



Branca International S.p.A.

Balance de Sustentabilidad y Concientización

2019

EL COMPORTAMIENTO RESPONSABLE
EN UN MUNDO INTERCONECTADO

Indice

CARTA DEL PRESIDENTE	3
NOTA METODOLÓGICA	5
LOS PRINCIPALES RESULTADOS: UNA VISIÓN GLOBAL	7
QUIENES SOMOS: NUESTRA IDENTIDAD Y NUESTRA HISTORIA	8
El perfil del Grupo	9
La historia de Branca: desde el nacimiento del amaro curativo a Grupo líder del sector	11
Nuestros valores: desde el lema “Novare Serbando” a los principios de la Economía de la Concientización	16
Nuestras marcas	17
Los premios y los reconocimientos de Branca como realidad empresaria	22
Governance	23
Legalidad, transparencia, ética e integridad	26
El principio de la meritocracia colaborativa y la gestión de los recursos humanos	26
LA GESTIÓN CONSCIENTE DEL NEGOCIO	27
Nuestros Interesados	30
Los temas de la sustentabilidad y el análisis de materialidad	32
Branca y la agenda 2030: los objetivos de desarrollo sustentable de la ONU	35
CREACION Y DISTRIBUCION DEL VALOR ECONOMICO	38
Resultados del Grupo	41
Valor económico directamente generado y distribuido	42
LA EXCELENCIA DE LOS PRODUCTOS EN BRANCA	44
La cadena de valor	45
Gestión responsable de la cadena de abastecimiento	46
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 y Relación con los clientes	58
LAS PERSONAS: PERFIL, BIENESTAR, SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	62
Perfil de los empleados del Grupo	63
Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo	68
Relaciones industriales	70
Remuneración	70
Desarrollo del capital humano y capacitación	71
Salud y seguridad en el trabajo	73
Bienestar de los empleados	76
EL AMBIENTE: NEGOCIO SUSTENTABLE Y ATENUACION DE LOS IMPACTOS	78
Consumos energéticos	80
Emisiones a la atmósfera	84
Economía circular y reciclabilidad	87
BRANCA, LA CULTURA Y EL TERRITORIO	94
Las principales iniciativas	95
Las iniciativas más recientes	99
APENDICE	101
GRI CONTENT INDEX	103

Carta del Presidente

Habíamos comenzado a trabajar hace pocas semanas en la redacción de este nuevo Balance de sustentabilidad y Concientización cuando Italia y el mundo fueron golpeados por la emergencia Covid-19. Una etapa de crisis, profunda y capilar, que golpeó no solo el aspecto sanitario y social, sino que tuvo y tendrá también evidentes repercusiones en el plano económico y en lo que respecta al valor ético.

Como sucede siempre en cada momento de crisis importante, la situación que todos nosotros estamos afrontando representa una etapa de cambio de época: en muchos lados se habla de “new normal”, una nueva normalidad a la que deberemos adaptarnos y con la que deberemos rendir cuentas.

Estoy profundamente convencido, y lo he repetido varias veces en el pasado, que muchas de las cosas que nos deparará el futuro dependerán de las actitudes de cada uno de nosotros: es cuanto menos utópico pensar que serán la ciencia, la economía o la religión las que nos permitirán, por sí solas, hacer frente a este nuevo contexto: en cambio será fundamental encontrar un equilibrio con nosotros mismos y con el mundo que nos rodea. Estoy cada vez más convencido que son necesarias una re-evolución de la conciencia, un re-descubrimiento de la autoconcientización: la afirmación de un principio de ética social que nos haga sentir interconectados unos con otros y responsables el uno para el otro nos permitirá transformar la crisis en una oportunidad de crecimiento y progreso.

En este recorrido se hace evidente como el desafío de la sustentabilidad se hace cada vez más complejo, y se deben armonizar los desafíos del pasado con las fragilidades que emergieron en estos meses. Pero estoy convencido – y las investigaciones y los estudios más recientes lo confirman – que en los próximos años, inclusive con el empuje de las generaciones más jóvenes, la atención en este concepto será cada vez más fuerte, en el sentido más amplio posible: no solo sustentabilidad en el ámbito energético y ambiental sino sobre todo social. Cada comportamiento nuestro deberá dirigirse y responder a un concepto de sustentabilidad entendido como re-apropiación del equilibrio.

Es por eso que, decidí llamar a este nuevo balance 2019, “Balance de Sustentabilidad y Concientización”: porque estoy convencido desde siempre que Concientización es la palabra clave, particularmente en este momento histórico, que desde el concepto de sustentabilidad se extiende con el fin de abrazar también la conciencia, la autoconciencia y la interdependencia.

Desde hace mucho tiempo me dedico y hablo de los principios de la Economía de la Concientización, que nos han permitido guiar con éxito a la empresa, a través de cinco generaciones, y la sexta que ya está en la empresa, aun en los momentos más difíciles.

Y es partiendo de estos principios, por ejemplo, que a lo largo de los años hemos invertido en un Código Ético y en la seguridad del trabajo, hemos redactado un balance ambiental, hemos decidido continuar produciendo en Italia y, aun innovando permanentemente, hemos trabajado para mantener

vivos los valores, y las tradiciones de nuestro fundador de “Novare Serbando”.

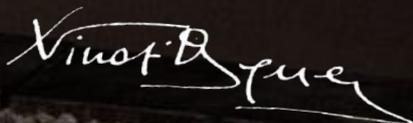
En 2020 celebramos el 175° aniversario de Fratelli Branca Distillerie y está a la vista de todos como creció la empresa desde 1845 hasta nuestros días. Desde el pequeño laboratorio de Milán de mi antepasado Bernardino, hoy somos un Grupo con vocación internacional, Branca International, que mantiene firme su propio vínculo con Italia y con la ciudad de Milán. En 2019 abrimos una nueva sede en New York, en los Estados Unidos, y al corazón de nuestra actividad, la producción y comercialización de bebidas espirituosas de altísima calidad, sumamos también un compromiso en el sector inmobiliario, en el financiero, y en la investigación.

En esta evolución, sin embargo, nunca hemos abandonado el sentido de equilibrio que nos ha permitido combinar la eficiencia económica, la preservación del ambiente y la consideración de las recaídas sociales en nuestra actividad, comprometiéndonos a generar beneficios colectivos de largo alcance. Desde que asumí la conducción del Grupo, me he referido a la empresa siempre como un organismo viviente, una entidad que actúa en una interrelación con otros organismos vivientes. He querido construir no tanto una empresa exitosa sino una empresa de valor, en la cual las personas sean consideradas como un fin y no como un medio, el bienestar y la felicidad están conectadas con la condición de todo el sistema en el que vivimos y la ética camina junto a las utilidades, porque una realidad económicamente sana alimenta el tejido en el que opera.

En el interior de la empresa hemos actuado siempre con cuidado, lo que no significa buenismo sino sinergia: la protección de los otros y del ambiente, en efecto, emerge de la firmeza y de la confianza de nuestra más profunda naturaleza. Las personas, particularmente, han sido siempre el centro de nuestra reflexión y de nuestra manera de administrar el Grupo: la creación de relaciones de escucha, diálogo y transparencia con nuestros recursos, nuestros clientes, los proveedores y todos los interesados es el requisito esencial para garantizar un ambiente de trabajo sereno y para favorecer el éxito de nuestra organización. Por ello, en los últimos años, hemos incrementado las iniciativas de welfare empresarial, hemos introducido nuevos sistemas de relación con nuestros socios y hemos desarrollado iniciativas adicionales tendientes a promover el concepto de consumo responsable y, en general, para sostener costumbres de vida sana.

Gracias al Sistema de Gestión Ambiental certificado hemos podido verificar la mejora continua de los datos relacionados con el consumo energético, con las emisiones en la atmósfera, con la utilización eficiente de los recursos hídricos y con la gestión de los residuos y las descargas de efluentes. Nos comprometemos al máximo para adoptar las soluciones más innovadoras en materia de embalaje y administración de stock, a través inclusive de la colaboración con reconocidos operadores del sector.

Somos conscientes de los desafíos que nos esperan y estamos listos para afrontarlos con entusiasmo, convencidos de que con el justo equilibrio entre inteligencia, corazón y coraje podremos transformar también esta nueva crisis en una gran oportunidad y canalizarla hacia el bien común.



Vino di Branca

Niccolò Branca
Presidente y Director Ejecutivo
de Branca International

Nota Metodológica

El Balance de Sustentabilidad y Concientización 2019 del Grupo Branca International (en adelante también “Branca” y “Grupo”) representa la herramienta de comunicación de las actividades desarrolladas, de los compromisos asumidos, de los rendimientos y de los resultados conseguidos por el Grupo en el ámbito de su compromiso en materia de sustentabilidad, entendida en todos sus aspectos: social, ambiental y económico.

De manera distinta a lo realizado para las ediciones anteriores del presente documento, el marco de rendición de cuentas de los datos y de las informaciones contenidas en el mismo, corresponde a todas las más importantes sociedades del Grupo Branca International: Fratelli Branca Distillerie S.r.l., Fratelli Branca Destilerias S.A., Branca USA Inc., Branca Real Estate S.r.l. y el Centro Studi Fratelli Branca S.r.l. No se han especificado en cambio las participaciones directas de mayoría y de minoría, que de cualquier manera se detallan en los párrafos correspondientes a la composición del Grupo. Eventuales excepciones al marco de análisis o profundizaciones específicas se detallan en cada una de las secciones.

Entre las novedades del Balance 2019 se señala el ingreso al Grupo de la

sociedad Branca USA Inc, operativa desde el mismo año, de la que, consecuentemente, se han analizado únicamente los datos correspondientes a 2019. No se han verificado, en cambio, variaciones significativas en la estructura organizativa, en la participación societaria y en la cadena de abastecimiento.

El Balance de Sustentabilidad y Concientización 2019 está redactado conforme a los “GRI Sustainability Reporting Standards” establecidos en 2016 (y actualizados en 2018) por el Global Reporting Initiative (GRI), según la opción “In accordance – Core” y está en línea con los siguientes principios de rendición de cuentas,

- *INCLUSIVIDAD DE LOS INTERESADOS*
- *CONTEXTO DE SUSTENTABILIDAD*
- *MATERIALIDAD*
- *INTEGRIDAD Y METICULOSIDAD*
- *EQUILIBRIO*
- *CLARIDAD*
- *COMPARABILIDAD*
- *CONFIABILIDAD*
- *PRONTITUD*

definidos por el standard, para la definición de contenidos y calidad del report:

Las informaciones contenidas en el presente documento, correspondientes al período de rendición de cuentas 1º de enero – 31 de diciembre 2019, reflejan el principio de materialidad o relevancia, elemento previsto por los GRI Standards. El análisis de materialidad y las temáticas relevantes para el Grupo se describen en la sección “La Gestión consciente del negocio – Los temas de la sustentabilidad y el análisis de materialidad”.

Al final del documento se detalla el GRI Content Index, que permite dar una completa cobertura de todos los indicadores GRI asociados a las temáticas materiales.

A los fines de permitir la comparabilidad de los datos en el tiempo y de dar continuidad a la rendición de cuentas, se ha detallado la comparación con los datos correspondientes a los años 2017 y 2018. Además, donde pueda ser más útil para una más clara y correcta representación de los rendimientos, los datos se clasifican por sociedad / área geográfica, mientras que en los otros casos están consolidados a nivel de Grupo.

Los datos y las informaciones contenidos en el documento se han recopilado a través de oportunos reporting packages enviados a las diferentes sociedades del Grupo. Particularmente, la mayoría de los datos ambientales correspondientes a la sociedad italiana Fratelli Branca Distillerie provienen de la Declaración Ambiental redactada anualmente y verificada por un ente tercero

de certificación. Para una correcta representación de los rendimientos y para garantizar la confiabilidad de los datos, se ha limitado lo más posible el recurso a estimaciones, que, si están presentes, se han señalado oportunamente.

El Balance de Sustentabilidad y Concientización ha sido redactado por un Grupo de Trabajo constituido a tal efecto, cuyos integrantes representan de manera transversal todas las áreas relacionadas con la rendición de cuentas social, ambiental y económica de las diferentes sociedades del Grupo Branca International. El documento final, en su totalidad, ha sido aprobado por el Presidente. Por este período de rendición de cuentas la Sociedad ha optado por no requerir la verificación del documento por parte de sociedades externas.

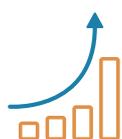
El Balance de Sustentabilidad y Concientización se publicará a partir de este año y se difundirá a través de los medios de comunicación utilizados por el Grupo, incluido el sitio web:

www.brancainternational.com



Los principales resultados

UNA VISIÓN GLOBAL



263,5

millones de euros de ingresos en 2019

2

plantas productivas, en Milán y en Buenos Aires, y una sociedad comercial en los Estados Unidos



54.789

toneladas de productos embotellados

160

Exportación a 160 Países



345

empleados en total

101 empleados en Fratelli Branca Distillerie
207 empleados en Fratelli Branca Distillerias
31 empleados en Branca USA
2 empleados en Branca International
4 empleados en el Centro de Estudios Fratelli Branca

98%

de los empleados del Grupo con contrato fijo



-5,6%

Reducción del índice de energy intensity del Grupo con respecto a 2018

-18,2%

Reducción las emisiones totales del Grupo (Objetivo 1 y Objetivo 2) y reducción del 11,6% el índice de emission intensity



~4.500

visitantes totales Museo Collezione Branca

~20.000

visitantes del local panorámico de la Torre Branca





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 hace 175 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 Concientización 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 las personas involucradas, el planeta y sus recursos.

Branca International pone en primer lugar a la sustentabilidad, 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 bebidas espirituosas, centros neurálgicos del mundo Branca; la histórica Fratelli Branca Distillerie S.r.l, 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 sociedades, los productos Branca son comercializados en 160 países en los



cinco continentes: la planta de Milán atiende, además del mercado italiano, el europeo y el asiático, mientras que el centro productivo de Buenos Aires se dedica al mercado argentino y de algunos países de Sudamérica 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 aquellas 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 reabierta 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 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 un gran éxito, tal que, en poco tiempo, en Italia y en el exterior, se difundió la fama de este amaro 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.

En aquellos años Fratelli Branca se transformó de un laboratorio artesanal a una empresa exitosa: en poco tiempo, la sede original de Porta Nuova en Milán tuvo que ser ampliada para hacer frente a la demanda de la amplia gama de productos que se habían ido agregando al Fernet Branca y, sucesivamente, fue reemplazada por una nueva planta en Via Resegone, donde funciona actualmente la sede productiva del Grupo.

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 de avanzada. Desde el 2000, año en el cual se inauguró el establecimiento productivo de Tortuguitas, bajo la conducción estratégica de Niccolò Branca como presidente, acompañado por el management local, el mercado argentino creció significativamente. Incluso en los años de la difícil crisis económica de este país, F.lli Branca Destilerías S.A. administró la emergencia con coraje e innovación, evitando reducciones de personal y confirmando las inversiones en la empresa y en su desarrollo alcanzando, entre 2006 y 2015, ulteriores ampliaciones de la capacidad productiva.

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

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

Dino Branca asume la dirección y da inicio a los trabajos para la construcción de la nueva planta en Via 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

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 175 años. Los últimos ingresos, en 2019, fueron los de Carpano Botanic Bitter, para completar el portafolio de los

aperitivos, y de Stravecchio XO. Además en la producción y distribución de las bebidas espirituosas, hoy el Grupo Branca International opera también en el sector inmobiliario, cultural y financiero.

Nuestros valores

DEL LEMA “NOVARE SERBANDO” A LOS PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA DE LA CONCIENTIZACIÓN

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 Concientización.

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. El “serbare” representa en

efecto la intuición del fundador 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 Concientización, 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.



Nuestras marcas

El 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 175 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 licores y de los vermouth. Con la consolidación de los productos históricos (Fernet-Branca, 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. He aquí, por ejemplo, la entrada en Branca de los productos Borghetti (Caffè Borghetti y Sambuca Borghetti) y Carpano (Carpano Classico - "Rosso" en el mercado argentino -, Bianco, Dry, el reciente Carpano Botanic Bitter, el histórico Punt e Mes y el vermouth por antonomasia Antica Formula), de las grapas Candolini (líder en Italia), del vodka Sernova (standard y saborizados), del brandy Magnamater y del vino Chianti Villa Branca.

Los productos distribuidos por Fratelli Branca Distillerie

incluyen el coñac De Luz, el gin Nicholson, los whiskies Tobermory, Deanston, Bunnahabhain, Templeton Rye y Southern Comfort, las especialidades Passoã y el prestigioso Champagne Tsarine. 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, Highland Park y Cutty Sark.

Los productos se resumen sintéticamente a continuación, con sus correspondientes logos.

LOS PRODUCTOS BRANCA Y LAS MARCAS HISTÓRICAS ADQUIRIDAS



OTRAS MARCAS DISTRIBUIDAS ITALIA



OTRAS MARCAS DISTRIBUIDAS ARGENTINA



LOS MÁS IMPORTANTES PRODUCTOS BRANCA Y LAS MARCAS HISTÓRICAS ADQUIRIDAS



FERNET BRANCA

Nacido en 1845, Fernet-Branca mantiene a lo largo del tiempo 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 la 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 cubas y 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 piperita piamontesa, la más preciada en el mundo. Nace así un licor amargo de alta calidad, natural y particularmente 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 buquet único de Stravecchio Branca desde 1888.



**STRAVECCHIO BRANCA
XO (EXTRA OLD)**

Nace de la sabia mezcla de aguardientes obtenidas 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 vermouth italiano por excelencia fue creado por Antonio Benedetto Carpano, el inventor de la categoría merceológica de los vermouth, 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 bouquet 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 la ARGENTINA)

Carpano Classico, denominado también Carpano Rosso en la Argentina, nace en el 1900 y hoy es el clásico vermouth italiano, con un carácter fuerte, aroma de cítricos, y persistente en la boca. Su gusto dulce-amargo está perfectamente balanceado, gracias también a la utilización de las cáscaras de naranja amarga fresca y caramelo que también le confieren al producto su particular color ámbar. En su receta original, las notas especiadas y cítricas se armonizan entre sí, completándose con los aromas que provienen del ajeno y logrando un vermouth clásico, equilibrado y perfecto para mezclar.



CARPANO BIANCO

Carpano Bianco nace en los años 30 y es el vermouth blanco italiano, dulce, con un aroma fresco y sabroso. Los aromas y la mineralidad de los vinos, que constituyen el blend de Carpano Bianco, se armonizan con las notas especiadas y cítricas. Es el producto más rico en aromas de la gama Carpano. El sabor, en un primer momento dulce, va variando con notas botánicas ligeramente amargas, que hacen que el producto sea agradable y apropiado para cada 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 gusto seco, obtenido gracias a un contenido de azúcar inferior a otras tipologías y por una selección de apreciados vinos italianos que le permiten al producto mantener por largo tiempo sus propiedades organolépticas. Los ingredientes típicos de Carpano Dry son el ajeno, cultivado en Italia y que viene de zonas montañosas no contaminadas, y el Dittamo Cretico, una planta herbácea de la isla de Creta que le brinda al producto su típico sabor.



CARPANO BOTANIC BITTER

Creado y presentado en 2019 mezclando la experiencia típica de la marca Carpano en saber elegir y dosificar las hierbas y otros componentes botánicos con las buenas exigencias de consumo que revalorizan los cocktails clásicos. Carpano Botanic Bitter, único en su género, nace de la cuidadosa selección de diez hierbas aromáticas infundidas según el método artesanal para balancear de la mejor manera todos sus componentes. Su gusto aromático y balanceado se combina perfectamente con los vermouth Carpano en la preparación de cocktails de calidad como el Negroni o el Americano.



PUNT E MES

Punt e Mes es un producto de la historia legendaria. Se cuenta que en 1870, en el local de Carpano, un agente de bolsa que discutía con sus colegas, pidió el vermouth con el agregado de media dosis de quina, utilizando una expresión del dialecto "Punt e Mes". El origen bizarro de la nueva denominación fue, inmediatamente después, exaltada por una curiosa costumbre de los habitués 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 obrenar 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 ajenjo. 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 licor de verdadero café express obtenido de la receta original creada por Ugo Borghetti en 1860 para celebrar la inauguración de la línea férrea Pescara-Ancona y que en poco tiempo adquirirá notoriedad y fama en Italia y en 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 Arábiga 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 express capaz de conquistar, en cada ocasión.



SAMBUCA BORGHETTI

Nace gracias a la meticulosa selección de las flores de anís estrellado, de origen oriental, que garantizan su excelencia organoléptica. Su elegante botella, con sus decoraciones doradas, y la denominación elegida para el producto, "Sambuca Borghetti Oro", quieren remarcar la unicidad, la preciosidad y la perfección de esta flor. Transparente y cristalino, al olfato resulta dulce, con un gusto suave y delicado.



GRAPPA CANDOLINI

Candolini es la grapa suave y elegante preferida por los italianos, adquirida por Fratelli Branca Distillerie en 1987. Producida a partir de destilados de altísima calidad rigurosamente seleccionados, Candolini amplía su presencia en el mercado lanzando las variantes mono-varietales, producidas con destilados de calidad que provienen de un solo varietal: "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 Fratelli Branca Destilerías. 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.



MAGNA MATER

Magnamater, la “gran madre”, evoca en su nombre la Barrica Madre, símbolo de la tradición centenaria de las Destilerías Branca, la barrica de madera custodiada en la planta de Milán, una de las más grandes y antiguas de Europa, donde se lleva a cabo una de las etapas más importantes de la producción. Un nombre majestuoso que resalta la excelencia y la exclusividad del destilado nacido de un proceso único, fruto de la experiencia y la investigación. El aguardiente destilado a partir de vinos seleccionados de toda Italia se deja reposar en barricas de roble, donde se perfecciona gracias a las sustancias que cede la madera y a la oxigenación. La selección de 7 preciados aguardientes, cuya más antigua descansa en las Bodegas Branca hace 27 años, le da vida a una fórmula única de excelencia. El sucesivo paso a la Barrica Madre hace que las notas organolépticas de los aguardientes se fundan entre sí, amalgamando y equilibrando las características del blend. La botella de vidrio negro satinado se presenta con líneas veteadas en oro en la etiqueta, envolviendo el producto con gran elegancia y exclusividad. Cada botella es numerada y enmarcada por un prestigioso estuche que remite en la gráfica a la majestuosidad de la Barrica Madre. El emblema de la familia Branca impreso en el cierre y en los detalles del precinto representa el valor de la tradición.



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

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.

En este ámbito algunos de los más importantes premios ganados recientemente por los productos del portafolio Branca son:

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

PRODUCTO	2019
FERNET-BRANCA	Silver medal – International spirits challenge 2019 Gold medal – Los Angeles International Spirits&Wine Competition 2016
BRANCAMENTA	Silver medal – International spirits challenge 2019 Gold medal – San Francisco World Spirits Competition 2016
ANTICA FORMULA	Silver medal – International spirits challenge 2019 Gold medal – San Francisco World Spirits Competition 2017
CARPANO	Silver medal – International spirits challenge 2019 (Bianco) Double Gold medal – San Francisco World Spirits Competition 2016 (Bianco)
PUNT E MES	Silver medal – International spirits challenge 2019 Double Gold medal – San Francisco World Spirits Competition 2016
BORGHETTI	World Liqueur awards – World's Best Coffee Liqueur 2019
CANDOLINI	Double Gold medal – Los Angeles International Spirits&Wine Competition 2018 Gold medal – Best of Division and Best of Category Los Angeles Gold medal – Los Angeles International Spirits&Wine Competition 2016

Los premios y los reconocimientos

DE BRANCA COMO REALIDAD EMPRESARIAL

Niccolò Branca y el Grupo Branca International han obtenido a lo largo de los años importantes reconocimientos. Entre ellos: el prestigioso “Premio Resultados 2007” promovido por Bain & Company, Il Sole 24 Ore, Centrale dei Bilanci y Università Bocconi, el otorgamiento en 2007 del título de Profesor Honorario de la facultad de Economía de la Universidad del Salvador de Buenos Aires, el nombramiento como “Cavaliere del Lavoro” por parte del Presidente de la República Giorgio Napolitano en 2011, el reconocimiento de LIDE Italia y del Consulado Argentino por el fuerte compromiso en las relaciones entre Italia y Argentina, el premio “De Padre a Hijo – El gusto de hacer empresa”, para el mejor traspaso generacional y la mención especial para la categoría Performance Financiera en 2013, el Premio Internacional “El Líder Consciente” por parte de la República de San Marino en 2016 y el nombramiento, en el mismo año, como “Cavaliere Ufficiale dell’ordine di Sant’Agata” de la República de San Marino. Por dos años consecutivos, el

Presidente Niccolò Branca fue elegido entre los tres finalistas ganadores del Premio EY: “El empresario del año”, Categoría Global en 2008 y Finance en 2009; en julio de 2010, en cambio, fue premiado por la revista mensual Capital entre los empresarios italianos que hicieron grande a Italia, recibiendo, con la presencia del Presidente del Consejo de Ministros, “El libro de oro de los empresarios italianos”. En diciembre de 2011 recibió el Sello de la Università degli Studi di Parma y en 2016 le fue otorgado el premio “Capitanes del año” – Lombardia, y del Premio “Crecimiento & Sustentabilidad”, mención especial, “Premio excelencia empresarial”. Por último, en julio de 2019, el Presidente 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.

