



Branca International S.p.A.

Balance de Sustentabilidad y Concientización

2021

EL COMPORTAMIENTO RESPONSABLE
EN UN MUNDO INTERCONECTADO

Indice

CARTA DEL PRESIDENTE	3
NOTA METODOLÓGICA	5
LOS PRINCIPALES RESULTADOS: UNA VISIÓN DE GLOBAL	7
QUIENES SOMOS: NUESTRA IDENTIDAD Y NUESTRA HISTORIA	8
El perfil del Grupo	9
La historia de Branca International: desde el nacimiento del amaro curativo hasta el Grupo Líder del sector	11
Nuestros valores: del lema “Novare Serbando” a los principios de la Economía de la concientización	16
Nuestras marcas	17
Las competencias internacionales y los premios	22
Governance	23
Legalidad, transparencia, ética e integridad	26
El principio de la Meritocracia colaborativa y Gestión de Recursos Humanos	26
LA GESTION 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
Uso responsable de los recursos	80
Consumos energéticos	84
Economía circular y reciclabilidad	87
BRANCA, LA CULTURA Y EL TERRITORIO	94
Las principales iniciativas	95
Le iniciativas más recientes	99
APÉNDICE	103
GRI CONTENT INDEX	105

Carta del Presidente

Sostenibilidad y Conciencia son los pilares que hemos elegido para guiar la acción del Grupo Branca Internacional. La sostenibilidad como búsqueda incesante de una relación de máximo equilibrio con el contexto social y ambiental del que formamos parte; Conciencia de que una realidad empresarial grande o pequeña puede definirse como sana, tanto desde el punto de vista económico como relacional, si tiene el justo equilibrio entre dar y recibir, entre derechos y deberes.

La Sostenibilidad y la Conciencia son hoy más necesarias que nunca. Vivimos inmersos en una era de grandes cambios, con el surgimiento de eventos impredecibles e inesperados que determinan fuertes discontinuidades, impactando la vida de comunidades y países enteros, hasta el mundo entero. Primero la pandemia, luego la guerra que estalló en febrero de 2022 a las puertas de Europa y, en parte ligada a ella, la actual y dramática crisis derivada del aumento del coste de las materias primas y los suministros energéticos. En este tiempo en el que lo inesperado parece convertirse en norma, solo fortaleciendo a todos los niveles la capacidad de relación sostenible y consciente entre uno mismo y el mundo y por tanto, también entre nuestro actuar como empresa y el tejido social y medioambiental que nos acoge, es posible enfrentar nuevos e inciertos escenarios con equilibrio y transformarlos en oportunidades.

En otoño de 2021, año al que se refiere este Informe de Sostenibilidad y Concienciación, dejamos atrás la fase aguda de la pandemia. Estos han sido, para nuestro Grupo y de igual medida para el mundo entero, meses muy complejos, en los que el compromiso de nuestra gente, su espíritu de pertenencia y las nuevas tecnologías, nos han permitido superar las limitaciones en favor de la posibilidad de convivir y trabajar juntos. Esto fue posible gracias al desarrollo de la tecnología, pero también siendo conscientes de que el ser humano necesita relaciones que no se pueden limitar al contacto a distancia.

El regreso de las personas a nuestras fábricas y oficinas en donde han reencontrado una dimensión laboral relacional y colectiva ha sido la noticia más positiva de 2021, acompañada de la ilusión por volver a crecer juntos. Junto con esto, hemos registrado otros resultados importantes que este Informe de Sustentabilidad reporta fielmente: han crecido los ingresos y volúmenes de ventas, se ha fortalecido aún más nuestro "bienestar corporativo", se ha mantenido la tendencia de mejorar la eficiencia energética de nuestra producción (menos energía consumida por unidad de producto).

Siempre he considerado a la empresa como un organismo vivo que vive e interactúa con el mundo exterior, en un intercambio continuo y recíproco, estableciendo como objetivo final la creación de bienestar no sólo para sí misma sino para toda la comunidad y para el medio ambiente. Por ello, al hablar de "útil" hablamos de "beneficio generativo": un "beneficio" perseguido y logrado con el máximo respeto por el contexto social y el entorno natural, de tal modo que genere beneficios duraderos para todos los interesados con los que el Grupo está en relación.

Así, “beneficio generativo” significa prestar atención y cuidado al medio ambiente, el cual no debe ser considerado como un mero “recurso” a utilizar. Significa practicar una idea de negocio que ve a las personas en el centro. Mujeres y hombres, ya sean clientes, colaboradores, proveedores o socios profesionales, vistos como un “fin noble” de nuestras acciones y nunca como un medio.

Fiel a esta elección de principio, el Grupo Branca International, con una unidad de propósito que une las diversas realidades internacionales, trabaja para el bienestar y la mejora profesional de los colaboradores, selecciona proveedores con el doble objetivo de garantizar a los clientes materias primas de calidad y rodearse de socios duraderos que compartan los mismos valores y principios, mira a los clientes como “co-emprendedores”.

Esta visión nuestra saca fuerza y razón de una fuerte e íntima relación entre nuestro pasado y nuestro futuro. Por un lado, historia, tradición y una fórmula de éxito ininterrumpido nacida en Italia y hoy presente en 160 países de todo el mundo. Por otro lado, una mirada siempre mirando al futuro, a la investigación y la innovación, en el esfuerzo continuo por satisfacer a nuestros clientes y operar en armonía y equilibrio con los nuevos escenarios que se nos ofrecen. En definitiva, NOVARE SERBANDO, innovar respetando la tradición: el lema de nuestro fundador, nuestro lema.

Termino agradeciendo a todos los colaboradores, dentro y fuera de la empresa, que contribuyen activamente a crear valor y bienestar para ellos, para la empresa y para el conjunto de la sociedad en general, dando continuidad a esta maravillosa aventura empresarial nacida hace 177 años.



Vino di Branca

Niccolò Branca
Presidente y Director Ejecutivo
Branca International y F.lli Branca Distillerie S.p.A.

Nota metodológica

El Informe de Sostenibilidad y Sensibilización 2021 del Grupo Branca International (en adelante también "Branca" y "Grupo") representa la herramienta de comunicación de las actividades realizadas, los compromisos asumidos, el desempeño y los resultados alcanzados por el Grupo como parte de su compromiso constante a la sostenibilidad, entendida en todos sus aspectos: social, ambiental y económico.

En línea con la edición anterior publicada, el alcance informativo de los datos y la información allí contenida se refiere a todas las principales empresas del Grupo Branca International: Fratelli Branca Distillerie SpA, Fratelli Branca Destilerías SA, Branca USA Inc., Branca Real Estate Srl y Centro Studi Fratelli Branca Srl. Por otra parte, las participaciones mayoritarias y minoritarias directas, que en cualquier caso se mencionan en los párrafos relativos a la composición del Grupo, no han sido examinadas en profundidad. Cualquier excepción al alcance del análisis o información específica se informa en las secciones individuales.

No hubo cambios significativos en la estructura organizativa, la estructura de propiedad y la cadena de suministro entre 2020 y 2021.

El Informe de Sostenibilidad y Sensibilización 2021 se elabora

de acuerdo con los "GRI Sustainability Reporting Standards" definidos en 2016 por Global Reporting Initiative (GRI), actualizados a 2020 para el indicador relativo al GRI 306 - Residuos producidos y a 2018 para el indicador GRI 403 - Salud y Seguridad, adopta el enfoque "De conformidad - Esencial" y está en línea con los siguientes principios de información, definidos por la norma, para la definición del contenido y la calidad del informe:

- *Inclusión de las partes interesadas;*
- *Contexto de sostenibilidad;*
- *materialidad;*
- *integridad y precisión;*
- *equilibrio;*
- *claridad;*
- *comparabilidad;*
- *fiabilidad;*
- *oportunidad.*

La información contenida en este documento, referente al periodo de reporte 1 de enero de 2021 - 31 de diciembre de 2021, refleja el principio de materialidad o relevancia, elemento requerido por los Estándares GRI. El análisis de materialidad y los temas relevantes para el Grupo se describen en el apartado "Gestión consciente del negocio - Los temas de sostenibilidad y el análisis de materialidad".

