio

BRANCA USA

En referencia a Branca USA, la asistencia sanitaria en EE.UU. no es universal y, por tanto, representa un gasto importante para el empleador y también puede serlo para el trabajador. En este sentido, en 2022, la Empresa continuó colaborando con una organización (Professional Employment Organization) con el objetivo de ofrecer a su personal una cobertura de salud completa, manteniendo los costos pagados por los empleados y sus familias por debajo de la media nacional. Durante 2022, se ofrecieron diferentes fórmulas con el fin de proporcionar a los empleados diversas opciones de coste adaptadas a sus necesidades individuales y/o familiares específicas, incluida la cobertura para cónyuges, parejas de hecho y personas dependientes que reúnan los requisitos.

A continuación, puso en marcha las siguientes iniciativas adicionales:

APOYO A LA FAMILIA

- Permiso de maternidad retribuido al 100%

OTRAS INICIATIVAS

- Planes de contribución de pensión complementaria (401 (k)) ajustados por el empleador



Branca, la cultura y el territorio



Consciente de que las actividades y la infraestructura de una organización pueden tener importantes repercusiones económicas, sociales, culturales y/o medioambientales en las comunidades locales, la familia Branca siempre ha mostrado, desde el principio, una gran atención a la cultura y al contexto social, sus cambios y necesidades. Por este motivo, Branca apoya activamente el desarrollo de las comunidades locales con el fin de generar un impacto positivo en la sociedad, las comunidades, las personas y el medio ambiente.

A la luz del vínculo histórico entre el Grupo y la cultura, en todos sus matices, hoy Branca sigue promoviendo y abrazando actividades culturales realizadas por iniciativa propia o en colaboración con asociaciones locales, nacionales e internacionales para implicar a las comunidades locales y compartir su historia y sus valores. En los párrafos siguientes se describen las principales actividades realizadas en este ámbito por el Grupo a lo largo de los años.

Las principales iniciativas

Museo Colección Branca

Un viaje por la historia, la tradición y la innovación

El museo "Colección Branca", inaugurado en 2009, es un museo de la empresa creado por iniciativa de la familia Branca con el objetivo de que se conozcan la historia, la tradición y la cultura de Branca y la evolución empresarial de la sociedad desde sus orígenes hasta nuestros días. Los visitantes son recibidos por el aroma inconfundible del Fernet-Branca que invade las salas del museo y los acompaña en un recorrido que permite revivir la historia de la empresa, respirar los aromas, ver de cerca las herramientas artesanales de los comienzos y seguir la evolución de la técnica y de la innovación. Un recorrido de más de 1.000 metros cuadrados que serpentea entre pinturas, esculturas, materias primas y herramientas de trabajo que hablan de una realidad de calidad y pasión.

La "Colección Branca", fruto de más de diez años de trabajo de

investigación, selección y restauración, incluye también una rica colección de carteles promocionales, campañas publicitarias y calendarios, testimonio de la especial atención a la comunicación de la imagen corporativa que distinguió a Branca a mediados del siglo XIX a través de métodos vanguardistas. El museo expone también en sus áreas diferentes objetos que llegaron a la "Colección Branca" como regalos de los apasionados. Así pues, la colección no es solo un museo empresarial que examina la historia pasada, sino también un espacio en el que los objetos adquieren un doble significado como documentación histórica de un sistema de producción, así como un concepto de comunicación y organización. El Museo también desempeña un papel formativo y educativo, a través de una política de "puertas abiertas" hacia asociaciones y

escuelas de todo el contexto urbano milanés, que garantiza el acceso gratuito a las secciones del Museo que cuentan la historia de la empresa, así como la posibilidad de activar posibles prácticas curriculares y/o aprendizajes para jóvenes graduados y licenciados.

En los últimos años, el museo ha experimentado una gran afluencia de visitantes, que también han confirmado su satisfacción a través de comentarios positivos en la plataforma Tripadvisor. Cuando es posible, se planean aperturas extraordinarias durante el fin de semana y en el período de la "semana de la cultura", así como aperturas nocturnas, en respuesta al gran interés de la comunidad.



Torre Branca

Diseñada por Giò Ponti y erigida en un tiempo récord, solo dos meses y medio, en 1933 con motivo de la quinta exposición Trienal, la "Torre Branca" es uno de los monumentos más famosos de la ciudad de Milán, y está considerada una verdadera obra de arte. Con su sugestiva terraza panorámica y sus 108,60 metros de altura en tubos de acero especial, empalmados y abulonados, es la décima estructura accesible más alta de Milán. Declarada inhabitable en 1972, la Torre fue totalmente restaurada y vuelta accesible en 2002 por voluntad de la familia Branca como homenaje a la ciudad de Milán, y denominándose desde ese momento con el nombre de "Torre Branca". Acoge a miles de visitantes cada año y

sigue sirviendo a la ciudad ofreciendo a los turistas, pero sobre todo a los residentes, una perspectiva diferente de la belleza de Milán. En consonancia con el compromiso social de Branca con la comunidad local, en la base de la Torre se ha construido una estructura complementaria que, con su pared de cristal transparente y su sugerente perspectiva sobre la torre, pretende ser un nuevo hito para la ciudad, símbolo de un nuevo fermento creativo proyectado hacia el futuro. La estructura, concebida como restaurante-bar, recibe numerosas e innovadoras manifestaciones culturales.



Fundación Fernet-Branca, Saint Louis

Parte del desarrollo de Fratelli Branca está escrito en las páginas de la historia francesa. En St. Louis, una de las destilerías de la familia milanesa lleva en funcionamiento desde 1909. En la parte más alta del edificio, de 50 metros de altura, se encuentra un águila de cobre, emblema de Fratelli Branca Distillerie, proyectada para dominar el pabellón de la empresa durante la exposición internacional de Milán de 1906.

Actualmente, con las actividades de destilación suspendidas, la estructura alberga la Fundación Fernet-Branca y está incluida, desde el 4 de julio de 1996, tras el reconocimiento del prefecto de la región de Alsacia, en el inventario de monumentos históricos franceses.

La idea de transformar la antigua destilería Fernet-Branca en un museo de arte contemporáneo surgió en 2003 de un proyecto conjunto de la administración local y la familia Branca, siempre sensible a las cuestiones sociales y culturales e interesada en encontrar un nuevo uso para la planta, durante años centro dinámico de la vida de la ciudad de Saint-Louis, y para su territorio. El Conde Niccolò Branca en 2003 firmó un acuerdo con la ciudad de Saint-Louis en base al cual por 23 años puso a disposición la estructura de la planta para la creación de un museo. La iniciativa se inscribe en el contexto cultural transfronterizo conectado con la vecina ciudad de Basilea, donde se encuentran

la Fundación Beyeler, el Museo Tinguely, el Schaulager, la exposición anual "Art'Basel" y en Weil am Rhein, Alemania, donde se ubica el "Vitra Design Museum".

La obra fue llevada a cabo por el arquitecto Jean-Michel Wilmotte quien estudió el pasaje al futuro espacio expositivo en dos tiempos: el primero con la utilización del área donde se reciben las exposiciones y el público, y un segundo con el techado del patio interno con una superficie vidriada y con la realización de un restaurant subterráneo en la antigua bodega donde se encuentran las barricas originales. El museo fue inaugurado el 15 de junio de 2004 por el Presidente de la República Francesa.

Branca, en colaboración con Eataly y los servicios museísticos de la ciudad de Turín, ha dedicado un museo a la historia de la marca Carpano. El Museo Carpano se ubica en el primer piso de la ex planta, en los espacios que hoy ocupa Eataly Torino y propone un recorrido a lo largo de la historia y las etapas más importantes de la producción del vermú Carpano. Un viaje que comienza en Turín, en 1786, cuando Antonio Benedetto Carpano inventó la bebida favorita del Rey en el antiguo taller de la Piazza Castello, y llega a Milán, en la actualidad, a las destilerías Fratelli Branca.

Museo Carpano





³⁰ Para más detalles, consulte el siguiente enlace: [Arte Unico - Fernet-Branca \(fernetbranca.com\)](https://www.arteunico.com)

Chimenea Branca

Gracias a la colaboración entre los Orticanoodles y Fratelli Branca Distillerie, en 2015, en ocasión de los ciento setenta años de la empresa, nació el proyecto de street art dedicado a la restauración de la chimenea Branca de via Resegone. Una iniciativa símbolo de la unión entre arte contemporáneo y empresa, llevada a cabo con la intención de valorizar la chimenea ubicada dentro de la fábrica, elemento urbano verdaderamente común en la arquitectura industrial que, antes de los muros, había sido casi olvidado, pero con tales dimensiones que no puede ser ignorada por quienes por la mañana abren la ventana y miran es esa dirección.

La obra, como la tradición empresarial, ha seguido el tema del "Novare Serbandando" renovando la chimenea, que se remonta a los primeros años del siglo XX, con los elementos clave de la comunicación Branca y los colores acentuados, y conservando su forma original y el

vínculo con el territorio.

El mural, uno de los más altos de Europa, para los Orticanoodles representa el laborioso y sabio proceso de producción del famoso Fernet-Branca: una mezcla de hierbas multicolor que se entrelaza y trepa hacia el cielo de Milán. Y todo entre botellas e íconos históricos de la empresa como el globo con el águila y el irreverente cocodrilo de los años 20. Las hierbas representadas crean juegos de formas y colores que se perciben plenamente a centenas de metros de distancia de la obra. Para su realización, que demandó aproximadamente 10 días, los Orticanoodles utilizaron la técnica del "sopleteado", la misma que utilizaba Miguel Ángel ya por el siglo XVI.

El proyecto continuó también en el interior de la fábrica, donde se permitió a todos los empleados y familiares que formaban parte integrante de esta obra de arte al participar en la actividad de pintura colectiva, poner su firma en las raíces dibujadas en

la base de la chimenea, simbolizando en cierto modo las raíces de la empresa y su historia. La elección de la empresa de utilizar el canal artístico del street art está vinculada seguramente a la aspiración de querer alcanzar el mayor número de personas posibles y esto a través de una obra capaz de contar la historia de Branca a través de las imágenes, dialogando con el territorio.

La ejecución del proyecto le ha dado un nuevo aspecto al skyline de Milán a través de una obra innovadora con una fascinación original y llena de color tanto de día como de noche. En efecto, gracias a la colaboración con Futuro Luce, la chimenea brilla también durante la noche con su sistema de iluminación led en el que la luz y la tecnología de vanguardia se unen a los valores de la tradición, de la excelencia, de la distinción y del arte contemporáneo milanés.



Concurso "Arte Único"

Con el objetivo de mantener el vínculo histórico entre Fernet-Branca y el arte, en 2008 Fratelli Branca Destilerías lanzó en Argentina un concurso de carteles para promover y fomentar el arte entre los jóvenes de todo el país³⁰. Bajo el lema "Tu arte conecta el mundo", Fernet Branca lanzó su célebre concurso de diseño y carteles por 15º año consecutivo y, a partir de este año, con una ampliación a algunos países sudamericanos, entre ellos Uruguay, Chile y Paraguay. Entre 2008 y 2022, el proyecto contó con más de 25.000 participantes.

Las iniciativas más recientes

A continuación, en cambio, describimos algunas de las actividades más recientes llevadas a cabo en Italia y Argentina: evidentemente, las iniciativas en este ámbito promovidas por Branca USA, que no estará operativa hasta 2019, son todavía limitadas. Sin embargo, en línea con la cultura del Grupo, Branca USA considera su compromiso en beneficio de los territorios y las comunidades locales no solo una herramienta para hacer que las marcas corporativas sean percibidas de forma más significativa, sino también una forma de difundir una verdadera ciudadanía corporativa.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Fratelli Branca Distillerie colabora activamente en numerosas iniciativas sociales para responder a las diversas realidades culturales del territorio, creando momentos de intercambio y diálogo con sus grupos de interés y, en particular, desarrollando y reforzando un continuo intercambio y enriquecimiento cultural hacia el territorio.