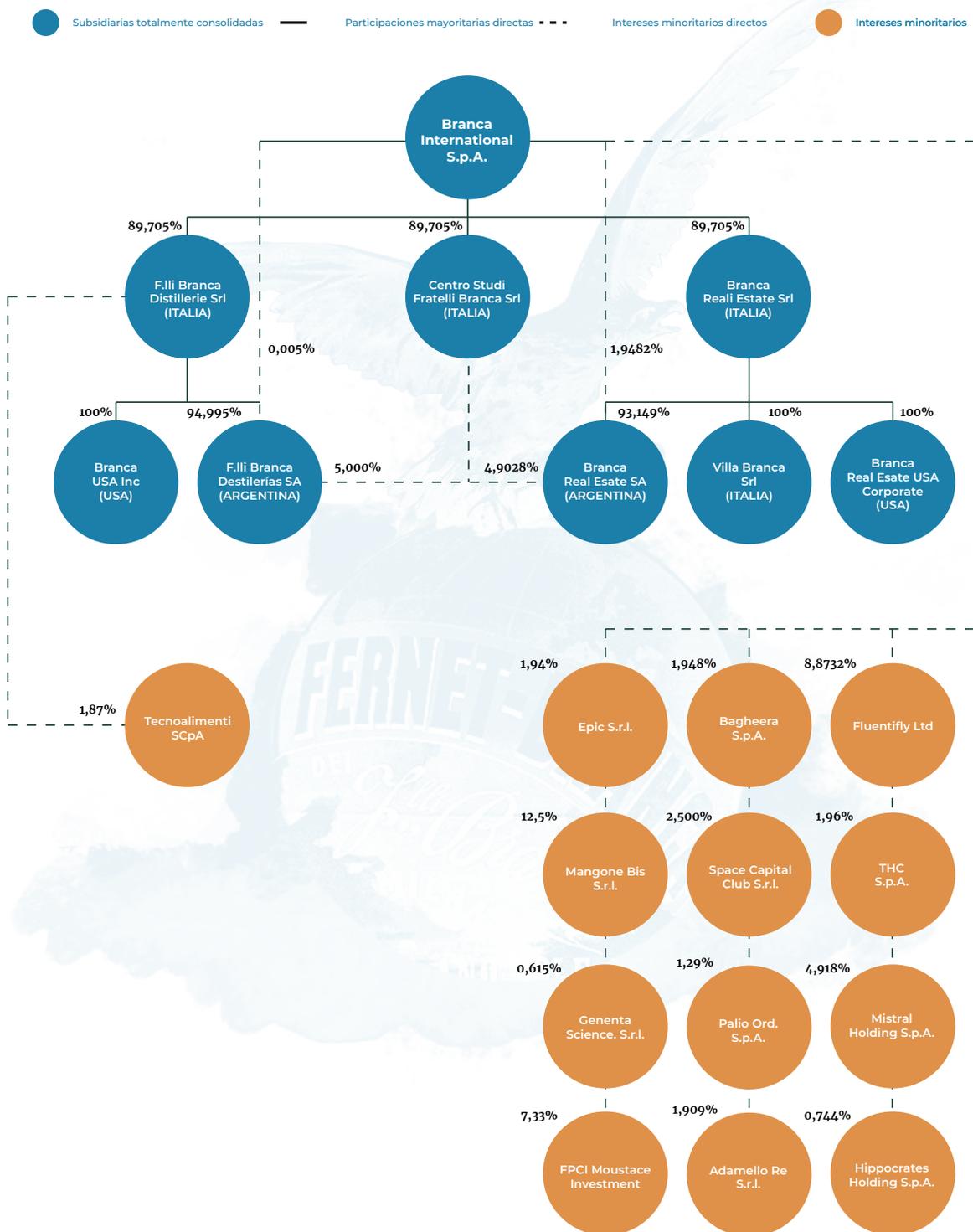
Governance



El marco adoptado para la redacción del Balance de Sustentabilidad y Concientización tiene en cuenta tanto los dos polos productivos del Grupo, o sea Fratelli Branca Distillerias S.A. Fratelli Branca Distillerie S.r.l., como Branca USA Inc., Branca Real Estate S.r.l. y el Centro Studi Fratelli Branca S.r.l.. En relación a

estas entidades, se realiza la rendición de cuentas, por lo que le corresponde a cada una, de los rendimientos económicos, sociales y ambientales, según lo que se detalla en las líneas guía GRI 2018, por lo que atañe a la definición de los contenidos de los Balances de Sustentabilidad.

ESTRUCTURA DEL GRUPO BRANCA INTERNATIONAL S.P.A.



Branca International S.p.A. adopta las best practices en términos de Governance y colabora continuamente con el management 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, garantizados también 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 el Grupo de un Modelo Organizativo 231. Los órganos más importantes que intervienen en las actividades de governance del Grupo Branca son:

• **Sindacatura**

Conduce una constante actividad de monitoreo 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 Sociedad.



Las dos sociedades² Fratelli Branca Distillerie y Fratelli Branca Destilerías han adoptado un sistema de gobierno societario tradicional, con la presencia de un Directorio a quien se confía la gestión de la empresa, con la presencia de un Síndico Titular que desempeña la función de control, como descrito anteriormente. El Directorio tiene amplios poderes otorgados por el Estatuto para la administración ordinaria y extraordinaria de la sociedad y tiene facultados para cumplir todos los actos que considere oportunos para la gestión y la consecución del objeto social.

En virtud del control por parte de la Sociedad Controlante, la participación accionaria de Fratelli Branca Distillerie pertenece el 100% a la familia Branca. El Directorio de la Sociedad ha sido nombrado por la Asamblea el 24 de abril de 2019.

² Fratelli Branca Distillerie y Fratelli Branca Destilerías son objeto de revisión por parte de sociedades de primaria importancia.

COMPOSICIÓN DEL DIRECTORIO

	< 30			30 - 50			> 50			TOTAL		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL									
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.r.l.	0	0	0	0	2	2	6	2	8	6	4	10
FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	0	0	0	1	4	5	9	0	9	10	4	14
BRANCA USA Inc.	0	0	0	1	0	1	2	0	2	3	0	3

Como mostrado por la tabla, la composición del Directorio de Fratelli Branca Distillerie es de 10 miembros, de los cuales 4 son mujeres, el 40%, mientras que los Directores de Fratelli Branca Destilerías son 14, con el 29% de mujeres, 4 en total. Por último, el Directorio de Branca USA, está compuesto por 3 miembros hombres. El Directorio de las tres sociedades está actualmente presidido³ por Niccolò Branca quien es también el CEO de la Sociedad Controlante Branca International.

³ Niccolò Branca es presidente ejecutivo de Fratelli Branca Distillerie y presidente de Fratelli Branca Destilerías, así como, desde 2020, presidente de Branca USA.

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. EL Grupo asegura, en efecto, un constante control y monitoreo de los partners y de terceros para que observen comportamientos éticos, no discriminatorios, orientados al respeto tanto de los ambientes de trabajo como de la personalidad y

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:

- El Código Ético, estipulado en 2006 como consecuencia de la evolución y expansión del Grupo, recoge el núcleo esencial de valores arraigados en la cultura empresarial como base de las acciones de las personas y que define los compromisos y las responsabilidades éticas de directores, empleados y colaboradores de Branca, tanto en la conducción del negocio como en la gestión de las relaciones.
- El Modelo de Organización, Gestión y Control, según el D.lgs. n. 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.
- El Balance de Sustentabilidad y Concientización 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.

También a nivel de las empresas asociadas es constante el compromiso para garantizar, en cada decisión, la conformidad con las normativas locales y para cada sector y los elevados estándares de integridad, transparencia y ética en la gestión del negocio.

Además de lo anteriormente especificado, la actuación de Branca se concentra también en asegurar la conformidad con respecto a todas las reglamentaciones en lo que concierne a la calidad del producto, salud y seguridad de los consumidores, ambiente y prácticas de marketing: todos ámbitos en los que, en el último trienio, el Grupo Branca no ha registrado ningún aviso o episodio de no conformidad ni ha recibido sanción monetaria alguna.

En el ámbito del Grupo no existen sociedades ni unidades operativas en Países con baja carga fiscal o con límites a la libertad sindical. 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 Governance 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 auto-responsabilización, fundado en la concientización de que los beneficios y el bienestar de la empresa y de cada recurso son coincidentes e intrínsecamente relacionados.

Proactividad, positividad, 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.



La gestión consciente del negocio

El Grupo Branca Internacional 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 Concientización 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 los principios guía alrededor de los cuales se ha desarrollado el Grupo y que se han transmitido a lo largo de seis generaciones incluyen la protección de las personas, consideradas como un fin, nunca como un medio, la responsabilidad del crecimiento, la

excelencia y la calidad de los productos, da una garantía de máxima seguridad para los consumidores, el compromiso por un desarrollo inclusivo de las exigencias sociales y ambientales en todos los procesos que gobiernan la actividad desarrollada en los países en donde opera el Grupo.

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 Internacional 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), entre las cuales aquella sobre la abolición del trabajo forzado 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 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 propia sensibilidad en las temáticas ambientales, Fratelli Branca Distillerie ha adherido al Reglamento CE n. 1221/2009 EMAS, que prevé un sistema de certificación de obtención de resultados de excelencia en el mejoramiento ambiental.

Fratelli Branca Distillerie ha implementado además sistemas de gestión certificados para la Salud y Seguridad del trabajo (OHSAS 18001, luego ISO 45001), confirmados en 2019 luego de oportunas 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 septiembre de 2019.

También la filial argentina, Fratelli Branca Destilerías, ha implementado algunos sistemas de gestión como ISO 22000 y ISO 14001, 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.

Se señala además que los productos Fernet Branca y Brancamenta tienen certificación Kosher (excepto Argentina).

Estos aspectos, así como los demás citados anteriormente, serán tratados en profundidad más adelante en los capítulos a tal efecto.

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 Concientización

Y LA CULTURA DE LA SUSTENTABILIDAD 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 Concientización 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 Concientización” 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 concientización como sentido del límite, como equilibrio en la producción, en el consumo y en el crecimiento.

Justamente los pilares de la sustentabilidad empresarial para el Grupo Branca

International se fundan en estos principios, o bien en la concientización de la interdependencia existente entre los aspectos económicos, sociales, ambientales y humanos en el 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 a través de la creación de un beneficio, en efecto, la empresa es capaz de retribuir al personal, de pagar a los proveedores, de efectuar inversiones en investigación y desarrollo, de participar de este modo en el pago de sus impuestos, a

los costos de los servicios brindados por el Estado: si la empresa tiene una marcha positiva, significa que está creando bienestar para la colectividad. 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 una colaboración activa y de momentos de confrontación y diálogo constituyen momentos fundamentales para acrecentar la

percepción del Grupo Branca International en el ambiente exterior como así también entre los intereses y las expectativas de los interesados.

Durante el año 2000, en ocasión de la redacción del nuevo Balance de Sustentabilidad y Concientización, 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. La actualización de la actividad de mapeo ha permitido, además de identificar para cada categoría de interesados, áreas específicas de interés que circunscriben los ámbitos de intervención prioritario, también identificar nuevos sujetos de especial importancia a la luz

de los cambios ocurridos dentro de la misma sociedad y contexto en el que opera.

Como se evidencia también por el análisis de materialidad, que será presentado más adelante, la identificación de los aspectos prioritarios responde a la necesidad de articular y alinear lo más posible las prioridades de los negocios con los intereses expresados por los interesados, para brindar una 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.

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. Con la evolución del mercado se ha vuelto fundamental identificar, además de los tradicionales canales de distribución, por ejemplo, los hipermercados y el canal Ho.Re.Ca., también los recorridos más modernos, sabiendo explotar las potencialidades de internet y de las nuevas tecnologías.

CLIENTES

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.

El Grupo considera que la comprensión de las tendencias de los consumidores y de su actitud hacia el consumo de bebidas alcohólicas, es esencial para garantizar que sus mensajes lleguen de manera coherente y responsable.

CONSUMIDORES FINALES

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.

ACCIONISTAS

PROVEEDORES

Branca International exige que sus proveedores administren de manera responsable sus propias actividades, en línea con los estándares éticos del Grupo. Branca, además, colabora activamente con todos los sujetos de su propia cadena de abastecimiento en áreas de recíproco interés, con el objetivo de instalar relaciones de confianza recíproca y garantizar una buena gestión del negocio.

COMUNIDADES LOCALES

Branca ha sido siempre parte integrante de los territorios en los que opera. Se compromete cada día en mantener un diálogo constante y constructivo con las comunidades locales con el objetivo de comprender y satisfacer sus necesidades y de responder a sus demandas. El Grupo además es parte activa en un intercambio cultural y de enriquecimiento con respecto al territorio.

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 valorizar sus carreras, a cuidar la salud y la seguridad en el lugar de trabajo y a llevar a cabo actividades que aumenten el sentido de cohesión, por ejemplo a través de iniciativas de bienestar.

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.

BARTENDERS

La satisfacción de las comunidades de los bartenders, 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 esta óptica, las actividades de comunicación desarrolladas por las marcas se fundan en la transparencia, en la relevancia de los contenidos, en brindar elementos de diferenciación y unicidad y en valorizar elementos comunes entre las marcas y las comunidades de las que forman parte.

Los temas de la sustentabilidad 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. El Grupo, luego adoptar las líneas guía para los reportes de sustentabilidad GRI Standard 2018, ha individualizado los temas “materiales”, o sea las temáticas más relevantes sobre cuya base desarrollar su propio reporte.

El proceso para la identificación de las temáticas de sustentabilidad para la rendición de cuentas ha sido realizado en tres etapas, mostradas a continuación, y que donde se han involucrado las diferentes almas del Grupo en los diversos Países.

PRIMERA ETAPA

Análisis de benchmark

Para alinear el envío de reportes con las macro-tendencias del sector y las buenas prácticas, se han analizado varias publicaciones en materia de sustentabilidad general y específicas para el food&beverage y se ha realizado un análisis de benchmark en un panel de pares y competidores. Gracias a esta actividad se ha podido identificar una primera lista importante de temas de la sustentabilidad potencialmente relevantes para el Gruppo Branca International.

SEGUNDA ETAPA

Evaluación de las temáticas

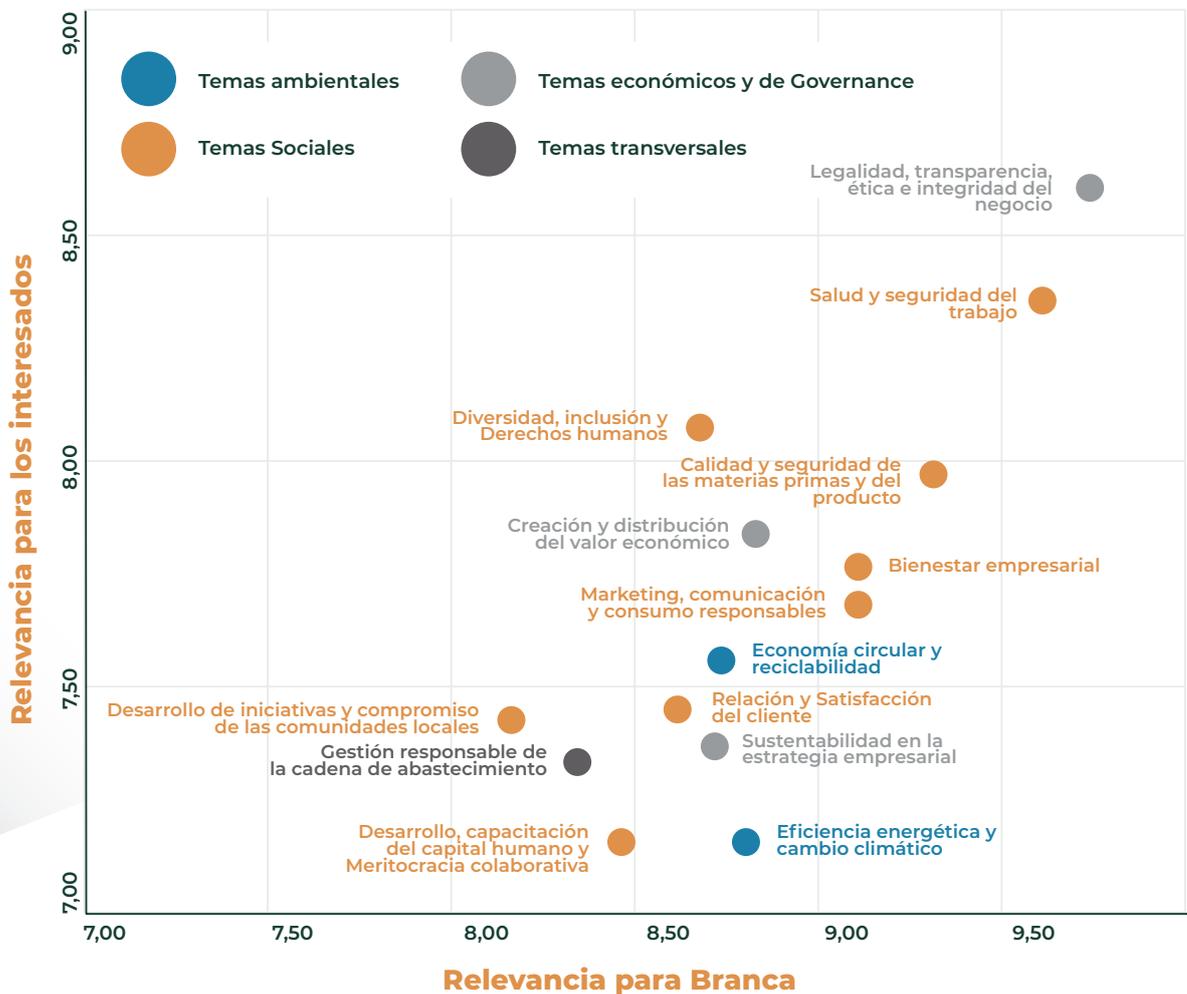
Con el objetivo de circunscribir el universo de posibles temas e identificar aquellos más relevantes para el negocio de Branca, a través de una encuesta en línea que ha involucrado directamente a 26 personas, entre CEO y gerencias de Italia, Argentina y EE.UU., para cada temática se ha evaluado el nivel de relevancia tanto del punto de vista interno, como para las partes interesadas más importantes.

TERCERA ETAPA

Construcción de la matriz de materialidad

A partir de los resultados del análisis, se ha construido la matriz de materialidad en la cual se disponen, en orden de prioridades, los 14 temas más relevantes y estratégicamente importantes para Branca. La matriz, que se presenta a continuación, ha sido compartida y validada con la Presidencia y con el Grupo de Trabajo de la empresa.

Los temas de la sustentabilidad contenidos en la matriz representan el “esqueleto” del Balance de Sustentabilidad y Concientización y en base a los mismos se han definido los indicadores, los datos y las informaciones para la rendición de cuentas en el documento. Los temas se ordenan en base a la relevancia (en una escala de 1 a 10) para Branca (eje de las x) y para los interesados (eje de las y) y se reagrupan en 4 macro-áreas: temas ambientales, temas sociales, temas económicos y de governance, temas transversales.



Los 14 temas especificados en la matriz arriba detallada son aquellos definidos como mayormente relevantes (con puntaje mayor que 7 y por ende con relevancia alta o muy alta) ordenados en base a la importancia relativa entre los mismos. Durante el análisis se han evaluado también otros 9 temas que han obtenido sin embargo puntajes más bajos, resultando ser entonces, con respecto a los otros, menos relevantes para Branca International y por lo tanto no incluidos en la rendición de cuentas.

En detalle, los temas son presentados con oportunos indicadores de los GRI Standard en diferentes capítulos del Balance de Sustentabilidad y Concientización, como se detalla a continuación (mayores detalles sobre los indicadores GRI se detallan en el apéndice).

MACRO-ÁREA	TEMAS DE LA SUSTENTABILIDAD	GRI TEMA-DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA	CAPÍTULO/S DE REFERENCIA
TEMAS ECONÓMICOS Y DE GOVERNANCE	<ul style="list-style-type: none"> • Legalidad, transparencia, ética e integridad del negocio • Sustentabilidad en la estrategia empresarial • Creación y distribución del valor económico 	<p>GRI 201: PERFORMANCE ECONÓMICA (2016)</p> <p>GRI 205: ANTICORRUPCIÓN (2016)</p> <p>GRI 307: CONFORMIDAD AMBIENTAL (2016)</p> <p>GRI 416: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES (2016)</p> <p>GRI 419: CONFORMIDAD SOCIOECONÓMICA (2016)</p>	<p>Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia</p> <p>La gestión consciente del negocio</p> <p>Creación y distribución del valor económico</p>
TEMAS SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad y seguridad de las materias primas y del producto • Relación y Satisfacción del cliente • Marketing, comunicación y consumo responsables • Bienestar empresarial • Desarrollo, capacitación del capital humano y Meritocracia colaborativa • Salud y seguridad del trabajo • Diversidad, inclusión y Derechos humanos • Desarrollo de iniciativas y compromiso de las comunidades locales 	<p>GRI 102: INFORMATIVA GENERAL (2016)</p> <p>GRI 205: ANTICORRUPCIÓN (2016)</p> <p>GRI 401: OCUPACIÓN (2016)</p> <p>GRI 402: RELACIONES ENTRE TRABAJADORES Y MANAGEMENT (2016)</p> <p>GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD DEL TRABAJO (2018)</p> <p>GRI 404: CAPACITACIÓN E INSTRUCCIÓN (2016)</p> <p>GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES (2016)</p> <p>GRI 406: NO DISCRIMINACIÓN (2016)</p> <p>GRI 412: EVALUACIÓN DEL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS (2016)</p> <p>GRI 417: MARKETING Y ETIQUETADO (2016)</p>	<p>La excelencia de los productos en Branca</p> <p>Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad del trabajo</p> <p>Branca, la cultura y el territorio</p>
TEMAS AMBIENTALES	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia energética y cambio climático • Economía circular y reciclabilidad 	<p>GRI 302: ENERGÍA (2016)</p> <p>GRI 306: DESHECHOS HÍDRICOS Y RESIDUOS (2016)</p>	<p>El ambiente: negocio sustentable y amortiguación de los impactos</p>
TEMAS TRASVERSALES	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión responsable de la cadena de abastecimiento 	<p>GRI 102: INFORMATIVA GENERAL (2016)</p> <p>GRI 204: PRÁCTICAS DE ABASTECIMIENTO (2016)</p> <p>GRI 308: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES (2016)</p> <p>GRI 412: EVALUACIÓN DEL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS (2016)</p> <p>GRI 414: EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES (2016)</p>	<p>La excelencia de los productos en Branca</p>

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 sustentabilidad, 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. Consecuentemente estos constituirán los temas objeto de divulgación, además de lo no económico-financieros.

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 – SDGs), relacionados con 160 targets y además 240 indicadores para el monitoreo, que deberían alcanzarse antes de 2030.

Considerando 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 Balance de Sustentabilidad y Concientización, para integrar los objetivos y las performances de sustentabilidad en un contexto más amplio y ambicioso, alineado con la manera del Grupo de hacer negocios y de entender el desarrollo, Branca International ha decidido referirse a los SDGs, particularmente a los targets mayormente interesados por sus propias actividades.

Este trabajo representa el primer paso de acercamiento a los Objetivos de Desarrollo Sustentable ONU, con la perspectiva de una progresiva integración en la estrategia del Grupo, además que en la rendición de cuentas, para poner en evidencia la contribución del Grupo Branca International en alcanzar sus objetivos.

	DESCRIPCIÓN OBJETIVOS	TEMAS DE SOSTENIBILIDAD BRANCA INTERNATIONAL*	TARGET SDGs CONECTADOS
	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"> • 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"> • 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

DESCRIPCIÓN
OBJETIVOS

TEMAS DE SOSTENIBILIDAD
BRANCA INTERNACIONAL*

TARGET SDGs
CONECTADOS



Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus consecuencias.

• Eficiencia energética y Cambio climático

• 13.2 Integrar las medidas para combatir el cambio climático en las políticas, en las estrategias y en los planos nacionales



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.

• Legalidad, transparencia ética e integridad del negocio

• 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



Creacion y distribucion del valor economico



Año tras año Branca sigue exportando al mundo el Made in Italy, su propio modelo empresarial consciente y la calidad de sus productos, persiguiendo una estrategia fundada en los siguientes resortes estratégicos:

LOS RESORTES ESTRATEGICOS DE BRANCA

- LAS MARCAS
- EL "HERITAGE" DEBIDO A LA PRESENCIA EN EL MERCADO CON IMPORTANTES E INNOVADORAS INVERSIONES PUBLICITARIAS DESDE HACE 175 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 el trend 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, como se describen en detalle en las páginas siguientes.

Durante 2019, 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 vermouth y de los aperitivos. Este segmento sigue obteniendo un particular interés de los consumidores, tanto en el mercado local, como en los mercados internacionales donde compite el Grupo. Además, en el transcurso del año se han lanzado dos nuevos productos en el mercado italiano - Stravecchio XO y Carpano Botanic Bitter, que serán descritos en detalle en el siguiente capítulo - y dos en el mercado argentino, Vodka Sernova y Brancamenta Ricetta Italiana.

El portafolio de los productos distribuidos, en cambio, ha adquirido algunas marcas de whisky de alto valor, aunque en volúmenes contenidos, y una marca de gin para

completar la gama.

A nivel de gestión y de innovación, durante 2019 se llevó a cabo el importante programa de digitalización del Grupo, iniciado en 2018. El programa está estructurado en diferentes corrientes interfuncionales que han involucrado transversalmente algunas sociedades, con el objetivo principal de reingenierizar, simplificar y automatizar los procesos empresariales clave y mejorar la fluidez operativa, la performance y el nivel de servicio tanto a nivel interno como externo con un puntual y continuo intercambio de informaciones y KPIs.

Entre los acontecimientos más relevantes del año, el proyecto más desafiante ha sido indudablemente el reemplazo del distribuidor histórico norteamericano con la apertura de la filial Branca USA Inc. La decisión se tomó a fines de 2018, pero solo al término de la exclusividad del distribuidor histórico fue posible comenzar a distribuir en territorio norteamericano, primero a través de la importación indirecta y sucesivamente directa. La nueva persona jurídica, totalmente en manos de Branca International S.p.A., se ha ocupado en una primera etapa de gestionar la política comercial y de desarrollar la estrategia de marketing y, una vez obtenidas las licencias necesarias, de importar directamente de la casa madre, englobando los márgenes anteriormente destinados al distribuidor. A fines de año, los números presentados por la nueva sociedad han confirmado los beneficios de la decisión tomada y de la estrategia

adoptada.

La empresa recién nacida se ha demostrado inmediatamente capaz de adaptar el modelo de negocio empresarial a las nuevas normativas establecidas por el Gobierno estadounidense, que incluyen el aumento de las tarifas y de los aranceles aduaneros aplicados directamente a los productos. Branca USA se compromete a crear las bases para un crecimiento sólido, sustentable y duradero a través de la redacción de planes de negocio anuales con el objetivo de asegurar que la filial norteamericana tenga éxito en el mercado y cree valor económico a través de la contratación de los mejores talentos del sector y la construcción de sólidas alianzas con distribuidores, clientes y agencias de marketing.

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.**

Resultados del Grupo

Los resultados de la gestión empresarial se detallan en las siguientes tablas de síntesis, que muestran los principales datos de 2019 del Estado Patrimonial y de la Cuenta de Resultados consolidadas de las sociedades pertenecientes al Grupo, o sea Fratelli Branca Distillerie S.r.l., Fratelli Branca Destilerías S.A., Branca USA Inc., Branca Real Estate S.r.l y Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., comparados con los dos ejercicios anteriores.

PRINCIPALES DATOS DE LA CUENTA DE RESULTADOS	CONSOLIDADO GRUPO		
IMPORTES EN €/000	2017	2018	2019
INGRESOS	362.931	273.238	263.533
UTILIDAD OPERATIVA BRUTA	135.497	91.445	78.666
RESULTADO OPERATIVO	130.805	85.182	71.726
RESULTADO NETO	76.639	57.541	55.894

A nivel consolidado de Grupo, los principales datos de la Cuenta de Resultados (Ingresos, Margen Operativo Bruto, Resultado Operativo) en los últimos años resultan influenciados esencialmente por variables externas, particularmente por los efectos de la devaluación del Peso Argentino.

La economía argentina, en efecto, ha registrado por dos años consecutivos una elevada tasa de inflación (53,8%) y una devaluación monetaria (59,2%) que han tenido un fuerte impacto en el poder adquisitivo de los consumidores y en el nivel de consumo. Al 31 de diciembre de 2019, los bienes de consumo masivo (como alimentos envasados, bebidas y otros bienes consumibles) habían registrado una disminución por 18 meses consecutivos y una contracción del 7,3% en relación al año anterior. La categoría de los aperitivos en la Argentina registró, en el mismo período, una disminución del 18,5%.