Al final del documento se encuentra el Índice de Contenidos GRI, que permite evidenciar de forma completa la cobertura de todos los indicadores GRI asociados a los asuntos materiales.

Para permitir la comparabilidad de los datos a lo largo del tiempo y dar continuidad al reporting, se ha comunicado la comparación con los datos relativos a los años 2019 y 2020. presentados separadamente por empresa/área geográfica, mientras que en el resto de casos son consolidado a nivel de Grupo. En los casos en que se hayan actualizado o integrado datos relativos a años anteriores, los cambios se informan en la nota.

Los datos e información contenidos en el documento fueron recopilados a través de paquetes de informes adecuados enviados a las distintas empresas del Grupo. En particular, la mayor parte de los datos ambientales referentes a la empresa italiana Fratelli Branca Distillerie provienen de la Declaración Ambiental elaborada anualmente y verificada por un organismo de certificación externo. Para una correcta representación de las actuaciones y para garantizar la fiabilidad de los datos, se ha limitado al máximo el uso de estimacio-

nes que, en caso de existir, se informan adecuadamente.

El Informe de Sostenibilidad y Sensibilización fue elaborado por un Grupo de Trabajo especialmente constituido, cuyos miembros representan de forma transversal todas las áreas vinculadas al informe social, ambiental y económico de las diversas empresas del Grupo Branca Internacional. El documento final, en su totalidad, fue aprobado por el Presidente. Para este periodo de reporte, la Compañía ha optado por no solicitar la verificación del documento por parte de empresas externas.

El Informe de Sostenibilidad y Sensibilización será publicado y difundido a través de las herramientas de comunicación utilizadas por el Grupo, incluido el sitio web:

www.brancainternational.com



El principal resultados

UNA VISIÓN GLOBAL



337

millones de euros de los ingresos en 2021 (+47,6%)



72.434

Toneladas de producto embotellado (+32%)



299

empleados en total
62 empleados de Fratelli Branca Distillerie S.p.A.
201 empleados de Fratelli Branca Distillerías
28 empleados de Branca USA
5 empleados de Branca Internacional
3 empleados del Centro de Estudios Fratelli Branca



-5,6%

Índice de intensidad energética



-14%

Índice de intensidad de las emisiones

2

Instalaciones de producción, en Milán y Buenos Aires, y una empresa de ventas en Estados Unidos



160

Países exportadores



99%

De empleados del Grupo con contratos de larga duración



-8,3%

Índice de generación de residuos



-17,6%

Índice de consumo de agua





Quienes somos

*NUESTRA IDENTIDAD
Y NUESTRA HISTORIA*

El perfil del Grupo

Branca International S.p.A. es el holding de capital totalmente italiano que hace cinco generaciones, y con la sexta ya presente en la empresa, que es conducida por la familia Branca: una afirmada realidad empresarial italiana que opera desde hace más de 176 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 aquéllas vinculadas al patrimonio inmobiliario, que hoy son administradas en una óptica empresarial, con el rol de rumbo y coordinación por parte del holding en la perspectiva estratégica de crecimiento y creación de valor.

El Grupo es muy activo también en el ámbito financiero: a través de una gestión centralizada de los flujos de las sociedades controladas – reforzando la presencia en los sectores afines a través de la adquisición de marcas y empresas en Italia y en el extranjero – y de diversificación de las inversiones, valorizando el patrimonio de relaciones internacionales adquirido a lo largo de los años.

El Grupo Branca International finalmente opera en el ámbito cultural, con el Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., uno de los laboratorios que están a la vanguardia en el estudio y en la investigación en el sector de las hierbas farmacéuticas que, además de garantizar el control y la calidad de los productos Branca, se ocupa de promocionar iniciativas de innovación, como por ejemplo la Academia Branca, la Colección Branca y la Torre Branca, restaurada recientemente y 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 agregan-

do 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 avanzada.

Desde el 2000, año en el cual se inauguró el establecimiento productivo de Tortuguitas, bajo la conducción estratégica de Niccoló Branca como presidente, acompañado por el management local, el mercado argentino creció significativamente. Inclusive en los años de la difícil crisis económica de este país, F.lli Branca Destilerías S.A. admi-

nistró 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

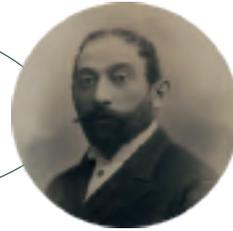


1845: Fundación

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

1862

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



1891

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



1895

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



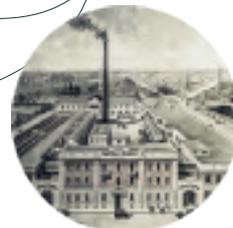
1907

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



1918

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





1930

Se inaugura la planta de Saint Louis, en Alsacia.

1932

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



1941

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



1955

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



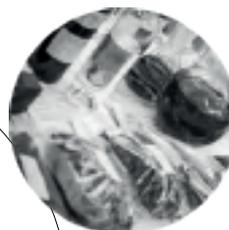
1965

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



1981

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



1985

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



1999



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

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

2001

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



2001



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

2002

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



2004



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

2006

Branca Real Estate Srl inicia plenamente sus operaciones.



2009



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



2015

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

2019

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



2020

Branca celebra sus 175 años. Para celebrar este hito, se transmitió un comercial de televisión y se inició una colaboración con el Teatro alla Scala: los estudiantes de teatro fueron los protagonistas en la nueva programación del teatro, con el objetivo de potenciar a los jóvenes talentos, y se convocó una beca. En Argentina, se elaboró un pack conmemorativo de Fernet-Branca, promovido a través de un gran evento social.



Today

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

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

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 funda-

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

El valor fundamental del Grupo es, justamente, la Concientización, que permite balancear y complementar utilidades con ética y favorecer una sintonía armónica 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 176 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, y los nuevos Ready-to-drink Carpano Negroni y Carpano Mi-To, 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, las especialidades

Passoã y el prestigioso Champagne Tsarine.

Además, en 2021 se introdujo dentro de la distribución la ginebra premium de la marca Tobermory.

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. Durante 2021 también se incluyeron en la distribución dos variantes (Tropical Passion y Sweet Apple Pear) de la marca de vodka Sernova.

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 piemontesa, 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.



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

Creados y lanzados en 2020 adaptando el conocimiento y la experiencia de producción de la marca Carpano a la tendencia de consumir cócteles auténticos y de alta calidad en casa. Los Ready-To-Drinks Carpano, elaborados exclusivamente con productos Carpano y disponibles en formato monodosis de 10cl que se pueden adquirir individualmente o en un paquete de 10 piezas, son cómodos para conservar en el frigorífico y listos para consumir.

Los Carpano Ready-To-Drinks siguen las recetas icónicas de Negroni (Carpano Classico, Carpano Botanic Bitter y Carpano Gin creados específicamente para este producto) y Milán-Turín (Carpano Classico y Punt e Mes).



PUNT E MES

Punt e Mes es un producto de la historia legendaria. Se cuenta que en 1870, en 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. En 2020, dos nuevas variantes en Argentina, Vodka Sernova Wild Berries y Vodka Sernova Fresh Citrus, y en 2021 dos más, Tropical Passion y Sweet Apple Pear, a partir de alcohol seleccionado producido localmente y filtrado con un proceso único y noble, con sabor natural.



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 son¹:

PRODUCTO	PREMIOS GANADOS MÁS RECIENTES Y SIGNIFICATIVOS
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	Best sweet vermouth - The world drinks awards 2021 Gold Medal - Excellence Spirits Awards 2020 Silver medal – International spirits challenge 2019 Gold medal – San Francisco World Spirits Competition 2017
CARPANO	Best dry vermouth - The world drinks awards 2021 Silver medal – International spirits challenge 2019 (Bianco) Double Gold medal – San Francisco World Spirits Competition 2016 (Bianco) Double Gold medal – San Francisco World Spirits Competition 2016 (Classico)
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

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.

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 italia-

nos”. 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”.

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.