Entre las principales iniciativas de 2022, cabe destacar el Museo de la Colección Branca:

- Participación en el proyecto MuseoCity con el Ayuntamiento de Milán, con la realización de un vídeo que simula una visita virtual a la Colección Branca para el canal YouTube;
- la creación de una visita virtual en vídeo del Museo Colección Branca también para la Semana de la Cultura promovida por Musei d'Impresa, publicada en el canal de YouTube y disponible con un enlace de la asociación Museimpresa;
- presencia en el seminario y encuentro anual organizado por la asociación Museimpresa, que reúne a más de 130 museos y archivos de grandes, medianas y pequeñas empresas italianas para la definición de nuevos proyectos;
- aumento de los reportajes de

televisión, artículos de prensa y el uso de las redes sociales Facebook, Instagram y YouTube para dar a conocer la realidad de la Torre Branca a cada vez más gente. En las páginas sociales se publicaron vídeos sobre la Torre Branca que mostraban la belleza de Milán, alcanzando una media de 20.000 visitas. Como resultado, la Torre Branca atrajo a 15.800 personas en 2022 (7.500 en 2021), registrando un aumento significativo de visitantes en comparación con el año anterior, en gran parte compuesto por visitantes extranjeros;

- Visitas diurnas y nocturnas a la Colección Branca en presencia de 160 grupos de visitantes, un total de unas 2.400 personas, entre ellas estudiantes universitarios del Politécnico de Bovisa, la Università Cattolica y la Università Bocconi. A partir de 2022, con el objetivo de contribuir a acercar a los jóvenes a la historia y la cultura de Branca, se ha ampliado la posibilidad de visitar la colección en horario vespertino.

Además, el mismo Museo Colección Branca se vuelve protagonista, muchas veces, de iniciativas culturales como por ejemplo, visitas de docentes universitarios, científicos y personajes de la cultura de las especias, las hierbas y las raíces.

Por último, en referencia a las iniciativas desarrolladas

sobre los productos, a lo largo de los años Branca ha participado en numerosas actividades con importantes empresas del Made in Italy que, como Branca, son portavoces de una cultura del "saber hacer" de calidad. A través de contactos telefónicos, correos electrónicos y canales sociales, la Compañía atiende las posibles reclamaciones y mantiene conversaciones con los afectados para responder a sus dudas y curiosidades; en 2022, en línea con años anteriores, la Compañía no registró ninguna reclamación en este ámbito

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Durante 2022, Fratelli Branca Destilerías continuó desarrollando su plataforma artística y cultural a través del Concurso de carteles Arte Único, ya en su 15ª edición, manteniendo su rica y extensa tradición y permitiendo a jóvenes y nuevos artistas argentinos plasmar su arte y darlo a conocer. Este año, gracias a la participación de la Fundación Cultural Anden, que promueve el acceso y la difusión de las artes en contextos desfavorecidos, se fomentó la participación de personas interesadas en las artes y económicamente vulnerables. En 2022 participaron alrededor de 3.360 personas (+30% respecto a 2021). Para estrechar aún más el vínculo con la comunidad de artistas, la empresa premió a los ganadores con la creación de una NFT para sus obras, de modo que el beneficio económico que puedan obtener continúe de por vida.

También en el año de la rendición de cuentas, a través del proyecto Familia Branca una iniciativa lanzada en 2019 y dirigida a los bartenders más estimados y reconocidos, en colaboración con ponentes expertos en consumo responsable de alcohol, la compañía creó la "Academia Branca" en Argentina. "Academia Branca" constituye el primer programa educativo virtual para el desarrollo profesional en bartending, con contenidos de primer nivel avalados por una de las universidades más prestigiosas del país (UADE). El objetivo es ofrecer oportunidades únicas de desarrollo profesional a los bartenders de la región, fomentando la inclusión social: para ello, se ofrecen cursos tanto a los miembros de la Familia Branca como a jóvenes con bajos ingresos que buscan trabajo.

Además, Fratelli Branca Destilerías ha colaborado con diversas entidades locales en el desarrollo de múltiples iniciativas que contribuyen a la creación de valor sostenible en el tiempo.

Asistencia a la persona, la infancia y la familia:

• **Caritas:** Caritas es una organización de la Iglesia católica que agrupa a 165 organizaciones nacionales de ayuda, desarrollo y servicios

sociales. Se dedica a la lucha contra la pobreza, la exclusión, la intolerancia y la discriminación.

• **Casa Cuna:** el hospital infantil más antiguo de América, también conocido por su nombre tradicional "Casa Cuna". Cada año, unos 550.000 niños son tratados de diversas enfermedades.

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

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

• **Vivienda Digna:** Fundación que trabaja con familias de renta baja para construir, mejorar y equipar sus viviendas. La empresa implicó a sus empleados en actividades de voluntariado.

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

Educación, apoyo al empleo y a la ocupación:

• **Cimientos Foundation:** ONG que promueve la equidad educativa a través de programas que mejoran la calidad de la educación y promueven la continuidad educativa y/o la inserción laboral de jóvenes que viven en contextos vulnerables. La Sociedad ha concedido varias becas.

• **Fundación Pescar:** provisión de herramientas de formación a jóvenes con bajos ingresos para facilitar su entrada en el mundo laboral: concesión de 50 becas a jóvenes adultos asociados a la ONG para el primer curso del Programa Familia Branca Bartender "Academia Branca".



• **Universidad Argentina de la Empresa (UADE):** En el marco del programa Familia Branca, varios representantes de la empresa tuvieron el placer de impartir clases magistrales a los estudiantes de las licenciaturas de Gastronomía e Ingeniería Alimentaria en la destilería Branca, organizando talleres y varias visitas a la destilería para los estudiantes con más méritos.

Protección del medio ambiente

La Reserva Natural Bella Vista se encuentra cerca del río Reconquista, en el municipio de Bella Vista, distrito de San Miguel. A través de diversas actividades en las que se invita a participar a la comunidad, la reserva pretende llevar a cabo una completa restauración medioambiental de toda su extensión, para convertir un lugar que estaba destinado a la eliminación de todo tipo de residuos, en una zona de recreo y sostenibilidad. La empresa donó hierbas para la elaboración de compost e implicó a sus empleados en actividades de voluntariado.



BRANCA USA

Según Branca USA, el compromiso con las comunidades locales es una forma no solo de dar a conocer las marcas propias en los mercados locales, sino también una forma de apoyar iniciativas en los territorios, como la colaboración con organizaciones benéficas, para recaudar fondos o recaudar conciencia pública.

De acuerdo con esta idea, la empresa patrocina las siguientes iniciativas de desarrollo social:

- **Tales of the Cocktail³¹** una organización local, nacional e internacional sin ánimo de lucro fundada en Nueva Orleans que sirve de catalizador para educar, promover y apoyar a las comunidades al tiempo que hace avanzar la industria de la hostelería.
- **Women of the Vine & Spirits**, una organización mundial cuyo objetivo es empoderar y hacer progresar a las mujeres en el sector de las bebidas espirituosas, impulsando la industria hacia una era más diversa e integradora.
- **Speed Rack Women**, una competición de bartending de alta velocidad exclusivamente femenina cuyos beneficios se destinan a la investigación y concienciación sobre el cáncer de mama.

Para ayudar a proteger el ecosistema, la empresa también patrocinó, mediante una donación económica, una parcela de polinización en el centro de Atlanta (Georgia) que se utilizó para ayudar a polinizar otros jardines/parcelas. Por último, la empresa

organizó varios actos en el marco del programa Branca Gives Back, durante los cuales se comprometió a ayudar a limpiar las playas locales y a reparar refugios de vida salvaje.



³¹ Para más detalles, consulte el siguiente enlace: Tales of the Cocktail® - Tales of the Cocktail Foundation



Protección del medio ambiente

Para Branca una gestión no solo respetuosa de las normas sino también consciente de la más amplia necesidad de cuidar el ambiente es un prerequisite fundamental para el desarrollo de cualquier actividad. La protección del ambiente y la sostenibilidad en el uso de los recursos naturales son en efecto los objetivos prioritarios del Grupo.

Branca ha adoptado un Código Ético en el cual se afirman los principios de equidad, lealtad y rigor profesional en los que se basan todas las actividades y los comportamientos de las personas. Estos principios constituyen la base también de la Política Ambiental adoptada por Fratelli Branca Distillerie y por Fratelli Branca Destilerías en 2019, destinada a definir el compromiso de las sociedades en la gestión responsable de las actividades relevantes desde el punto de vista ambiental.

La atención a estas cuestiones se persigue mediante el control puntual y mensurable de los indicadores año a año, el establecimiento de objetivos y planes para su consecución y el seguimiento de los avances. Estas actividades forman parte de un proceso de mejora continua definido para optimizar sus actividades, independientemente de cualquier restricción reglamentaria.

El compromiso a favor del ambiente asume para Branca un significado especial, que va más allá de la gestión del impacto directo de la organización sobre el ecosistema: el concreto y calificado aporte que el Grupo pretende ofrecer al desarrollo sustentable se traduce en efecto en la posibilidad de activar procesos de promoción y difusión de los valores y de los comportamientos correctos bajo el perfil ambiental por parte de los mismos interlocutores.

Para fomentar una mejor gestión de los recursos, racionalizando su uso y mejorando su comportamiento medioambiental, el Grupo se compromete con las siguientes iniciativas:

- **optimización del consumo hídrico y de energía a través de monitorización continuo, mejora tecnológica y concienciación del personal;**

- **atención a todas las fases del proceso de producción para prevenir el riesgo de contaminación;**

- **Orientación de los proveedores hacia la protección del medio ambiente y de los recursos naturales.**

Ambas empresas, Fratelli Branca Distillerie S.p.A. y Fratelli Branca Destilerías SA, han adoptado un Sistema de gestión medioambiental ISO 14001:2015 para permitir una gestión ecológica de los aspectos medioambientales. Este sistema, renovado con los años, permite controlar, coordinar y mejorar todos los aspectos ambientales vinculados a las actividades industriales entre los cuales la gestión de los consumos energéticos, las emisiones a la atmósfera, el uso eficiente de los recursos hídricos y la gestión de residuos y desechos.

En línea con su propio compromiso a favor del ambiente, Fratelli Branca Distillerie ha decidido adherir también al Reglamento CE n.º 1221/2009 EMAS, que prevé una certificación que reconoce a nivel europeo el logro de resultados de excelencia en el mejoramiento ambiental. La obtención de esta certificación en diciembre de 2011 y la inscripción de Fratelli Branca Distillerie en el Registro Europeo de las empresas EMAS demuestra el compromiso de la socie-

dad en optimizar la gestión de los recursos y el mejoramiento continuo de sus propias prestaciones ambientales.

El presente capítulo tiene el objetivo de ilustrar las principales performances ambientales, ofreciendo, para cada tema, un panorama general de los datos consolidados a nivel de Grupo y profundizando sucesivamente los aspectos más relevantes en las dos sedes productivas en Italia y en la Argentina, a las que se asocian la casi totalidad de los datos ambientales (consumos energéticos, emisiones, residuos). En los casos que sean significativos, se informan datos más específicos correspondientes a Branca USA que, al no ser una realidad productiva, tiene impactos ambientales más limitados.



Consumo de energía y emisiones

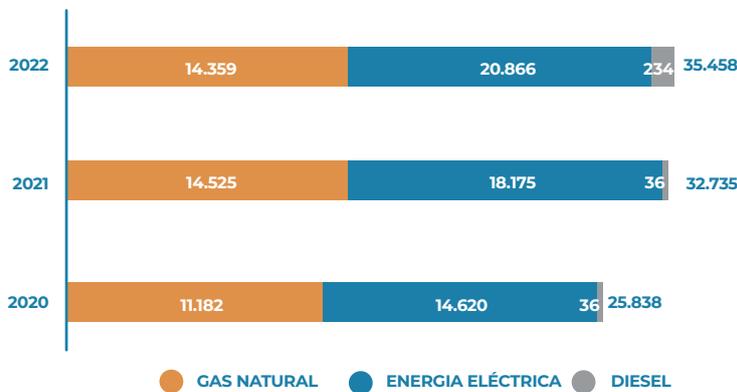


Branca se compromete en administrar responsablemente sus propias actividades para reducir el impacto ambiental de sus propias operaciones y de los productos durante todo su ciclo de vida. Aunque el Grupo no es una empresa que consuma mucha energía, siempre se ha comprometido a mejorar su eficiencia energética.

CONSUMOS ENERGÉTICOS

En 2022, en línea con el aumento de los volúmenes de producción, el consumo de energía relacionado con las instalaciones de producción de³² Italia y Argentina en las dos filiales ascenderá a 35.458 Gigajulios (GJ)³³, un aumento del 8,3% en comparación con 2021. En concreto, esta evolución está provocada por un aumento del 14,9% en el consumo de electricidad y gasóleo, que, aunque constituye una parte mínima del consumo directo relacionado con las centrales, muestra una tendencia al alza debido principalmente a la realización por parte de la Empresa argentina de una prueba de calderas que prevea la instalación de depósitos de reserva en caso de fallo en el suministro de gas natural. El consumo de gas natural se mantuvo más o menos en línea con el año anterior, mostrando una tendencia a la baja del 1,1%.