A pesar de las dificultades que representa un contexto desfavorable, la política empresarial fundada en la producción y en el comercio de productos de calidad y precio Premium y una adecuada gestión del control de costos han permitido a Fratelli Branca Destilerías alcanzar y mantener indicadores positivos de utilidad bruta y de resultados operativos.

A continuación se muestran en cambio los datos del Estado Patrimonial y del Estado Consolidado del Grupo (Activo Circulante y Patrimonio Neto) que, como se deduce de la tabla, no registran flexiones, sino que presentan un incremento de los valores en el trienio. Resultan con disminución en cambio los datos correspondientes a las deudas

PRINCIPALES DATOS DEL ESTADO PATRIMONIAL	CONSOLIDADO GRUPO		
IMPORTES EN €/000	2017	2018	2019
ACTIVO CIRCULANTE	570.521	584.951	616.057
PATRIMONIO NETO	527.173	580.015	622.189
DEUDAS	100.655	69.030	63.558

Datos INDEC
(Instituto Nacional de
Estadística y
Censos)/Ecolatina

Valor económico directamente generado y distribuido

La tabla a continuación muestra los datos del Balance Consolidado de Grupo reclasificados, según las indicaciones de los GRI Standard, para permitir identificar el valor económico directamente generado por la actividad productiva del Grupo – igual a los ingresos por ventas y otros ingresos – y su distribución entre algunas de las más importantes macro-categorías de interesados. Luego de una marcha estable en el trienio anterior, entre 2017 y 2019 el valor económico generado

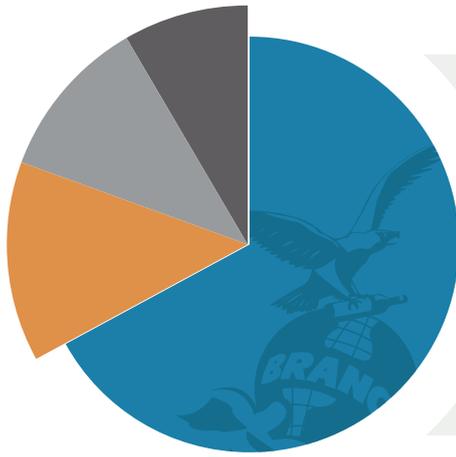
(aproximadamente 263,5 millones de € en 2019) muestra una flexión, debida principalmente a las razones detalladas en el párrafo anterior, que se refleja también en una reducción del valor económico distribuido (aproximadamente 216,0 millones de € en 2019), incluso inferior proporcionalmente a la del valor económico generado gracias al recorte de los costos empresariales y debido también a la reducción de los costos de las materias primas.

PRINCIPALES DATOS DE LA CUENTA DE RESULTADOS RECLASIFICADO

CONSOLIDADO GRUPO

IMPORTES EN €/000	2017	2018	2019
VALOR ECONÓMICO DIRECTAMENTE GENERADO			
INGRESOS	362.931	273.238	263.533
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO			
COSTOS EMPRESARIALES	201.832	154.287	144.159
COSTOS DEL PERSONAL Y BENEFICIO	26.880	17.139	22.707
PAGOS A LOS PRESTAMISTAS DE CAPITAL ⁵	22.273	32.455	27.649
PAGOS A LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	47.540	20.838	21.238
INVERSIONES EN LAS COMUNIDADES	465	323	294
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO TOTAL	298.990	225.042	216.047
VALOR ECONÓMICO RETENIDO	63.941	48.196	47.486

⁵ Se aclara que el asiento "pagos a los prestamistas de capital" considera únicamente la cuota de división distribuida por fuera de la Organización.



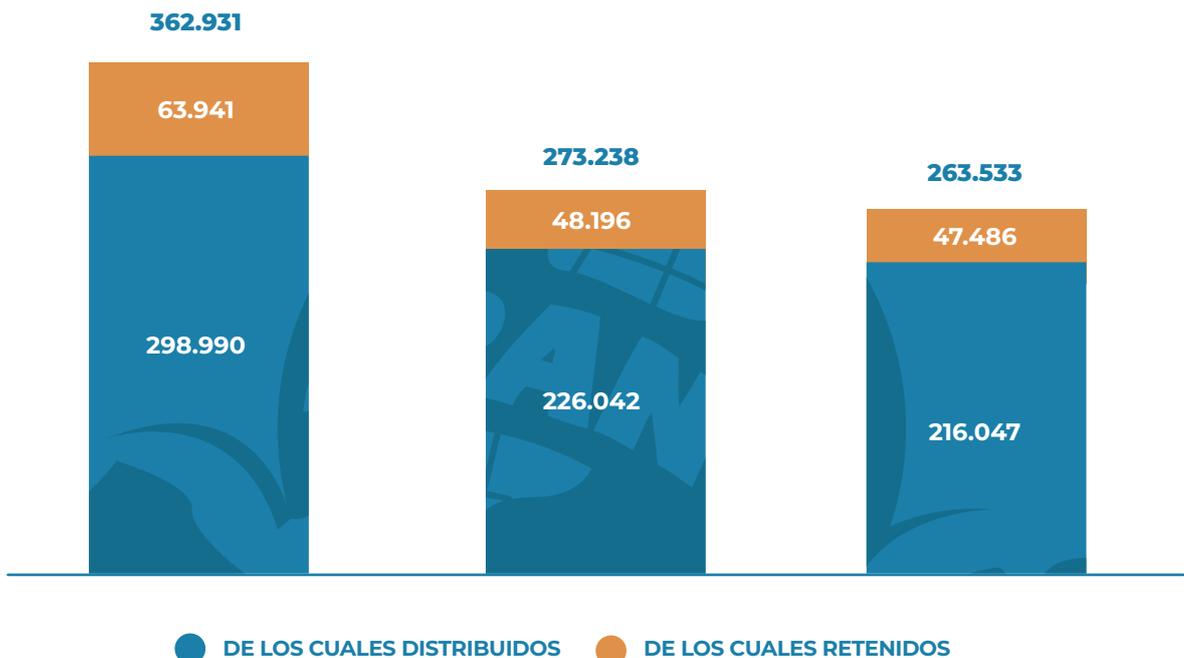
- 66,8% ● COSTI AZIENDALI
- 10,5% ● COSTI DEL PERSONALE E BENEFIT
- 12,8% ● PAGAMENTI AI PRESTATORI DI CAPITALE
- 9,8% ● PAGAMENTI PUBBLICA AMMINISTRAZIONE
- 0,1% ○ INVESTIMENTI NELLE COMUNITÀ

Más específicamente, como bien representado en el gráfico a la derecha, el valor económico distribuido ha sido destinado preferentemente (el 66,8%) a la cobertura de los costos empresariales para la adquisición de bienes y servicios (costos de producción, pagos a proveedores) y en menor medida a los salarios y a los sueldos de los empleados, como así también a la remuneración de los proveedores de capital, el Estado (a través de los impuestos) y a las inversiones en las Comunidades, por ejemplo

a través de erogaciones y liberalidades. Se informa que durante 2019 el valor económico distribuido ha permanecido relativamente estable con respecto a 2018, con una mayor flexión si lo comparamos en cambio con 2017.

Globalmente, el valor económico retenido, que es la diferencia entre valor generado y distribuido, resulta igual a aproximadamente 47,5 millones de €, estable con respecto al año anterior.

VALOR ECONÓMICO GENERADO (€/000)





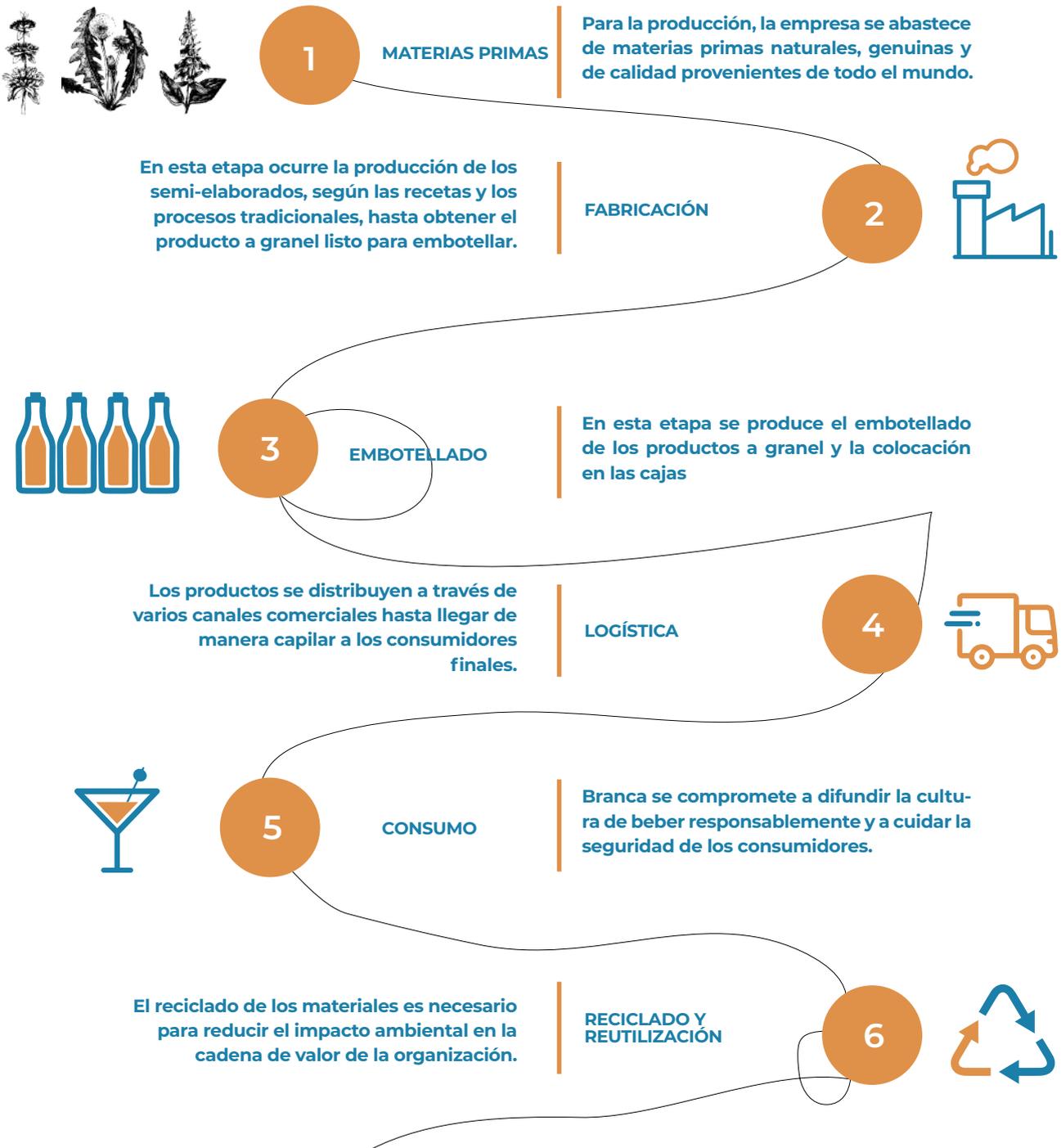
La excelencia de los productos en Branca

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.

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 fundamental por cuanto las

fuentes de abastecimiento de las materias primas, particularmente las plantas aromáticas, son distribuidas en cuatro continentes.

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.



Gestión responsable de la cadena de abastecimiento

El Grupo Branca International considera la cadena de abastecimiento como un aspecto 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 el establecimiento 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 merceológicos 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 corrección 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 partners 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.

El Grupo prefiere, en el proceso de selección, 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 monitoreo de las prestaciones del mismo y del respeto de las condiciones contractuales. Estas actividades incluyen actividades de muestreo y análisis de laboratorio, auditorías periódicas en los proveedores y evaluaciones de los eventuales incumplimientos que emerjan.

Se detallan a continuación 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 POP, POS, gift on pack);
- Servicios logísticos;
- Maquinarias e instalaciones;
- Servicios generales;
- Servicios de apoyo a la producción;
- Flotas autos de la empresa.



FOCUS EL SUMINISTRO DE CAFÉ

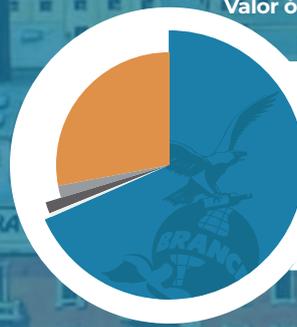
Para confirmar la adopción de los compromisos en materia de abastecimiento, la empresa productora de café, partner de Branca, atenta constantemente a la innovación tecnológica y a las normativas nacionales e internacionales de protección del ambiente y de los consumidores, ha cumplido los siguientes pasos:

- Implementación del Sistema de Calidad según la norma ISO 9001, que involucra toda la cadena productiva con el objetivo de garantizar elevados estándares cualitativos y una mayor satisfacción del cliente final (Certificación ISO 9001 – Reglamento o2);
- Adopción del “Modelo de organización, gestión y control” según lo previsto por el D.Lgs 231/01: si bien es facultativo, la adopción de este modelo se considera una oportunidad para reforzar el sistema de control y sensibilizar los recursos utilizados para la prevención de los delitos;
- Adopción de un Código Ético, como garantía de la transparencia y de la equidad que caracterizan las relaciones comerciales.



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



Valor órdenes de compra 2019 por área geográfica (%)

- 69,0% ● ITALIA
- 28,2% ● EUROPA (EXCEPTO ITALIA)
- 1,4% ● ASIA
- 0,7% ● AFRICA
- 0,6% ● ARGENTINA
- 0,1% ● AMERICA (EXCEPTO ARGENTINA)

En 2019, 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. Parte de las compras de la sociedad se realizan a través de la utilización de brokers

con quienes Fratelli Branca Distillerie colabora a los fines de garantizar una elevada calidad de las materias primas adquiridas. Estos brokers, utilizados para las compras de algunos tipos de materiales, tienen el rol de monitorear el mercado y de abastecerse de proveedores

que, en el período de referencia, ofrecen la mejor materia prima del mercado. Consecuentemente, para algunos materiales de los que se abastece la empresa, la proveniencia de un proveedor/broker puede ser diferente respecto del origen del material adquirido.

	2017		2018		2019	
	NÚMERO PROVEEDORES	VALOR O. DE COMPRA (%)	NÚMERO PROVEEDORES	VALOR O. DE COMPRA (%)	NÚMERO PROVEEDORES	VALOR O. DE COMPRA (%)
TOTALE	86	100,00	70	100,00	72	100,00
ITALIA	64	79,3	52	55,2	57	69,0
EUROPA (EXCPTO ITALIA)	19	16,2	14	42,3	11	28,2
ARGENTINA	1	0,3	1	0,3	1	0,6
AMÉRICA (EXCEPTO ARGENTINA)	0	0,00	0	0,00	1	0,1
ASIA	1	3,6	2	1,6	1	1,4
ÁFRICA	1	0,6	1	0,6	1	0,7

6 El desglose por área geográfica del valor del pedido se realizó teniendo en cuenta el origen del material comprado y no el origen del proveedor / corredor al que se compró el material.

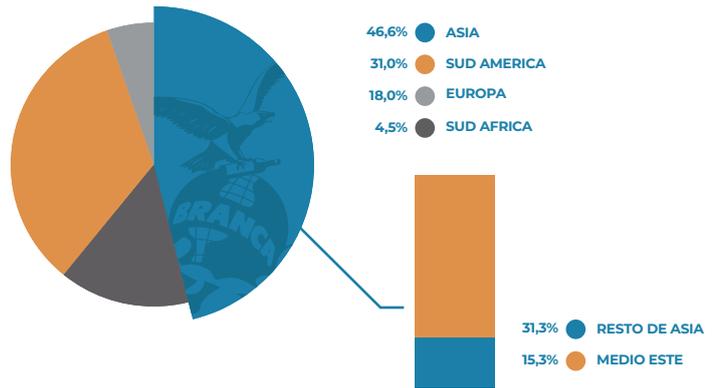
Como surge de la tabla arriba detallada, aproximadamente el 97% del valor de las órdenes de compra efectuadas en 2019 ha sido dirigido a proveedores italianos o europeos: esto se debe en gran parte a la decisión de servirse de proveedores locales para

el abastecimiento de los materiales para el packaging - categoría que incide en mayor medida en las compras - a los fines de garantizar la calidad y minimizar el impacto de la logística. Diferente es, en cambio, el escenario correspondiente a

otros tipos de materias primas, como las hierbas, las especias y las raíces, o bien aquellos elementos más directamente relacionados con la calidad del producto. En efecto, como se puede apreciar en el gráfico que se muestra a continuación, se

observa un panorama mayormente internacional, que nos muestra que estos materiales provienen de diferentes áreas del mundo, particularmente de Sudamérica y del continente asiático; esto da testimonio de la búsqueda de la excelencia del Grupo, que a lo largo de los años ha identificado y seleccionado las materias primas para destinarlas a su propia producción.

MATERIAS PRIMAS SECAS, (HIERBAS, ESPECIAS Y RAÍCES) POR ÁREA GEOGRÁFICA - 2019



Como ya descrito anteriormente, el proceso de evaluación de los proveedores tiene en cuenta diferentes criterios. Particularmente, se prevé la redacción de un cuestionario de evaluación, preparado por Branca, que especifica:

- 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 customer service;
- Gestión del riesgo, a través de la verificación y evaluación de los procesos de gestión del riesgo.

El Grupo ha adoptado además una estrategia de cuidado del medio ambiente para garantizar el abastecimiento de productos y servicios lo más ecológico y sustentables posibles, teniendo en cuenta también la valoración costo-beneficio. Más del 87% 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.

7 La tabla muestra a 24 proveedores calificados de materias primas y materiales de embalaje primarios. Estos proveedores representan, del total de las compras, alrededor del 80% de la facturación.

PORCENTAJE DE PROVEEDORES CALIFICADOS QUE POSEEN ALGUNAS DE LAS CERTIFICACIONES (%) (FRATELLI BRANCA DISTILLERIE)

	2019
ISO 9001	58,3%
ISO 14001	29,2%
OHSAS 18001/ISO 45001	25,0%
ISO 2200, BRC, IFS (en materia de seguridad alimentaria)	16,7%
% DE PROVEEDORES CON AL MENOS UNA CERTIFICACION	87,5%

Por último, el 100% de los nuevos proveedores es evaluado incluyendo los criterios ambientales y sociales.

Fratelli Branca Destilerías



Valor órdenes de compra 2019 por área geográfica (%)

- 89,7% ● ARGENTINA
- 3,1% ● ITALIA
- 4,7% ● EUROPA (ITALIA ESCLUSA)
- 1,7% ● AFRICA
- 0,5% ● AMERICA (ARGENTINA ESCLUSA)
- 0,2% ● ASIA

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 etapa de selección del proveedor, la sociedad realiza una evaluación económica del servicio conjuntamente con una evaluación cualitativa: para cada proveedor identificado, se realiza una evaluación en base a algunos análisis previstos en

el estándar de calidad adoptado y, luego de esta verificación, se realiza la fase de selección del proveedor. Tratándose en ambos casos de lugares de producción, los principales tipos de bienes y servicios adquiridos por Fratelli Branca Destilerías coinciden sustancialmente con las categorías ya especificadas para Fratelli Branca Distillerie. Particularmente, las primeras dos categorías de bienes y servicios adquiridos representan el 86% del total del valor de las compras (mercado local) mientras que la categoría correspondiente a las materias primas

secas representa el 14% del valor de las compras (de importación). En 2019, Fratelli Branca Destilerías ha colaborado con 24 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 brokers, cuya proveniencia puede diferir respecto del origen del material adquirido.

NÚMERO DE PROVEEDORES Y VALOR DE LAS ÓRDENES DE COMPRA EMITIDAS SUBDIVIDIDAS POR ÁREA GEOGRÁFICA

	2017		2018		2019	
	NÚMERO PROVEEDORES	VALOR O. DE COMPRA (%)	NÚMERO PROVEEDORES	VALOR O. DE COMPRA (%)	NÚMERO PROVEEDORES	VALOR O. DE COMPRA (%)
TOTALE	19	100,00	23	100,00	24	100,00
ITALIA	1	0,6	5	1,4	5	3,1
EUROPA (EXCPTO ITALIA)	4	6,3	4	5,2	5	4,7
ARGENTINA	10	87,4	12	89,0	9	89,7
AMÉRICA (EXCEPTO ARGENTINA)	3	0	0	0	2	0,5
ASIA	0	0	0	0	1	0,2
ÁFRICA	1	5,7	2	4,4	2	1,7

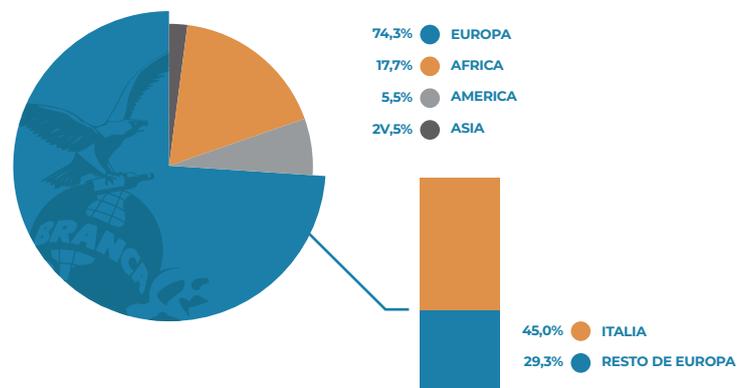
8 El desglose por área geográfica del valor del pedido se realizó teniendo en cuenta el origen del material comprado y no el origen del proveedor / corredor al que se compró el material.

Según se muestra en la tabla, el valor de las órdenes de compra emitidas se concentra casi en su totalidad en la Argentina (89,73%).

Si se analizan otros tipos de materias primas, como por ejemplo hierbas, especias o raíces, se observa un panorama mayormente internacional que, al igual que la filial italiana, indica que estos materiales provienen de diferentes partes del mundo, particularmente de Europa y del continente africano, como se ilustra a continuación.

Con respecto en cambio al proceso de calificación de los proveedores se informa que el 100% de los proveedores de Fratelli Branca Destilerías posee al menos una certificación entre sistema de gestión de la calidad, ambiental, energía, salud y seguridad y/o seguridad alimentaria.

MATERIAS PRIMAS SECAS (HIERBAS, ESPECIAS Y RAÍCES) POR ÁREA GEOGRÁFICA - 2019



PORCENTAJE DE PROVEEDORES CALIFICADOS QUE POSEEN ALGUNAS DE LAS CERTIFICACIONES (%)⁹ (FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS)

⁹ La tabla se refiere a 24 proveedores calificados de materias primas y materiales de empaque primario. Estos proveedores representan alrededor del 80% de la facturación del pedido total.

	2019
ISO 9001	81,8%
ISO 14001	36,4%
OHSAS 18001/ISO 45001	18,2%
ISO 2200, BRC, IFS (en materia de seguridad alimentaria)	27,3%
% DE PROVEEDORES CON AL MENOS UNA CERTIFICACIÓN	100%



Branca USA

Con respecto a Branca USA, en el primer año de actividad el objetivo prefijado con respecto a la cadena de abastecimiento ha sido el de estructurar alianzas empresariales con tres jugadores específicos, o bien transportistas internacionales, transportistas nacionales y brokers de clientes, todos evaluados como técnicamente válidos y comercialmente bien posicionados. Branca USA en efecto está estructurada como para organizar envíos oceánicos eficientes desde la planta de Milán hasta los 3 socios identificados. Los depósitos administrados están estratégicamente posicionados para asegurar la máxima eficiencia cerca de los dos principales centros logísticos, en New Jersey y en California. Además todos los movimientos domésticos están focalizados en la optimización de los transportes intermodales (ej. agua-ruta), contribuyendo de este modo a una significativa reducción de las emisiones de carbono de la

empresa a la atmósfera. Los forwarders y las sociedades de autotransporte están sujetos a revisiones anuales de las ofertas de servicio, garantizando transparencia a lo largo de toda la cadena de abastecimiento, con una completa trazabilidad de cada producto embotellado, desde su origen hasta el consumidor final.

En 2019 Branca USA se ha relacionado con un total de 10 proveedores, todos estadounidenses, de los

cuales el 20% posee al menos una certificación. A partir del próximo año, la sociedad está evaluando desarrollar específicas iniciativas de capacitación para sus partners, particularmente en materia de reciclado de los materiales utilizados en el transporte y en el packaging, además de llevar a cabo actividades de screening en los nuevos proveedores relacionadas con temáticas ambientales, sociales y de derechos humanos.

PORCENTAJE DE PROVEEDORES CALIFICADOS QUE POSEEN ALGUNA CERTIFICACIÓN (%) BRANCA USA)

	2019
ISO 9001	10,0%
ISO 14001	10,0%
OHSAS 18001/ISO 45001	10,0%
ISO 2200, BRC, IFS (en materia de seguridad alimentaria)	0%
% DE PROVEEDORES CON AL MENOS UNA CERTIFICACIÓN	20,0%

La calidad y seguridad de las materias primas y del producto



La protección de la autenticidad de las hierbas medicinales y el cuidado en la calidad de los ingredientes naturales importados de los cuatro continentes han sido siempre elementos imprescindibles de la actividad productiva de Branca. El riguroso control de calidad de la cadena productiva y el respeto de las fórmulas originales son, aún hoy, la confirmación de los valores que representan al Grupo: la innovación en el respeto de la tradición y la búsqueda de la excelencia en todos los ámbitos.

Branca confirma además que quiere garantizar, como se reitera también en el Código Ético, corrección y honestidad en las relaciones empresariales en todos los Países donde opera. El Grupo se compromete en efecto a verificar constantemente lo actuado por sus partners y terceros colaboradores, para asegurarse de que se comporten de manera ética y equitativa, en el respeto de los ambientes de trabajo y de la personalidad y dignidad del individuo en todas partes del mundo.

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. El Grupo en efecto considera como uno de sus objetivos primarios el asegurar la excelencia de sus productos en el mercado. 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.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Para sostener el mejoramiento continuo de sus procesos productivos y afirmar su presencia en la cadena alimentaria como sinónimo de calidad, Fratelli Branca Distillerie ha implementado un sistema de gestión de la Calidad y Seguridad Alimentaria certificado según el estándar ISO 22000 (verificado y confirmado en septiembre 2019), en cuya base se coloca la política de Calidad empresarial, punto de referencia para el enfoque societario a la calidad. Esta última, en efecto, se remite

explícitamente al Código Ético, en la que se indican los valores fundamentales de la empresa y las líneas guía operativas para la Calidad y para la seguridad alimentaria. A través de la adopción de este sistema de gestión, Fratelli Branca Distillerie pretende asegurar el más profundo cuidado respecto de las personas que adquieren los productos Branca, garantizando a los mismos calidad, seguridad y confiabilidad. Un ente certificador verifica anualmente el respeto de los siguientes principios:

- calidad y seguridad de los productos (seguridad alimentaria);
- comunicación interna y a lo largo de la cadena;
- eficacia del sistema hazard analysis critical control point (haccp);
- trazabilidad de las actividades desarrolladas;
- precisión en la selección de los proveedores y de las materias primas;
- aplicación constante del Código Ético Empresarial.