En 2020 Fratelli Branca Distillerie recibió el premio “Industria Felix, Italia que compete”, seleccionada entre las 122 empresas con domicilio social en Italia que se han distinguido por su desempeño en la gestión, confiabilidad financiera y, a veces, por sostenibilidad: sobresalieron en Lombardía y Véneto con 22 ganadores cada uno, entre ellos la Destilería Fratelli Branca que fue elegida entre 18 sectores estratégicos y otorgó este reconocimiento en base a criterios objetivos, que tomaron en cuenta un algoritmo de competitividad incontrovertible (evaluado en base a los estados financieros presentados), el Grupo Cerved Score (el indicador de fiabilidad financiera de una de las agencias de rating más importantes de Europa) y, como en el caso de Fratelli Branca Distillerie, el balance / informe de sostenibilidad.

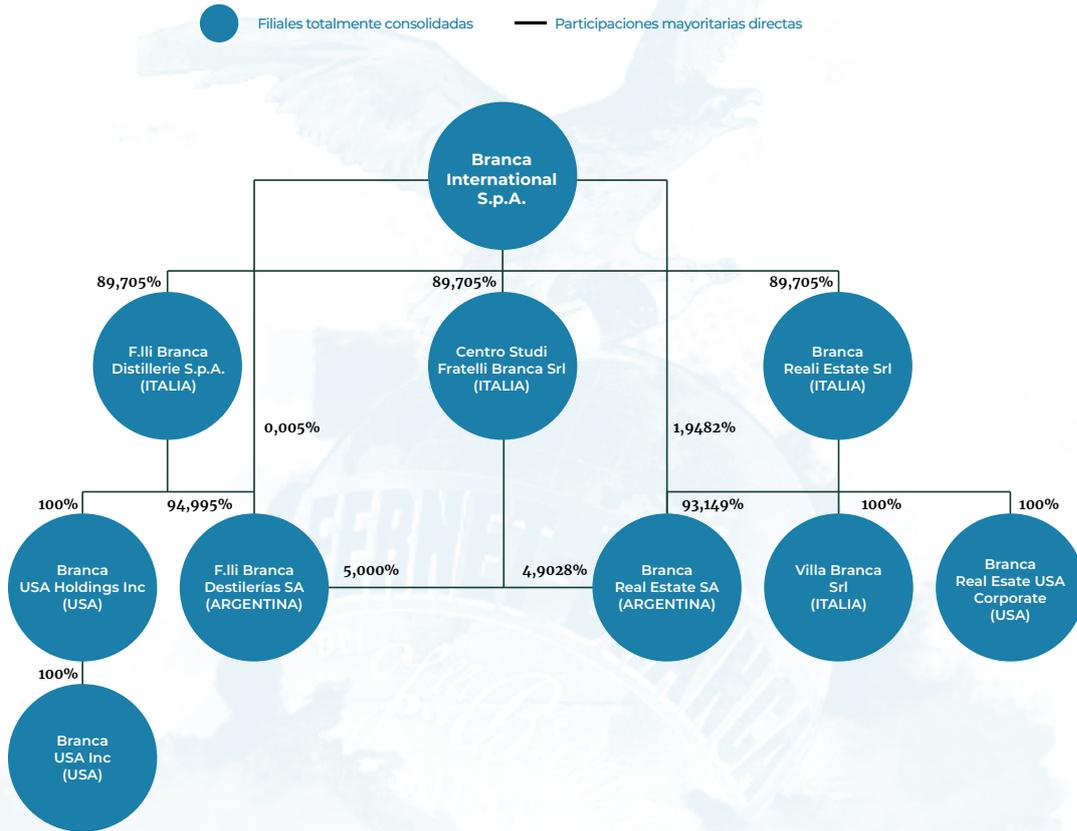
Governance



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. Tales principios están garantizados a su vez a través de un continuo proceso de verificación que asegura la concreta aplicación y eficacia. Branca ha estructurado en efecto su propia organización de la Corporate Governance, dentro de la cual están representados los roles y las responsabilidades de las figuras profesionales que intervienen en la gestión y en el control de los procesos empresariales. Además, a los fines de garantizar una “certificación de calidad” para sus propias actividades a favor de las contrapartes con los que se interactúa el Grupo de un Modelo Organizativo 231. Los órganos más importantes que intervienen en las actividades de governance del Grupo Branca son:

• **Sindicatura** 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.

Composición del Directorio

	< 30			30 - 50			> 50			GLOBAL		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL									
BRANCA INTERNATIONAL S.p.A.	0	0	0	0	1	1	5	0	5	5	1	6
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	0	0	0	1	2	3	4	3	7	5	5	10
FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	0	0	0		2	2	5	0	5	5	2	7
BRANCA USA Inc.	0	0	0	1	1	2	3	0	3	4	1	5
BRANCA REAL ESTATE ITALIA S.r.l.	0	0	0	1	1	2	3	2	5	4	3	7
BRANCA REAL ESTATE ARGENTINA S.A.	0	0	0	0	0	0	6	0	6	6	0	6
BRANCA REAL ESTATE USA	0	0	0	2	0	2	2	0	2	4	0	4
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA S.r.l.	0	0	0	0	1	1	3	2	5	3	3	6

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

Como mostrado por la tabla, la composición del Directorio de Fratelli Branca Distillerie es de 10 miembros, de los cuales 5 son mujeres, el 50%, mientras que los Directores de Fratelli Branca Destilerías son 7, con el 29% de mujeres, 2 en total. El Directorio de Branca USA, está compuesto por 4 hombres y 1 mujer. El Directorio de las tres sociedades está actualmente presidido por Niccolò Branca quien es también el CEO de la Sociedad Controlante Branca International. En conjunto, la presencia femenina en los consejos de administración de las entidades indicadas en la tabla es del 29,4% del total de consejeros.

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 digni-

dad 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:

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.

- 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.



La gestión consciente del negocio

El Grupo Branca International en los últimos años ha crecido manteniendo firme su propio núcleo de valores fundamentales que, hoy, siguen siendo válidos y actuales. Estos valores están inspirados en los principios de la Economía de la 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 responsabili-

dad 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 International prevé la valorización de sus propios recursos y el compromiso para comprender sus exigencias y expectativas, por ejemplo, favoreciendo la adopción de una serie de proyectos e iniciativas de bienestar empresarial, con el objetivo de permitir una mejora de la calidad de vida garantizando la casi totalidad de contratos fijos.

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

En el ámbito de los productos, una de las más importantes gestiones del Grupo consiste en promover el concepto de consumo responsable, concentrando – a través de la promoción de diferentes iniciativas – el compromiso en la difusión de una cultura del beber 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, ISO 14001 y desde 2021, ISO 45001, además de haber desarrollado políticas específicas.

En el transcurso de 2017, en cambio, el modelo organizativo, ya introducido en 2014 junto a un código de conducta y al Código Ético, ha sido objeto de actualizaciones en varias ocasiones con las novedades normativas existentes y con las exigencias empresariales.

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 impue-

stos, 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 2019, 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. Dicho mapeo fue confirmado también en 2021.

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, además de 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

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.