Instalaciones de producción
Detalle consolidado del consumo de energía por fuente (Gj)



Los datos se refieren al consumo energético de las plantas presentes en Fratelli Branca Distillerie y Fratelli Branca Destilerías e incluyen el consumo de la Empresa subcontratada responsable del embotellado para Fratelli Branca Distillerie.

Al consumo de energía utilizada para calefacción y procesos industriales, y por tanto directamente relacionada con las plantas, hay que añadir el consumo de gasolina y gasóleo, con el que las Empresas alimentan su parque automovilístico, que en 2022 ascendió a 4.752 GJ y 2.297 GJ, respectivamente. Estos valores aumentan con respecto a 2021 y contribuyen a que el consumo total de 42.274 GJ también muestre una tendencia al alza (+10%) con respecto al año anterior³⁴.

No obstante, el aumento del consumo global va acompañado de un aumento significativo de la productividad (un 16,2%), lo que hace que el índice de intensidad energética³⁵, que mide la eficiencia energética del Grupo, pase de 0,530 en 2021 a 0,502 en 2022. Este resultado confirma la tendencia positiva en materia de eficiencia energética que el Grupo ya había observado el año anterior, confirmando el éxito de las diversas iniciativas que las distintas entidades del Grupo están llevando a cabo en este ámbito.

El siguiente gráfico muestra la contribución de cada Empresa al consumo total de energía de Branca: la mayor contribución procede de Fratelli Branca Destilerías.

³² El consumo relacionado con las instalaciones de producción incluye el de la Empresa subcontratista encargada del embotellado por cuenta de la Empresa italiana Fratelli Branca Distillerie. Cabe señalar que los datos comunicados fueron facilitados por el subcontratista mediante el uso de controladores de utilización de la línea de producción.

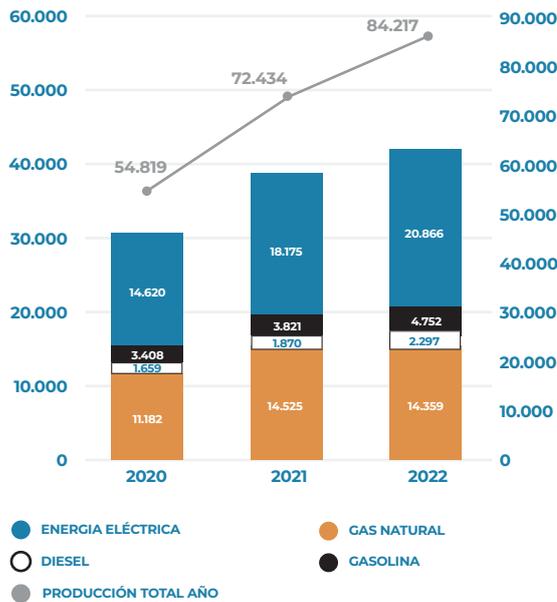
³³ Para la conversión del consumo en GJ, se hizo referencia a los factores puestos a disposición por el Department for Business, Energy & Industrial Strategy del Reino Unido (UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting), las secciones de conversiones y las propiedades de los combustibles.

³⁴ En comparación con los datos comunicados en el Informe de Sostenibilidad y Concienciación 2021, cabe señalar que se ha añadido el consumo de combustible correspondiente al trienio (2020-2022) a las cifras de consumo de la Empresa italiana Fratelli Branca Distillerie. Esta integración, realizada con el fin de perfeccionar la representación del consumo de energía y las emisiones correspondientes, provoca un desajuste entre los datos de este informe y los de su versión anterior. Para el año 2020, el consumo de gasóleo asciende a 1.395 GJ y el de gasolina a 304 GJ; en 2021, ascienden a 1.561 GJ y 281 GJ, respectivamente.

³⁵ El índice de intensidad energética se calcula como la relación entre el consumo de energía en Gigajulios y el volumen de producción anual de producto embotellado en toneladas.

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

Los datos se refieren al consumo de energía relacionado con las plantas y las actividades de automoción de las Empresas del perímetro e incluyen el consumo de la Empresa subcontratista encargada del embotellado para Fratelli Branca Distillerie



Detalle del consumo de energía por empresa sobre el consumo total (Gj) en 2022



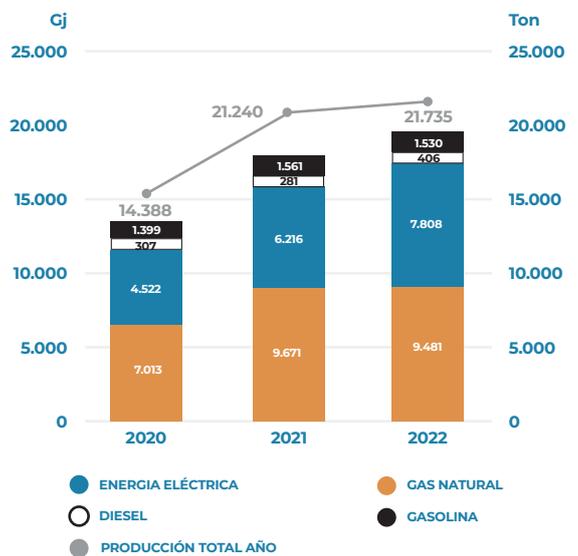
Se muestran a continuación algunos detalles correspondientes a los consumos energéticos de cada una de las sociedades.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Con el fin de mejorar continuamente sus resultados medioambientales, Fratelli Branca Distillerie optimiza su consumo de energía mediante un control continuo, la mejora tecnológica y la concienciación del personal, y presta atención a todas las fases del proceso de producción para evitar el derroche de energía y los riesgos de contaminación. Como ulterior confirmación del compromiso de la Empresa, en la sede de Fratelli Branca Distillerie S.p.A., en via Resegone 2, se ha instalado un sistema fotovoltaico para dar servicio al sistema de iluminación LED de la Chimenea, caracterizado por un sistema de acumulación destinado a hacer que la planta sea totalmente autónoma, gracias a la energía renovable utilizada para el suministro eléctrico, y un sistema solar térmico con una potencia de 14 kW para apoyar el calentamiento del agua sanitaria en los distintos servicios de la planta. Debido a sus limitadas contribuciones, estas plantas no son objeto de seguimiento en la Declaración Medioambiental.

Como puede verse en el gráfico siguiente, el consumo total de energía en 2022 aumentó un 8,5% con respecto al año anterior. Al mismo tiempo, el volumen de producción de Fratelli Branca Distillerie aumentó un 2,3% en 2022. La relación de ambos valores afecta negativamente al índice de intensidad energética³⁶, que se sitúa en 0,88, mostrando una tendencia ligeramente al alza en comparación con el año anterior (cuando el mismo índice se situaba en 0,83).

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



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

Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Durante 2022, Fratelli Branca Destilerías continuó operando de acuerdo con su política medioambiental, cumpliendo con la normativa para reducir su consumo energético. Basándose en las normas ISO 14001, la Empresa identifica los impactos asociados a sus actividades de producción, los clasifica, aplica medidas correctoras, preventivas y paliativas, supervisa su progreso y define anualmente nuevos objetivos. Tras el mapeo de las principales fuentes de consumo, Fratelli Branca Destilerías ha finalizado varias iniciativas de eficiencia energética desde 2017, entre ellas:

- automatización de los pozos de bombeo de agua, que además de mejorar la eficiencia en la utilización del recurso hídrico ha permitido optimizar también los consumos eléctricos;
- construcción de una nueva nave de producción con revestimiento de chapa transparente, que ahorra electricidad en iluminación;
- adquisición de nuevos equipos de elaboración de datos con mejores prestaciones y un menor consumo energético;
- desarrollo de un sistema de iluminación LED no solo para las áreas de producción, sino también para el interior de las oficinas y las vías de circulación internas;
- reducción del tiempo de funcionamiento de la caldera, con la consiguiente disminución del consumo de gas natural, luego de haber hecho un análisis de la demanda de vapor necesario para la producción diaria y haber alcanzado la necesidad diaria inclusive con un funcionamiento reducido de la caldera;
- introducción de una configuración de parada y optimización del funcionamiento de los compresores de aire, identificados mediante un análisis de la demanda como responsables de una de las partes más significativas de la energía eléctrica utilizada, que redujo el consumo de electricidad;
- instalación de servicios auxiliares (producción de vapor, aire comprimido) en lugares próximos a donde se produce la demanda de los mismos, para lograr una mayor eficiencia en el consumo energético asociado a cada equipo;
- formación del personal sobre cuestiones de ahorro de energía.

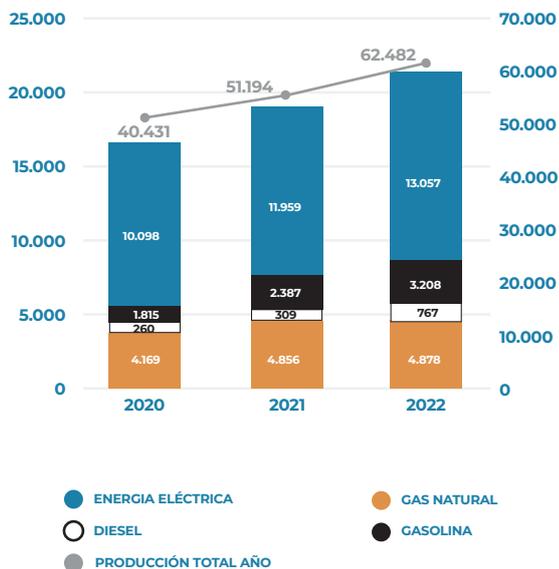
Como se muestra en el siguiente gráfico, el consumo de Fratelli Branca Destilerías de 21.910 GJ aumentó un 12,3% en comparación con 2021. En cuanto a las fuentes de consu-

mo, el gas natural y la electricidad comprada representan conjuntamente más del 80% del consumo de la Empresa. En este sentido, el consumo de gas natural se mantuvo en línea con el año anterior (4.878 GJ en 2022 frente a 4.856 GJ en 2021), mientras que el consumo de electricidad aumentó un 9%. En menor medida, la Empresa consume gasóleo para actividades relacionadas con el mantenimiento de las plantas, así como gasóleo y gasolina para alimentar la flota de automóviles, y este consumo también muestra una tendencia al alza en comparación con el año pasado.

En cualquier caso, el aumento del 22% de la producción (62.482 toneladas en 2022 y 51.194 toneladas en 2021) repercute positivamente en el índice de intensidad energética³⁷, que se sitúa en 0,351, confirmando la tendencia a la baja que ya se había registrado en 2021, cuando el mismo valor se situaba en 0,381.

³⁷ El índice de intensidad energética se calcula como la relación entre el consumo de energía en Gigajulios y el volumen de producción anual de producto embotellado en toneladas.

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



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

Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

Emisiones a la atmósfera

³⁸ Para el cálculo de las emisiones procedentes de las recargas de gas refrigerante R410, se utilizó el factor de emisión compuesto por los parámetros de la norma DEFRA 2022.

³⁹ Respecto a los datos reportados en el Informe de Sostenibilidad y Concienciación 2021, cabe señalar que, al total de emisiones representadas para el trienio (2020-2022), se han añadido las derivadas del consumo de combustible relativo a la Empresa italiana Fratelli Branca Distillerie. Esta integración, realizada con el fin de perfeccionar la representación del consumo de energía y las emisiones correspondientes, provoca un desajuste entre los datos de este informe y los de su versión anterior. Para el año 2020, las emisiones procedentes del consumo de gasóleo de automoción 98 tCO₂eq. mientras que las de la gasolina 21 tCO₂eq. en 2021 ascenderán a 109 tCO₂eq. y 19 tCO₂eq.

⁴⁰ El alcance de las emisiones de Alcance 3 se limita al consumo de la Empresa subcontratada responsable del embotellado de Fratelli Branca Distillerie

En Branca, las fuentes de emisiones a la atmósfera provienen principalmente de los consumos energéticos y de las recargas de gas refrigerantes de los equipos tecnológicos y de aire acondicionado. Particularmente, el Grupo eligió medir las emisiones de gas en base a la distinción en "Alcance" prevista por el GHG Protocol:

- **Alcance 1 - Emisiones directas derivadas de la combustión de combustibles fósiles, es decir, el gas metano consumido en las plantas Fratelli Branca Distillerie y Fratelli Branca Destilerías en Italia y Argentina y consumo para transporte, y por recargas de gases refrigerantes;**

- **Alcance 2 - Emisiones indirectas que provienen de la producción de energía eléctrica obtenida de la red y consumida para el funcionamiento de las instalaciones y para la iluminación. Dado que hasta la fecha Branca no adopta políticas específicas para la compra de electricidad certificada procedente de fuentes renovables, las emisiones de Alcance 2 se calcularon según el criterio basado en la ubicación (con los factores de emisión adecuados), que tiene en cuenta la combinación energética nacional del país en el que se encuentra el emplazamiento/la planta.**

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

dades relacionadas con la planta y gases refrigerantes) ascienden a 3.059 tCO₂eq., de las cuales 2.563 tCO₂eq. causadas directamente por el consumo de Fratelli Branca Distillerie y Fratelli Branca Destilerías y 496 tCO₂eq. causadas por la actividad de embotellado realizada por una Empresa subcontratista por cuenta de Fratelli Branca Distillerie.