Fratelli Branca Distillerie se compromete además para que se garanticen productos de alta calidad, seguros bajo todo punto de vista, realizados con herramientas y procedimientos tecnológicos seguros y avanzados respetando las normas legales y los reglamentos vigentes en los Países en los que opera.

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos arriba indicados, la sociedad realiza una actividad constante de investigación y desarrollo – tanto en la óptica de la adecuación normativa, como de posibilidades de oferta en el mercado –, adoptando herramientas y sistemas de control en el proceso productivo y a lo largo de toda la cadena de valor.

Con respecto a las herramientas del proceso productivo, se han desarrollado las siguientes iniciativas:

Son fundamentales, además, la indicación de eventuales sustancias alergénicas, como así también la presencia de logos en la etiqueta para indicar las modalidades de la adecuada descarga del container y los avisos sobre el consumo responsable.

Con respecto a la oferta en el mercado italiano, como ya informado en los párrafos anteriores, en 2019 Fratelli Branca Distillerie lanzó dos nuevos productos: en julio el Carpano Botanic Bitter, que representa una novedad de la gama y apunta a aprovechar una nueva oportunidad de negocio en un mercado altamente competitivo y, en septiembre, Stravecchio XO, que se suma a Stravecchio Branca, dirigido a un target de consumidores más exigentes.

Por último, como previsto por la normativa vigente en materia de seguridad alimentaria, la sociedad está constantemente comprometida en la evaluación de los riesgos para la salud de los consumidores a lo largo de todas las etapas del ciclo de vida de los productos y garantiza una capacitación periódica a los empleados comprometidos con la producción en relación a los aspectos de higiene y seguridad alimentaria.

Con respecto a la protección de la cadena de valor, en 2019 Fratelli Branca Distillerie ha desarrollado las siguientes

iniciativas:

- selección preventiva de los proveedores y monitoreo en etapa de abastecimiento;
- verificaciones de cumplimiento de las materias primas a las especificaciones definidas, tanto en fase de oferta, como de compra;
- implementación de controles al proceso de automatización de la cadena de producción, a los fines de garantizar una calidad de productos siempre constante;
- verificaciones y monitoreos a lo largo de la cadena productiva, desde el ingreso de las materias primas hasta la distribución de los productos;
- trazabilidad y rastreabilidad de los productos;
- verificaciones y tests periódicos de recall de los productos a los fines de garantizar una pronta respuesta de la empresa en la eventualidad de casos defectuosos vinculados a la food safety. Es importante señalar que no se han informado o detectado incumplimientos relacionados con la normativa/códigos de autoreglamentación, ni luego de un control interno, ni frente a una inspección por parte de la autoridad competente, el Ministerio de las políticas agrícolas alimentarias y forestales, en mérito al etiquetado de los productos.

- **Desarrollo del etiquetado:** el etiquetado de todos los productos comercializados en el ámbito de la Unión Europea está alineado con el reglamento europeo en la materia (Reglamento (UE) n. 1169/2011). Las etiquetas llevan impresa la información sobre la utilización segura del producto y sobre los impactos ambientales y/o sociales relacionados, en el caso que aquellos productos estén destinados a Países en los que este tipo de información esté prevista por ley.

Por lo que respecta en cambio a la promoción de un consumo responsable de las bebidas alcohólicas, en las etiquetas – y particularmente en algunos productos específicos – llevan impresas indicaciones sobre la mejor modalidad de degustación. Se señala, además, que durante el período de rendición de cuentas no se ha verificado ningún incumplimiento a reglamentos o a códigos voluntarios relacionados con la información y el etiquetado de los productos Branca;

- **Compromiso continuo** en la 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.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Fratelli Branca Destilerías ha implementado también en la Argentina un Sistema de Gestión de Calidad y Seguridad Alimentaria, fundado en la norma ISO 22000, certificado desde 2007 por Bureau Veritas y acreditado por el ente UKAS. Cada año la sociedad recibe la auditoría de recertificación por parte del mismo ente certificador con resultados satisfactorios: en 2019, particularmente, no se han señalado ningún incumplimiento y ninguna observación.

El objetivo empresarial, 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 alcanzar estos objetivos, la empresa se ha provisto de:

- un conjunto de documentos empresariales estratégicos, compuestos por: manual del Sistema de Gestión de Calidad y Seguridad Alimentaria, manual de buenas prácticas de fabricación, el plan HACCP, POES y procedimientos, instrucciones y procedimientos operativos para la implementación de los requisitos de las normas;
- Buenas Prácticas de Buena Fabricación (GMP);

- Plan de capacitación del personal;
- Análisis de los peligros y de los puntos críticos de control (HACCP);
- Monitoreo de los puntos críticos de control, de las actividades de GMP (Good Manufacturing Practices) y de la aplicación de los POES (Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento);
- En la etiqueta del producto, por último, se detallan pictogramas que brindan la indicación del packaging reciclable utilizado y pictogramas de advertencia sobre los riesgos del consumo para las mujeres embarazadas.

Por lo que respecta a los KPI internos relacionados con la temática de la calidad del producto, en el último año se han registrado notables progresos que certifican un compromiso y una evolución constante de la empresa;

- índice de las Buenas Prácticas de Fabricación (GMP): el reporte, basado en auditorías internas mensuales, ha evidenciado un mejoramiento en el período igual a once puntos porcentuales, en base a una serie de criterios que tienen en cuenta el incremento de la higiene empresarial, una más amplia capacitación del personal y avances en la infraestructura;
- número de reclamos de los consumidores: durante 2019 se ha alcanzado el objetivo empresarial de reducción del número de reclamos anuales por parte de los consumidores, de 115 bajaron a 50;
- ahorros energéticos y de proceso: gracias a la optimización de los procesos de maceración y a los perfeccionamientos técnicos de las maquinarias (que incluyeron los costos de retratamiento y los tiempos de parada de máquinas) se ha registrado un incremento, en términos de ahorro energético y de proceso, comprendido entre los ocho y los doce puntos porcentuales

Entre las iniciativas auspiciadas por Fratelli Branca Destilerías, podemos citar las siguientes:

- el lanzamiento de nuevos productos (vodka Sernova y Brancamenta Ricetta Italiana, ambos en 2019) y nuevos envases (botella de 3 litros con pico vertedor);
- controles de calidad en todos los puntos de la cadena productiva (materias primas, semielaborados y productos terminados);
- desarrollo y validación de técnicas analíticas para la determinación de la calidad de las materias primas y actualización de las técnicas analíticas para semielaborados y productos terminados;
- desarrollo e instalación de nuevos equipamientos capaces de optimizar los tiempos de trabajo (reduciendo las operaciones manuales), de incrementar la higiene de los procesos y de reducir los consumos energéticos. En el sector manufacturero, particularmente, los procesos productivos han integrado una automatización del sistema de recepción y entrega de las bebidas alcohólicas, mejorando los procedimientos y optimizando los costos;
- desarrollo de nuevos materiales de embalaje como etiquetas laminadas que brindan una mayor luminosidad, garantizan una buena consistencia en el embalaje y favorecen la facilidad de recirculación;
- introducción de un sistema de "Wrap-around" packaging, para optimizar el proceso de empaque, y realización de un nuevo diseño de las cajas para algunos productos (vodka Sernova) optimizando los espacios y la dinámica del proceso de producción;
- mejoramiento en el desarrollo del tapón de cierre para los productos Fernet-Branca y Brancamenta Ricetta Italiana, para los que se ha previsto un nuevo diseño, reproponiendo el de la parte superior del Fernet-Branca italiano con el agregado de la palabra "Branca" en los puentes para demostrar el correcto cierre de origen y obstaculizar eventuales adulteraciones.

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 coincide 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.

En Branca, 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. Todas las campañas publicitarias, siempre atentas al contexto y al contenido, contienen un mensaje vinculado al consumo responsable y se basan en las creativities que ponen especial atención al cuidado de los menores, al consumo de alcohol mientras se conduce y a las mujeres embarazadas. La comunicación comercial en los medios televisivos se transmite exclusivamente en el horario de protección al menor, evitando, en el caso de Fratelli Branca Distillerie, asociaciones con el mundo del deporte y de los motores. Cada aviso, video promocional o spot publicitario, además, muestra la advertencia “Beber con moderación, prohibida su venta a menores de 18 años”.

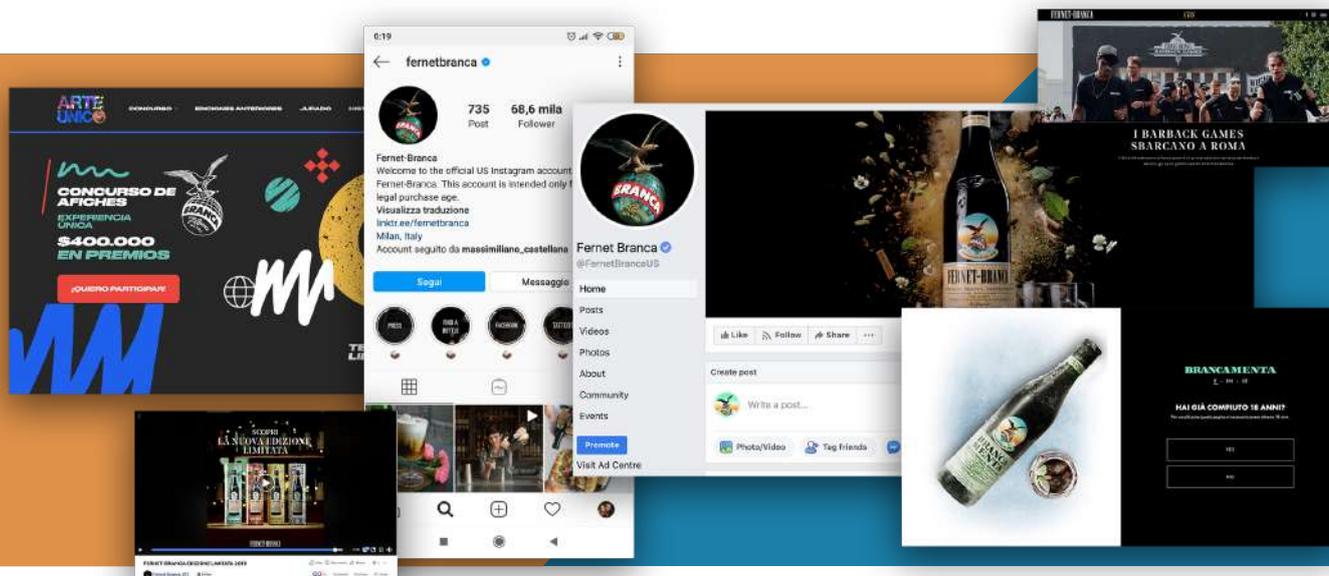
Fratelli Branca Destilerías promueve además con mucho énfasis los mensajes que invitan a un consumo responsable y a difundir una cultura del beber orientada a la exaltación del “compartir”, particularmente a través de campañas, stand promocionales y etiquetados en los productos. La sociedad argentina ha activado además controles específicos relacionados con las actividades de degustación que se llevan a cabo en su

sede a los fines de monitorear el consumo de los visitantes y tiene prevista la instalación de un afiche informativo relacionado con la prohibición del consumo de bebidas alcohólicas por parte de los menores de edad en sus propios stand promocionales.

A nivel de etiquetado, las mismas recomendaciones sobre el consumo responsable se detallan en los productos de Fratelli Branca Distillerie en Italia y Fratelli Branca Destilerías en la Argentina.

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.

Por lo general, la comunicación a través de los medios masivos es un área muy controlada. Además de la Netiquette, que a través de la plataforma Facebook invita al consumo responsable de los productos, Branca desarrolla una constante actividad de monitoreo de los contenidos digitales producidos o conducidos por sus proveedores, sigue de manera constante las Fanpages – tanto las que administra directamente, como aquellas creadas por terceros – a través de un sistema de moderación activo, y lleva adelante una actividad de informes de prensa online y tradicional. 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 cree firmemente que, para promocionar el consumo responsable y compartir sus valores con un público amplio, son fundamentales el diálogo y la colaboración con las instituciones y las asociaciones de categoría. Para este fin, el Grupo en Italia participa en la redacción de las líneas guía asociativas sobre el Consumo Responsable, particularmente a través de Federvini y Federalimentare, que dependen ambas de Confindustria, y Centromarca. La Cámara Argentina de Destiladores Licoristas ha lanzado en cambio un programa de Responsabilidad Social Empresaria relacionado con el tema del consumo responsable, donde participa Fratelli Branca Destilerías, y que prevé, entre las diferentes actividades, la sensibilización de padres e hijos sobre los temas del consumo responsable y del monitoreo del nivel de

alcohol. Además de las actividades de marketing y promoción, en Branca el cuidado de los consumidores pasa también por las actividades de investigación y desarrollo, certificación, fabricación, producción y distribución. Todas estas actividades están pensadas y administradas poniendo como centro el cuidado de la salud del consumidor que representa, entonces, un valor de referencia esencial en la conducción del negocio. El código Ético y el código de Conducta de Fratelli Branca Distillerie aseguran además que en todas las relaciones establecidas con los interesados se respeten los valores y los principios fundadores del Grupo. Inclusive entre los principios de la Economía de la Concientización, que guían el desarrollo sustentable de todas las actividades del Grupo, se pone especial atención al tema de la calidad de vida de las personas, que se alcanza a través de la concientización

de la interdependencia entre todos los seres humanos y entre todas las actividades, dentro de la empresa y fuera de ella. Se señala también que la recién nacida 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.

Satisfacción y Relación con los clientes

La satisfacción del cliente es uno de los objetivos más importantes de Branca. Con respecto a las temáticas de la Calidad, la empresa tiene mucho cuidado en mantener estándares de calidad constantes y elevados, en garantizar atención a los clientes/consumidores recogiendo los diferentes pedidos de informaciones, notificaciones y quejas y brindando respuestas adecuadas.

La satisfacción del consumidor final y el compromiso de la comunidad de los bartenders 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. En este sentido, las actividades

de comunicación desarrolladas por las marcas en forma individual se basan en la transparencia y en la importancia de los contenidos, en brindar elementos de diferenciación y unicidad (ej. Accademia Branca), en valorizar elementos comunes entre las marcas y las comunidades de las que forman parte (ej. la ciudad de Milán, las *barladies*, etc.).

Resulta siempre elevada, en efecto, la atención del Grupo en poner a disposición de los clientes/consumidores finales canales de comunicación directos, inmediatos y de fácil localización con las diferentes empresas (soluciones web, mail, invitaciones a visitas a la planta, etc.).

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Entre las principales iniciativas de comunicación, relación y participación de los clientes, de los consumidores y, más en general, de los interesados, realizadas en este último año por Fratelli Branca Distillerie, podemos destacar:



Creación del cocktail "BrancaMilano" en el mes de abril de 2019, donado a la Ciudad de Milán y cuya receta ha sido entregada al Intendente Giuseppe Sala



Presencia de la marca Fernet-Branca en ocasión de la Milano Design Week 2019, durante la cual se expusieron piezas originales (cuadros, material de visibilidad, etc.) de la colección Branca en los bares y en las disco de Milán que ofrecían el cocktail BrancaMilano. El proyecto tuvo también la colaboración de los estudiantes de la Academia de Brera quienes narraron y documentaron la evolución de la vida y del arte en los cafés literarios



Realización de la campaña para el lanzamiento de Carpano Botanic Bitter gracias a la participación de bartenders en los videos narrativos y en la preparación de los cocktails, para apoyar a la comunidad femenina en la categoría bartender (octubre-diciembre 2019)

Creación de la "Academia Branca", un recorrido de capacitación de seis meses, gratuito en 2019, en la sede de Branca Distillerie para apoyar a los bartenders con talento para convertirse en bar managers. En el curso se profundizan los temas que no son generalmente tratados en masterclass de este tipo (desde el resultado económico de un cocktail y de un bar hasta las implicancias de la gestión de un bar en Milán en vez de Londres o New York, desde los conocimientos para interpretar la atmósfera y la predisposición de los clientes hasta las técnicas de yoga para controlar el estrés, desde la comunicación digital para promoverse a sí mismo y a su propio bar hasta la importancia de crear comunidades y sistemas). De mayo a diciembre 2019 el proyecto permitió capacitar a 50 bartenders en 2 cursos



Por último, siempre en 2019, se actualizó y consolidó el procedimiento de gestión de las notificaciones/incumplimientos externos.



Primera edición italiana de los Barback Games: incluidos en el contexto del Bar Show de Roma, el 23 y el 24 de septiembre de 2019, los juegos con el sello Fernet-Branca abarcaron más de 200 participantes entre barbacks y bartenders y un público de aproximadamente 1.000 personas. Lanzados en 2017, los barback games se organizaron por primera vez en San Francisco y se convirtieron en poco tiempo en uno de los tour-bar más importantes del mundo. La competición prevé una serie de desafíos bastante exigentes. El objetivo es utilizar fuerza, velocidad y resistencia de manera tal que cada barback pueda demostrar que es crucial para el funcionamiento del bar. Durante la competencia, en efecto, los participantes muestran las habilidades que todas las noches les permiten garantizar a la clientela el servicio constante, cocktails impecables y noches inolvidables. Los barbacks representan un momento único para alimentar, desarrollar y fidelizar la comunidad de los bartenders y de todo el staff que trabaja detrás de la barra

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).

El fortalecimiento de estos canales ha permitido en efecto el establecimiento de una relación constructiva con los consumidores y que ha influido positivamente en el desarrollo de nuevos productos (Brancamenta Ricetta Italiana, Sernova); especialmente, gracias a los numerosos sondeos y tests realizados en todo el territorio nacional, ha sido posible señalar y aportar numerosos mejoramientos o modificaciones en la formulación de los productos, alcanzando en última instancia una más amplia y positiva recepción de estos últimos por parte de los consumidores finales.

A continuación el panorama de las principales iniciativas realizadas en 2019 por Fratelli Branca Destilerías:



También en la Argentina en 2019 se lanzó la Academia Branca, cuyo programa ha sido ilustrado a los 70 bartenders invitados en la Red House. El proyecto consiste en la creación de un espacio de capacitación permanente en la planta de Tortuguitas, donde se intercambiarán los conocimientos sobre las principales marcas Branca y se compartirán experiencias y testimonios de expertos sobre la preparación de cocktails. Al término del evento se presentó el primer ciclo de capacitación que se propone brindar a los bartenders las mejores "herramientas" para su trabajo y crear un espacio de crecimiento donde poder intercambiar experiencias y conocimientos



Por primera vez en 2019 Branca estuvo presente en el Festival musical Lollapalooza, el más importante de la Capital Federal y del Gran Buenos Aires y uno de los más importantes del mundo. El 29, 30 y 31 de marzo Fernet Branca desarrolló, en un espacio creado a tal fin, experiencias y momentos únicos de diversión con diferentes actividades y sorpresas, siempre dirigidas a un público mayor de 18 años, entre las cuales armar un propio DJ Set, vivir una experiencia en realidad virtual con láser o dedicarse al arte con grafitis digitales, recibiendo regalos y recuerdos

El 9 y el 10 de febrero Branca participó en el Cosquín Rock 2019, que se lleva a cabo en las sierras de Córdoba, desarrollando una campaña de 360°, bajo la denominación de "Paraíso Fernetista", y que organizó actividades de promoción en las redes sociales, sorteos para la distribución de remeras temáticas, una campaña de comunicación vial, copas temáticas a la venta en los más importantes supermercados, además de una fuerte presencia de la marca en los espacios Fanatic VIP, en el Musicians Bar y con el Branca Truck



En el ámbito de un evento organizado en la antigua sede de uno de los más importantes bancos de Buenos Aires, se presentó en 2019 la primera moneda Branca en la Argentina, un objeto de colección que representa los íconos de la cultura argentina, conocido entre la comunidad de los apasionados de las marcas de Branca en todo el mundo y presente en más de 20 Países

Fernet-Branca estuvo presente en la edición 2019 del Rally WRC llevado a cabo en Córdoba entre el 25 y el 28 de abril, en el cual la etapa más famosa de la carrera, la "Super Especial" fue bautizada con el nombre de "Fernet Branca". Al término de la competencia, durante la ceremonia de premiación, el piloto y copiloto del equipo ganador recibieron el Trofeo Fernet-Branca (única marca que premia a los ganadores), especialmente diseñado para este Rally. En este evento estuvo presente también la carpa Rallymanía, donde los amantes de las competencias automovilísticas, en los espacios dedicados, tuvieron la oportunidad de degustar el tradicional trago "Branca con Cola".

Fernet-Branca, además, fue el sponsor oficial de la MXGP Patagonia Argentina 2019, primera fecha del Campeonato del Mundo de Motocross, apoyando las actividades deportivas más extremas y reforzando la fidelidad de los consumidores



La campaña de comunicación Fernet-Branca Digital Media, cuya estrategia se fundó en 3 pilares – Receta; Lifestyle/Eventos; Heritage/Historia/Familia – obteniendo importantes resultados en las redes sociales en términos de interacción y participación, a la que se agrega la campaña de prensa para la promoción del vermouth Antica Formula, realizada en importantes publicaciones y guías como New Yorker, Wired, Sports Illustrated, Vanity Fair, NYTimes Sunday Magazine, SF Chronicle Gift Guide, Chicago Tribune Gift Guide



Tales of the Cocktail
Branca participó en el importante congreso comercial, en tres diferentes eventos: Grab-and-Geaux cocktail breakout, Spirited Dinner, Tasting Room.

Bar Convent Brooklyn
En el evento Branca montó un stand en el piso principal y auspició el área cocktail de bienvenida (focalizada en el Fernet-Branca). Se distribuyó también una moneda temática dedicada al evento.

Camp Runamuck
En la edición 2019 del camp que se organiza en Kentucky, Branca auspició un almuerzo para los “Camp Runamuck Branca Campers”, los participantes que en las anteriores ediciones habían sido huéspedes del Fernet-Branca Camper.

Durante el evento Branca organizó un Happy Hour y un tour donde los participantes fueron en persona a buscar los ingredientes para preparar cena y cocktails.

BRANCA USA

Al igual que las otras sociedades del Grupo, Branca USA cree fuertemente en el poder de la comunicación y en la relación con su propia clientela, estudiando y monitoreando periódicamente la evolución del mercado estadounidense para mantener una elevada calidad y brindar un valioso input a la sede central.

Entre las principales iniciativas llevadas a cabo en 2019 citamos:

El Branca Bar Tour – una iniciativa para involucrar a los consumidores haciéndoles conocer la historia de los productos Branca, también a través de degustaciones – y los Branca Games, la competición anual, entre las mejores del sector, que alcanzó en 2019 la doceava edición con más de 2.000 bartenders involucrados y 12 eventos regionales, además de las finales en San Francisco.



Speed Rack

Branca participó en el evento, una competencia nacional de cocktails, que tiene como protagonistas a las mejores barteadas, poniéndolas cabeza a cabeza en desafíos de tiempo, y cuyos ingresos se destinaron a iniciativas de educación, prevención e investigación sobre cáncer de mama. En esta ocasión Branca vendió monedas donando lo recaudado para beneficencia.





Las personas

PERFIL, BIENESTAR, SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Como anticipado anteriormente, para Branca Internacional, 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 Concientización.

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.

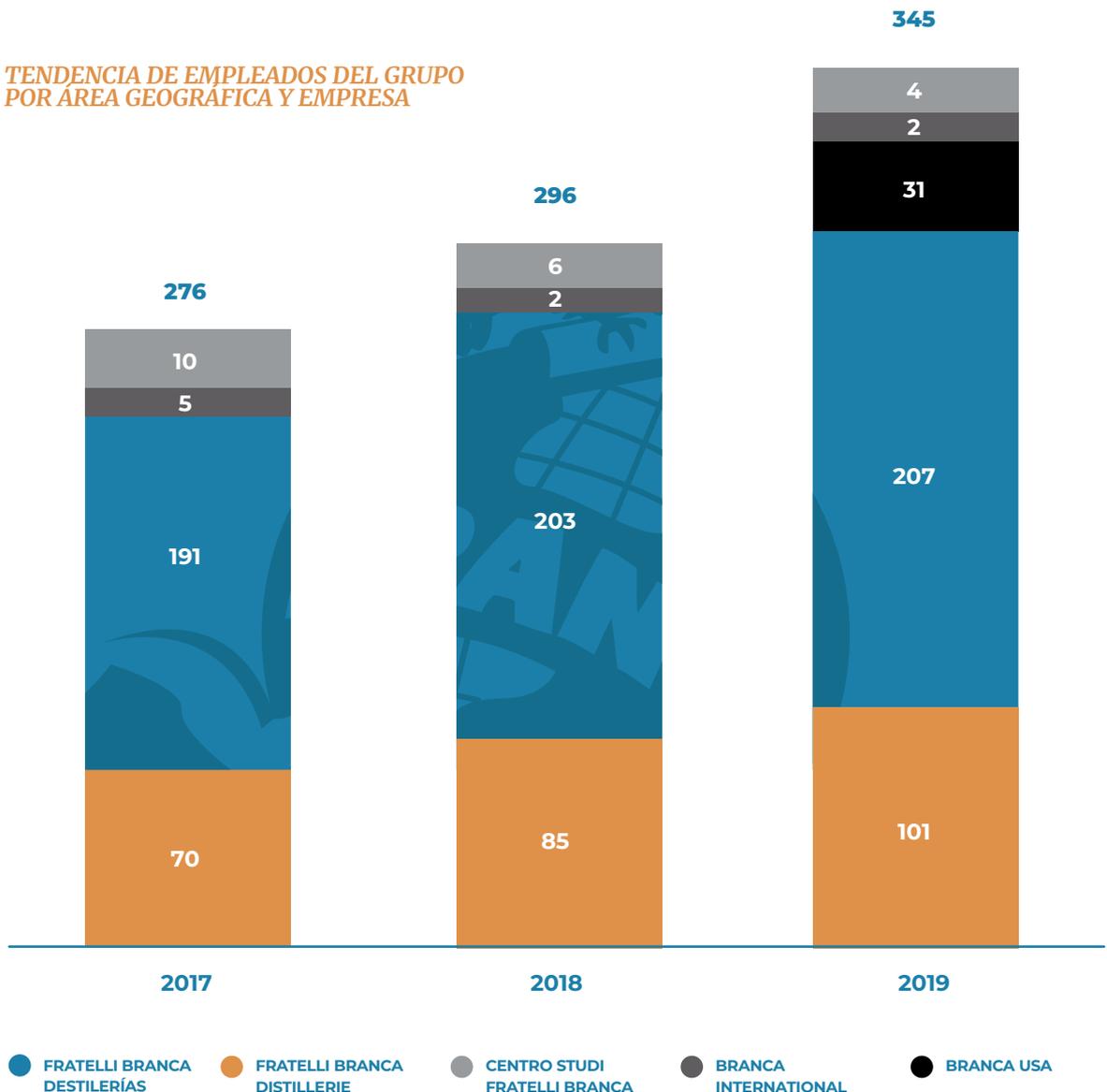
Perfil de los empleados del Grupo

¹⁰ En el total se incluyen los empleados de las sociedades Fratelli Branca Distillerie Srl, Fratelli Branca Destilerías SA, Branca USA Inc, Centro Studi Fratelli Branca Srl y los empleados que son contratados directamente por la empresa controlante Branca International SpA. Para simplificar, en los gráficos y en las tablas se repiten las razones sociales.