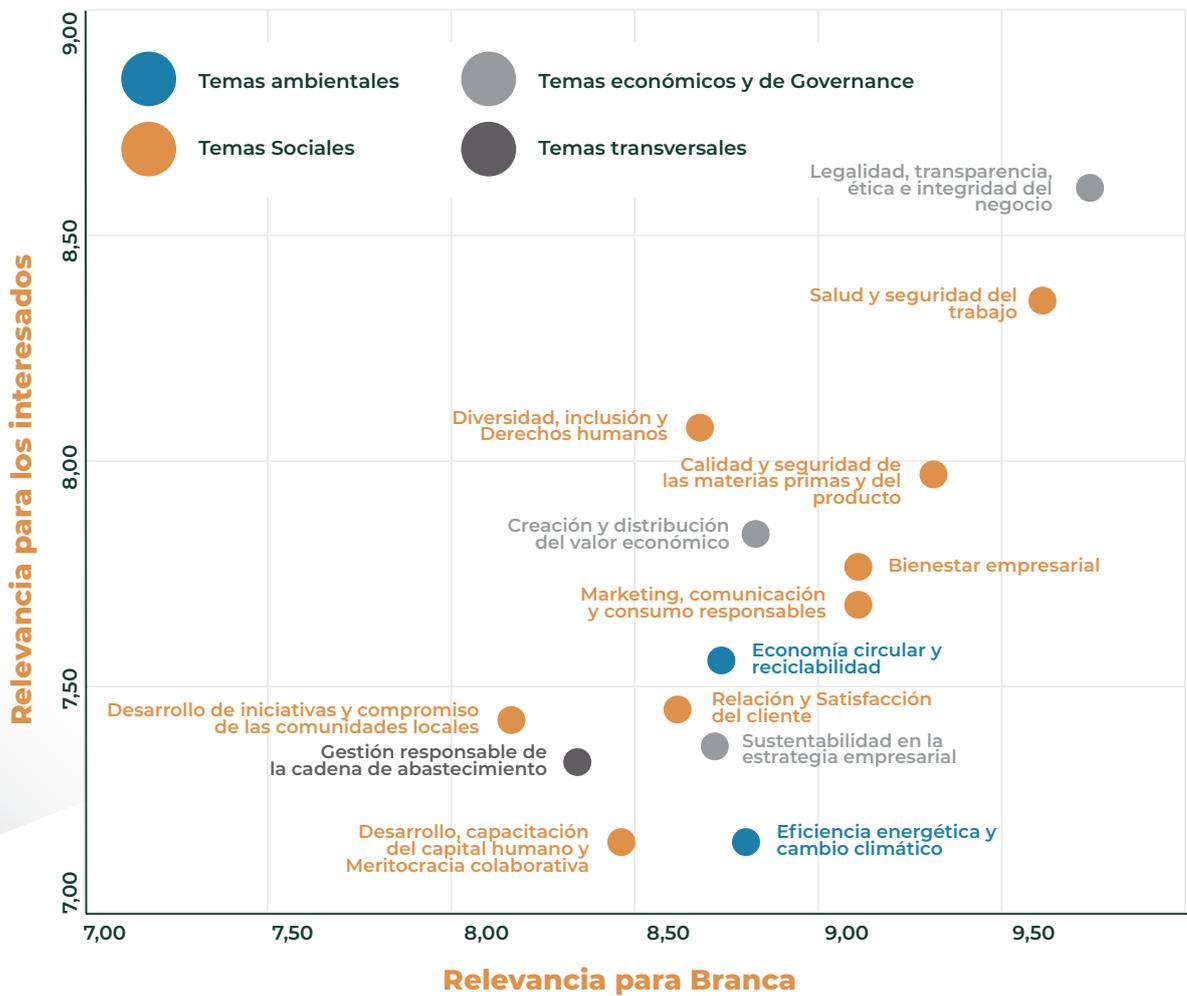
TERCERA ETAPA

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 Internacional 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 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 TRANSVERSALES	<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 169 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.

	DESCRIPCION DEL OBJETIVO	TEMAS DE LA SUSTENTABILIDAD DE BRANCA INTERNATIONAL*	TARGETS SDGs RELACIONADOS
	Asegurar la salud y el bienestar para todos y para todas las edades.	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad y seguridad de las materias primas y del producto • Marketing, comunicación y consumo responsables • Salud y seguridad en el trabajo • Desarrollo de iniciativas y compromiso de las comunidades locales 	<ul style="list-style-type: none"> • 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

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

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



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



El Grupo Branca International opera con una visión cada vez más internacional, persiguiendo 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.

El 2021 ha sido el segundo año golpeado por la pandemia del COVID-19, fuertemente marcado por la incertidumbre derivada de los fenómenos de recuperación de la pandemia y la evolución del consumo fuera del hogar, fruto también de las severas limitaciones impuestas en algunos mercados clave. Desde un punto de vista macroeconómico, el año se caracterizó por una fuerte recuperación del PIB mundial, que se desplomó en 2019, y numerosos problemas relacionados con la evolución de la "cadena de suministro global" que inevitablemente repercutieron en las actividades del Grupo.

Durante 2021, 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, durante el año se incorporó al portafolio de productos distribuidos la ginebra premium de la marca Tobermory y se introdujeron al mercado argentino dos productos, Vodka Sernova Tropical Passion y Vodka Sernova Sweet Apple Pear.

A nivel de gestión y de innovación, durante el 2021 se ha continuado con el importante programa de digitalización del Grupo, iniciado en el 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.

En el frente estadounidense, Branca USA se benefició de la suspensión de aranceles, impuesta por la anterior administración estadounidense, a la importación de licores de Europa y en particular de Italia. Branca USA continuó su compromiso en 2021 de 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.**
- **Mejora de la integración operativa interna**

Resultados del Grupo

Los resultados de la gestión empresarial se detallan en las siguientes tablas de síntesis, que muestran los principales datos de 2021 del Estado Patrimonial y de la Cuenta de Resultados consolidadas de las sociedades pertenecientes al Grupo, o sea Branca International S.p.A., Fratelli Branca Distillerie S.p.A., Fratelli Branca Destilerías S.A., Branca USA Inc., Branca USA Holding Inc., Branca Real Estate S.r.l, Branca Real Estate USA Corp., Branca Real Estate Argentina S.A. y Centro Studi Fratelli Branca S.r.l. Los datos de 2021 se comparan con los dos ejercicios anteriores.

<i>Principales datos de la Cuenta de Resultados</i>	<i>Consolidado Grupo</i>		
IMPORTES EN EUROS/000	2019	2020	2021
<i>Ingresos</i>	263.533	228.434	337.103
<i>Utilidad operativa bruta</i>	78.666	72.585	111.964
<i>Resultado Operativo</i>	71.726	66.544	100.441
<i>Resultado Neto</i>	55.894	33.899	36.451

Como se indica en el cuadro, los principales datos de la Cuenta de Resultados (Ingresos, Utilidad Operativa Bruta, Resultado Operativo y Resultado Neto) referentes al año 2020 destacan la contracción producida por la pandemia del COVID-19. Los datos de 2021, a pesar de que los primeros meses del año todavía se vieron afectados negativamente por las restricciones introducidas para contrarrestar la propagación de la pandemia, muestran en cambio un crecimiento robusto, debido en parte al ajuste de los coeficientes de inflación aplicados a los estados financieros de sociedades argentinas (Fratelli Branca Destilerías S.A. y Branca Real Estate Argentina S.A.) y a la variación de los tipos de cambio (Euro/Peso Argentino y Euro/Dólar), y en parte a un crecimiento efectivo de la facturación del Grupo, principalmente en Italia, Estados Unidos y Argentina. De hecho, en 2021, el volumen total de ventas del Grupo Branca, equivalente a aproximadamente 62,3 millones de litros, registró un aumento del 25,5% en comparación con el año anterior.

Los resultados obtenidos en 2021 son aún más apreciables si consideramos que, además de la persistencia, especialmente en los primeros meses, de los efectos de la pandemia, se han producido otros importantes hechos críticos: el estado de incertidumbre política y económica en Argentina que ha determinado un mayor crecimiento de las tasas de inflación (50,9%) y el debilitamiento de la moneda local (-22,1%); la crisis del transporte internacional que ha provocado, entre otras cosas, un aumento significativo de costes y plazos de entrega; los primeros signos de crecimiento en los costos de adquisición de materias primas, envases y fuentes de energía. Dinámicas, estas últimas, que se han acentuado aún más ante la presencia de las crecientes tensiones entre Rusia y Ucrania y sus efectos sobre la estabilidad geopolítica y económica global, sumando incertidumbres a una situación ya de por sí muy problemática por la pandemia del COVID-19.

A continuación se muestran los datos del Estado Patrimonial y del Estado Consolidado del Grupo. Como se puede observar en la tabla, el Activo Circulante y las Deudas al cierre del 2021 aumentan en parte por el crecimiento de la facturación del Grupo (clientes por cobrar, existencias y deudas comerciales) y en parte por la liquidez producida por el Grupo (disponible e invertida), mientras que el Patrimonio Neto aumentó aproximadamente un 5% principalmente por la utilidad neta generada en 2021.