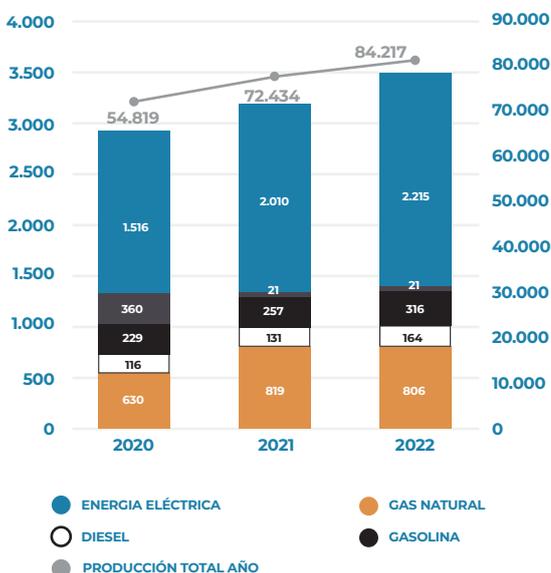
Para obtener las emisiones totales causadas por el consumo de las Empresas cubiertas por este Informe, a las emisiones relacionadas con las plantas hay que sumar las 147 tCO₂eq. emitidas debido al consumo de gasóleo, las 316 tCO₂eq. relacionadas con el consumo de gasolina para alimentar la flota de coches de empresa y 21 tCO₂eq. causadas por el uso de gases refrigerantes.

Por lo que respecta únicamente a los gases refrigerantes³⁸, la única fuente de emisiones procede de la cantidad de R410 rellena en 2022 en la planta argentina. Hay que tener en cuenta que las recargas de refrigerante no tienen una tendencia lineal, sino que es posible detectar años en los que los valores son más altos, mientras que en otros son cercanos a cero, en función del mantenimiento y las sustituciones realizadas en los sistemas.

En 2022, las emisiones relacionadas con la planta de Branca (derivadas del consumo de electricidad, gas natural, gasóleo para activi-

El valor total de las emisiones causadas por las Empresas en 2022 asciende a 3.522 tCO₂eq., de las cuales el 33%, correspondiente a 1.159 tCO₂eq. es atribuible a emisiones de Alcance 1 (1.149 tCO₂ en 2021³⁹) mientras que el 53%, correspondiente a 1.868 tCO₂eq (1.860 en 2021) es causado por emisiones de Alcance 2 y el 14%, correspondiente a 496 tCO₂eq corresponde a emisiones de Alcance 3⁴⁰(229 en 2021).

Consolidado Composición de las emisiones por fuente durante el trienio (tCO₂eq.)



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

Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

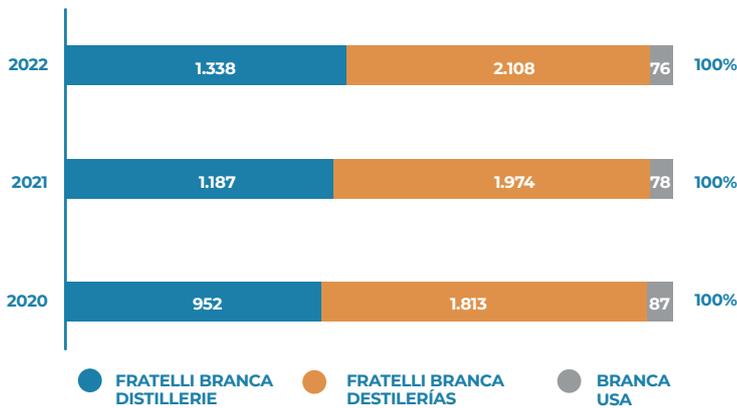
En conjunto, las emisiones totales (Alcance 1, Alcance 2, Alcance 3) han aumentado un 8,8% con respecto al año pasado, mientras que la producción ha aumentado un 16,2%. La relación entre emisiones y producción se sitúa en 0,042 (0,045 en 2021), lo que confirma la tendencia a la baja que ya se había observado en 2021: este resultado es significativo para el Grupo, ya que atestigua el éxito de la aplicación de las políticas de eficiencia energética, como la sustitución de las centrales antiguas por centrales de nueva generación con menor impacto ambiental, aplicadas a lo largo de los años.

Consolidado:
Índice de intensidad de emisión de emisión durante el trienio (tCO₂eq./ton.)



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

Desglose de las emisiones por empresa (tCO₂eq.)

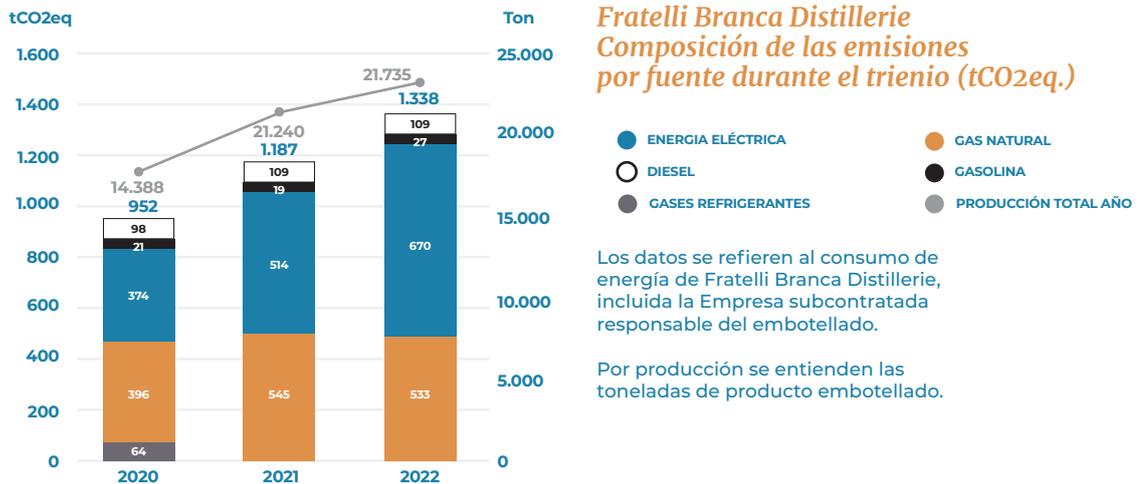


Los datos se refieren a las emisiones relacionadas con las Empresas del perímetro e incluyen las emisiones causadas por la Empresa subcontratada responsable del embotellado para Fratelli Branca Distillerie

En los párrafos siguientes se detallan las emisiones atmosféricas de las Empresas que componen el Grupo, en particular Fratelli Branca Distillerie y Fratelli Branca Destilerías y sus respectivos centros de producción.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

En referencia a Fratelli Branca Distillerie, en 2022, las emisiones de Alcance 1 y Alcance 2 fueron de 520 eq. y 322 tCO₂eq. respectivamente: ambos valores muestran una tendencia decreciente en comparación con el año anterior. Además, en línea con el año anterior, se declaran las emisiones de Alcance 3 causadas por la Empresa subcontratada responsable de la fase de embotellado por cuenta de Fratelli Branca Distillerie. El valor de las emisiones causadas por el consumo de gas natural por parte del subcontratista en relación con la actividad realizada por cuenta de Branca es de 149 tCO₂eq., al tiempo que el consumo de electricidad causó la emisión de 347 tCO₂eq. En conjunto, las emisiones totales, 496, se duplicaron respecto al valor registrado en 2021, que fue de 229. La explicación de este aumento hay que buscarla en el hecho de que el inicio del proceso de traspaso del negocio de embotellado al subcontratista había comenzado a mediados del año pasado.



⁴¹ El índice de intensidad de emisión se calcula como la relación entre el consumo de energía en Gigajulios y el volumen de producción anual de producto embotellado en toneladas. Por producto embotellado se entiende la cantidad total de producto envasado y destinado al consumidor o cliente, incluidos los materiales de envasado.

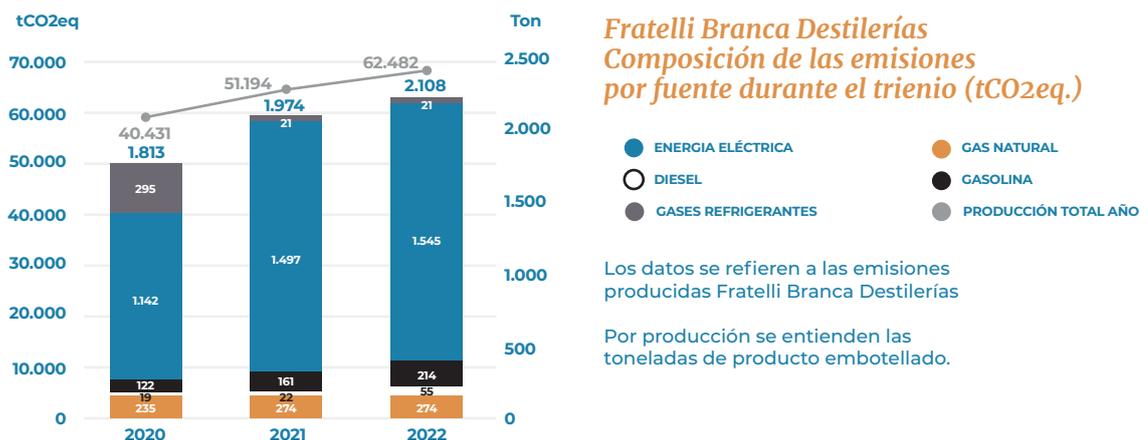
En conjunto, las emisiones totales de 1.338 tCO₂eq. aumentan un 13% interanual, frente a un incremento de la producción del 2,3%. En consonancia con la tendencia del consumo, el cociente de ambos valores afecta negativamente a la relación entre las emisiones totales y los volúmenes de producción⁴¹ que se sitúa en 0,062, mostrando una tendencia ligeramente creciente en comparación con el año anterior (el mismo índice se situaba en 0,056).

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

En el caso de Fratelli Branca Destilerías, en 2022, las emisiones de Alcance 1 y Alcance 2 ascendieron a 563 tCO₂eq. y 1.545 tCO₂, respectivamente (un total de 2.108 tCO₂eq). En consonancia con el aumento del consumo, tanto las emisiones de Alcance 1 como las de Alcance 2 aumentaron en comparación con el año anterior, un 18% y un 3,2% respectivamente.

En conjunto, las emisiones totales aumentan un 6,8% respecto a 2021, acompañadas de un incremento de la producción del 22%. Estos datos, combinados, explican el mejor comportamiento del índice de intensidad de emisión, que cifra la relación entre emisiones y producción y registra un valor de 0,034 (0,039 en 2021).

Por último, cabe señalar que las emisiones de las operaciones de Branca USA ascendieron a 76 tCO₂eq. en 2021 procedentes del consumo de gasolina, lo que supone un ligero descenso con respecto a 2021 (78 tCO₂eq).



Economía circular y reciclabilidad



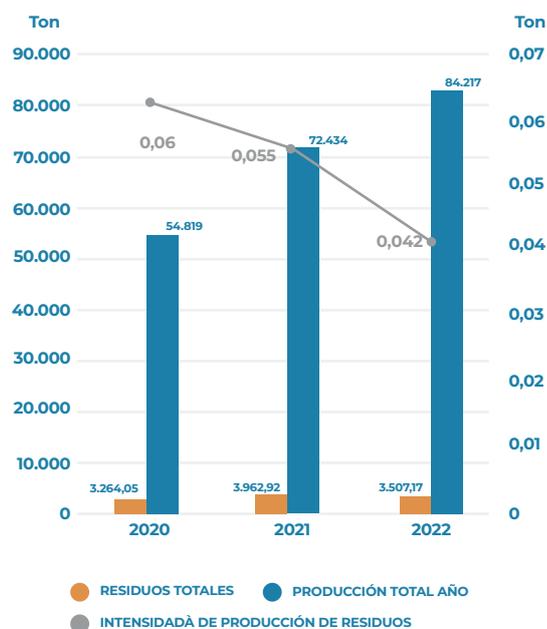
GESTIÓN DE RESIDUOS

La minimización y la correcta gestión de los residuos revisten un rol central en el enfoque hacia el ambiente del Grupo, que desde siempre prevé la reducción, recuperación y reciclaje de los residuos. Branca utiliza en sus ciclos productivos solo productos naturales. El empleo de sustancias peligrosas como por ejemplo detergentes, desinfectantes y aceites lubricantes (para los que se mantienen fichas de seguridad actualizadas en base a los requerimientos reglamentarios) se refiere exclusivamente a la limpieza de las plantas y de las maquinarias y el mantenimiento de estas últimas.