¹¹ A los empleados de las sociedades Centro Studi Fratelli Branca y Branca International se aplican contratos diferentes de Fratelli Branca Distillerie, que prevén por ejemplo beneficios diferentes.

Al 31 de diciembre de 2019 los empleados globales del Gruppo Branca International son 345¹⁰, de los cuales el 98,0% con contrato fijo. La incorporación de 49 nuevos empleados respecto del año anterior se debió principalmente a la apertura de la filial estadounidense, que a fines de 2019 cuenta con 31 empleados, como así también al aumento del personal perteneciente a Fratelli Branca Distillerie¹¹ (+18,8% vs. 2018). Por lo que se refiere a la composición por género, en 2019 la presencia femenina representa el 18,6% del total de la plantilla, registrando un crecimiento del 68,4% en relación al año anterior.

TENDENCIA DE EMPLEADOS DEL GRUPO POR ÁREA GEOGRÁFICA Y EMPRESA



En la tabla siguiente se detalla el número de empleados subdividido por género, tipo de contrato (temporario y fijo) y área geográfica/sociedad:

NUMERO DI DIPENDENTI DEL GRUPPO SUDDIVISI PER GENERE, TIPOLOGIA DI CONTRATTO E SOCIETA'	2017			2018			2019		
	T. INDET.	T. DET.	TOTALE	T. INDET.	T. DET.	TOTALE	T. INDET.	T. DET.	TOTALE
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	68	2	70	80	5	85	94	7	101
HOMBRES	46	2	48	54	4	58	65	4	69
MUJERES	22	0	22	26	1	27	29	3	32
F.LLI BRANCA DESTILERIAS	191	0	191	203	0	203	207	0	207
HOMBRES	183	0	183	196	0	196	195	0	195
MUJERES	8	0	8	7	0	7	12	0	12
BRANCA USA	-	-	-	-	-	-	31	0	31
HOMBRES	-	-	-	-	-	-	14	0	14
MUJERES	-	-	-	-	-	-	17	0	17
BRANCA INTERNATIONAL	5	0	5	2	0	2	2	0	2
HOMBRES	2	0	2	1	0	1	1	0	1
MUJERES	3	0	3	1	0	1	1	0	1
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	10	0	10	6	0	6	4	0	4
HOMBRES	4	0	4	3	0	3	2	0	2
MUJERES	6	0	6	3	0	3	2	0	2
TOTALE	274	2	276	291	5	296	338	7	345
HOMBRES	235	2	237	254	4	258	277	4	281
MUJERES	39	0	39	37	1	38	61	3	64

A continuación se presenta la tabla de los empleados subdivididos por categoría profesional y tipo de empleo (full time y part-time) a nivel consolidado.

<i>NÚMERO DE EMPLEADOS DEL GRUPO POR GÉNERO Y CATEGORÍA PROFESIONAL</i>	2017			2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT
GERENTES	19	1	20	24	2	26	27	3	30
JEFES	24	7	31	28	9	37	38	17	55
EMPLEADOS	91	27	118	104	23	127	113	40	153
OPERARIOS	103	4	107	102	4	106	103	4	107
TOTAL	237	39	276	258	38	296	281	64	345

<i>NÚMERO DE EMPLEADOS DEL GRUPO POR GÉNERO Y TIPO DE EMPLEO</i>	2017			2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT
FULL TIME	236	37	273	257	36	293	280	62	342
PART-TIME	1	2	3	1	2	3	1	2	3
TOTAL	237	39	276	258	38	296	281	64	345

Además de los empleados detallados anteriormente, todos los años en F.lli Branca Distillerie y F.lli Branca Destilerías trabajan pasantes y trabajadores interinos/temporarios, que se detallan a continuación

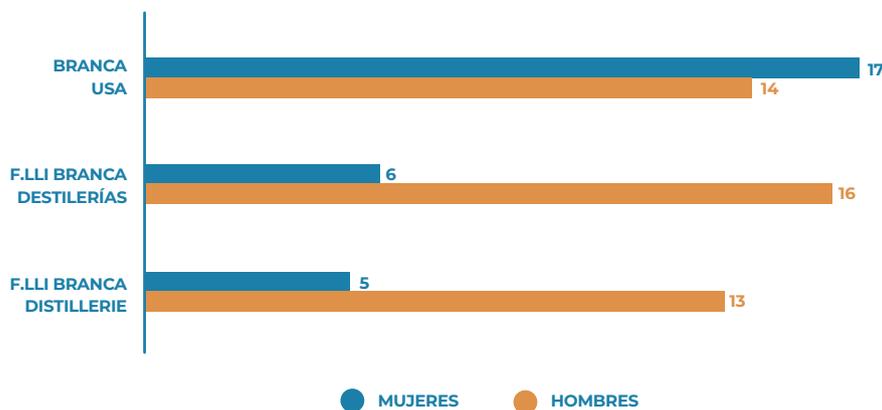
<i>NÚMERO DE TRABAJADORES INTERINOS, TEMPORARIOS Y EN PASANTÍA DEL GRUPO SUBDIVIDIDOS POR GÉNERO</i>	2017			2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOTALE
PESANTES	0	0	0	1	2	3	3	1	4
TRABAJADORES INTERINOS/TEMPORARIOS	2	0	2	15	3	18	14	4	18
TOTAL	2	0	2	16	5	21	17	5	22

Contrataciones y cesantías ¹²

Durante el 2019 se han registrado 71 nuevas contrataciones y 31 cesantías. Con respecto a los empleados contratados durante 2019, en el gráfico siguiente se detalla la subdivisión por género. La mayoría de los nuevos empleados pertenece a la franja etaria comprendida entre los 30 y los 50 años (64,8%). Los empleados contratados con edad inferior a los 30 años y edad superior a los 50 años representan, respectivamente, el 22,5% y el 12,7% del total. El incremento del dato en 2019 se refiere a las nuevas contrataciones en Fratelli Branca Distillerie, que significó un incremento de la plantilla en las áreas de marketing y comercial como apoyo a la estrategia de afianzamiento en el mercado italiano y de desarrollo de la exportación, y por los empleados de Branca USA, operativa desde 2019, y donde todos resultaron contratados durante el mismo año. La rotación de entrada en 2019 a nivel de Grupo es igual al 20,6% ¹³.

¹² En el número de contrataciones y cesantías y en el cálculo de las tasas de rotación no se han considerado las cesiones de contrato de empleados de Centro Studi Fratelli Branca y Branca International que han confluído en F.lli Branca Distillerie. Eventuales diferencias en el saldo entre empleados contratados y cesanteados en el año pueden depender de los empleados con contrato cedido y de las modalidades con que se extraen los datos del sistema.

NUEVAS CONTRATACIONES EN 2019



¹³ La tasa de rotación de entrada es igual a la relación entre el número de empleados ingresados y el total de la plantilla al 31/12.

TASA DE ROTACIÓN DE ENTRADA POR GÉNERO Y SOCIEDAD DEL GRUPO	2017			2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	10,4%	9,1%	10,0%	6,9%	0,0%	4,7%	18,8%	15,6%	17,8%
F.LLI BRANCA DESTILERIÁS	14,8%	0,0%	14,1%	11,7%	0,0%	11,3%	8,2%	50,0%	10,6%
BRANCA USA	-	-	-	-	-	-	100,00%	100,00%	100,00%
BRANCA INTERNATIONAL	50,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	50,0%	33,3%	40,0%	33,3%	33,3%	33,33%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTALE	14,8%	10,3%	14,1%	10,9%	2,6%	9,8%	15,3%	43,8%	20,6%

Por lo que se refiere en cambio a los empleados cesanteados, el número es sustancialmente estable en relación a los años anteriores, con una rotación de salida que en 2019 a nivel del Grupo resulta igual al 9,0%¹⁴.

¹⁴ La tasa de rotación de salida es igual al cociente entre el número de empleados cesanteados y el total de la plantilla al 31/12.

NÚMERO DE EMPLEADOS CESANTEADOS POR GÉNERO Y SOCIEDAD DEL GRUPO	2017			2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	5	2	7	4	4	8	5	2	7
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	16	2	18	10	1	11	18	0	18
BRANCA USA	-	-	-	-	-	-	2	3	5
BRANCA INTERNATIONAL	2	0	2	0	2	2	0	0	0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	1	0	1	0	3	3	1	0	1
TOTAL	24	4	28	14	10	24	26	5	31

TASA DE ROTACIÓN DE SALIDA POR GÉNERO Y SOCIEDAD DEL GRUPO	2017			2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	10,4%	9,1%	10,0%	6,9%	14,8%	9,4%	7,2%	6,3%	6,9%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	8,7%	25,0%	9,4%	5,1%	14,3%	5,4%	9,2%	0,0%	8,7%
BRANCA USA	-	-	-	-	-	-	14,3%	17,6%	16,1%
BRANCA INTERNATIONAL	100,00%	0,0%	40,0%	0,0%	200,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	25,0%	0,0%	10,0%	0,0%	100,0%	50,0%	50,0%	0,0%	25,0%
TOTALE	10,1%	10,3%	10,1%	5,4%	26,3%	8,1%	9,3%	7,8%	9,0%

¹⁵ La tasa de rotación es mayor al 100% porque los empleados contratados directamente por la sociedad controlante están disminuyendo progresivamente con los años y los empleados cesanteados en el año (ej. Mujeres cesanteadas en 2018) son mayores que el número de empleados al 31/12 del mismo año (ej. mujeres de la plantilla al 31/12).

Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo

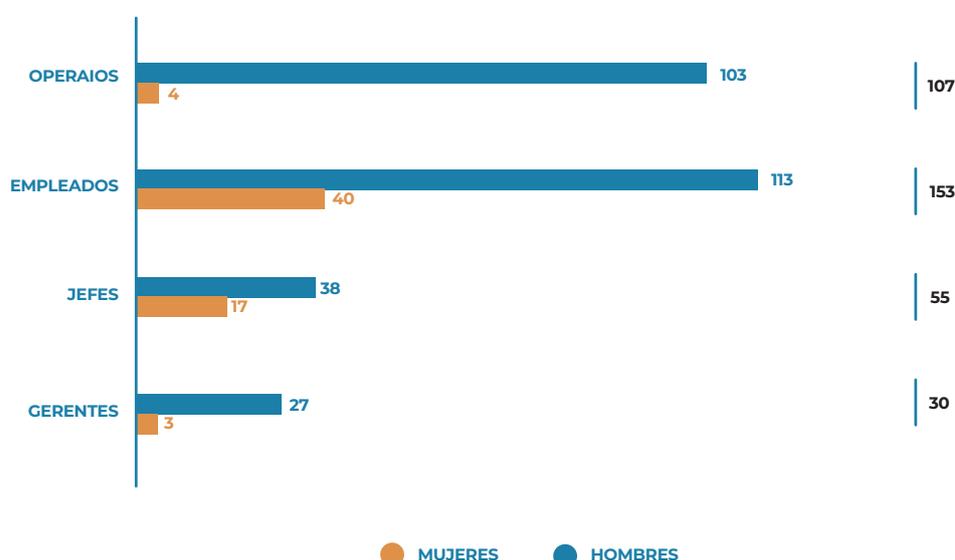
Como ya especificado en el Código Ético, el Grupo reconoce la centralidad de las personas empleadas en todos los niveles como protagonistas indispensables para el logro de los objetivos empresariales y se compromete en consecuencia a valorizar y desarrollar su propio capital humano, entendido como un fin y no como un medio.

El Grupo, con sedes y plantas no solo en Italia sino en otros Países del mundo, y operando en casi todos los mercados internacionales, considera que el aporte de personal de diferentes nacionalidades y culturas constituye un factor de enriquecimiento y de crecimiento para el mismo Grupo. Branca International rechaza toda forma de discriminación, especialmente por motivos de raza, género, edad, nacionalidad, religión y convicciones personales o políticas, y se compromete a garantizar las mismas oportunidades en el trabajo y en el ascenso profesional. Por lo tanto, las políticas de contratación, la capacitación, la retribución, los ascensos, los traslados y las cesantías en la relación laboral con los empleados son concebidos de manera tal de excluir cualquier motivación discriminatoria.

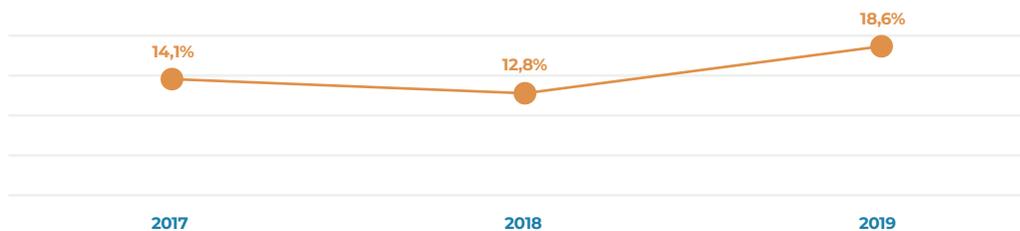
En 2019, la presencia femenina en el Grupo creció más de cinco puntos porcentuales en relación al año pasado, pasando del 12,8% al 18,6%. Este aumento se debió especialmente a la constitución de Branca USA, que tiene un porcentaje de mujeres sobre el total de empleados igual al 54,8%. Por lo que se refiere a los tipos de tareas desarrolladas, se señala una presencia femenina más limitada entre los operarios.

Para ver en detalle la presencia femenina por sociedad del Grupo nos remitimos a la tabla presente en el apéndice.

NÚMERO DE EMPLEADOS DIVIDIDO POR GÉNERO Y CATEGORÍA PROFESIONAL - 2019



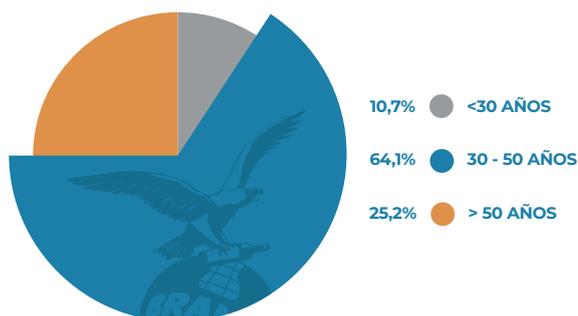
TENDENCIA PORCENTAJE DE MUJERES EMPLEADAS



EMPLEADOS DEL GRUPO POR EDAD - 2019

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

Por lo que se refiere a la edad de los empleados, la franja etaria ¹⁶ más numerosa del Grupo en 2019 es aquella comprendida entre los 30 y los 50 años (221 empleados, el 64,1% de la plantilla total). Los porcentajes de empleados con edad inferior a los 30 años y mayor a los 50 corresponden, respectivamente, al 10,7% y 25,2%.



NÚMERO DE EMPLEADOS SUBDIVIDIDO POR GÉNERO, CATEGORÍA PROFESIONAL Y FRANJAS ETARIAS AL 31/12/2019

	2017			2018			2019			TOTAL GRUPO 2019
	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT	
GERENTES	0	0	0	10	3	13	17	0	17	30
JEFES	0	0	0	27	14	41	11	3	14	55
EMPLEADOS	23	6	29	67	26	93	23	8	31	153
OPERARIOS	8	0	8	72	2	74	23	2	25	107
TOTAL	31	6	37	176	45	221	74	13	87	345

Por lo que se refiere a las iniciativas a favor de la diversidad, Fratelli Branca Destilerías ha colaborado durante 2019 con cuatro entes no gubernamentales que se dedican al mejoramiento de la calidad de vida de las familias en condiciones de vulnerabilidad. La filial argentina ha trabajado también con fundaciones que tienen la misión de promover la igualdad de oportunidades educativas a través de programas que promueven la inclusión escolar y mejoran la calidad de la educación para los niños y los jóvenes que provienen de familias de escasos recursos económicos.

En general todas las sociedades del Grupo, incluida Branca USA operativa desde 2019, aplican el mismo Código Ético, que contiene los valores y los principios fundamentales en materia de inclusión, derechos humanos, igualdad de oportunidades y no violencia.

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 2019 todos los empleados de Fratelli Branca Distillerie, Branca International y del Centro Studi Fratelli Branca fueron contratados en el ámbito del CCNL de referencia. Por lo que se refiere a Fratelli Branca Destilerías, se señala que alrededor del 45% de los empleados está protegido por acuerdos sindicales¹⁷.

¹⁷ El indicador resulta no aplicable para Branca USA.

PORCENTAJE DE LOS EMPLEADOS PROTEGIDOS POR ACUERDOS DE CONTRATOS COLECTIVOS	2017	2018	2019
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	100%	100%	100%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	50%	46,3%	45,4%
BRANCA INTERNATIONAL	100%	100%	100%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	100%	100%	100%

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.

En el apéndice se informa el detalle de los datos correspondientes a la brecha salarial de género, o sea a la paridad de género en la relación del valor promedio del sueldo base y de la retribución total entre los empleados mujeres y hombres.

Por lo que se refiere a Fratelli Branca Distillerie, Fratelli Branca Destilerías y Branca USA, la relación¹⁸ entre el sueldo base percibido en promedio por las trabajadoras mujeres respecto de la

remuneración de los hombres con el mismo cargo es siempre superior al 81% para la categoría de jefes, empleados y operarios. Por lo que se refiere a la retribución total, en cambio, siempre para las categorías arriba mencionadas, en 2019 resulta mayor al 86%.

Por sueldo base se entiende el importe fijo mínimo correspondiente a un empleado para la realización de las tareas asignadas excluyendo cualquier remuneración adicional como el pago de horas extra o bonus. La retribución total incluye en cambio tanto el sueldo base como los importes adicionales como aquellos basados en los años de servicio, bonus de contado y títulos

de acciones (acciones y cuotas partes), beneficios, horas extra, tiempo dedicado y cualquier bonificación adicional como por ejemplo viáticos, alojamiento y comida y asignaciones por hijo.

A fines de 2018, con el apoyo de sociedades de consultoría especializadas, se inició a nivel de Grupo un mapeo de las posiciones y de los roles con el objetivo de comparar las retribuciones con el mercado laboral. Este análisis de benchmarking se llevó adelante en relación al mercado general para algunos roles y a empresas del sector para roles más específicos.

¹⁸ 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 de la retribución total percibida por los empleados hombres, para cada categoría profesional.

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 de entrenamiento de habilidades individuales, programas de desarrollo individuales focalizados en la atribución de roles de mayor responsabilidad destinados al management y políticas de méritos basadas en el mercado.

Branca ha planificado y llevado a cabo 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 verse en la tabla a continuación, el número de horas de capacitación impartidas a los empleados de Fratelli Branca Distillerie y Fratelli Branca Destilerías aumentó progresivamente en el trienio 2017-2019, sobre todo en la planta argentina. Fratelli Branca Distillerie desde 2019 ha introducido el entrenamiento de habilidades como metodología de capacitación individual con el objetivo de mejorar en el ámbito de la trayectoria de desarrollo de los talentos. Por lo que se refiere en cambio a

Fratelli Branca Destilerías, a partir de 2018 se inició un programa de capacitación que prevé cursos de inducción para los recién contratados, cursos de capacitación en salud y seguridad e higiene y cursos técnico-especializados. La empresa argentina está trabajando además en un proyecto para digitalizar y sistematizar gran parte de las actividades de capacitación y monitoreo a través de una plataforma web (a partir de 2020 también la empresa italiana trabajará en un Proyecto de digitalización de las actividades de capacitación para el desarrollo de las capacidades más relevantes, conectada con el Sistema de performance management como herramienta de identificación de las necesidades formativas).

La recién nacida Branca USA programó una actividad de capacitación a partir de 2020.

A nivel de Grupo, las horas totales de capacitación impartidas durante 2019 fueron 6.563, un 16,2% más respecto al 2018, para reconfirmar la creciente atención del Grupo hacia sus propios colaboradores y de su crecimiento personal y profesional. Los datos de 2017 resultan inferiores comparados con los otros años y menos significativos en términos de comparabilidad dado que no están disponibles los datos correspondientes a F.lli Branca Destilerías¹⁹.

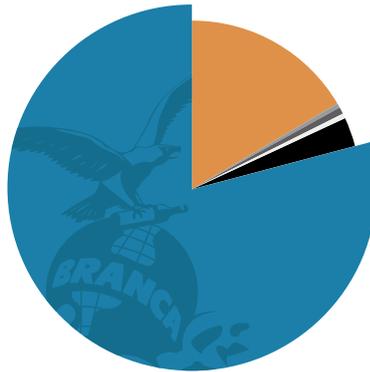
¹⁹ El detalle de las horas globales impartidas y del número de empleados involucrados en la capacitación está disponible en el apéndice. El número limitado de horas de capacitación impartidas a los empleados de Branca International y del Centro Studi Fratelli Branca es consecuencia del número limitado de empleados y del hecho que la capacitación en el ámbito de la salud y seguridad puede ser cíclica y no repetirse

HORAS PROMEDIO DE CAPACITACIÓN POR EMPLEADO POR GÉNERO Y SOCIEDAD DEL GRUPO

	2017			2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT	HOMBRES	MUJERES	TOT
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	5,8	7,5	6,3	2,8	3,5	3,0	6,1	4,4	5,6
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	N.D.	N.D.	N.D.	27,0	12,9	26,5	30,2	8,5	28,9
BRANCA INTERNATIONAL	2,0	4,0	3,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	2,0	0,7	1,2	0,0	1,3	0,7	8,0	0,0	4,0
TOTAL	1,2	4,6	1,7	21,2	5,0	19,1	22,5	3,8	19,0

Durante el trienio 2017-2019, a nivel de Grupo, Branca se ha focalizado preferentemente en las siguientes áreas de capacitación estratégica:

- Cursos técnico-especializados.
- Salud y Seguridad en el trabajo.
- Cumplimiento.
- Seguridad alimentaria.
- Anticorrupción.
- Derechos humanos.
- Entrenamiento de habilidades y mapas mentales.
- Yoga, concentración, meditación y otros.



- 5.233 ● ENTRENAMIENTO TECNICO, ESPECIALISTA Y OTROS TIPOS DE CURSOS
- 1.096 ● SALUD Y SEGURIDAD
- 21 ● CONFORMIDAD
- 44 ● ANTI CORRUPCION
- 32 ● DERECHOS HUMANOS
- 137 ● SEGURIDAD ALIMENTICIA

Específicamente, se puede agregar que, durante 2019, Fratelli Branca Destilerías ha demostrado una particular atención en la capacitación de los empleados en temas de salud y seguridad en el trabajo y en el ámbito técnico-especializado. A continuación se detallan todos los cursos que la empresa ha realizado para sus empleados durante el año:

- **Training SSMA (Salud, Seguridad y Medio Ambiente).**
- **Uso correcto de los elementos de protección personal.**
- **Plano de evacuación de emergencia.**
- **Riesgo de incendio y correcta utilización de los extintores.**
- **Riesgo eléctrico.**
- **Correcta utilización de los montacargas.**
- **Levantamiento manual de la carga.**
- **Atmósferas explosivas.**
- **Estándar LOTO.**
- **Permisos de trabajo.**
- **GHS (Globally Harmonized System of Classification and Labelling of Chemicals).**
- **HIV/SIDA y otras enfermedades de transmisión sexual.**
- **Abuso de drogas.**
- **Vida sana.**
- **Emergencia y reanimación cardiopulmonar.**
- **Prevención cardiovascular.**
- **Efectos del tabaco sobre la salud.**

EVALUACIÓN PERIÓDICA DE LA PERFORMANCE

En 2019 Fratelli Branca Distillerie puso en marcha un proceso de evaluación de las performances que abarcó la totalidad de los gerentes y de los jefes, respectivamente 16 y 22 personas. Esta evaluación involucra también a los gerentes contratados por la Sociedad Controlante Branca International. En el mismo año, el proceso de evaluación de las performances de Fratelli Branca Destilerías que hasta

2018, como en Italia, abarcaban solamente a las categorías de jefes y gerentes, involucró en cambio, por primera vez, el 100% de los empleados. También Branca USA inició un programa de evaluación periódica de la performance, dirigido a la totalidad de los empleados.

Salud y seguridad en el trabajo

Como ya descrito anteriormente con respecto a las actividades de capacitación previstas para los empleados, es un aspecto fundamental para el Grupo Branca International la creación y el mantenimiento de un ambiente de trabajo seguro para la salud y el bienestar de todas las personas²⁰.

La salud y la seguridad en los lugares de trabajo son en efecto dos de los temas más complejos para la sustentabilidad de una empresa y a pesar de que los resultados se sintetizan rápidamente a través de simples indicadores, los factores que los determinan son numerosos y requieren de la gestión integrada y coordinada de diversos aspectos como la organización del trabajo, la gestión de los riesgos, el estado de las instalaciones, la gestión de los procesos productivos, la capacitación de las personas, las políticas de prevención y la misma cultura empresarial.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Consciente de que la performance en términos de cuidado de la salud y seguridad representa uno de los indicadores de una buena gestión empresarial en su conjunto, a partir de 2010 Fratelli Branca Distillerie se dotó de un sistema de gestión de salud y seguridad según la norma OHSAS 18001 reconocida por el D.lgs 81/08.

En junio de 2019 la empresa, clasificada como Empresa con Riesgo Incidente Relevante según el D.lgs 105/15 (Directiva Seveso), migró su propio Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en los lugares de trabajo, obteniendo la Certificación de conformidad según la norma ISO 45001.

Este sistema se extiende y se aplica a todos los procesos y actividades de Fratelli Branca Distillerie, como el marketing, la gestión comercial, la logística, los recursos humanos, el mantenimiento, las compras, los procesos de sistema, además que a los procesos en insourcing de laboratorio, investigación y desarrollo, limpieza y saneamiento, como así

también al proceso en outsourcing de reembalaje-copacking.

Fratelli Branca Distillerie manifiesta su compromiso – conforme a la legislación y reglamentación vigentes – y su sensibilidad a los temas relacionados con el cuidado del ambiente y de la seguridad, prevención, control y reducción de los accidentes relevantes en los lugares de trabajo, definiendo específicos programas de actividades dirigidos a un mejoramiento continuo a través de la definición, el control y la reexaminación de los objetivos.

En la empresa se ha implementado también un Sistema de Gestión Integrado Ambiente – Seguridad y Salud en los lugares de trabajo.

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 relación a ello, en la planta italiana se han

redactado y publicado en varios puntos la Política Ambiental, la Política de Seguridad y Salud en los lugares de Trabajo y la Política de Prevención de Accidentes Relevantes, en los que se definen los objetivos empresariales en los diferentes aspectos.