<i>Principales datos del Estado Patrimonial</i>	<i>Consolidado Grupo</i>		
IMPORTES EN EUROS/000	2019	2020	2021
<i>Activo Circulante</i>	616.057	620.423	694.231
<i>Activo inmovilizado</i>	72.727	173.491	179.982
<i>Patrimonio</i>	622.189	737.091	772.884
<i>Deudas</i>	63.558	53.411	94.866

Valor económico directamente generado y distribuido

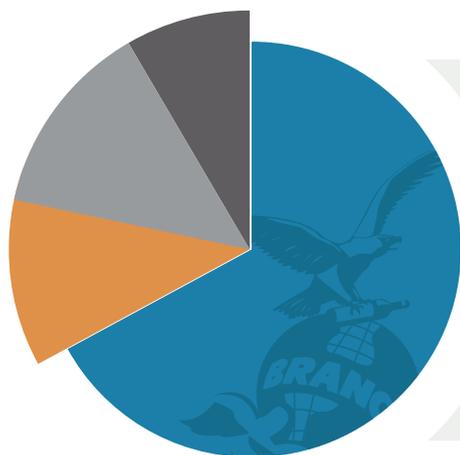
La tabla más abajo, ilustra los datos del Balance Consolidado de Grupo reclasificados, según las indicaciones de los GRI Standard, para permitir identificar el valor económico directamente generado por la actividad productiva del Grupo – igual a los ingresos por ventas y otros ingresos – y su distribución entre algunas de las más importantes macro-categorías de partes interesadas. Tras el descenso de 2020, provocado por las medidas restrictivas introducidas para combatir la propagación del COVID-19, el valor económico generado por el Grupo recuperó fuerza, alcanzando aproximadamente los 337,1 millones de euros, un 47% más que en 2020. Esta tendencia, como ya se indicó en el párrafo anterior, se debe en parte al ajuste de los

coeficientes de inflación aplicados a los estados financieros de las sociedades argentinas (Fratelli Branca Destilerías S.A. y Branca Real Estate Argentina S.A.) y a la variación de los tipos de cambio (Euro/Argentino peso y euro/dólar estadounidense) y, en parte, por un crecimiento efectivo de la facturación del Grupo, principalmente en Italia, Estados Unidos y Argentina. Esta tendencia se refleja en el valor económico distribuido que se situó en aproximadamente 299,8 millones de euros, un 50% más que en 2020: un aumento superior, en porcentaje, al valor económico generado, gracias a la implantación de medidas de contención de la principales costos operativos.

Principales datos de la Cuenta de Resultados reclasificado

Consolidado Grupo

IMPORTES EN EUROS/000	2019	2020	2021
Valor económico directamente generado			
Ingresos	263.533	228.434	337.103
Valor económico distribuido			
Costos empresariales	144.159	122.091	176.856
Costos del personal y beneficio	22.707	22.242	25.285
Pagos a los prestamistas de capital	27.649	35.648	64.499
Pagos a la Administración Pública	21.238	18.920	32.853
Inversiones en las Comunidades	294	581	307
Valor económico distribuido total	216.047	199.482	299.800
Valor económico retenido	47.486	28.952	37.303



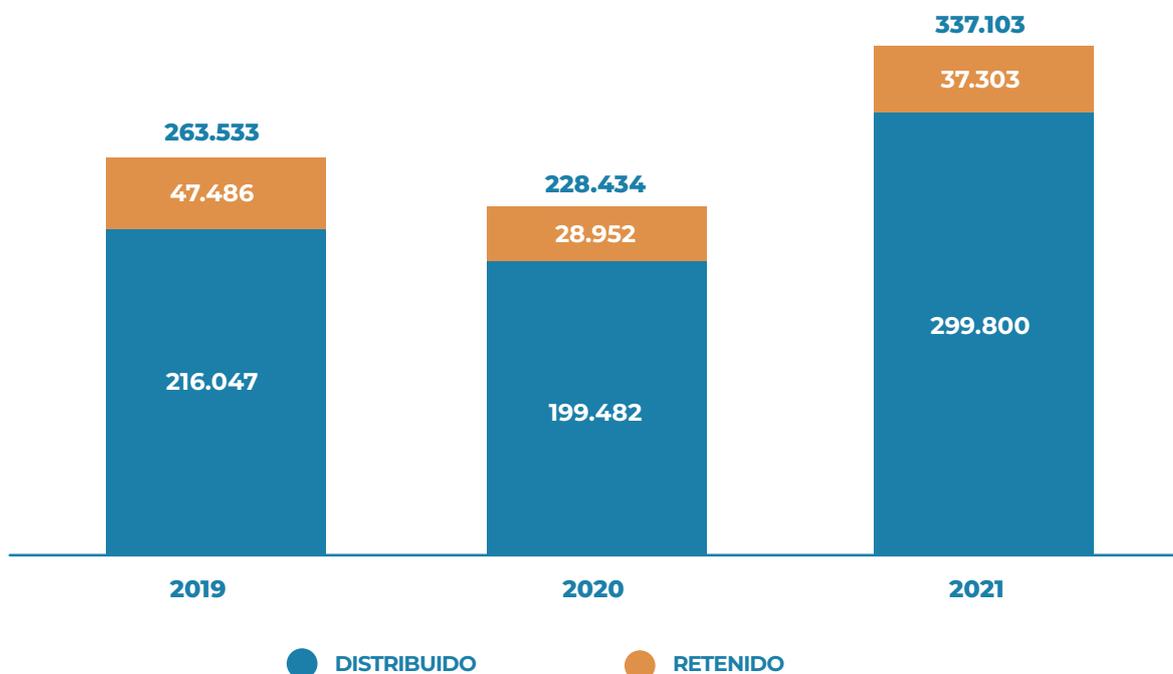
- 58,99% ● Costes de empresa
- 8,43% ● Costes de personal y prestaciones
- 21,51% ● Pagos a proveedores de capital
- 10,96% ● Pagos a la Administración Pública
- 0,10% ○ Inversión en la Comunidad

Más específicamente, como bien representado en el gráfico siguiente, el valor económico distribuido ha sido destinado preferentemente (el 59%) 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, que han aumentado con respecto a 2020, como así también a la remuneración de los proveedores de capital, al Estado (a través de los impuestos) y además, por último, a las inversiones en las

Comunidades, por ejemplo a través de erogaciones y liberalidades.

Globalmente, el valor económico retenido, que es la diferencia entre valor generado y distribuido, equivale aproximadamente a 37,3 millones de euros, un aumento del 28,8% respecto al año anterior, provocado por el crecimiento de la facturación logrado por el Grupo en 2021, pero ligeramente por debajo del valor económico generado (del 12,7% al 11,1%).

VALOR ECONÓMICO GENERADO (€/000)





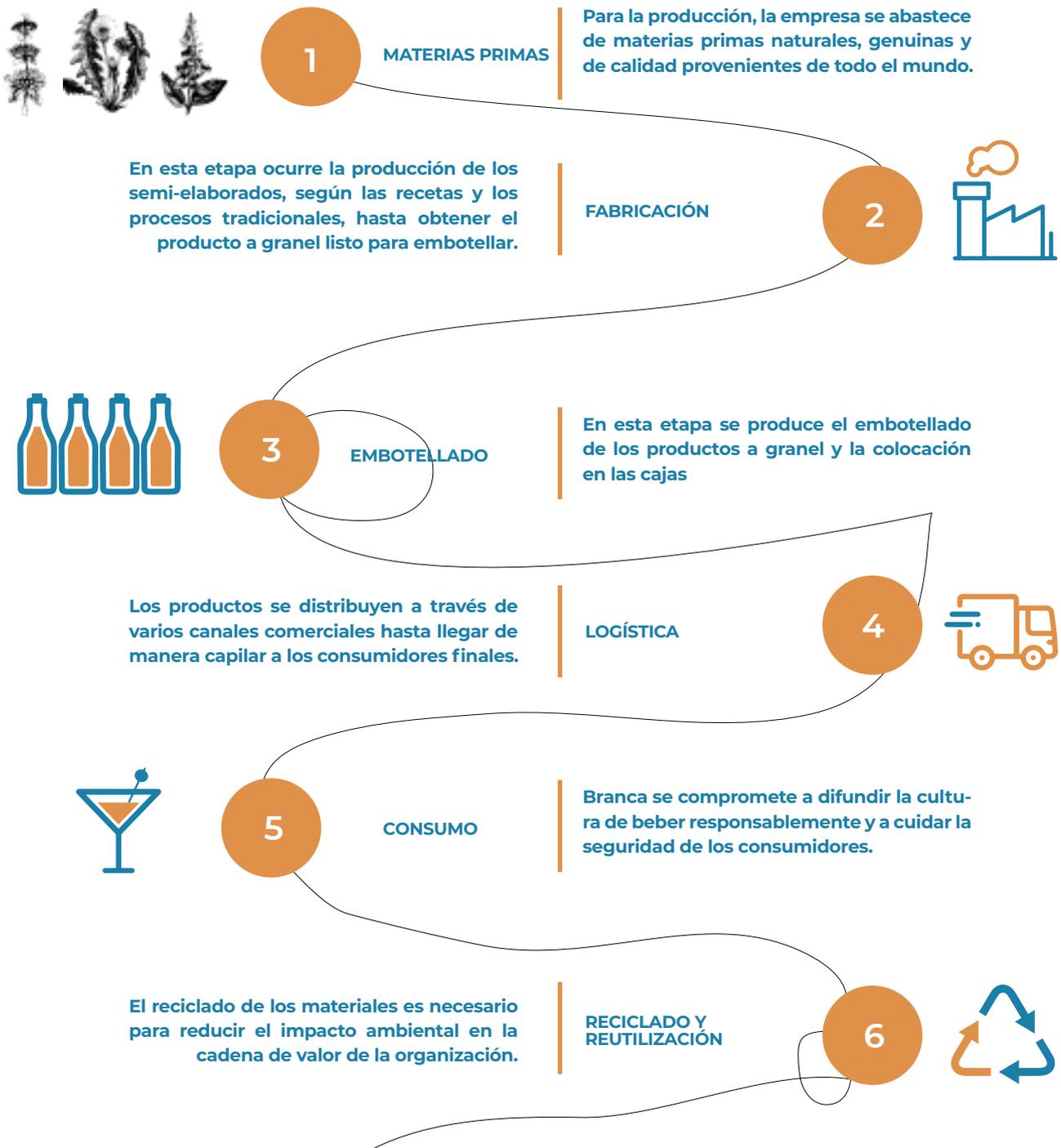
La excelencia de los productos en Branca