El gráfico siguiente muestra las cantidades totales de residuos producidos en los tres últimos años por el Grupo Branca (Italia, Argentina y, en menor medida, Estados

Unidos) y por el subcontratista que se ocupa de la fase de embotellado en Italia, en comparación con los volúmenes de producción. En conjunto, el gráfico muestra una tendencia a la baja del 11,5% de los residuos producidos en 2022 con respecto al año anterior, frente a un aumento de la producción del 16,2%. Así, el Índice de Residuos Totales (IRT), que mide la relación entre el volumen de residuos generados y el volumen de producción, muestra una mejora significativa durante el año de la rendición de cuentas, situándose en 0,042 (0,055 en 2021). A continuación se ofrecen algunas pinceladas sobre las Empresas Productivas⁴².

⁴² Para más detalles sobre la composición de los residuos, consulte la sección "Tablas de rendimiento".



Consolidado Residuos y relación con la producción durante el trienio (t)

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

Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

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

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

En 2022, la producción total de residuos de Fratelli Branca Distillerie ascendió a 2.009 toneladas, lo que supone un descenso del 15,4% con respecto a 2021, frente a un aumento de la producción (de producto embotellado) del 2,3%.

La mayor parte de los residuos corresponden a la clasificación "no peligrosos", mientras que la proporción de residuos peligrosos fue insignificante, representando solo el 0,001% del total en 2022, en línea con el año anterior.

En la Declaración Ambiental, Fratelli Branca Distillerie efectúa un monitorización de los residuos a través de tres indicadores de detalle, que se distinguen entre:

- **indicador relacionado con los residuos no peligrosos que incluyen humedad, coadyuvantes de filtrado, aguas servidas. Este indicador se refiere a la producción de producto fabricado por cuanto dichos residuos provienen de procesos relacionados con la actividad de fabricación (descartes de elaboración, aguas y coadyuvantes de filtrado);**

- **indicador referido a residuos no peligrosos que incluye papel/cartón, plástico, hierro, equipos eléctricos. Este indicador se refiere a la producción de producto embotellado por cuanto los residuos citados están relacionados directamente con los procesos intrínsecos de la actividad de embotellado (materiales para el embotellado, embalajes, etc.);**

- **indicador relacionado con los residuos peligrosos que se refiere a la producción de producto embotellado.**

En el año de la rendición de cuentas, del total de residuos, el 42% se recuperó y el 58% se eliminó, el porcentaje de residuos recuperados aumentó significativamente con respecto al año anterior (2% en 2021). Por lo que se refiere al tipo de eliminación, parte de los residuos (madera, vidrio, indiferenciado o mixto) se entregan al gestor del servicio público AMSA (Empresa Municipal Servicios Ambientales) que se ocupa de la eliminación de los materiales recogidos en las plantas de la sociedad. Los otros tipos de residuos, en cambio, se entregan a empresas especializadas que poseen la autorización. Inclusive el transporte de la Empresa hace referencia a sujetos autorizados, en el pleno respeto de las prescripciones normativas.

⁴³ Cabe señalar que estas variaciones también dependen del hecho de que en un año determinado pueden eliminarse cantidades de residuos acumuladas en periodos anteriores, lo que provoca variaciones en el indicador.



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

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

Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

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

La disminución de los residuos y el aumento de la producción han contribuido a mejorar el Índice de Residuos Totales (IRT), que mide la relación entre el volumen de residuos generados y el volumen de producción, que es de 0,09 en 2022 (0,11 en 2021)⁴³.

En línea con el compromiso de la sociedad para una gestión responsable de los residuos, se han identificado precisos ámbitos de acción sobre los cuales se realizarán específicas actividades para la mejora continua de las performances ambientales. En el caso específico de los residuos:

- **compromiso y sensibilización del personal en las correctas modalidades de diferenciación de los residuos a través de cursos de capacitación y verificaciones de los Responsables del área y a través de iniciativas de reducción de los derroches, como por ejemplo la eliminación de las botellitas y de los vasos de plástico en las oficinas;**

- **redacción centralizada de adecuadas instrucciones operativas para reglamentar y dar indicaciones a todo el personal de la empresa sobre los aspectos ambientales relacionados con los procesos de la empresa;**

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

En 2022, la Empresa continuó un proyecto que ya se había iniciado en 2020, a raíz de unas actividades de investigación específicas destinadas a verificar la posible reutilización de los residuos de materias primas procedentes de los procesos de producción. La investigación ha dado buenos resultados tanto en lo que respecta a la reutilización de los posos de café como a la

recuperación de las materias primas usadas, con vistas a la circularidad.

Los posos de café recuperados en la primera parte del año de la rendición de cuentas se utilizaron como componente para la producción de pellets y compost. En la segunda parte del año, los posos de café y las hierbas agotadas se destinaron a un centro de recuperación, que los convirtió en compost de

calidad conforme a la Ley 75/2010, utilizado en el sector hortícola y en el sector de los verdes deportivos.

En 2022, el proyecto había recuperado 229.660 kilos de posos de café y 228.364 kilos de hierbas.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Fratelli Branca Destilerías durante 2022 mantuvo su política ambiental definida en 2019 que rediseña la gestión integral de residuos dentro de la Empresa, con el objetivo de reducir la producción de residuos. Durante 2022 se mantuvo el estado de ZWTL ("Zero Waste to Landfill", es decir, sin residuos en vertedero), cuyo seguimiento se realiza a través del IRT (Índice de residuos totales) medido en kg de residuo total / m3 de producto terminado. Con respecto a este índice, en 2022 se alcanzó y superó la meta. Para alcanzar estos objetivos, se han continuado todas las actividades ya iniciadas para reducir las cantidades de residuos producidos para ser enviados a centros de disposición externos durante 2022.

En particular, se tomaron medidas sobre los siguientes tipos de residuos:

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

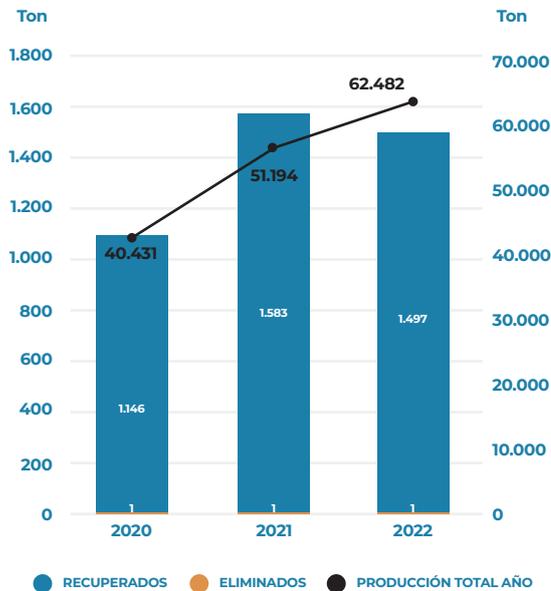
Para la gestión de los residuos sólidos urbanos, la Empresa adopta el Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos (GIRSU) que prevé la separación in situ de los elementos reciclables / reutilizables de los residuos producidos.

En 2022, la Empresa registró, en comparación

con el ejercicio 2021, valores decrecientes en la producción de residuos peligrosos y no peligrosos, con un total de 1.497,4 toneladas (1.583,9 en 2021). Incluso en el caso de la Empresa Argentina, los residuos peligrosos representan una cantidad marginal del total (el porcentaje de residuos peligrosos durante el trienio sigue siendo inferior al 0,1% del total). En línea con años anteriores, también en 2022 casi todos los residuos (99,96%) se destinaron a reciclado o reutilización (incluida la recuperación de energía).

El siguiente gráfico muestra la evolución de la proporción entre el total de residuos (peligrosos y no peligrosos) y la producción anual. Aunque los valores se mantienen más o menos constantes a lo largo del tiempo, de 2020 a 2021 se produjo un ligero aumento, ya que tanto la producción como los residuos aumentaron de forma similar. En 2022, la disminución de los residuos y el aumento significativo de la producción afectaron positivamente a la relación entre ambos indicadores, que disminuyó en torno a un 5,5% hasta situarse en 0,024 frente a 0,031 en 2021.

Esta reducción puede atribuirse en particular a la disminución del volumen de hierbas agotadas, gracias a la implantación de un nuevo dispositivo de secado de hierbas, que redujo significativamente la cantidad de agua en los residuos.



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

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

Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

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

Para cumplir sus compromisos, y en consonancia con el objetivo a largo plazo del Grupo en materia de gestión de residuos, la Empresa puso en marcha las siguientes iniciativas:

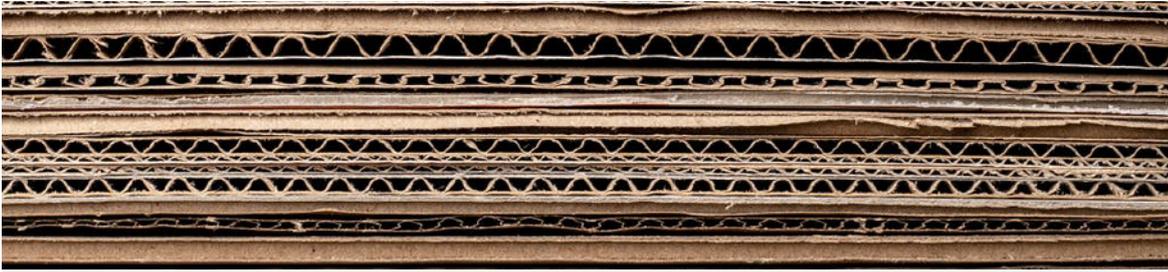
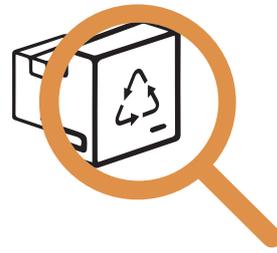
- rediseño de las modalidades de subdivisión de residuos y de capacitación del personal para la correcta eliminación de estos últimos: para mejorar las prestaciones de la planta en materia de reciclaje, en efecto, se han ampliado los tipos de materiales para separar, instalando nuevos contenedores para cada tipo de residuo;
- valorización de los residuos reciclables: para cada residuo separado se realiza una evaluación inherente a las modalidades de eliminación, a su

tratamiento y al precio de eliminación o de venta. Luego de su evaluación, el tipo de tratamiento de alguno de ellos es optimizado obteniendo precios más competitivos para la venta;

- reducción de un volumen significativo de residuos no reciclables a través de recicladores ad hoc, para residuos que deberían destinarse a vertedero;
- eliminación de los pastos agotados de forma circular, mediante la decisión de utilizar esta materia prima para la alimentación animal.

ENFOQUE

PACKAGING SOSTENIBLES Y RECICLABILIDAD



Para Branca el packaging de los productos, además de representar un elemento de fuerte representabilidad de la marca, garantiza la elevada calidad de los productos y los protege durante las actividades de transporte. El cuidado que Branca pone en la selección y el abastecimiento de todos los materiales utilizados para los envases forma parte integrante de su compromiso de minimizar el impacto medioambiental.

El packaging que el Grupo utiliza para sus productos pueden clasificarse en las tres categorías siguientes:

- packaging primario: consiste en el envoltorio del producto que envuelve directamente el artículo, o bien la botella, la tapa y la etiqueta;

- packaging secundario: el embalaje utilizado para agrupar un determinado número de botellas, diseñado tanto para facilitar la reposición en el lineal en el punto de venta como envase de venta para el consumidor final. En esta categoría de packaging entran los embalajes de cartón, los pallet y los exhibidores;

- co-packing o envasado especial: consiste en la subcontratación de tipos de envasado no estándar, como gift on pack.

A lo largo de los años Branca ha desarrollado relaciones consolidadas y duraderas con los proveedores, a los fines de garantizar la calidad y minimizar el impacto del transporte. La búsqueda de soluciones innovadoras para reducir los materiales utilizados y el monitorización de las evoluciones en el sector del packaging son actividades que el Grupo lleva a cabo, tanto para Fratelli Branca Distillerie como para la sociedad argentina, con el objetivo de reducir el peso del producto global y el impacto ambiental, inclusive a través de iniciativas y proyectos dedicados. El vidrio, por ejemplo, constituye el packaging primario más importante de todos los productos.