Con el objetivo de mantener actualizados e idóneos los procedimientos para la gestión de las emergencias, como así también de obtener un mejoramiento continuo de las prestaciones del Sistema de Gestión de la Seguridad, la sociedad prevé, cada año, visitas de inspección por parte del ente certificador, así como una revisión constante de los procedimientos, instrucciones operativas, check list de control y un monitoreo periódico de los indicadores correspondientes a la seguridad en el trabajo y de los Documentos de Evaluación de Riesgos. 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

²⁰ Tampoco en las sociedades Branca International y Centro Studi Fratelli Branca, que no están presentes en las sucesivas vistas en detalle, se han verificado accidentes en el período de rendición de cuentas.

Protección).
Para cada aspecto relacionado con la salud y la seguridad en el trabajo, se señala una consulta con el Médico Competente, como así también una provisión constante durante todo el año de dispositivos de protección individuales (DPI) a los empleados que los necesiten en base a las tareas asignadas.
Por lo que se refiere a los aspectos relacionados con la capacitación, además de aquella realizada en el momento de la

contratación, de acuerdo a los términos de la normativa, Branca prevé un programa de actualizaciones periódicas. El programa de capacitación se redacta y se aprueba anualmente, con contenidos inherentes a los aspectos ambientales y de seguridad.
El aspecto de la capacitación está fuertemente vinculado al de la sensibilización del personal en los temas antedichos, para aumentar la concientización y la importancia de todos los

roles dentro de la organización.
Los diferentes compromisos asumidos en este ámbito permiten garantizar óptimos resultados en temas de seguridad en el trabajo. Como surge en efecto de la tabla que se muestra a continuación, en el trienio examinado, Fratelli Branca Distillerie ha registrado solo dos infortunios en el lugar de trabajo, uno en 2017 y otro en 2019.

ÍNDICES DE INFORTUNIOS (FRATELLI BRANCA DISTILLERIE)

	2017	2018	2019
NUMERO DE INFORTUNIOS ²¹	1	0	1
ÍNDICE DE FRECUENCIA ²²	7,58	0,00	5,98

²¹ Se especifica que los índices de infortunio en Italia se han calculado excluyendolos infortunios in itinere. Los infortunios in itinere registrados en el trienio son 3 en 2017 o en los otros años.

²² (Número de infortunios con ausencia mayor a 3 días / número de horas trabajadas) x 1.000.000.

Por lo que se refiere al tema salud de los empleados, la sociedad realiza un monitoreo constante de los riesgos que derivan de las tareas desarrolladas y se compromete a implementar toda actividad necesaria para el cuidado de la salud del personal, entre las cuales una actualización anual de la evaluación del riesgo-estrés-trabajo relacionado, con análisis de los datos objetivos (c.d. "eventos centinela").

Fratelli Branca Distillerie identifica y actualiza regularmente sus propios objetivos en temas de salud y seguridad en los lugares de trabajo, en línea con la política de gestión que prevé un mejoramiento continuo del control de estos temas y la definición de una serie de compromisos. Entre estos:

- **Garantizar la actualización continua del Sistema de Gestión de la Seguridad que define, dentro de la organización, roles, tareas, responsabilidades y herramientas para la prevención de los riesgos, aplicando un método de Risk Based Thinking;**
- **Asegurar que estén disponibles los recursos necesarios para establecer, actuar, mantener y mejorar el sistema de gestión integrado;**
- **Prevenir los infortunios y las enfermedades profesionales a través de la evaluación de los riesgos específicos, por actividad y por proceso;**
- **Mantener actualizado el plan de emergencia y promover la divulgación entre los trabajadores y las otras partes interesadas;**
- **Identificar los instrumentos necesarios para una gestión eficaz, el control de las prestaciones y la revisión del Sistema de Seguridad;**
- **Favorecer la actividad de información, capacitación y entrenamientos en los riesgos relacionados con la actividad desarrollada y promover la sensibilidad de los empleados, en todos los niveles, en relación al cuidado de la salud y de la seguridad en los lugares de trabajo, y una correcta aplicación de los procedimientos de prevención de los riesgos de accidentes relevantes;**
- **Difundir los objetivos del sistema de seguridad y salud y los correspondientes programas de ejecución a través del compromiso del personal y la consulta del Representante de los Trabajadores para la Seguridad;**
- **Monitorear las actividades de control operativo en las instalaciones, los equipamientos y los procedimientos de mantenimiento, a los fines de la prevención de los riesgos para la seguridad de los trabajadores y la prevención de los riesgos por accidente;**
- **Planificar acciones 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;**
- **Desarrollar y promover una cultura, dentro de la organización, que asegure eficacia y eficiencia del sistema.**

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

En 2019, como surge de la tabla que se muestra a continuación, Fratelli Branca Destilerías ha registrado en cambio un solo accidente, disminuyendo una unidad respecto del año anterior. Se señala además una disminución constante de la tasa correspondiente a los índices de infortunios en el trienio 2017-2019: 2,17 en el último año de rendición de cuentas (2019) respecto del 4,73 del año anterior.

ÍNDICES DE INFORTUNIOS (FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS)	2017	2018	2019
NUMERO DE ACCIDENTADOS ²³	4	2	1
ÍNDICE DE FRECUENCIA ²⁴	10,38	4,73	2,17

²³ Se especifica que los índices de infortunios de la Argentina se han calculado excluyendo los accidentes in itinere.

²⁴ (Número de infortunios con ausencia mayor a tres días / número de horas trabajadas) x 1.000.000.

En línea con la gestión de los temas de salud y seguridad del Grupo Branca, también el sistema de gestión de salud y seguridad de Fratelli Branca Destilerías está alineado con las líneas guía de la norma OHSAS 18001, como así también conforme a las normativas locales vigentes. Durante 2019 se ha completado en efecto el relevamiento anual de los agentes de riesgo para asegurar la seguridad y el bienestar de las personas, consideradas como una prioridad absoluta para la empresa, así como para el Grupo.

Con el mismo objetivo de mejoramiento que caracteriza hace tiempo las operaciones de Branca, la empresa argentina en el último año ha trabajado en un estándar basado en criterios internacionales para la identificación, la clasificación de los peligros y riesgos y para la investigación de los accidentes, utilizando una matriz de riesgos ad hoc que permite evaluar el nivel de riesgo comprobado. Particularmente, se ha llevado a cabo, con el auxilio de un departamento médico y recurriendo a un análisis de las causas en su raíz, una evaluación puntual de los riesgos vinculados a las atmósferas explosivas y a la seguridad de las máquinas en los ciclos productivos.

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. Para todos los eventos que hayan tenido un impacto significativo, un comité ha evaluado la situación y ha adoptado puntuales acciones correctivas de mitigación. Entre las más relevantes identificadas durante 2019, se pueden citar una reorganización del tráfico de los camiones en la planta, el mejoramiento de las protecciones de seguridad de las maquinarias (efectuado gracias a la actualización de los mapas de seguridad de todas las máquinas), la implementación de un estándar LOTO ("Lock Out, Tag Out") y de un programa de seguridad de comportamiento, como así también la identificación de barreras físicas entre los peatones y los vehículos industriales que permitan un distanciamiento de por lo menos 3 metros de seguridad, reduciendo el riesgo de accidentes de trabajo.

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 12 horas globales por semana) brindado por un médico del trabajo directamente en la empresa;
- Cobertura médica para todos los empleados, junto con un seguro de vida y previsión de una campaña gratuita de vacunación antigripal para todas las familias;
- Posibilidad de beneficiarse con comidas sanas en el comedor de la empresa;
- Nutricionista de la empresa a disposición de los empleados para seguirlos en la elección de programas alimentarios que mejor se adapten a sus exigencias;
- Promoción de la participación de los empleados en los temas de salud y seguridad a través de cursos de capacitación específicos y a través de modalidades de comunicación que involucran múltiples herramientas (carteles físicos, carteles electrónicos, e-mail, intranet empresarial);
- Previsión de un comité mixto para la salud y la seguridad conforme a las normativas vigentes, en el que participan los representantes de los trabajadores (sindicatos), este comité se reúne mensualmente y registra todas las reuniones en las correspondientes actas;
- Organización de reuniones semestrales relacionadas con el sistema de gestión de la salud y seguridad junto a todas las áreas operativas de la empresa.

Branca USA en 2019 no ha registrado ningún infortunio y, por lo general, en ninguna de las sociedades del Grupo Branca en el trienio se han registrado accidentes de trabajo mortales, ni casos de enfermedades profesionales.

Bienestar de los empleados

Branca cree firmemente en el bienestar de sus recursos humanos y en el equilibrio entre trabajo y vida privada. Entre las más importantes iniciativas de bienestar llevadas a cabo por Fratelli Branca Distillerie podemos citar las siguientes facilidades:

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

BENEFICIOS CORPORATIVOS

- Tarjetas de crédito corporativa
- Celulares de la empresa
- Estacionamiento de la empresa
- CRAL de la empresa

AYUDA FAMILIAR

- 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

AYUDA PARA LA SALUD

- Asistencia sanitaria integrada
- Póliza de accidentes profesionales y extra-profesionales para algunas categorías de empleados

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 informado en el párrafo dedicado a la capacitación, se señala también en el ámbito de las iniciativas para el bienestar de las personas la importancia de los cursos de yoga, reservados a todos los empleados, que, además de ser un ámbito de capacitación que por lo general no figura en las empresas, representan un estímulo para la investigación y para el logro del bienestar psicofísico también en el ámbito laboral, que es desde siempre en Branca un elemento básico del patrimonio cultural y de valor, coherentemente con la idea de que la empresa es un organismo viviente donde cada uno puede utilizar de la mejor manera sus propias 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 sociedades que adhieren al BSCI se comprometen a mantener en su propia cadena de abastecimiento los valores y principios establecidos en el Código de Conducta, inspirándose en los siguientes valores: mejoramiento continuo, colaboración y empoderamiento, y a garantizar el respeto de los siguientes principios: libertad de asociación y derecho al contrato colectivo, no discriminación, retribución adecuada, horarios de trabajo razonables, protección a los trabajadores, prohibición de trabajo infantil, prohibición de trabajo forzado, cuidado ambiental, comercio ético.

Las empresas comerciales que adoptan el Código Ético 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 convenciones internacionales como la Declaración universal de los derechos del hombre. Las líneas guía sobre los derechos de los menores y la acción empresarial, las líneas guía de las Naciones Unidas y las convenciones y recomendaciones de la ILO (Organización Internacional del Trabajo), fundamentales para el mejoramiento de las condiciones de trabajo en la cadena de abastecimiento.

En 2018 Fratelli Branca Destilerías definió en cambio los tres pilares sobre los cuales se basa toda la estrategia empresarial: bienestar de los empleados, cuidado del ambiente y desarrollo social en las áreas geográficas donde opera. El 84% de los empleados en 2019 declaró estar satisfecho por los beneficios y por las facilidades puestas a disposición, entre los cuales se señalan por ejemplo la cobertura de seguro, la vacuna antigripal, el comedor, las tarifas preferenciales para el transporte, la asistencia sanitaria y regalos de Navidad.

Se agregan además específicas iniciativas para los hijos de los empleados, por ejemplo: el reembolso por la asistencia a colonias de verano, el reembolso por la compra de libros para la escuela primaria para favorecer la educación, bonus por la promoción de los hijos que asisten a la escuela secundaria y por la aprobación de los exámenes de fin de curso; un premio por los exámenes universitarios rendidos por los hijos para la obtención del título. A continuación algunos datos de las iniciativas llevadas a cabo en 2019.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

AYUDA FAMILIAR

- Día de la familia, organizado para que las familias conozcan las estructuras y los lugares de trabajo de los empleados (más de 35 familias y 120 personas participaron en 2019)
- Fiesta de los niños, una jornada dedicada a los hijos de los empleados hasta 12 años, en la que se obsequia un pequeño regalo (170 regalos donados en 2019)
- Material escolar, mochilas donadas a los hijos de los empleados (más de 170 mochilas donadas a más de 90 familias en 2019)

AYUDA PARA LA SALUD

- Nutrición: asistencia de un nutricionista para los pedidos de los empleados que lo deseen y/o tengan necesidad de apoyo. Presencia en el comedor de la empresa de alimentos seleccionados para una dieta sana
- Control médico anual: controles sanitarios para los empleados a través de un médico de la empresa
- 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 (más de 100 dosis suministradas en 2019)

BRANCA USA

Por lo que se refiere a Branca USA, la empresa, nacida en 2019, ha sellado una alianza con una organización (Professional Employment Organization) que se ocupa de brindar una cobertura sanitaria a precios especiales para los empleados y sus familias.



El ambiente

*NEGOCIO SUSTENTABLE Y
ATENUACION DE
LOS IMPACTOS*

El uso responsable de los recursos

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 e la sustentabilidad 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 hacia estos temas se persigue a través de la definición de adecuados programas de acción que prevén la implementación de específicas actividades. La definición de objetivos puntuales y medibles, el monitoreo y el control de los progresos logrados, como así también la actualización periódica de estos objetivos, entran en el ámbito de un

proceso de mejoramiento continuo definido para la optimización de sus propias actividades, prescindiendo de cualquier vínculo normativo.

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.

Ambas sociedades, Fratelli Branca Distillerie S.r.l.y Fratelli Branca Destilerías SA, para permitir una gestión orgánica de los aspectos ambientales, han adoptado un sistema de gestión del ambiente según la norma ISO 14001. 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 deshechos.

En línea con su propio compromiso a favor del ambiente, Fratelli Branca Distillerie ha decidido adherir también al Reglamento CE n. 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 sociedad 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.



Consumos energéticos²⁵

²⁵ Para la conversión en GJ de los consumos se ha hecho referencia a los factores disponibles por el Department for Business, Energy & Industrial Strategy del Reino Unido (UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting), hojas Conversions y Fuel properties.

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. Si bien el Grupo no es una empresa con alta intensidad energética, se compromete igualmente, desde siempre, en el cuidado de los recursos naturales con la mirada puesta en la progresiva reducción de los consumos energéticos, particularmente los consumos de energía eléctrica y gas natural que representan la casi totalidad de los consumos y son las fuentes de energía más utilizadas en las sedes productivas en Italia y en la Argentina.

CONSUMOS ENERGÉTICOS CONSOLIDADO	2017	2018	2019
<i>Gas natural (Gj)</i>	13.464	14.457	10.987
<i>Energía eléctrica (Gj)</i>	15.441	16.286	14.657
<i>Combustible (Gj)</i>	-	-	1.223
<i>TOTAL (Gj)</i>	28.905	30.743	26.867
<i>Producción total año (t)²⁶</i>	64.096	59.214	54.789
<i>Intensidad energética (Gj/toneladas de producto)</i>	0,45	0,52	0,49

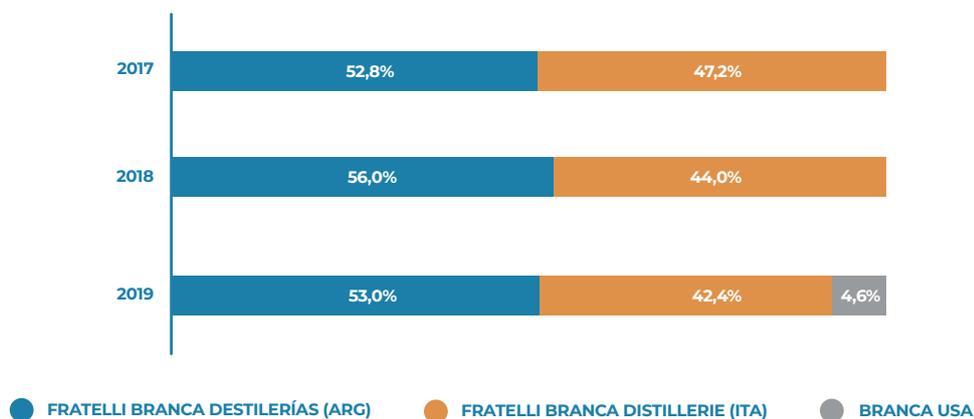
²⁶ Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

Los consumos energéticos de 2019 incluyen, a diferencia de los años anteriores, los consumos de combustible correspondientes a los vehículos utilizados por los empleados de Branca USA²⁷, razón por la cual el índice de intensidad energética, a pesar de estar disminuyendo desde 2018, resulta ligeramente más alto con respecto a 2017. A este leve aumento del índice, calculado sobre las toneladas de producto embotellado, contribuye también la presencia de consumos fijos (particularmente de energía eléctrica) necesarios para el mantenimiento de la operatividad de las maquinarias, aun en el caso que la producción sea inferior. Durante el año, se registra de todas maneras una disminución global de los consumos igual al 12,6% con respecto al año anterior, gracias a las acciones implementadas para mejorar la eficiencia y, en parte, por causa de una producción anual total inferior con respecto al período 2017-2018. Además, se había registrado un aumento de los consumos energéticos de Fratelli Branca Destilerías luego de la instalación de nueva maquinaria, cuya utilización ha sido optimizada en 2019, como se explicará más en detalle en los próximos párrafos.

²⁷ Branca USA no tiene disponible los datos correspondientes a los consumos energéticos del inmueble donde están las oficinas, dado que los costos correspondientes están incluidos en el contrato de alquiler mensual y no se pueden separar.

El gráfico siguiente muestra el aporte de cada sociedad a los consumos globales de Branca. También a la luz de los mayores volúmenes de producción, el mayor aporte proviene de Fratelli Branca Destilerías, mientras que, como anticipado anteriormente, resultan residuales (a partir de 2019) los consumos de Branca USA.

DETALLE COMPOSICIÓN CONSUMOS ENERGÉTICOS POR SOCIEDAD (GJ)



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

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Con el objetivo de un continuo mejoramiento de sus propias performances ambientales, Fratelli Branca Distillerie ha llevado a cabo las siguientes iniciativas para contribuir a mejorar la eficiencia energética:

- Sustitución y puesta en marcha de instalaciones térmicas vinculadas a la producción de agua caliente sanitaria, vapor y calefacción;
- Sustitución del generador de vapor a gasoil con uno de nueva generación con menor potencialidad;
- Instalación de un nuevo generador de calor para la producción de agua y para calefacción;
- Instalación de paneles solares para la producción de agua caliente;
- Instalación de un nuevo refrigerador y una nueva unidad para el tratamiento del aire;
- Sustitución de las instalaciones de iluminación tradicional con tecnología LED. Particularmente en 2017 se reemplazaron todos los cuerpos iluminados del Museo, con un ahorro de 11.017 kWh para los 70 faroles con un aproximado de 2.420 horas de encendido por año, de los pasillos, de las oficinas y del patio.

Además, Fratelli Branca Distillerie ha instalado un sistema de paneles fotovoltaicos para la instalación de la iluminación de la chimenea, que ahora funciona con sistema LED, con un sistema de acumulación que hace que el sistema sea totalmente autónomo y alimentado por energía renovable. Esta última, sin embargo, tiene hasta hoy un aporte limitado, motivo

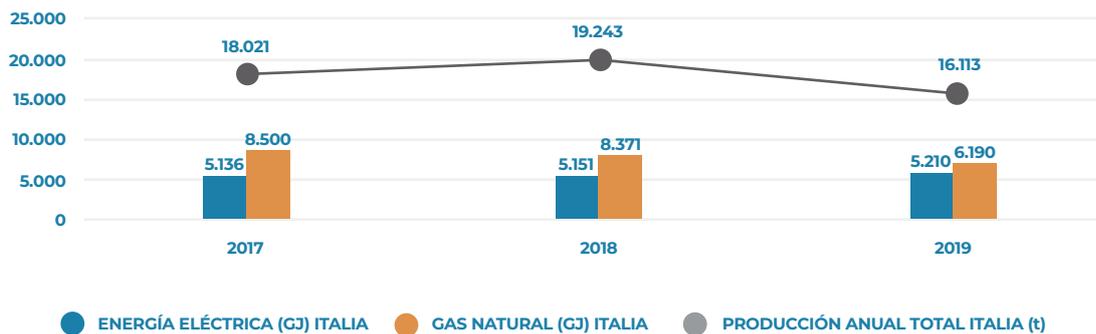
por el cual no es objeto de monitoreo en la Declaración Ambiental.

Como se muestra en la tabla siguiente, en 2019 los consumos energéticos registraron una disminución respecto de 2018, que se debe particularmente a una reducción del consumo de gas natural gracias a la mejora de eficiencia energética implementada en las instalaciones térmicas. La disminución del índice de intensidad energética – que disminuye desde 2017 y estable entre 2018 y 2019 – pone en evidencia como, más allá de los niveles de producción que varían año tras año, las mejoras implementadas han reducido globalmente la cantidad de energía necesaria por tonelada de producto. El consumo de energía eléctrica, que permanece constante entre 2018 y 2019, así como el índice de intensidad energética que, si bien mínimamente vuelve a subir en 2019, y a pesar de la disminución de los volúmenes de producción, se deben al hecho de que para mantener operativa la planta existen consumos “de base” (particularmente de energía eléctrica) que no varían y permanecen constantes inclusive frente a una menor producción.

CONSUMOS ENERGÉTICOS
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

	2017	2018	2019
Gas natural (Gj)	8.500	8.371	6.190
Energía eléctrica (Gj)	5.136	5.151	5.210
TOTAL (Gj)	13.636	13.522	11.400
Producción total año (t)	18.021	19.243	16.113
Intensidad energética (Gj/toneladas de producto)	0,76	0,70	0,71

CONSUMO DE ENERGÍA (GJ)
Y PRODUCCIÓN ANUAL TOTAL (t)



FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

También Fratelli Branca Destilerías, luego de realizar un mapeo de las principales fuentes de consumo, ha llevado a cabo diversas iniciativas vinculadas a la mejora de la eficiencia energética a partir de 2017. Entre esta se detallan las siguientes:

- 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 un nuevo galpón de producción con un revestimiento de chapa transparente que ha permitido ahorrar energía eléctrica para la 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 apagado y optimización del funcionamiento de los compresores de aire – identificados a través de un análisis de la demanda como responsables de una de las más significativas cuotas de energía eléctrica consumida – que ha permitido reducir los consumos de electricidad;
- Colocación de servicios auxiliares (producción de vapor, aire comprimido) en lugares cercanos a donde se utilizan, para obtener una mayor eficiencia en el consumo energético asociado a cada equipo.

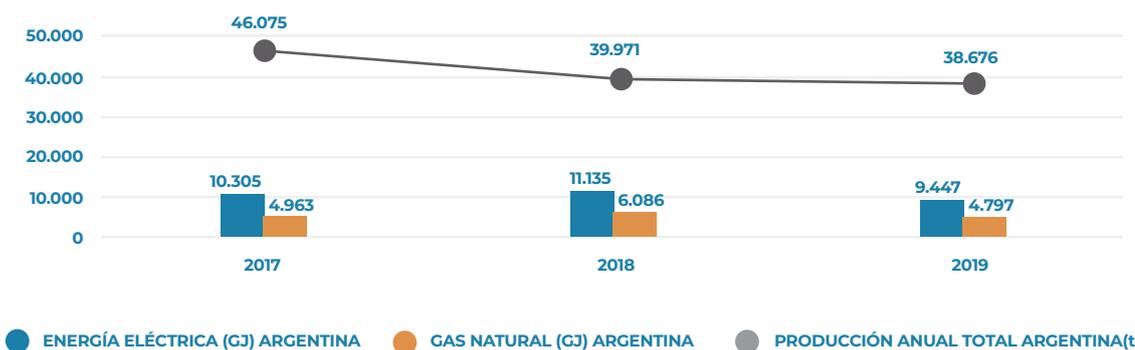
En 2019 estas iniciativas han contribuido, como se ilustra en la tabla siguiente, a una

disminución de los consumos tanto de energía eléctrica como de gas natural y, consecuentemente, de los consumos energéticos totales con respecto al bienio anterior, debido en parte también a la disminución de los volúmenes de producción.

También el índice de intensidad energética, correspondiente a los consumos por tonelada de producto, vuelve a disminuir en 2019, luego del aumento del año anterior. A fines de 2017, en efecto, se habían instalado en la sede productiva nuevos equipos, particularmente una caldera de mayor capacidad que, en la etapa de start-up en 2018, había mostrado mayores consumos de energía. Gracias a las medidas de mejora de la eficiencia implementadas, en 2019 ha sido posible reducir los consumos de gas y de electricidad, volviendo sustancialmente a los niveles de 2017.

CONSUMOS ENERGÉTICOS FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS	2017	2018	2019
<i>Gas metano (GJ)</i>	4.963	6.086	4.797
<i>Energía eléctrica (GJ)</i>	10.305	11.135	9.447
TOTAL (GJ)	15.268	17.221	14.244
<i>Producción total año (t)</i>	46.075	39.971	38.676
<i>Intensidad energética (GJ/toneladas de producto)</i>	0,33	0,43	0,37

Consumos energéticos (GJ) y producción total anual (t)



Para tener una idea del nivel de reducción, la cantidad de energía ahorrada en 2019 es igual a la electricidad consumida por 300 personas y al consumo anual de gas de 35 familias. Este monitoreo ha sido efectuado por la misma sociedad a partir del índice Energy Consumption Index medido en giga joule/metros cúbicos de producto terminado.

Emisiones a la atmósfera

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 “Objetivo” prevista por el GHG Protocol:

- **Objetivo 1** – Emisiones directas provienen de la combustión de combustibles fósiles – o sea gas metano consumido en las plantas de Fratelli Branca Distillerie y Fratelli Branca Destilerías en Italia y en la Argentina y el combustible para transporte terrestre consumido por Branca USA – y por las recargas de gases refrigerantes;

- **Objetivo 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 al día de hoy Branca no adopta específicas políticas de compra de energía eléctrica certificada de fuentes renovables, las emisiones de Objetivo 2 se han calculado según el criterio basado en la localización (con consiguientes y oportunos factores de emisión), que tiene en cuenta el mix energético nacional del país donde se localiza la sede/planta.

En 2019, las emisiones directas (Objetivo 1), fueron de 845 tCO₂ eq, con una disminución del 25,8% respecto de 2018. En el mismo período, las emisiones indirectas que provienen de la utilización de la energía eléctrica adquirida (Objetivo 2), son iguales a 1.613 tCO₂ eq., con una disminución del 13,6% respecto de 2018.

²⁸ Para el cálculo de las emisiones directas de CO₂ (Objetivo 1) se han considerado las recargas efectuadas de todos los gases refrigerantes y el consumo de gas natural. Para el cálculo de las toneladas de CO₂ eq se ha hecho referencia a los factores de emisión que están disponibles por el Department for Business, Energy & Industrial Strategy del Reino Unido (UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting).

²⁹ Para el cálculo de las emisiones de CO₂ que provienen del consumo de energía eléctrica (Objetivo 2) correspondientes a la planta italiana, se han utilizado los parámetros de cálculo indicados por el Instituto Superior para la Protección y la Investigación Ambiental (ISPRA). Para el cálculo de las emisiones Objetivo 2 correspondientes a la planta argentina, en cambio, se han utilizado los factores de emisiones indicados por la Secretaría de Energía Eléctrica del Ministerio de Energía argentino.