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 extremadamente

fundamental porque 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 la creación de relaciones comerciales duraderas con sujetos provenientes de todas partes del mundo. El Grupo se compromete a explorar constantemente nuevas oportunidades de abastecimiento, manteniendo relaciones con socios alternativos y complementarios dentro de grupos 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.

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

Luego de la selección del proveedor y al establecimiento de una relación de colaboración, se realiza una actividad de evaluación y 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 detalla a continuación un listado de los principales tipos de bienes y servicios adquiridos, particularmente de las sedes productivas en Italia y en la Argentina:

- Materias primas secas (por ejemplo hierbas, especias, raíces, aromas naturales);
- Materias primas alcohólicas (por ejemplo alcohol, aguardiente de vino, aguardiente de orujo, vino);
- Materiales de embalaje (primario, secundario);
- Material auxiliar de la producción;
- Materiales promocionales (por ejemplo POP, POS, gift on pack);
- Servicios logísticos;
- Maquinarias e instalaciones;
- Servicios de automatización;
- Servicios generales;
- Servicios de apoyo a la producción;
- Flotas autos de la empresa.



FOCUS EL ABASTECIMIENTO ZDE CAFÉ



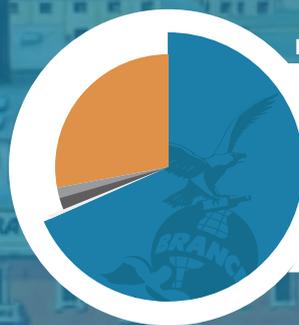
Para confirmar la adopción de los compromisos en materia de abastecimiento, la empresa productora de café, partner de Branca, atenta constantemente a la innovación tecnológica y a las normativas nacionales e internacionales de protección del ambiente y de los consumidores, ha cumplido los siguientes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

Valor de órdenes de compra 2021 por área geográfica (%)



- 75,0% ● ITALIA
- 14,4% ● EUROPA (EXCEPTO ITALIA)
- 5,0% ● ASIA
- 5,0% ● ÁFRICA
- 0,6% ○ ARGENTINA

En 2021, 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.

Número de proveedores y valor de las órdenes³ de compra emitidas subdivididas por área geográfica (Fratelli Branca Distillerie)

	2019		2020		2021	
	Número proveedores	Valor o. de compra (%)	Número proveedores	Valor o. de compra (%)	Número proveedores	Valor o. de compra (%)
TOTAL	72	100,0	72	100,0	72	100,0
ITALIA	57	69,0	50	75,0	50	75,0
EUROPA (EXCEPTO ITALY)	11	28,2	11	14,4	11	14,4
ARGENTINA	1	0,6	2	0,6	2	0,6
AMÉRICA (EXCEPTO ARGENTINA)	1	0,1	0	0	0	0
ASIA	1	1,4	5	5,0	5	5
ÁFRICA	1	0,7	4	0,7	4	5

³ La subdivisión por área geográfica del valor de las órdenes fue efectuada teniendo en cuenta el origen del material adquirido y no origen del proveedor/broker del que fue comprado el material.

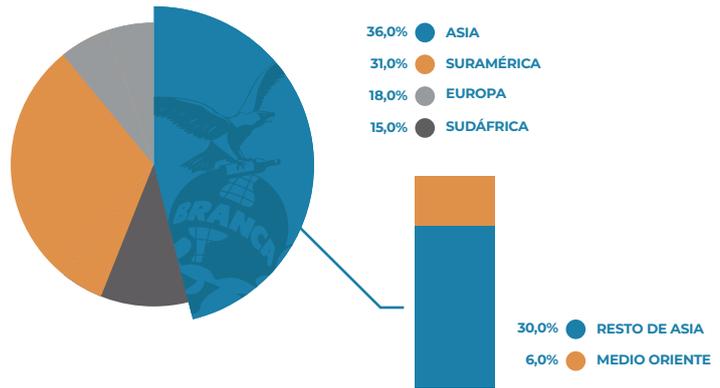
Como surge de la tabla arriba detallada, aproximadamente el 89% del valor de las órdenes de compra efectuadas en 2021 ha sido dirigido a proveedores italianos o europeos: esto se debe en gran parte a la decisión de servirse de proveedores locales para el

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, RAÍCES) POR ÁREA GEOGRÁFICA - 2021



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, "Green Procurement", 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 86% de los proveedores de Fratelli Branca Distillerie posee al menos una certificación entre sistema de gestión de la calidad, ambiente, energía, salud y seguridad de los trabajadores y/o seguridad alimentaria.

PORCENTAJE DE PROVEEDORES CALIFICADOS QUE POSEEN ALGUNAS DE LAS CERTIFICACIONES (%)⁴ (FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.P.A.)

	2021
ISO 9001	68%
ISO 14001	28%
OHSAS 18001/ISO 45001	22%
ISO 2200, BRC, IFS (en materia de seguridad alimentaria)	20%
% DE PROVEEDORES CON AL MENOS UNA CERTIFICACIÓN	86%

⁴ La tabla muestra a 72 roveedores calificados de materias primas y materiales de embalaje primarios.

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

Fratelli Branca Destilerías

Valor de órdenes de compra 2021 por área geográfica (%)



86,6%	● ARGENTINA
1,0%	● ITALY
7,3%	● EUROPE (EXCEPTO ITALY)
4,8%	● ÁFRICA
0,1%	○ AMERICA (EXCEPTO ARGENTINA)

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 adop-

tado 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 2021, Fratelli Branca Destilerías ha colaborado con 32 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 ÓRDENES⁵ DE COMPRA EMITIDAS SUBDIVIDIDAS POR ÁREA GEOGRÁFICA (FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS)

	2019		2020		2021	
	Número proveedores	Valor o. de compra (%)	Número proveedores	Valor o. de compra (%)	Número proveedores	Valor o. de compra (%)
TOTAL	24	100,0	20	100,0	32	100,0
<i>Italia</i>	5	3,1	3	3,5	5	1,0
<i>Europa (excepto Italia)</i>	5	4,7	4	8,9	6	7,3
<i>Argentina</i>	9	89,7	11	86,6	18	86,8
<i>América (excepto Argentina)</i>	2	0,5	0	0	1	0,1
<i>ASIA</i>	1	0,2	1	0	0	0,0
<i>África</i>	2	1,7	2	1,0	2	4,8

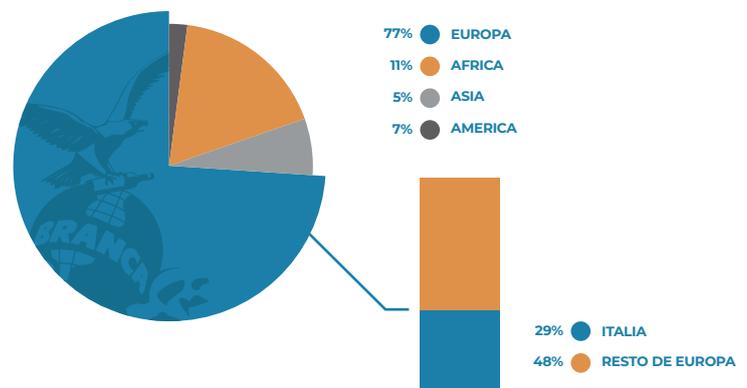
⁵ La subdivisión por área geográfica del valor de las órdenes fue efectuada teniendo en cuenta el origen del material adquirido y no origen del proveedor/broker del que fue comprador el material.