El reciclaje de este material parece ser un proceso respetuoso con el medio ambiente en todos sus aspectos: reduce la cantidad de residuos que hay que tratar o verter en vertederos, con lo que se reducen los

daños medioambientales. La refundición de chatarra también reduce la cantidad de materias primas necesarias para la producción, especialmente arenas silíceas y carbonato cálcico, con lo que se reducen los daños medioambientales causados por la explotación de canteras, en beneficio de las zonas y comunidades locales. También reduce el consumo de energía: cada tonelada de chatarra refundida ahorra 1,2 toneladas de materias primas y unos 100 kg de combustible. La utilización de vidrio recuperado en la mezcla reduce además la temperatura necesaria para la fusión y en consecuencia se necesitan menores cantidades de combustible para la fusión.

El sistema de reciclaje de vidrio es un ciclo cerrado: comienza con la recuperación y termina con el reciclaje. El vidrio es recogido y transformado, el cullet se convierte en materia prima de calidad, lista para ser utilizada nuevamente en las fábricas para nuevos envases de vidrio. Por tanto este proceso es ecológico ya que el vidrio de los envases en cuestión es 100% reciclable infinitas veces; se puede utilizar en cualquier condición de contacto con alimentos, incluida la esterilización. Garantiza absoluta impermeabilidad a gases (0,0 cm³/m²/24h/23°C), vapores (0,0 g/m²/24h/38°C), humedad y microorganismos. Está compuesto por sílice, óxidos de sodio y calcio, provenientes de arena de sílice, sosa y carbonato cálcico con adición de casco de vidrio reciclado en porcentaje variable en función de la disponibilidad de casco de vidrio en el mercado.

Para los artículos de Fratelli Branca Distillerie, el rango de uso del vidrio reciclado es:

- 75-85 % para vidrio coloreado (verde AG-Rojo marrón-Hoja muerta-VN Verde noble)

- 55-65% para vidrio de color Medio Blanco

- 15-35% para vidrio Blanco y Extra Blanco

El 80% de las referencias de Fratelli Branca Distillerie son de vidrio coloreado (por ejemplo, Fernet, Brancamenta, Caffè Borghetti,

Antica Formula, Carpano) en las que la parte reciclada representa un porcentaje máximo.

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

- Película retráctil de polietileno: 100 % reciclable

- Tapa de cartón: 100 % reciclable

- Capa intermedia de polipropileno: reutilizable

- Piso de madera: reutilizable

Fratelli Branca Distillerie ha completado el recorrido de revisión de las especificaciones del embalaje secundario que ha permitido adoptar especificaciones menos rigurosas, con menos impacto pero igualmente eficaces, como por ejemplo el cartón, que es el tipo de packaging secundario más utilizado en toda la gama de productos, o el papel, material completamente reciclable, y que permite menores costos para su eliminación y su producción, como así también la defensa ecológica de los recursos forestales (es suficiente una tonelada de material celulósico para salvar 3 árboles de 20 metros de altura).

Además, incluso en el caso de los embalajes secundarios, y especialmente en lo que se refiere al cartón, Fratelli Branca Distillerie se compromete a utilizar especificaciones de embalaje con el máximo porcentaje posible de material reciclado. De hecho, el porcentaje de material reciclado en los embalajes de cartón ondulado comprados a Fratelli Branca Distillerie es superior al 56%, es decir, el porcentaje máximo de material reciclado en el interior del cartón: el embalaje está diseñado y fabricado de conformidad con la norma de reciclaje de materiales (UNI EN 13430-2005).

Por lo que se refiere al co-packing, y particularmente a los materiales de los cierres de los estuches de regalo, Fratelli Branca Distillerie está experimentando la sustitución de los materiales plásticos que utiliza actualmente con materiales reciclables (por ejemplo, a base de papel) o recursos permanentes (por ejemplo, el acero).

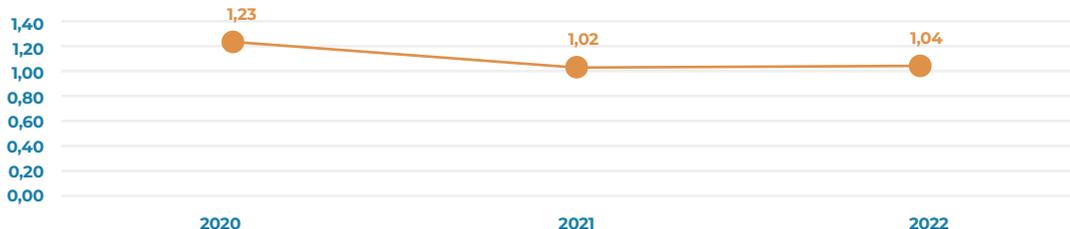


PROTECCIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS

El agua está en el centro del proceso productivo de Branca y es uno de los más importantes recursos utilizados. Los consumos hídricos están relacionados en mayor medida a las cantidades de producto fabricado y a los lavados de esterilización de las instalaciones productivas. El Grupo es sensible a los problemas vinculados al estrés hídrico que impactan directamente en los diferentes territorios y por ello se compromete constantemente al uso responsable del agua asegurando su uso eficiente y racional en los procesos productivos.

En 2022, el Índice de Consumo de Agua (ICA) global se mantuvo más o menos en línea con el año anterior. A continuación se detallan las políticas aplicadas y los resultados registrados en los dos principales centros de producción, en Italia y Argentina.

Consolidado
Evolución del índice de consumo de agua durante el trienio (l/t)



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

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

El sistema de gestión de los recursos hídricos de Fratelli Branca Distillerie está estructurado de manera tal que permite identificar los ámbitos en los que hay que concentrar los compromisos de optimización de los consumos y evitar derroches inútiles.

El consumo hídrico de la Empresa está vinculado a las cantidades de producto fabricado y a los lavados de esterilización de las instalaciones productivas. Las descargas hídricas se subdividen en tres flujos principales: aguas de proceso, aguas blancas y aguas negras. El proceso de gestión de las descargas prevé que las aguas de proceso que provienen de los diferentes sectores son canalizadas a través de una red en dos tanques para contener las aguas, y de cuya eliminación se ocupan empresas de terceros especializadas. Las aguas limpias (aguas blancas), correspondientes al último enjuague de las instalaciones, son introducidas directamente en la red cloacal municipal, por cuanto no contienen ningún tipo de residuo de detergentes o contaminantes. En cuanto a los vertidos industriales, o aguas residuales, Branca realiza controles periódicos para garantizar la calidad de los vertidos antes de que se viertan.

Las áreas de mejora más relevantes que se han identificado con respecto a la gestión del agua están estrechamente relacionadas con la producción y casi siempre se refieren a intervenciones técnicas en las instalaciones de producción. Entre las diversas áreas en las que Fratelli Branca Distillerie está llevando a cabo actividades para reducir el consumo de agua:

- realización de actividades de mantenimiento y supervi-

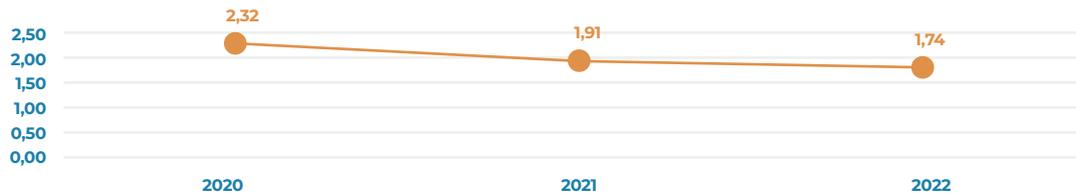
sión de las instalaciones por parte de los responsables y operarios de los distintos departamentos;

- inversión en iniciativas que permitan optimizar los consumos;
- sensibilización del personal, mediante actividades de información y formación, para garantizar un comportamiento correcto con el fin de salvaguardar los recursos hídricos.
- optimización de cambios de producto para minimizar los lavados.
- instalación de contadores para contabilizar los flujos de agua diferenciando entre producción y consumo doméstico.

El consumo de agua corresponde a la suma del consumo de los tres contadores de Fratelli Branca Distillerie, el agua procede del acueducto de la ciudad de Milán. En 2022, el consumo de agua se reducirá un 5% respecto a 2021, mientras que la producción aumentará en torno a un 4,5% respecto al año pasado. El año pasado, el consumo había vuelto a estabilizarse tras la pandemia de Covid-19, pero el aumento del volumen de productos manufacturados⁴⁴ había contribuido a la disminución del valor dado por la relación consumo/producción, que, cuanto más baja es, corresponde a procesos de producción más eficientes. La relación entre consumo y producción calculada para 2022 confirmó la tendencia a la baja ya observada el año pasado, situándose en 1,74 frente a 1,91 en 2021 (-8,8%).

⁴⁴ El indicador supervisado se refiere a la producción de productos manufacturados, ya que las cantidades de consumo de agua son más relevantes para la actividad de fabricación. Por producto manufacturado se entiende el producto total elaborado a partir de las materias primas a granel y disponible para el embotellado.

Fratelli Branca Distillerie
Evolución del índice de consumo de agua durante el trienio (l/t)



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

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

También Fratelli Branca Destilerías dedica una atención especial a la contención y a la optimización de los consumos hídricos. Al abastecerse exclusivamente de acuíferos subterráneos, la Empresa también pretende salvaguardarlos de una sobreexplotación que dañaría la propia calidad del agua extraída. De hecho, toda el agua utilizada en la planta procede de tres pozos subterráneos, se almacena en un depósito elevado con una capacidad de 120 metros cúbicos y se distribuye posteriormente para los procesos de producción, las zonas de servicio y la higiene personal.

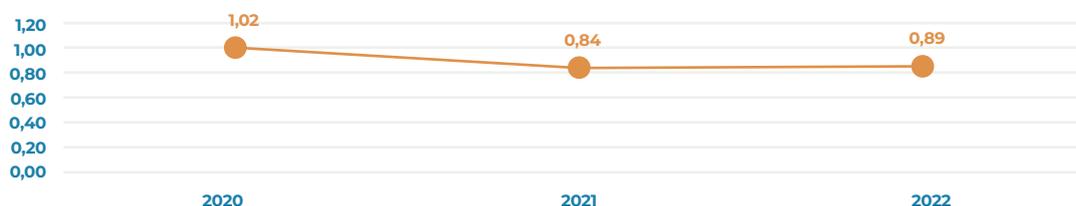
Las iniciativas implementadas para alcanzar los objetivos antes enunciados incluyen:

- análisis de los procesos de las operaciones de la empresa a los fines de identificar las actividades más impactantes y evaluar posibles programas para la reducción de estos impactos (vinculados también al consumo hídrico);
- optimización del sistema de recirculación del agua que permite reutilizar el agua consumida con el consiguiente ahorro · de aproximadamente 10m³;
 automatización de los sistemas correspondientes a la extracción de agua en cada uno de los pozos de extracción, para evitar la sobre-explotación y preservar las cualidades del agua;
- implementación del sistema de recirculación mediante una bomba hidráulica para reducir al mínimo el consumo de aguas subterráneas que no forman parte directamente del producto (por ej. limpieza y operaciones de lavado de las instalaciones);
- formación del personal operativo interno y externo en gestión medioambiental ISO 14001:2015; en concreto, durante 2022 se llevó a cabo una campaña de sensibilización sobre el consumo responsable de agua
- incorporación del sistema de recirculación del efluente tratado en la depuradora, con el fin de reutilizarlo en el proceso de limpieza de los equipos.

Trimestralmente se realiza un control hidrodinámico en sondeos subterráneos y, mediante muestreo, se comprueban los parámetros y el estado del acuífero. El consumo de agua se controla teniendo en cuenta el ICA (índice de consumo de agua) calculado en metros cúbicos de agua consumida, en relación con el volumen de producción. A efectos comparativos, el volumen en metros cúbicos se ha convertido en litros, de acuerdo con el valor comunicado para la Empresa italiana. El consumo de agua aumentó un 11% frente a un incremento de la producción del 5%, lo que provocó un aumento del ICA de alrededor del 6%, hasta 0,89, frente a 0,84 en 2021.

Algunos acontecimientos extraordinarios pueden explicar la evolución del indicador durante el año de referencia, en particular: la Empresa inició nuevos procesos operativos de limpieza de los vodkas aromatizados y emprendió la limpieza de todas las fachadas de las fábricas con agua a presión. Por último, se produjo la rotura de una tubería subterránea en el interior de los pozos de extracción.