³⁰ Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

EMISIONES E INTENSIDAD DE EMISIONES CONSOLIDADO

	2017	2018	2019
<i>Emisiones Objetivo 1 (tCO₂ eq.)</i> ²⁸	768	1.138	845
<i>Emisiones Objetivo 2 (tCO₂ eq.)</i> ²⁹	1.863	1.866	1.613
<i>Emisiones totales (Objetivo 1 y Objetivo 2) (tCO₂ eq.)</i>	2.631	3.004	2.458
<i>Producción total año (t)</i>	64.096	59.214	54.789
<i>Relación emisiones totales / producción (tCO₂ eq.)</i> ³⁰	0,041	0,051	0,045

La disminución global de las emisiones en 2019 respecto de 2018 (-18,2%) se debe a la disminución de la producción total, a las políticas de mejora en la eficiencia energética y de sustitución de las viejas maquinarias con maquinarias de nueva generación con menor impacto ambiental.

El leve aumento de la relación entre emisiones y producción, como ya informado en el ámbito de los consumos eléctricos, depende del hecho de que para el funcionamiento de las maquinarias se verifican consumos que permanecen “fijos” a pesar de la disminución de los volúmenes de producción, con el consiguiente impacto sobre las emisiones particularmente las del Objetivo 2 relacionadas con el consumo de energía eléctrica adquirida a la red.

Por lo que se refiere solo a los gases refrigerantes, la principal fuente de emisión proviene de la cantidad de R22 recargada en 2018 y en 2019 en la planta argentina.

EMISIONES QUE PROVIENEN DE GASES REFRIGERANTES CONSOLIDADO

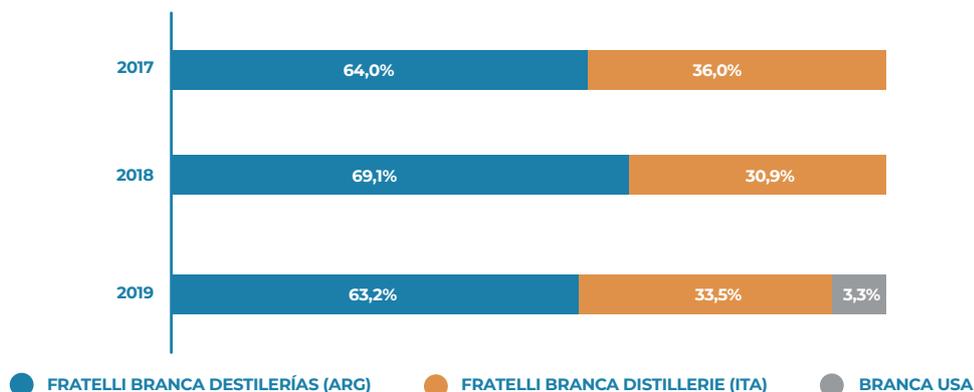
	2017	2018	2019
Emisiones directas por gases refrigerantes (tCO ₂ eq.) ³¹	6	320	141

³¹ Para el cálculo de las emisiones ambientales que provienen de las recargas del gas refrigerante R427A, se ha utilizado el factor de emisión 2.138 indicado en la ficha técnica del gas por el Grupo Linde. (https://www.linde-gas.com/en/images/Refrigerant-s%20environmental%20GWPs_tcm17-111483.pdf)

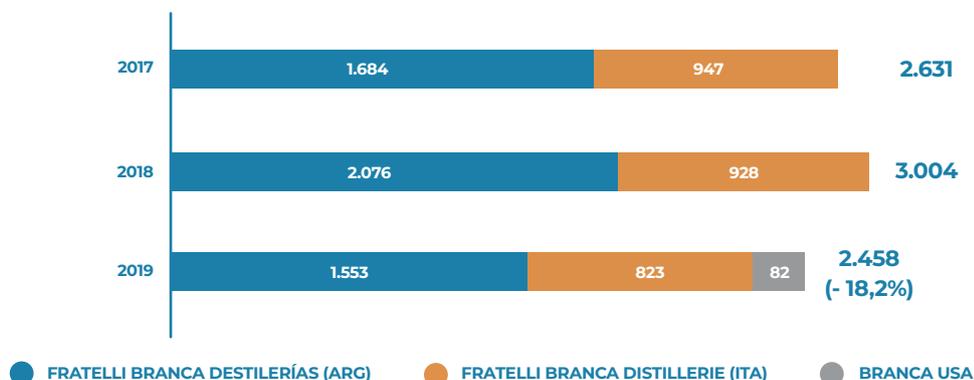
Se señala que las recargas de refrigerantes no tienen una tendencia lineal, pero es posible medir años en los que los valores resultan más altos, mientras que en otros son cercanos a cero, dependiendo del mantenimiento y de las sustituciones efectuadas en las maquinarias.

En los siguientes gráficos se detalla el aporte de cada sociedad a las emisiones globales de Branca y la subdivisión de las emisiones 2019 por fuente. En los próximos párrafos, además, se presentan algunos detalles correspondientes a las emisiones a la atmósfera de las sociedades que componen el Grupo, particularmente de Fratelli Branca Distillerie y Fratelli Branca Destilerías y las respectivas sedes productivas.

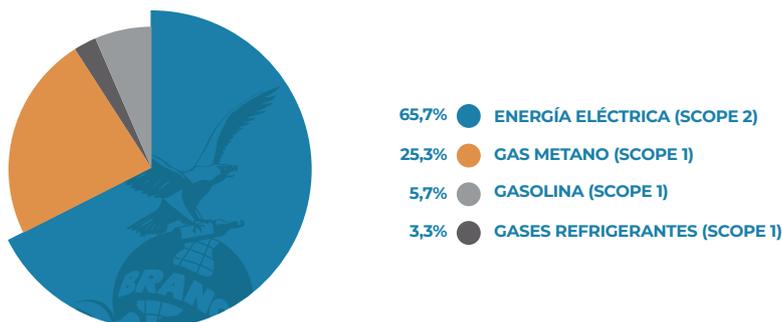
DETALLE COMPOSICIÓN DE LAS EMISIONES (OBJETIVO 1+OBJETIVO 2) POR SOCIEDAD



DETALLE COMPOSICIÓN DE LAS EMISIONES DIRECTAS E INDIRECTAS (TOTAL SCOPE 1 + SCOPE 2; tCO₂ eq.)



COMPOSICIÓN EMISIONES POR FUENTE (TCO₂E, OBJETIVO 1 + OBJETIVO 2) – 2019



Por lo que se refiere a los otros tipos de emisiones a la atmósfera, en el documento no se especifican informaciones detalladas por cuanto las emisiones de SO₂ y de NO_x no resultan significativas.

Por lo que se refiere a Fratelli Branca Distillerie, se señala que en 2019 las emisiones Objetivo 1 y Objetivo 2 han sido, respectivamente de 393 tCO₂ eq. y 430 tCO₂ eq. La tendencia de las emisiones totales resulta decreciente en el trienio, mientras que la relación emisiones / producto embotellado disminuye entre 2017 y 2018, y vuelve a aumentar ligeramente en 2019. Esta variación, como se ha explicado en la sección dedicada a los consumos energéticos, depende del hecho de que para el funcionamiento de las maquinarias se producen consumos que permanecen “fijos”, particularmente los de energía eléctrica (con emisiones relacionadas medidas en el Objetivo 2), inclusive frente a volúmenes de producción inferiores, con el consiguiente incremento fisiológico del indicador frente a una menor producción.

EMISIONES E INTENSIDAD DE EMISIÓN FRATELLI BRANCA DISTILLERIE	2017	2018	2019
<i>Emisiones Objetivo 1 (tCO₂ eq.)</i>	487	473	393
<i>Emisiones Objetivo 2 (tCO₂ eq.)</i>	460	454	430
<i>Emisiones totales (Objetivo 1 y Objetivo 2) (tCO₂ eq.)</i>	947	927	823
<i>Producción total año (t)</i>	18.021	19.243	16.113
<i>Relación emisiones totales / producción (tCO₂e/t producto)</i>	0,053	0,048	0,051

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

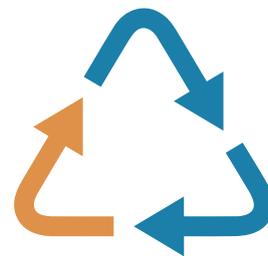
Por lo que se refiere en cambio a Fratelli Branca Destilerías, en 2019, las emisiones Objetivo 1 y Objetivo 2 fueron de 370 tCO₂ y 1.183 tCO₂, registrando una disminución respecto de 2018 (-44,3% para las emisiones Objetivo 1 y -16,2% para las emisiones Objetivo 2), debido a las iniciativas de mejora de la eficiencia energética llevadas a cabo en los últimos años, y que permitieron una reducción de los consumos de gas natural y energía eléctrica. La tendencia de las emisiones por tonelada de producto embotellado vuelve a disminuir en 2019, después del incremento de los consumos energéticos – a la etapa de start-up de las maquinarias y de la nueva caldera.

EMISIONES E INTENSIDAD DE EMISIÓN BRANCA DESTILERÍAS	2017	2018	2019
<i>Emisiones Objetivo 1 (tCO₂ eq.)</i>	281	664	370
<i>Emisiones Objetivo 2 (tCO₂ eq.)</i>	1.403	1.412	1.183
<i>Emisiones totales (Objetivo 1 y Objetivo 2) (tCO₂ eq.)</i>	1.684	2.076	1.553
<i>Producción total año (t)</i>	46.075	39.971	38.676
<i>Relación emisiones totales / producción (tCO₂e/t producto)</i>	0,037	0,052	0,040

BRANCA USA

Las únicas emisiones que provienen de las actividades de Branca USA son iguales a 82 tCO₂ eq vinculadas a los consumos de combustible de los automóviles.

Economía circular y reciclabilidad



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. No existen descartes de elaboración / subproductos por cuanto eventuales productos no conformes son sometidos a procesos de re-elaboración.

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.

En la tabla que se muestra a continuación se detallan las cantidades totales de residuos producidas en el último trienio por el Grupo Branca (Italia, Argentina y, en mínima parte, USA). La tendencia muestra en 2019 una reducción de la cantidad total de residuos respecto del año anterior (-6,3%), debido también a la disminución de los volúmenes de producción. El índice de cantidad de residuos en relación a la producción (t de producto embotellado) crece entre 2017 y 2018, principalmente por el aumento de los residuos de Fratelli Branca Distillerie que se explica en el párrafo siguiente, mientras que permanece estable entre 2018 y 2019.

INTENSIDAD À DE PRODUCCIÓN DE RESIDUOS CONSOLIDADO	2017	2018	2019
<i>Total residuos peligrosos (t)</i>	2,79	0,95	4,53
<i>Total residuos no peligrosos (t)</i>	3.185,73	3.745,10	3.527,85
<i>Residuos totales (t)</i>	3.188,52	3.746,05	3.532,38
<i>Producción total anual (t)</i>	64.096	59.214	54.789
<i>Tot.residuos/tot.producción</i>	0,050	0,063	0,064

A continuación se detallan algunos datos más específicos correspondientes a las diferentes sociedades del Grupo.

Se destaca que los datos y los indicadores correspondientes a la cantidad e intensidad de producción de residuos en la planta argentina y en la italiana no resultan comparables entre sí por los diferentes sistemas de clasificación de los residuos presentes en los diferentes países.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

En 2019, la producción total de residuos para Fratelli Branca Distillerie fue de 2.404,48 toneladas con una disminución de aproximadamente el -7,8% respecto de 2018, año en el cual se había registrado un crecimiento.

Más específicamente, la evolución de las cantidades de residuos correspondientes al trienio 2017/2019 muestra un aumento en las cantidades de aguas servidas eliminadas en 2018 y en 2019 respecto de 2017, justificado en parte por el incremento de la producción, y en parte por la intensificación de las operaciones de limpieza de las maquinarias, además que por actividades de mejora en el tratamiento de las mismas aguas. Inclusive los datos correspondientes a la eliminación de la humedad muestran un aumento debido al incremento de la producción.

Durante 2019 se han identificado además como residuos peligrosos los aerosoles, los embalajes que contienen residuos de sustancias peligrosas o contaminados por estas sustancias y el material contaminado por sustancias peligrosas, justificando el aumento de los residuos peligrosos en 2019 respecto de 2018 que se muestra en la tabla siguiente.

RESIDUOS POR TIPO DE DESTINACIÓN (T) FRATELLI BRANCA DISTILLERIE	2017		2018		2019	
	RESIDUOS PELIGROSOS	RESIDUOS NO PELIGROSOS	RESIDUOS PELIGROSOS	RESIDUOS NO PELIGROSOS	RESIDUOS PELIGROSOS	RESIDUOS NO PELIGROSOS
Total residuos producidos	2,13	1.809,03	0,29	2.583,26	1,58	2.402,90
De los cuales eliminados	2,04	1.708,60	0,25	2.499,32	1,30	2.321,04
De los cuales recuperados	0,09	100,43	0,04	83,94	0,28	81,86

Como se muestra más arriba, la mayoría de los residuos entran en la categoría de “no peligrosos”, mientras que resultan despreciables los niveles de residuos peligrosos que durante 2019 han representado solamente el 0,07% del total.

En la Declaración Ambiental, Fratelli Branca Distillerie efectúa un monitoreo 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 relacionado con los residuos no peligrosos que incluyen papel/cartón, plástico, hierro, material eléctrico.** 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.**

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 para su eliminación. Inclusive el transporte de la empresa hace referencia a sujetos autorizados, en el pleno respeto de las prescripciones normativas.

Para una mejor comprensión de los datos presentados, se detalla a continuación el cuadro global correspondiente a los residuos, con el detalle de la relación entre residuos y producción total anual correspondiente al trienio 2017-2019.

En la tabla y en el gráfico que se muestran a continuación, se muestra como la tendencia de la relación entre total de residuos y producción anual (embotellado) registre variaciones mínimas por lo que se refiere a los residuos peligrosos (que se basan en valores residuales) mientras que varía mayormente en el tiempo por lo que se refiere a los residuos no peligrosos. Estas variaciones, además de lo descrito en los párrafos anteriores, dependen también del hecho de que en un determinado año pueden ser eliminadas cantidades de residuos acumulados en los períodos anteriores (como por ejemplo los embalajes eliminados en mayor medida en 2019 y menor en los años anteriores) con las consiguientes variaciones del indicador.

**INTENSIDAD DE
PRODUCCIÓN DE RESIDUOS
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE**

	2017	2018	2019
<i>Total residuos peligrosos (t)</i>	2,13	0,29	1,58
<i>Total residuos no peligrosos (t)</i>	1.809,03	2.583,26	2.402,90
<i>Residuos totales (t)</i>	1.811,16	2.583,55	2.404,48
<i>Producción total anual (t)</i>	18.021	19.243	16.113
<i>Tot.residuos/tot.producción</i>	0,100	0,134	0,149

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 los materiales, con la recuperación del 100% de los residuos peligrosos y no peligrosos y, continuamente desde 2016, la recuperación de manera diferenciada también de residuos urbanos como el plástico, el papel y el cartón.**

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Fratelli Branca Destilerías durante 2019 ha definido su política ambiental rediseñando la gestión global de los residuos dentro de la empresa, con el objetivo de reducir la producción de los mismos.

Para alcanzar este target, todas las actividades ya encaminadas de reducción de las cantidades de residuos producidos para enviar a los centros de eliminación externos han continuado y se han incrementado durante 2019.

Particularmente, se ha actuado sobre los siguientes tipos de residuos:

- **Residuos industriales de naturaleza orgánica (hierbas procesadas) para los cuales se prevé un proceso de prensado a los fines de reutilizar los**

mismos como fertilizante orgánico y materia prima para la producción de “compost”;

Fangos biológicos, generados por la planta de tratamiento de las aguas servidas, los cuales, a través de la utilización de un específico centrifugado y decantación, reducen sensiblemente su cantidad.

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

A continuación la indicación de la destinación específica de los residuos (reciclado, reutilización, compost, etc.).

RESIDUOS POR TIPO Y DESTINACIÓN (t) FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS	2017		2018		2019	
	RESIDUOS PELIGROSOS	RESIDUOS NO PELIGROSOS	RESIDUOS PELIGROSOS	RESIDUOS NO PELIGROSOS	RESIDUOS PELIGROSOS	RESIDUOS NO PELIGROSOS
<i>Total residuos producidos</i>	0,66	1.376,70	0,66	1.161,84	2,95	1.124,70
<i>De los cuales eliminados</i>	0	70,1	0	98,5	2,1	25,48
<i>De los cuales recuperados</i>	0,66	1.306,6	0,66	1.063,34	0,85	1.099,22

En 2019 Fratelli Branca Destilerías registró una producción global de residuos de 1.124,70 toneladas, con una disminución respecto de 2018, y confirmando la tendencia de los años anteriores. La disminución global depende del descenso progresivo de los residuos no peligrosos y no está influenciada por el aumento de residuos peligrosos registrado en 2019 respecto de los años anteriores, cuando la cantidad permaneció más o menos constante. A partir de 2019 una parte de residuos no peligrosos se destina a reutilización y otra parte a recuperación energética.

Inclusive para la sociedad argentina, los residuos peligrosos resultan ser una cantidad marginal respecto del total.

La tabla siguiente muestra la tendencia de la relación entre total de residuos (peligrosos y no peligrosos) y producción anual.

INTENSIDAD DE RODUCCIÓN DE RESIDUOS FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS	2017	2018	2019
<i>Total residuos peligrosos (t)</i>	0,66	0,66	2,95
<i>Total residuos no peligrosos (t)</i>	1.376,70	1.161,84	1.124,70
<i>Residuos totales (t)</i>	1.377,36	1.162,50	1.127,65
<i>Producción total anual (t)</i>	46.075	39.971	38.676
<i>Tot.residuos/tot.producción</i>	0,030	0,029	0,029

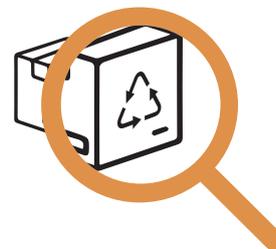
La tendencia aparece constante en el trienio, sin particulares variaciones para señalar. La cantidad de residuos, particularmente los no peligrosos que representan la casi totalidad, sigue en efecto la evolución de la tendencia de la producción anual.

Para respetar los compromisos asumidos, en línea con el objetivo de largo plazo del Grupo correspondiente al tema de la gestión de los residuos, la empresa ha previsto e introducido, en el último año de rendición de cuentas, 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 importante volumen de residuos no reciclables a través de recicladores ad hoc, para

residuos que deberían destinarse al basurero municipal;

- Eliminación de las hierbas empobrecidas según una óptica de circularidad, a través de la decisión de destinar esta materia prima para la alimentación animal;
- Incinerado de residuos no reciclables con recuperación de energía: la cuota parte de residuos no reciclables (<2%) se destina al co-proceso (incinerado con sucesiva recuperación de energía). Después de dicha iniciativa, en el mes de septiembre se ha alcanzado además el importante objetivo del Zero Waste To Landfill (ZWTL), monitoreado periódicamente a través del índice de producción de los residuos (IPR) medido en kg de residuos para su vertido en el basurero municipal / m3 de producto terminado.



FOCUS

EL PACKAGING SUSTENTABLE Y LA 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 pone Branca en la selección y en el abastecimiento de todos los materiales utilizados en el embalaje es parte integrante de su propio compromiso en la minimización de los impactos en el ambiente.

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

- 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 el reagrupamiento de un cierto número de botellas, concebido para facilitar la reposición en las góndolas del punto de venta, y 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 envases especiales: consiste en el outsourcing de tipos de embalajes no estándar, como por ejemplo los estuches de regalo.

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 monitoreo 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 reciclado de este material aparece como un proceso ecológico en todos sus aspectos: el mismo, en efecto, reduce la cantidad de residuos para tratar y eliminar en el basural, permitiendo reducir al daño ambiental. La refusión del vidrio recuperado reduce, además, la cantidad de materias primas necesarias para la producción, sobre todo arenas silíceas y carbonato de calcio, reduciendo entonces los daños al ambiente que derivan de la explotación de las canteras, y todo a favor de los territorios y de las comunidades locales. Además reduce el consumo de energía: cada tonelada de vidrio recuperado refundido permite ahorrar en efecto 1,2 toneladas

de materias primas y aproximadamente 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.

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 rendidoras, 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).

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 papel base) o recursos permanentes (por ejemplo el acero).



FOCUS

EL USO SUSTENTABLE 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.

A continuación se detallan las políticas implementadas en las dos principales sedes productivas, en Italia y en la Argentina.

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. Por lo que se refiere a las descargas industriales, o aguas negras, Branca efectúa controles periódicos para garantizar la calidad de los flujos de salida, antes de ser eliminados.

Las áreas de mejora más importantes que se han identificado en el ámbito de la gestión de los recursos hídricos están estrechamente relacionadas con la producción y se refieren casi siempre a operaciones técnicas en las instalaciones productivas. Entre las diferentes actividades llevadas a cabo por Fratelli Branca Distillerie para contener los consumos hídricos se detallan:

- **Realización de actividades de mantenimiento y monitoreo de las instalaciones por parte de los responsables y operadores de los diferentes sectores;**
- **Inversión en iniciativas que permitan optimizar los consumos;**
- **Sensibilización del personal, a través de actividades de información y capacitación, para garantizar un comportamiento correcto a los fines de salvaguardar el recurso hídrico.**

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

También Fratelli Branca Destilerías dedica una atención especial a la contención y a la optimización de los consumos hídricos. La sociedad, que se abastece exclusivamente de napas subterráneas, se pone además el objetivo de cuidar las mismas preservándolas de una excesiva explotación, que dañaría la calidad misma del recurso hídrico utilizado.

Toda el agua utilizada en la planta proviene en efecto de cuatro perforaciones enterradas, luego se almacena en un tanque elevado y finalmente se distribuye para los procesos productivos, las áreas de servicio y la higiene personal.

El monitoreo del consumo de agua se realiza teniendo en cuenta el ICA (índice de consumo de agua) calculado en metros cúbicos de agua consumida, con respecto al volumen de producción. Como puede observarse en el gráfico, en 2019 se ha señalado una disminución del -8,57% de este índice respecto de 2018 (1,14%).

ÍNDICE DE CONSUMO DE AGUA (ICA)



Durante 2019 se han implementado, además, un sistema de reutilización para la planta de tratamiento de los efluentes y un sistema de recolección del agua de lluvia.

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 diario 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);
- Capacitación del personal operativo interno y externo en el ámbito de la gestión ambiental ISO 14001 implementada en la planta desde 2015;
- Incorporación del sistema de recirculación de los efluentes tratados en la planta de tratamiento, a los fines de reutilizarlos en el proceso de limpieza de las instalaciones.



Branca, la cultura Y el territorio

La familia Branca ha demostrado siempre, desde sus orígenes, un gran interés por la cultura y por el contexto social, sus transformaciones y sus exigencias. Son un ejemplo claro los anuncios publicitarios publicados desde febrero de 1865, los carteles y las “publicidades” encargadas a las mejores agencias del momento, así como la participación en las grandes exposiciones del siglo XX y la promoción de diferentes iniciativas culturales vinculadas al territorio.

Justamente a la luz de este vínculo histórico entre el Grupo y la cultura, en todos sus matices, Branca continúa actualmente promoviendo y abrazando actividades culturales realizadas por iniciativa propia o en colaboración con asociaciones locales, nacionales e internacionales para involucrar a las comunidades territoriales y compartir su propia historia y sus propios valores. A lo largo de los años, la familia Branca ha promovido diversas iniciativas culturales para valorizar la cultura y las identidades empresariales y valorizar el

vínculo del Grupo con los territorios en los que se integra o con los que ha estado históricamente ligado. Entre ellas, la recuperación de la Torre del Parque Sempione de Milán, hoy llamada Torre Branca, el acondicionamiento del museo “Colección Branca” en el complejo productivo de Via Resegone, la transformación de la planta de Saint-Louis (Francia) en un espacio expositivo permanente de arte moderno, la creación del Museo Carpano en Turín, la restauración de la Chimenea Branca en ocasión de la celebración de los 170 años de Fratelli Branca, la organización en la Argentina, del concurso “Arte Único” y mucho más: manifestaciones y símbolos sin tiempo de una actitud empresarial que mira hacia el futuro, pero sin perder de vista el pasado, que se propone valorizar y custodiar.

En los próximos capítulos se describen las actividades más importantes llevadas a cabo en este ámbito por el Grupo a lo largo de los años, especialmente en Italia y en Europa.

Las principales iniciativas

Museo Colección Branca

Un recorrido entre historia, tradición e innovación

El museo "Colección Branca", inaugurado en 2009, es un museo de la empresa nacido 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 M2 que se articula entre pinturas, esculturas, materias primas y herramientas de trabajo que nos cuentan una realidad hecha de calidad y pasión.

La "Colección Branca", fruto de un trabajo de investigación,

selección y restauración a lo largo de diez años, incluye también una rica colección de carteles promocionales, campañas publicitarias y calendarios, testimonio de la particular atención hacia la comunicación de la imagen empresarial que distinguió a Branca, ya a mediados del siglo XIX, a través de modalidades de vanguardia. El museo expone también en sus áreas diferentes objetos que llegaron a la "Colección Branca" como regalos de los apasionados. La Colección no es solamente un museo de empresa que mira la historia pasada, sino que es un espacio en el que los objetos adquieren un doble significado de documentación histórica de un sistema productivo, además que de comunicación, y de concepción organizativa. El Museo desarrolla también un rol de capacitación y de educación, a través de una política de "puertas abiertas" hacia

Asociaciones e Instituciones educativas de todo el contexto urbano de Milán que cuentan la historia de la empresa, además de la posibilidad de activar eventuales pasantías formativas curriculares y/o recorridos de aprendizaje para jóvenes egresados del secundario y graduados universitarios. Inclusive en los últimos años, el museo continúa atrayendo una gran cantidad de público: durante 2019 fueron alrededor de 4.500 los visitantes globales, que confirmaron la satisfacción ya registrada en los años anteriores, inclusive a través de feedback positivos en la plataforma Tripadvisor. Además aumentaron las aperturas durante los fines de semana y en el período de la "semana de la cultura" así como las aperturas nocturnas, símbolo de un gran éxito por parte de la comunidad.



Torre Branca

Diseñada por Giò Ponti y construida en tiempo record, en solo dos meses y medio, en 1993 en ocasión de la quinta muestra Trienal, la “Torre Branca” es uno de los lugares más celebrados de la ciudad de Milán, y es 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”. Recibe en su estructura a miles de visitantes

cada año, y continúa desarrollando su propio servicio a la ciudad ofreciendo a los turistas, pero sobre todo a los ciudadanos residentes, una perspectiva distinta sobre las bellezas de Milán. En línea con el compromiso social de Branca a favor de la comunidad local, en la base de la Torre se instaló una estructura complementaria que, con su pared de cristal transparente y la sugestiva perspectiva sobre la torre, quiere llegar a ser un nuevo punto de referencia para la ciudad, símbolo de una nueva efervescencia creativa que mira hacia el futuro. La estructura, concebida como restaurante-bar, recibe numerosas e innovadoras manifestaciones culturales.