Según se muestra en la tabla, el valor de las órdenes de compra emitidas se concentra casi en su totalidad en la Argentina (86,8%).

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.

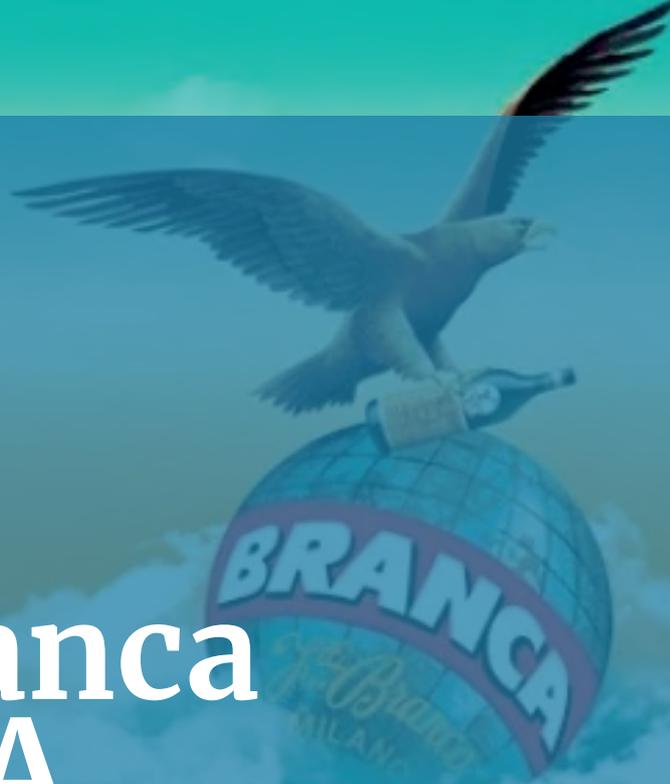
MATERIAS PRIMAS SECAS (HIERBAS, ESPECIAS, RAÍCES) POR ÁREA GEOGRÁFICA - 2021



PORCENTAJE DE PROVEEDORES CALIFICADOS QUE POSEEN ALGUNAS DE LAS CERTIFICACIONES(%)⁶ (FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS)

	2021
ISO 9001	81,8%
ISO 14001	36,4%
OHSAS 18001/ISO 45001	18,2%
ISO 2200, BRC, IFS (in materia de seguridad alimentaria)	63,6%
% DE PROVEEDORES CON ALMENOS UNA CERTIFICACIÓN	100%

⁶ 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.



Branca USA

Por lo que se refiere a Branca USA, en el tercer año de actividad el objetivo marcado fue fortalecer las relaciones con todos los proveedores de la cadena de suministro existente. Además, para responder a los impactos de COVID-19 en el sistema de suministro, Branca USA ha fortalecido sus relaciones y ha trabajado para fomentar una mayor flexibilidad para los socios importadores, las empresas de transporte y los almacenes.

En la práctica, para hacer frente a las dificultades aún presentes debido a la pandemia, Branca USA aumentó la transparencia de los procesos de producción, compartiendo pronósticos a corto y mediano plazo con los proveedores. Además, Branca USA ha trabajado en una serie de iniciativas especiales para garantizar la continuidad de los suministros (flete de embarcaciones, reubicación de la cadena de suministro a la costa este de los Estados Unidos).

En 2021 Branca USA interactuó con un total de 10

proveedores, todos de Estados Unidos, de los cuales el 25% tiene al menos una certificación. Debido a las dificultades relacionadas con la pandemia, Branca USA ha mantenido los proveedores existentes y no se ha implementado ningún nuevo cribado, mientras que se han iniciado estudios en profundidad sobre temas específicos, como aspectos sociales y de salud y seguridad, en particular de los trabajadores "en primera línea" y más involucrados en la emergencia sanitaria.

PORCENTAJE DE PROVEEDORES CALIFICADOS QUE POSEEN CERTIFICACIÓN (%) (BRANCA USA)	2021
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	25,0%

La calidad y seguridad de las materias primas y del producto



La protección de la autenticidad de las hierbas aromáticas y medicinales y el cuidado en la calidad de los ingredientes naturales importados de los cuatro continentes constituyen desde siempre elementos imprescindibles de la actividad productiva de Branca. El 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 S.p.A.

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 22000:2018 (verificado y confirmado en septiembre 2021), 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 explícitam-

ente 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 el enfoque de selección de proveedores y materias primas con verificación de los procedimientos documentales adoptados para garantizar la seguridad y calidad de los productos suministrados;
- 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. En lo que respecta a la supervisión del proceso de producción, la atención e implicación relacionadas con las siguientes actividades es siempre alta:

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 2020 Fratelli Branca Distillerie lanzó dos nuevos productos: Carpano Ready-to-Drink Negroni e Mi-To, con el objetivo de aunar la calidad y el conocimiento de la marca Carpano a las necesidades de los consumidores de cócteles de calidad listos para consumir.

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 2021 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 22000:2018, 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 2021, por tercer año consecutivo, 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:

- Una política de calidad, seguridad alimentaria y gestión medioambiental.
- Una sólida estructura de documentos que consta de: Manual SGSA, Manual de Buenas Prácticas de Manufactura, Plan HACCP, POES (Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento) y procedimientos, instrucciones y registros para la implementación de los requisitos de la norma (Control de Calidad, tratamiento de incumplimiento, controles, auditorías internas, formación, etc.).
- Buenas prácticas de fabricación (BPF).
- La formación del personal.
- Análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP).
- Monitoreo de puntos críticos de control, puntos de control,

actividades GMP y aplicación POES.

En materia de seguridad, salud y medio ambiente, la Compañía ha adoptado un sistema integrado, que sigue las normas ISO 14001 e ISO 45001, y ha definido políticas en las que se compromete a cumplir con la normativa vigente a nivel nacional, provincial y municipal y se une a otras normativas que fortalecen la gestión. Para identificar los requisitos legales, existe un servicio mensual para el control de actualización legal y se realizarán auditorías de terceros a partir de 2021. Además, la compañía ha definido un Código Ético, en cumplimiento de las mejores prácticas internacionales y nacionales en gobierno corporativo, con el objetivo de orientar su negocio de acuerdo con los principios de legalidad, integridad y lealtad.

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 Buenas Prácticas de Manufactura (GMP): el informe, basado en auditorías internas mensuales, mostró una mejora del 1,6% en el período 2020-2021, en base a una serie de criterios que tomaron en cuenta el aumento de la higiene de la empresa, la capacitación más amplia del personal y los avances en infraestructura;
- Número de quejas de consumidores : en 2021, se mantuvo el objetivo de la empresa de reducir el número de quejas de consumidores anuales, igual a 50.
- Ahorro energético y de proceso : gracias a la optimización de los procesos de maceración y las mejoras técnicas de la maquinaria (que incluían costes de reprocesamiento y tiempos de parada), se produjo un mayor ahorro de energía en 2021 en comparación con el año anterior .