Fratelli Branca Destilerías
Evolución del índice de consumo de agua durante el trienio (l/t)



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

Anexos

MÉTODOS DE CÁLCULO

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

TEMAS SOCIALES	
INDICADOR	DESCRIPCIÓN
Datos orgánicos	Número de empleados expresado como Headcount (HC) a 31 de diciembre.
Tasa de rotación	Relación entre el número de contrataciones/terminación de contratos indefinidos y el número de empleados en el año de la rendición de cuentas.
Diferencias salariales entre hombres y mujeres	La relación se calcula dividiendo el valor promedio del sueldo base o de la retribución total percibida por las empleadas mujeres por el valor promedio del sueldo base de la retribución total percibida por los empleados hombres, para cada categoría profesional.
Horas de formación	La media total de horas de formación se calcula dividiendo el total de horas de formación por el número de empleados del año. Del mismo modo, la media de horas de formación para las distintas categorías y géneros de los empleados corresponde al número total de horas de formación impartidas para los distintos atributos dividido por el número respectivo de empleados.
Índice total de lesiones registrables (TRIR)	Numerador: número total de accidentes de trabajo registrables; denominador: horas trabajadas durante el mismo periodo. Resultado del cociente multiplicado por 1.000.000.

TEMAS AMBIENTALES	
INDICADOR	DESCRIPCIÓN
Emisiones de GHG	<ul style="list-style-type: none"> • Emisiones Alcance 1: son las emisiones generadas directamente por fuentes propias o controladas por la empresa. Las emisiones directas de GHG incluyen los siguientes gases: CO₂, CH₄ y N₂O. Para el cálculo de las emisiones directas de CO₂ (Alcance 1), se han tenido en cuenta las recargas de todos los gases refrigerantes realizadas y el consumo de gas natural, gasolina y gasóleo. Para el cálculo de las toneladas de CO₂eq., se ha hecho referencia a los factores de emisión actualizados en 2023 y puestos a disposición por el Department for Business, Energy & Industrial Strategy del Reino Unido (UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting). • Alcance 2: Para el cálculo de las emisiones de CO₂ derivadas del consumo de electricidad (Alcance 2) relativas a la planta italiana, se han utilizado los parámetros de cálculo indicados por el Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA), en particular: el factor de conversión utilizado es la Gross electricity production actualizada al 2022 para Italia (308,9). Para el cálculo de las emisiones de Objetivo 2 de la planta argentina, sin embargo, se utilizaron los factores de emisión dados por la Secretaría de Energía Eléctrica del Ministerio de Energía de Argentina, actualizados a 2021 (última versión disponible). • Emisiones Alcance 3: Para el cálculo de las emisiones de CO₂ derivadas del consumo indirecto de energía relacionado con la cadena de valor, Branca considera las emisiones derivadas del consumo de gas natural y electricidad de la Empresa subcontratada responsable de la fase de embotellado de los productos de Fratelli Branca Distillerie, completamente externalizada desde 2022. Del mismo modo, para el consumo de gas natural, se hizo referencia a los factores de emisión actualizados en 2023 y puestos a disposición por el Department for Business, Energy & Industrial Strategy del Reino Unido (UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting). Para el consumo de electricidad, se utilizaron los parámetros de cálculo indicados por el Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA).

Tablas de rendimiento

Gobierno corporativo

Creación y distribución del valor económico

Principales datos de la Cuenta de resultados
clasificada (Euro/000)

Consolidado del grupo

GRI 201-1	2020	2021	2022
Valor económico directamente creado	230.563	337.103	443.042
Valor económico distribuido			
Costes de empresa	121.624	176.392	232.213
Costes del personal y beneficio	22.242	25.285	30.907
Pagos a proveedores de capital	35.648	64.499	85.635
Pagos a la Administración Pública	19.094	33.709	37.183
Inversión en la Comunidad	581	307	317
Valor económico distribuido total	199.106	300.192	386.254
Valor económico retenido	31.457	36.911	56.788

Estructura del gobierno

Composición de los Consejos de Administración en 2022 por Empresa

GRI 2-9 v.	< 30			30 - 50			> 50			CONSOLIDADO		
	Hombres	DONNE	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
BRANCA INTERNATIONAL S.p.A.	0	0	0	0	1	1	5	0	5	5	1	6
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	0	0	0	1	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

Sostenibilidad empresarial

Gestión responsable de la cadena de abastecimiento

Número de proveedores y valor de los pedidos⁴⁵ emitidos por zona geográfica por Empresa

2020		2021		2022	
Número de proveedores	Valor de órdenes (%)	Número de proveedores	Valor de órdenes (%)	Número de proveedores	Valor de órdenes (%)

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

TOTALE	72	100,0	72	100,0	72	100,0
ITALIA	50	75	50	75,0	50	75,0
EUROPA (excluida ITALIA)	11	14,4	11	14,4	11	14,4
ARGENTINA	2	0,6	2	0,6	2	0,6
AMÉRICA (excluida ARGENTINA)	0	0,0	0	0,0	0	0,0
ASIA	5	5,0	5	5,0	5	5,0
ÁFRICA	4	5,0	4	5,0	4	5,0

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

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

Porcentaje de proveedores cualificados con certificaciones (%)⁴⁶ por Empresa

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 (en materia de seguridad alimentaria)	20,0%	20,0%
% de proveedores con al menos una certificación	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 (en materia de seguridad alimentaria)	63,6%	63,6%
% de proveedores con al menos una certificación	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 (en materia de seguridad alimentaria)	0,0%	0,0%
% de proveedores con al menos una certificación	25,0%	25,0%

⁴⁵ La subdivisión por área geográfica del valor de las órdenes fue efectuada teniendo en cuenta el origen del material adquirido y no origen del proveedor/intermediario al que se adquirió el material.

⁴⁶ La tabla se refiere a 24 proveedores cualificados de materias primas y materiales de envasado. Estos proveedores representan alrededor del 80% del pedido total.

Calidad y seguridad de las materias primas y del producto

Requisitos en materia de información y etiquetado de productos y servicios

GRI 417-1	FRATELLI BRANCA DISTILLERIE			FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS			BRANCA USA		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
% de productos o categorías de servicios significativos tratados o evaluados para su conformidad con los procedimientos de información y etiquetado de productos y servicios	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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

GRI 417-2	FRATELLI BRANCA DISTILLERIE			FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS			BRANCA USA		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Número total de casos de incumplimiento de la normativa y/o de los códigos de autorregulación sobre información y etiquetado de productos y servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0
de los cuales: dieron lugar a una multa o sanción	0	0	0	0	0	0	0	0	0
de los cuales: dieron lugar a una advertencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
de los cuales: incumplimiento de los códigos de autorregulación	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Marketing, comunicación y consumos responsables

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

GRI 417-3	FRATELLI BRANCA DISTILLERIE			FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS			BRANCA USA		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Número total de casos de incumplimiento de la normativa y/o de los códigos de autorregulación sobre comunicaciones publicitarias	0	0	0	0	0	0	0	0	0
de los cuales: dieron lugar a una multa o sanción	0	0	0	0	0	0	0	0	0
de los cuales: dieron lugar a una advertencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
de los cuales: incumplimiento de los códigos de autorregulación	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Temas Sociales

Perfil de los empleados del Grupo

Número de empleados del Grupo por genero, tipo de contrato y Empresa

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

Número de empleados del grupo por género, tipo de empleo y Empresa

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

Número de trabajadores eventuales/temporales y becarios en el Grupo subdivididos por genero - Consolidado

GRI 2-8	2020			2021			2022		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
Prácticas	2	0	2	4	3	7	6	3	9
Trabajadores temporales	20	6	26	20	2	22	14	0	14
TOTAL	22	6	28	24	5	29	20	3	23

Número de empleados incorporados por edad, genero y Empresa

GRI 401-1	MUJERES <30 AÑOS			MUJERES 30 - 50 AÑOS			MUJERES >50 AÑOS			HOMBRES <30 AÑOS			HOMBRES 30-50 AÑOS			HOMBRES >50 AÑOS		
	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
TOTAL	7	3	1	19	13	4	1	0	0	10	0	0	19	12	5	4	1	0

Tasa de rotación de entrada por género y Empresa

GRI 401-1	2020			2021			2022		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
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%
TOTAL	1,9%	8,2%	3,1%	5,37%	28,1%	9,7%	13,4%	40,9%	19,2%

Número de empleados salientes por edad, genero y Empresa

GRI 401-1	MUJERES <30 AÑOS			MUJERES 30 - 50 AÑOS			MUJERES >50 AÑOS			HOMBRES <30 AÑOS			HOMBRES 30-50 AÑOS			HOMBRES >50 AÑOS		
	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
TOTAL	4	2	1	14	11	4	2	2	3	1	4	4	19	17	8	10	11	6

Tasa de rotación de salida por género y Empresa

GRI 401-1	2020			2021			2022		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
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%
TOTAL	6,8%	13,1%	8,0%	13,2%	26,32%	15,72%	12,1%	30,3%	16%

Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo

Número de empleados subdividido por género, categoría profesional y franjas etarias al 31/12/2022 - Consolidado

GRI 405-1	< 30			30 - 50			> 50			Total Grupo 2022	
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres	TOTAL		
2022	Gerentes	0	0	0	9	11	20	0	13	13	33
	Jefes	0	1	1	10	19	29	5	13	18	48
	Empleados	11	10	21	27	71	98	4	17	21	140
	Operarios	0	3	3	0	70	70	0	19	19	92
	TOTAL	11	14	25	46	171	217	9	62	71	313
2021	Gerentes	0	0	0	5	6	11	0	17	17	28
	Jefes	0	0	0	10	23	33	5	12	17	50
	Empleados	9	8	17	24	73	97	3	14	17	131
	Operarios	0	3	3	0	71	71	0	16	16	90
	TOTAL	9	11	20	39	173	212	8	59	67	299
2020	Gerentes	0	0	0	3	8	11	0	15	15	26
	Jefes	0	0	0	15	24	39	3	14	17	56
	Empleados	7	11	18	23	76	99	6	16	22	139
	Operarios	0	6	6	2	78	80	2	18	20	106
	TOTAL	7	17	24	43	186	229	11	63	74	327

Porcentaje de empleados cubiertos por contratos colectivos por Empresa

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%

Relación del sueldo básico y retribución total de las mujeres respecto de los hombres por Empresa

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

GRI 405-2	2020		2021		2022	
	Salario	Remuneración	Salario	Remuneración	Salario	Remuneración
Gerentes	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	85%	85%
Jefes	81%	86%	88%	88%	86%	90%
Empleados	87%	86%	70%	70%	68%	79%
Operarios	95%	95%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Gerentes	n.d.	n.d.	124%	124%	112%	111%
Jefes	n.d.	n.d.	92%	92%	92%	92%
Empleados	92%	92%	103%	103%	99%	99%
Operarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

BRANCA USA

Gerentes	66%	54%	54%	54%	72%	63%
Jefes	92%	91%	103%	103%	95%	93%
Empleados	104%	105%	86%	86%	121%	118%
Operarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

Desarrollo del capital humano y capacitación⁴⁷

⁴⁷ Las horas de Branca International y del Centro Studi Fratelli Branca se contabilizan dentro de Fratelli Branca Distillerie

Horas de formación por empleado, por genero y Empresa

GRI 404-1	2020			2021			2022		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	146	66	212	246	92	338	1.906	1.714	3.620
F.LLI BRANCA DESTILIERIAS	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
TOTAL	2.422	242	2.664	2.834	328	3.162	9.306	2.555	11.861

Horas promedio de formación por empleado, por genero y Empresa

GRI 404-1	2020			2021			2022		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
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 DESTILIERIAS	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
TOTAL	9,4	4,2	8,4	12,0	6,1	10,9	37,7	38,7	37,9

Horas promedio de formación por genero y categoría de empleado - Consolidado

GRI 404-1	2022		
	Hombres	Mujeres	TOTAL
Gerentes	35,8	8,3	31,1
Jefes	44,7	68,7	52,2
Empleados	20,7	32,4	24,1
Operarios	53,7	0,0	53,7
TOTAL	37,7	38,7	37,9

Salud y seguridad

Índices de siniestralidad por Empresa

GRI 403-9	2020	2021	2022
CONSOLIDADO			
Número de muertes por accidentes laborales	0	0	0
Número de accidentes laborales con consecuencias graves (excluidas las muertes)	0	0	0
Número de accidentes laborales	1	1	1
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE			
Número de muertes por accidentes laborales	0	0	0
Número de accidentes laborales con consecuencias graves (excluidas las muertes)	0	0	0
Número de accidentes laborales	0	0	1
FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS			
Número de muertes por accidentes laborales	0	0	0
Número de accidentes laborales con consecuencias graves (excluidas las muertes)	0	0	0
Número de accidentes laborales	1	1	0
BRANCA USA			
Número de muertes por accidentes laborales	0	0	0
Número de accidentes laborales con consecuencias graves (excluidas las muertes)	0	0	0
Número de accidentes laborales	0	0	0