Durante 2017, en ocasión de los 15 años de la reapertura, Branca organizó un congreso dedicado a Giò Ponti en su propia sede histórica de Via Broletto 35, a la que asistieron – además del Presidente Niccolò Branca – también Donatella Bollani, vice directora de Domus, la prestigiosa revista de arquitectura fundada por el mismo Ponti, Emilio Faroldi, pro-rector del Politécnico de Milán, Maria Vittoria Capitanucci, historiadora de la arquitectura, y Vanni Pasca, crítico e historiador del diseño. A la mesa redonda le siguió un evento en la misma Torre Branca. También en 2019 la Torre recibió aproximadamente 20.000 visitantes para subir al local panorámico.



Fondation Fernet-Branca

Parte del desarrollo de Fratelli Branca está escrito en las páginas de la historia francesa. En St. Louis, en efecto, funcionó una de las destilerías de la familia de Milán. 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 la estructura, suspendidas las actividades de destilación, alberga la Fondation Fernet-Branca y, desde el 4 de julio de 1996, obtuvo el reconocimiento del prefecto de la región de la Alsacia, en el inventario de los monumentos históricos franceses.

La idea, de transformar la antigua destilería Fernet-Branca en un museo de arte contemporáneo nace en 2003 de un proyecto conjunto entre la Administración local y la familia Branca, siempre sensible a las manifestaciones sociales y culturales e interesada a dar un nuevo uso a la planta, que por muchos años fue el eje central de la vida de la pequeña ciudad de Saint -Louis, y de 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 inserta en el contexto cultural transfronterizo conectado con la vecina ciudad de Basilea en la

cual se encuentran la Fondation Beyeler, el museo Tinguely, el Schaulager, la Exposición anual "Art'Basel" y en Weil am Rhein, en Alemania, donde reside 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, in collaborazione con Eataly e i servizi Museali della città di Torino, ha dedicato un museo alla storia del marchio Carpano.

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

Museo Carpano





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 murales, 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 Serbando” 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 Miguelangel ya por el siglo XVI.

El proyecto continúa también en el interior de la planta, donde a todos empleados y miembros de la familia que fueron parte integrante de esta obra de arte participando en la actividad de pintura colectiva, se les permitió

aportar su propia firma en las raíces dibujadas en la base de la chimenea, simbolizando en cierto sentido las raíces de la empresa y de 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 histórico vínculo entre Fernet-Branca y el arte, en 2008 Fratelli Branca Destilerías lanzó en la Argentina un concurso de afiches para promover y alentar el arte entre los jóvenes de todo el País. En 2019 dio inicio la doceava edición del evento, con la participación, entre otros, de célebres artistas, como LOUTA, Eugenia “La china” Suarez, Malena Sanchez y Juan Guilera. El lema de 2019 fue “Arte único, historias únicas” y los artistas tuvieron la oportunidad de realizar sus obras inspiradas en el espíritu de Fernet-Branca utilizando cualquier disciplina entre las cuales fotografía, dibujo, pintura, diseño, además de videos en la categoría “Afiche Motion”.

Le iniciativas más recientes

A continuación se describen en cambio algunas de las actividades más recientes llevadas a cabo en Italia y en la Argentina: son aun limitadas, claramente, las iniciativas en este ámbito promovidas por Branca USA, operativa solo desde 2019, la cual, en línea con la cultura del Grupo, considera el compromiso a favor de los territorios y de las comunidades locales no solo una herramienta para dar a conocer las marcas de la empresa de manera más significativa, sino también una manera para difundir una verdadera ciudadanía de empresa.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Entre 2018 y 2019 Fratelli Branca Distillerie participó y colaboró activamente en numerosas iniciativas promocionadas por el Municipio de Milán para encontrar las diferentes realidades culturales del territorio, creando momentos de encuentro y diálogo con sus interesados, y desarrollando y reforzando la red de colaboraciones con los ciudadanos.

Entre las iniciativas se detallan, por ejemplo, durante 2018, las participaciones en la muestra Filatélica del Correo de Milán, la muestra “Triennale Design Museum” en la que se expuso la maqueta de la Torre Branca, y en la muestra “999”, organizada siempre en la Trienal, en cuya ocasión Branca propuso dos encuentros para conocer la autenticidad de la cultura empresarial en la relación entre naturaleza y producto como compromiso secular de investigación, innovación e identidad.

En 2019, en cambio, la empresa, junto con el Museo “Colección Branca” participó en el evento anual Open House Milano, que se incluye en el más amplio circuito OpenHouse Worldwide, evento internacional que se

lleva a cabo en cuatro continentes y 42 ciudades del mundo, con un formato que nació en Londres en 1992. Otras participaciones relevantes de 2018 y 2019 podemos nombrar el festival “Fuoricinema”, una maratón no stop de reuniones diurnas y proyecciones nocturnas gratuitas en el corazón de Milán, durante la cual artistas del mundo del cine, de la música y del espectáculo se reúnen con el público con la moderación de periodistas y conductores, y la “Milano Arch week”, semana de eventos dedicados a la arquitectura promocionada por la Triennale Milano junto al Politecnico de Milán y al Municipio de Milán, durante la cual la Torre Branca permaneció abierta al público de forma gratuita. 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.

Entre las iniciativas de carácter más netamente social se pueden recordar la recepción, en el último año, de importantes asociaciones como la Federazione

Gourmet Europa, Lyons Club y Rotar como así también la participación de la empresa en el seminario anual organizado por la asociación Museimpresa para la definición de nuevos proyectos entre los curadores de los 88 museos asociados. Los espacios del Museo Colección Branca albergaron también la Stampa Estera di Milano para la habitual cena de Navidad en 2019.

Por lo que se refiere a las iniciativas desarrolladas con los productos, Branca participó en la realización de numerosas actividades con importantes realidades del Made in Italy las que, al igual que Branca, son las voceras de una cultura del “saber hacer” de calidad. Entre estas Moreschi, Piacenza Cashmere, con las que comparte ser una empresa histórica, familiar, italiana y con vocación internacional, y de excelencia en sus respectivos sectores. En 2019 Branca participó en el gran evento de Style, revista mensual del diario Corriere della Sera, para celebrar la ciudad de Milán.

Siempre en el sector productos, en 2019 la marca Carpano festejó sus 233 años de historia, un aniversario

que significó un gran logro para la historia de Carpano y la de Branca, dos realidades italianas afines por tradición, calidad del producto, cuidado del territorio y del consumidor. Gracias también a la adquisición por parte de Branca, Casa Carpano pudo consolidar un gran éxito tanto en Italia como en el exterior, difundiendo en todo el mundo una excelencia del Made in Italy como es el vermouth.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Fratelli Branca Destilerías considera como parte integrante de su negocio el cuidado y el apoyo a las comunidades locales, y esto conlleva la creación de valor sustentable en el tiempo. La sociedad promueve su compromiso a favor de la comunidad local a través de una serie de colaboraciones con instituciones, escuelas y fundaciones, cuyos objetivos son la promoción de las igualdades de oportunidades educativas a través de programas que mejoren la inclusión escolar, la calidad educativa para los niños y los jóvenes que provienen de familias de bajos recursos (más de 5.700 jóvenes alcanzados en 2019), así como el apoyo en el desarrollo y en la ejecución de proyectos empresariales. A continuación se detallan las instituciones y las fundaciones que han recibido contribuciones por parte de Fratelli Branca Destilerías subdivididas por ámbito de colaboración.

Asistencia a la infancia y a la familia:

- Caritas San Miguel
- Fundacion Padres
- GASEB Foundation
- Fátima Foundation
- Banco de Alimentos de Buenos Aires
- Maria Cecilia Cancer Foundation

Educación:

- Cimientos Foundation
- Ayudar a Soñar Foundation

Apoyo al empleo y a la ocupación:

- Carita's workshops

Fratelli Branca Destilerías colabora además con la Fundación Par, Fundación Añil, Fundación Conin-Leche, Hospital de Niños Ricardo Gutiérrez, Fundación María Cecilia de ayuda al Niño Oncológico, Colegio Maria Guadalupe Barrio Las Tunas, ALCEM Asociación (lucha contra la esclerosis múltiple), Escuela Del Chaco, Escuela Técnica Secundaria y Primaria Fonavi, Municipio de Malvinas Argentinas.

Entre las iniciativas sociales promovidas y organizadas por Fratelli Branca Destilerías, se pueden citar "#MenoresNiUnaGota Campaign", en cuya ocasión la empresa ha desarrollado junto a la FADA (Federación Argentina de Destilados y Aperitivos), una campaña de consumo responsable para limitar el consumo de alcohol en los menores de 18 años. La iniciativa se enmarca en el compromiso más general de la empresa en el apoyo a la difusión de una campaña publicitaria, realizada con el Consejo Publicitario Argentino dirigida a difundir la "Concientización de la prohibición del consumo de alcohol en los menores", particularmente a través de canales de redes sociales. Durante 2019 se lanzó también una campaña digital en las redes sociales para sensibilizar a la gente sobre este tema, sobre todo los padres de los adolescentes. Por último, a través de la Fundación Padres se promovieron algunos laboratorios en las escuelas con los estudiantes y sus padres para ofrecer lugares y espacios de diálogo y de reflexión sobre el tema. Estas iniciativas obtuvieron óptimos resultados, con más de 2.800.000 personas contactadas y más de 7.300.000 interacciones en las redes sociales y en otras plataformas.

Es posible, por último, citar la iniciativa Familia Branca, nacida para continuar reforzando el vínculo con los bartenders más reconocidos a nivel nacional. En 2018 se llevaron a cabo cursos de capacitación con las Marcas Ambassador de los productos Branca, tours para conocer la planta y diferentes workshops de varias disciplinas poniendo a disposición herramientas y conocimientos para el trabajo de los bartenders; la iniciativa continua y se renueva cada año.



Apéndice

Se presentan a continuación algunas tablas con detalles más específicos respecto de los recursos humanos, así como requerido por el estándar de rendición de cuentas adoptado, el GRI Standard.

30 No está disponible el dato correspondiente a las horas de capacitación subdividido también por categoría profesional.

31 No está disponible el dato correspondiente a los participantes a cursos de capacitación subdivididos también por categoría profesional.

32 Se señala que no está disponible el número de participantes a los cursos de capacitación en materia de anticorrupción para Fratelli Branca Destilerías. No están disponibles tampoco los datos correspondientes a 2017.

PRESENCIA FEMENINA POR SOCIEDAD DEL GRUPO	2017				2018				2019			
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	% MUJERES	HOMBRES	DONNE	TOTAL	% MUJERES	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	% MUJERES
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	48	22	70	31,4%	58	27	85	31,8%	69	32	101	31,7%
F.LLI BRANCA DESTILERIAS	183	8	191	4,2%	196	7	203	3,4%	195	12	207	5,8%
BRANCA USA	-	-	-	-	-	-	-	-	14	17	31	54,8%
BRANCA INTERNATIONAL	2	3	5	60,0%	1	1	2	50,0%	1	1	2	50,0%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	4	6	10	60,0%	3	3	6	50,0%	2	2	4	50,0%
TOTAL	237	39	276	14,1%	258	38	296	12,8%	281	64	345	18,6%

HORAS DE CAPACITACIÓN IMPARTIDAS A LOS EMPLEADOS POR GÉNERO Y SOCIEDAD DEL GRUPO	2017			2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	276	164	440	162	95	257	423	141	564
F.LLI BRANCA DESTILERIAS	N.D.	N.D.	N.D.	5.297	90	5.387	5.881	102	5.983
BRANCA INTERNATIONAL	4	12	16	0	0	0	0	0	0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	8	4	12	0	4	4	16	0	16
TOTAL	288	180	468	5.459	189	5.648	6.320	243	6.563

NÚMERO DE EMPLEADOS QUE HAN RECIBIDO CAPACITACIÓN POR GÉNERO Y SOCIEDAD DEL GRUPO	2017			2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	68	39	107	86	44	130	82	36	118
F.LLI BRANCA DESTILERIAS	N.D.	N.D.	N.D.	850	0	850	1.286	6	1.292
BRANCA INTERNATIONAL	1	3	4	0	0	0	0	0	0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	2	1	3	0	1	1	3	0	3
TOTAL	71	43	114	936	45	981	1.371	42	1.413

**RELACIÓN DEL SUELDO BASE³⁵
RELACIÓN DEL SUELDO BASE
DE LAS MUJERES
RESPECTO DE LOS
HOMBRES EN % - 2019**

³⁵ Por razones de privacidad no se han informado las relaciones de la sociedad Branca International y Centro Studi Fratelli Branca

	GERENTES	JEFES	EMPLEADOS	OPERARIOS
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE	N.D.	81%	87%	95%
FRATELLI BRANCA DESTILERIAS	N.D.	N.D.	92%	N.D.
BRANCA USA	66%	92%	104%	N.D.

**RELACIÓN
DE LA RETRIBUCIÓN TOTAL
DE LAS MUJERES RESPECTO
DE LOS HOMBRES EN % - 2019**

	GERENTES	JEFES	EMPLEADOS	OPERARIOS
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE	N.D.	86%	86%	95%
FRATELLI BRANCA DESTILERIAS	N.D.	N.D.	92%	N.D.
BRANCA USA	54%	91%	105%	N.D.

GRI Content Index

GRI STANDARD 2018

GRI DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	REFERENCIAS	OMISIONES/NOTAS
-----------------	-------------	-------------	-----------------

GRI 102 INFORMATIVA GENERAL

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

102-1	Nombre de la organización	Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > El perfil del Grupo (p.9)	
102-2	Actividad, marcas, productos y servicios	Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > Nuestras marcas (p. 17-21)	
102-3	Lugar de la sede principal	Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > El perfil del Grupo (p.9)	
102-4	Lugar de las actividades	Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > El perfil del Grupo (p.9-10)	
102-5	Propiedad y forma jurídica	Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > El perfil del Grupo (p.9)	
102-6	Mercados atendidos	Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > El perfil del Grupo (p.9-10)	
102-7	Dimensión de la organización	Los resultados más importantes: una visión global (p.7)	
102-8	Informaciones sobre los empleados y los otros trabajadores	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Perfil de los empleados (p. 63-65)	
102-9	Cadena de abastecimiento	La excelencia de productos en Branca > Gestión responsable de la cadena de abastecimiento (p. 46-52)	
102-10	Modificaciones significativas a la organización y a su cadena de abastecimiento	Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > El perfil del Grupo (p.9) La excelencia de los productos Branca > Gestión responsable de la cadena de abastecimiento (p. 46-52)	
102-11	Principio o enfoque prudencial	El ambiente: negocio sustentable y mitigación de los impactos > El uso responsable de los recursos (p. 79)	
102-12	Iniciativas externas	Las comunidades locales, el arte y la cultura (p. 94-100)	
102-13	Adhesión a asociaciones	Las comunidades locales, el arte y la cultura (p. 94-100)	

ESTRATEGIA

102-14	Declaración de un alto gerente	Carta del Presidente (p. 3-4)	
102-15	Impactos clave, riesgos y oportunidades	Creación y distribución del valor económico (p. 38-43) Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo (p. 62-77) El ambiente: negocio sustentable y mitigación de los impactos (p. 78-93)	Al día de hoy no se presenta un explícito mapeo de detalle.

GRI DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	REFERENCIAS	OMISIONES/NOTAS
-----------------	-------------	-------------	-----------------

GRI 102 INFORMATIVA GENERAL

ÉTICA E INTEGRIDAD

102-16	Valores, principios, estándares y normas de comportamiento	Quienes somos: nuestra identidad y nuestra historia > Legalidad, transparencia, ética e integridad (p. 26)	
102-17	Mecanismos para investigar la asesoría y señalar criticidad relacionada con cuestiones éticas	Quienes somos: nuestra identidad y nuestra historia > Legalidad, transparencia, ética e integridad (p. 26)	

GOVERNANCE

102-18	Estructura de la governance	Quienes somos: nuestra identidad y nuestra historia > Governance (p. 23-26)	
--------	-----------------------------	---	--

PARTICIPACIÓN DE LOS INTERESADOS

102-40	Listado de los grupos de interesados	La gestión consciente del negocio > Nuestros Interesados (p. 30-31)	
102-41	Acuerdos de contratación colectiva	Las personas: `perfil, bienestar salud y seguridad en el trabajo > Relaciones industriales (p. 70)	
102-42	Identificación y selección de los Interesados	La gestión consciente del negocio > Nuestros Interesados (p. 30-31)	
102-43	Modalidades de participación de los Interesados	La gestión consciente del negocio > Nuestros Interesados (p. 30-31)	
102-44	Temas y criticidad clave elevados	La gestión consciente del negocio > Nuestros Interesados (p. 30-31)	

PRÁCTICAS DE RENDICIÓN DE CUENTAS

102-45	Sujetos incluidos en el balance consolidado	Nota metodológica (p.5-6)	
102-46	Definición del contenido del reporte y perímetros de los temas	Nota metodológica (p.5-6)	
102-47	Listado de los temas materiales	La gestione consapevole del business > I temi della sostenibilità e l'analisi di materialità (p. 32-34)	
102-48	Revisión de las informaciones		Non existen revisiones de las informaciones respecto de la edición anterior publicada.
102-49	Modificaciones en la rendición de cuentas	Nota metodológica (p.5-6)	
102-50	Período de rendición de cuentas	Nota metodológica (p.5-6)	
102-51	Fecha del reporte más reciente		El último documento publicado se refería al año 2016.
102-52	Periodicidad de la rendición de cuentas	Nota metodológica (p.5-6)	
102-53	Contactos para solicitar informaciones relacionadas con el reporte	Nota metodológica (p.5-6)	Para requerimientos de información es posible utilizar los canales dedicados disponibles en los sitios de internet de Branca International y de cada una de las Sociedades

GRI DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	REFERENCIAS	OMISIONES/NOTAS
-----------------	-------------	-------------	-----------------

GRI 102 INFORMATIVA GENERAL

102-54	Declaración sobre la rendición de cuentas de conformidad con los GRI Standards	Nota metodológica (p.5-6)	
102-55	Índice de los contenidos GRI	Tabla de correspondencia Standard GRI (p. 103-108)	
102-56	Seguro externo		El presente documento no es objeto de verificación por parte de sociedades externas.

TOPIC-SPECIFIC DISCLOSURE

GRI DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	REFERENCIAS	OMISIONES/NOTAS
-----------------	-------------	-------------	-----------------

TEMAS ECONÓMICOS Y DE GOVERNANCE

LEGALIDAD, TRANSPARENCIA, ÉTICA E INTEGRIDAD DEL NEGOCIO

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > Legalidad, transparencia, ética e integridad (p. 26)	
205-3	Episodios de corrupción comprobados y medidas adoptadas	Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > Legalidad, transparencia, ética e integridad (p. 26)	
307-1	Incumplimiento de leyes y normativas en materia ambiental	Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > Legalidad, transparencia, ética e integridad (p. 26)	
416-2	Episodios de incumplimiento relacionados con los impactos sobre la salud y sobre la seguridad de productos y servicios	Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > Legalidad, transparencia, ética e integridad (p. 26)	
419-1	Incumplimiento de leyes y normativas en materia social y económica	Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > Legalidad, transparencia, ética e integridad (p. 26)	

SUSTENTABILIDAD EN LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	La gestión consciente del negocio (p. 27-29)	
-----------------------	--------------------------------	--	--

CREACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL VALOR ECONÓMICO

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	Creación y distribución del valor económico (p. 38-43)	
202-1	Valor económico directamente creado y distribuido	Creación y distribución del valor económico > Valor económico directamente creado y distribuido (p. 42-43)	

TEMAS AMBIENTALES

EFICIENCIA ENERGÉTICA Y CAMBIO CLIMÁTICO

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	El ambiente: negocio sustentable y mitigación de los impactos > El uso responsable de los recursos (p. 79) El ambiente: negocio sustentable y mitigación de los impactos > Los consumos energéticos (p. 80-83)	
302-1	Energía consumida en el interior de la organización	El ambiente: negocio sustentable y mitigación de los impactos > Los consumos energéticos (p. 83-83)	
302-3	Intensidad energética	El ambiente: negocio sustentable y mitigación de los impactos > Los consumos energéticos (p. 83-83)	

GRI DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	REFERENCIAS	OMISIONES/NOTAS
-----------------	-------------	-------------	-----------------

TEMAS AMBIENTALES

305-1	Emisiones directas de GHG (Objetivo 1)	El ambiente: negocio sustentable y mitigación de los impactos > Emisiones en la atmósfera (p. 84-86)	
305-2	Emisiones indirectas de GHG por consumos energéticos (Objetivo 2)	El ambiente: negocio sustentable y mitigación de los impactos > Emisiones en la atmósfera (p. 84-86)	
305-4	Intensidad de las emisiones de GHG	El ambiente: negocio sustentable y mitigación de los impactos > Emisiones en la atmósfera (p. 84-86)	

ECONOMÍA CIRCULAR Y RECICLABILIDAD

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	El ambiente: negocio sustentable y mitigación de los impactos > El uso responsable de los recursos (p. 53-55)	
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	El ambiente: negocio sustentable y mitigación de los impactos > Economía circular y reciclabilidad (p. 87-93)	

TEMAS SOCIALES

CALIDAD Y SEGURIDAD DE LAS MATERIAS PRIMAS Y DEL PRODUCTO

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	La excelencia de los productos en Branca > La calidad y seguridad de las materias primas y del producto (p. 53-55)	
417-1	Requisitos en materia de información y etiquetado de productos y servicios	La excelencia de los productos en Branca > La calidad y seguridad de las materias primas y del producto (p. 54)	
417-2	Episodios de incumplimiento en materia de información y etiquetado de productos y servicios	La excelencia de los productos en Branca > La calidad y seguridad de las materias primas y del producto (p. 54)	

SATISFACCIÓN Y RELACIÓN CON EL CLIENTE

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	La excelencia de los productos en Branca > Satisfacción y Relación con el cliente (p. 58-61)	
-----------------------	--------------------------------	--	--

MARKETING, COMUNICACIÓN Y CONSUMOS RESPONSABLES

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	La excelencia de los productos en Branca > La protección de los consumidores y la promoción del consumo responsable (p. 56-57)	
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > Legalidad, transparencia, ética e integridad (p. 26)	

BIENESTAR GENERAL Y EMPRESARIAL

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Bienestar de los empleados (p. 76-77)	
401-2	Beneficios previstos para los empleados full-time, pero no para los empleados part-time con contrato temporario	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Bienestar de los empleados (p. 76-77)	

DESARROLLO, CAPACITACIÓN DEL CAPITAL HUMANO Y MERITOCRACIA COLABORATIVA

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Desarrollo del capital humano y capacitación (p. 71-72) Quiénes somos: nuestra identidad y nuestra historia > El principio de Meritocracia colaborativa y la gestión de los recursos humanos (p. 26)	
205-2	Comunicación y capacitación en materia de políticas y procedimientos anticorrupción	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Desarrollo del capital humano y capacitación (p. 71-72)	

GRI DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	REFERENCIAS	OMISIONES/NOTAS
-----------------	-------------	-------------	-----------------

TEMAS SOCIALES

401-1	Nuevas contrataciones y rotaciones	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > perfil de los empleados > contrataciones y ceses (p. 66-67)	No ha sido posible calcular la tasa de rotación por franja etaria por inexistencia de los datos 2017.
404-1	Horas promedio de capacitación anual por empleado	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Desarrollo del capital humano y capacitación (p. 71-72)	
404-3	Porcentaje de empleados que reciben una evaluación periódica de las performances y del desarrollo profesional	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Desarrollo del capital humano y capacitación > Evaluación periódica de las performances (p. 72)	Información fornita a livello qualitativo.
412-2	Capacitación de los empleados en las políticas o los procedimientos sobre los derechos humanos	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Desarrollo del capital humano y capacitación (p. 71-72)	

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Salud y seguridad en el trabajo (p. 73-75)	
403-1	Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Salud y seguridad en el trabajo (p. 73-75)	Información brindada a nivel cualitativo.
403-2	Identificación de los peligros, evaluación de los riesgos e investigaciones de los accidentes	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Salud y seguridad en el trabajo (p. 73-75)	Información brindada a nivel cualitativo.
403-3	Servicios de medicina del trabajo	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Salud y seguridad en el trabajo (p. 73-75)	Información brindada a nivel cualitativo.
403-4	Participación y consulta de los trabajadores y comunicación en materia de salud y seguridad en el trabajo	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Salud y seguridad en el trabajo (p. 73-75)	Información brindada a nivel cualitativo.
403-5	Capacitación de los trabajadores en materia de salud y seguridad en el trabajo	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Salud y seguridad en el trabajo (p. 73-75) Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Desarrollo del capital humano y capacitación (p. 71-72)	
403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Salud y seguridad en el trabajo (p. 73-75)	Información brindada a nivel cualitativo.
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en materia de salud y seguridad en el trabajo en las relaciones comerciales	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Salud y seguridad en el trabajo (p. 73-75)	Información brindada a nivel cualitativo.
403-9	Accidentes de trabajo	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Salud y seguridad en el trabajo (p. 73-75)	
403-10	Enfermedades profesionales	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Salud y seguridad en el trabajo (p. 73-75)	

DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y DERECHOS HUMANOS

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo (p. 68-69)	
405-1	Diversidad en los organismos de gobierno y entre los empleados	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo (p. 73-75)	Ha sido presentado el personal subdividido por franja etaria solo en 2019 dado que para Italia esta subdivisión no está disponible referida al año 2017.
405-2	Relación del sueldo básico y retribución de las mujeres respecto de los hombres	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Remuneración (p. 70)	Por razones de privacidad no se han publicado los datos correspondientes a algunas sociedades, como se indica en el párrafo.
406-1	Episodios de discriminación y medidas correctivas adoptadas	Las personas: perfil, bienestar, salud y seguridad en el trabajo > Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo (p. 68-69)	No se han verificado episodios de discriminación en el período de rendición de cuentas objeto del presente.

DESARROLLO DE INICIATIVAS Y PARTICIPACIÓN DE LAS COMUNIDADES LOCALES

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	Las comunidades locales, el arte y la cultura (p. 94-100)	
-----------------------	--------------------------------	---	--

GRI DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	REFERENCIAS	OMISIONES/NOTAS
-----------------	-------------	-------------	-----------------

TEMAS TRANSVERSALES

GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

103-1, 103-2 103-3	Enfoque de la gestión del tema	La excelencia de los productos en Branca > Gestión responsable de la cadena de abastecimiento (p. 46-52)	
204-1	Proporción del gasto a los proveedores locales	La excelencia de los productos en Branca > Gestión responsable de la cadena de abastecimiento (p. 46-52)	
308-1	Nuevos proveedores que han sido evaluados utilizando criterios ambientales	La excelencia de los productos en Branca > Gestión responsable de la cadena de abastecimiento (p. 46-52)	
412-3	Acuerdos de inversión y contratos significativos que incluyen cláusulas correspondientes a los derechos humanos o que han sido sometidos a una evaluación en materia de derechos humanos	La excelencia de los productos en Branca > Gestión responsable de la cadena de abastecimiento (p. 46-52)	
414-1	Nuevos proveedores que han sido sometidos a una evaluación a través de la utilización de criterios sociales	La excelencia de los productos en Branca > Gestión responsable de la cadena de abastecimiento (p. 46-52)	



Branca International S.p.A.

**Balance de
Sustentabilidad
y Concientización**

2019