Temas ambientales

Eficiencia energética y cambio climático

Consumo de energía - Consolidado

GRI 302-1	Unidades de medida	2020	2021	2022
Gas natural	Gj	11.182	14.525	14.359
Diesel	Gj	1.659	1.870	2.297
Gasolina	Gj	3.408	3.821	4.752
Energía comprada	Gj	14.620	18.175	20.866
Consumo total de energía	Gj	30.870	38.390	42.274
Producción total año	Ton	54.819	72.434	84.217
Intensidad energética	Gj/Ton	0,563	0,530	0,502

Consumo de energía – Fratelli Branca Distillerie

GRI 302-1	Unidades de medida	2020	2021	2022
Gas natural	Gj	7.013	9.671	9.481
Diesel	Gj	1.399	1.561	1.530
Gasolina	Gj	307	281	406
Energía eléctrica	Gj	4.522	6.216	7.808
Consumo total de energía	Gj	13.241	17.728	19.225
Producción total año	Ton	14.388	21.240	21.735
Intensidad energética	Gj/Ton	0,920	0,835	0,885

⁴⁸ Para el cálculo de las emisiones directas CO₂ (Alcance 1), se han tenido en cuenta la recarga de todos los gases refrigerantes realizada, el consumo de gas natural, de gasóleo para actividades relacionadas con la planta, así como de gasóleo y gasolina para uso en automoción. Para el cálculo de las toneladas de CO₂ eq, se ha hecho referencia a los factores de emisión puestos a disposición por el Department for Business, Energy & Industrial Strategy del Reino Unido (UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting).

Consumo de energía – Fratelli Branca Destilerías

GRI 302-1	Unidades de medida	2020	2021	2022
Gas natural	Gj	4.169	4.856	4.878
Diesel (impianti)	Gj	36	36	234
Diesel	Gj	224	273	534
Gasolina	Gj	1.815	2.387	3.208
Energía eléctrica	Gj	10.098	11.959	13.057
Consumo total de energía	Gj	16.342	19.511	21.910
Producción total año	Ton	40.431	51.194	62.482
Intensidad energética	Gj/Ton	0,404	0,381	0,351

Consumo de energía – Branca USA

GRI 302-1	Unidades de medida	2020	2021	2022
Gasolina	Gj	1.287	1.152	1.138

Emisiones e intensidad de emisión – Consolidado

GRI 305-1,2, 4	2020	2021	2022
Emisiones Alcance 1 (tCO ₂ eq.) ⁴⁸	1.336	1.149	1.159
Emisiones Alcance 2 (tCO ₂ eq.) ⁴⁹	1.516	1.860	1.867
Emisiones Alcance 3 (tCO ₂ eq.)	N/A	229	496
Emisiones totales (Alcance 1, Alcance 2, Alcance 3)	2.851	3.238	3.522
Producción total año	54.819	72.434	84.217
Relación emisiones/producción ⁵⁰ (tCO ₂ eq./t)	0,052	0,045	0,042

⁴⁹ Para el cálculo de las emisiones de CO₂ procedentes del consumo de electricidad (Alcance 2) de la planta italiana, se han utilizado los parámetros de cálculo indicados por el Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA). Para el cálculo de las emisiones de Alcance 2 de la planta argentina, sin embargo, se utilizaron los factores de emisión facilitados por la Secretaría de Electricidad del Ministerio de Energía argentino.

⁵⁰ Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

Emisiones e intensidad de emisión – Fratelli Branca Distillerie

GRI 305-1,2, 4	2020	2021	2022
Emisiones Alcance 1 (tCO ₂ eq.)	578	595	520
Emisiones Alcance 2 (tCO ₂ eq.)	374	364	322
Emisiones Alcance 3 (tCO ₂ eq.)	N/A	229	496
Emisiones totales (Alcance 1, Alcance 2, Alcance 3)	952	1.187	1.338
Producción total año	14.388	21.240	21.735
Relación emisiones totales / producción (tCO ₂ eq./t)	0,066	0,056	0,062

Emisiones e intensidad de emisión – Fratelli Branca Destilerías

GRI 305-1,2, 4	2020	2021	2022
Emisiones Alcance 1 (tCO ₂ eq.)	671	477	563
Emisiones Alcance 2 (tCO ₂ eq.)	1.142	1.497	1.545
Emisiones totales (Alcance 1, Alcance 2)	1.813	1.974	2.108
Producción total año	40.431	51.194	62.482
Relación emisiones totales / producción (tCO ₂ eq./t)	0,045	0,039	0,034

Emisiones e intensidad de emisión – Branca USA

GRI 305-1	2020	2021	2022
Emisiones Alcance 1 (tCO ₂ eq.)	87	78	76

Residuos generados – Consolidados y detallados por empresa

	2020	2021	2022
CONSOLIDADO			
Total residuos peligrosos (t)	4,12	5,22	1,84
Total residuos no peligrosos (t)	3.259,93	3.957,70	3.505,33
Residuos totales (t)	3.264,05	3.962,92	3.507,17
Producción total año (t)	54.819	72.434	84.217
Relación de residuos totales / producción (t/t)	0,060	0,055	0,042

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Total residuos peligrosos (t)	3,06	1,43	1,2
Total residuos no peligrosos (t)	2.113,63	2.374,9	2007,87
Residuos totales (t)	2.116,69	2.376,33	2.009,07
Producción total año (t)	14.388	21.240	21.735
Relación de residuos totales / producción (t/t)	0,147	0,112	0,092

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Total residuos peligrosos (t)	1,06	3,79	0,6
Total residuos no peligrosos (t)	1.146,05	1.582,55	1.496,8
Residuos totales (t)	1.147,11	1.586,34	1.497,4
Producción total año (t)	40.431	51.194	62.482
Relación de residuos totales / producción (t/t)	0,028	0,031	0,024

Índice del consumo de agua

	2020	2021	2022
CONSOLIDADO			
Consumo de agua (l)	57.031	74.208	78.727
Producción (t)	46.243	72.487	75.756
Índice del consumo de agua (ICA) (l/t)	1,233	1,024	1,039

ITALIA

Consumo de agua (l)	17.911	23.988	22.827
Producción (t)	7.725	12.560	13.113
Índice del consumo de agua (ICA) (l/t)	2,319	1,910	1,741

ARGENTINA

Consumo de agua (l)	39.120	50.220	55.900
Producción (t)	38.518	59.927	62.643
Índice del consumo de agua (ICA) (l/t)	1,026	0,838	0,892

Índice de los contenidos GRI

Declaración de uso	Branca Internacional SpA ha reportado la información mencionada en este índice de los contenidos GRI para el período comprendido entre el 1 de enero de 2022 y el 31 de diciembre de 2022 según la modalidad con referencia al GRI Standard
Utilizado GRI 1	GRI 1 - Principios fundamentales - versión 2021
Normas sectoriales GRI pertinentes	N/A - se esperará a la publicación de la norma del sector específico

GRI STANDARD / OTRA FUENTE	DOCUMENTO INFORMATIVO	UBICACIÓN
----------------------------	-----------------------	-----------

Información general

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

GRI STANDARD / OTRA FUENTE	DOCUMENTO INFORMATIVO	UBICACIÓN
Temas materiales		
GRI 3 Temas materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	Los temas de la sostenibilidad y el análisis de materialidad, p.28
	3-2 Lista de temas materiales	Los temas de la sostenibilidad y el análisis de materialidad, pp. 29-30

Indicadores específicos de la rendición de cuentas en relación con temas materiales

Legalidad, transparencia, ética e integridad

GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Legalidad, transparencia, ética e integridad, p.37
GRI 205 Anticorrupción 2016 GRI 416 Salud y seguridad de los clientes 2016	205-3 Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	Legalidad, transparencia, ética e integridad, p.37
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	Legalidad, transparencia, ética e integridad, p.37

Creación y distribución del valor económico

GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Valor económico directamente creado y distribuido, pp.42-43
GRI 201 Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Valor económico directamente creado y distribuido, pp.42-43 Tablas de rendimiento, p.100

Eficiencia energética y cambio climático

GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Consumo de energía y emisiones, p.85-91
GRI 302 Energía 2016	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	Consumo de energía y emisiones, p.86-88 Tablas de rendimiento, p.109-110
	302-3 Intensidad energética	Consumo de energía y emisiones, p.86-88 Tablas de rendimiento, p.109-110
GRI 305 Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Consumo de energía y emisiones, pp. 89-91 Tablas de rendimiento, p. 111
	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	Consumo de energía y emisiones, pp. 89-91 Tablas de rendimiento, p. 111
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	Consumo de energía y emisiones, pp. 89-91 Tablas de rendimiento, p. 111

La calidad y seguridad de las materias primas y del producto

GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	La calidad y seguridad de las materias primas y del producto, pp. 53-55
GRI 417 Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	La calidad y seguridad de las materias primas y del producto, pp. 53-55 Tablas de rendimiento, p.102
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	La calidad y seguridad de las materias primas y del producto, pp. 53-55 Tablas de rendimiento, p.102

Marketing, comunicación y consumos responsables

GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	La protección de los consumidores y la promoción del consumo responsable, pp. 56-57
GRI 417 Marketing y etiquetado 2016	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Legalidad, transparencia, ética e integridad, p.37 Tablas de rendimiento, p. 102

Satisfacción y relación con el cliente

GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Satisfacción del cliente, pp.58-61
--	-------------------------------------	------------------------------------

GRI STANDARD / OTRA FUENTE	DOCUMENTO INFORMATIVO	UBICACIÓN
----------------------------	-----------------------	-----------

Gestión responsable de la cadena de abastecimiento

GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	La cadena de valor y la gestión responsable de la cadena de suministro, pp. 45-52
GRI 204 Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	La cadena de valor y la gestión responsable de la cadena de suministro, pp. 45-52 Tablas de rendimiento, p.101
GRI 308 Evaluación ambiental de los proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales	La cadena de valor y la gestión responsable de la cadena de suministro, pp. 45-52
GRI 414 Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales	La cadena de valor y la gestión responsable de la cadena de suministro, pp. 45-52

Economía circular y reciclabilidad

GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Economía circular y reciclabilidad, pp.92-98
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-5 Consumo de agua	Economía circular y reciclabilidad, pp.97-98 Tablas de rendimiento, p.113
GRI 306 Residuos 2020	306-2 Gestión de los impactos relacionados con los residuos	Gestión de residuos, pp.92-95
	306-3 Residuos generados	Gestión de residuos, pp.92-95 Tablas de rendimiento, p.112

Diversidad, inclusión y derechos humanos

GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo, p.66-67
GRI 2 Contenidos generales 2021	2-7 Empleados	Perfil de los empleados del grupo, p.63 Tablas de rendimiento, pp.103-104
	2-8 Trabajadores que no son empleados	Perfil de los empleados del grupo, p.63 Tablas de rendimiento, p.104
GRI 401 Empleo 2016	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Perfil de los empleados del grupo, p.64-65 Tablas de rendimiento, pp.105-106
GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo, pp.66 Tablas de rendimiento, p.106
	405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo, pp.67 Tablas de rendimiento, p.107

Salud y seguridad en el trabajo

GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigaciones de incidentes	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73
	403-9 Lesiones por accidente laboral	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73 Tablas de rendimiento, p. 109
	403-10 Las dolencias y enfermedades laborales	Salud y seguridad en el trabajo, pp.71-73

GRI STANDARD / OTRA FUENTE	DOCUMENTO INFORMATIVO	UBICACIÓN
----------------------------	-----------------------	-----------

Bienestar empresarial

GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Bienestar de los empleados, pp.74-75
GRI 401 Empleo 2016	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Bienestar de los empleados, pp.74-75

Desarrollo, capacitación del capital humano y meritocracia colaborativa

GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	Desarrollo del capital humano y capacitación, pp.68-70
GRI 404 Formación y educación 2016	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	Desarrollo del capital humano y capacitación, pp.68-70 Tablas de rendimiento, p.108
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	Desarrollo del capital humano y capacitación, p.70

Desarrollo de iniciativas y compromiso de las comunidades locales

GRI 3 Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	3.6 Branca, la Cultura y el Territorio, pp.76-83
--	--	---



Branca International S.p.A.

**Informe de
Sostenibilidad
y Concienciación**

2022