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

- Lanzamiento al mercado de nuevos productos , Vodka Sernova Sweet Apple Pear e Vodka Sernova Tropical Passion, ambos provenientes de alcoholes seleccionados de producción local y filtrados con un proceso único y noble, con sabor natural.
- Mejora en la codificación de envases a través de impresoras láser que optimizan la trazabilidad y ahorran costes y uso de tinta;
- Automatización del sistema de infusión en el proceso, optimizando un estricto control de las dosis de alcohol, infusión y agua, mejorando la higiene y optimizando los costes.
- Auditorías internas para asegurar y mantener el cumplimiento de la norma ISO 22000: 2018.
- En cuanto a proveedores y distribuidores, clara definición de obligaciones y responsabilidades en los contratos e implementación de auditorías de calidad, para verificar los objetivos preestablecidos en materia de calidad, cuidado del medio ambiente y otros aspectos relevantes.

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 creatividades 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 de televisión se transmite solo en un horario protegido y cada anuncio, video promocional o comercial lleva la advertencia " Beba con responsabilidad ".

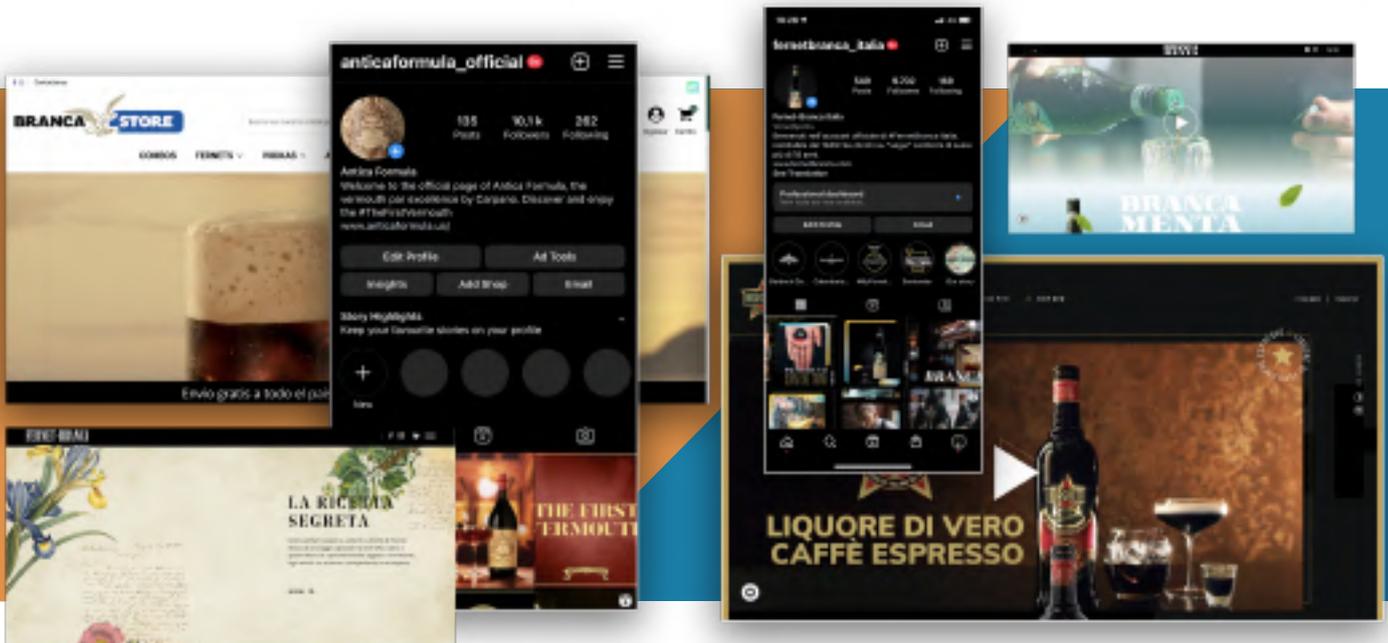
Fratelli Branca Destilerías promociona además con mucho énfasis los mensajes que invitan a un consumo responsable y a difundir una cultura del beber orientada a la exaltación del "compartir", particularmente a través de campañas, stand promocionales y etiquetados en los productos. La sociedad argentina 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 in 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, asimismo, que 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 relevan-

tes. 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 S.p.A.

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:

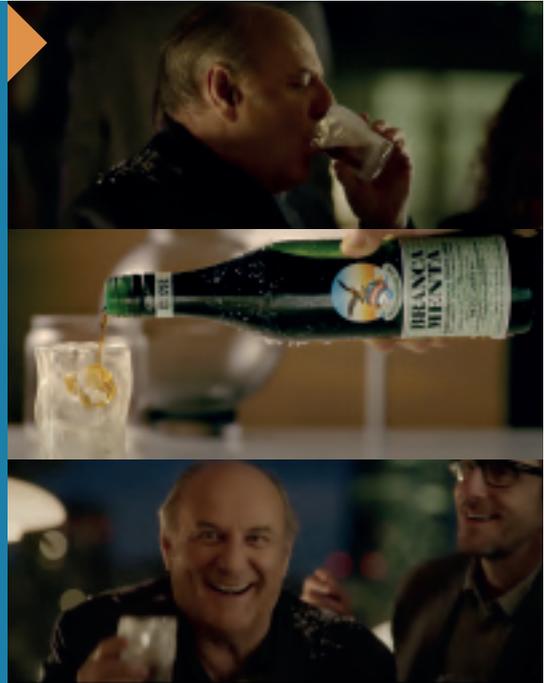


Colección streetwear dedicada a Fernet-Branca y creada por la marca de ropa IUTER

una colección que combina los valores de la marca y su auténtica herencia con la frescura, la modernidad y la innovación de IUTER. Iuter es, de hecho, una marca independiente, de Milán, que, comenzando como un equipo de las subculturas skate y hip-hop, ha evolucionado hasta convertirse en una de las marcas más importantes en el sector de la moda urbana, en Italia y en el extranjero. Para Fernet-Branca, de hecho, ha creado una colección que, en línea con la comunicación lanzada en 2020, comunica una gran sensación de libertad sin olvidar sus orígenes e historia. Las prendas confeccionadas, agotadas en pocos meses, cuentan los iconos y símbolos de la marca, sus carteles y calendarios históricos, sus hierbas y especias, el mundo de las monedas y el vínculo con el mundo de los bartenders.

Celebración del 50° aniversario del icónico vaso de Brancamenta

para el 50° aniversario de la transmisión de la campaña televisiva de Brancamenta que llevó al éxito el famoso vaso de hielo, desde entonces icono identificativo de la marca, se publicó el 25 de abril de 2021 un Long Video creado por Publitalia80 con un testimonio excepcional: Gerry Scotti. Fue la campaña televisiva de 1971, con el famoso jingle "Brrr... Brancamenta", la que definió el licor de la Destilería Fratelli Branca como ideal para beber frío en las veladas entre amigos. La colaboración con Publitalia80, que vio a Gerry Scotti como protagonista del viaje helado de Brancamenta, tenía como objetivo comunicar la calidad y las características únicas del producto, a través del modo de bebida, con tres cubitos de hielo o a -20 °, y la convivencia. Una asociación que se ha centrado en el posicionamiento de la marca con un plan de medios dirigido y eficaz, que incluye TV y canales digitales.



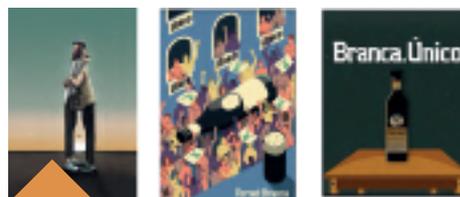
Latte Fernet-Branca, Navidad 2021

protagonistas indiscutibles de la última parte del año, los habituales y esperados Latte para coleccionar. Cuatro palabras clave del Manifiesto de la marca fueron reproducidas artísticamente en el envase en cuatro versiones ilustradas diferentes y, a través de cuatro videos digitales vivos y dinámicos, animaron la red digital con un toque de vivacidad y originalidad. Aquí están las 4 palabras y sus conceptos:

- Libertad, en las alas de un águila volando sobre el mundo. De un espíritu que no se adapta y se convierte en el héroe de una historia inimitable.
- Pasión, en contar y potenciar la fascinante historia de Fernet-Branca y el coraje para afrontar los desafíos del día a día.
- Raíces, en la Milán del 1845. La infusión de 27 hierbas y especias de 4 continentes y un año de reposo en barricas de roble.
- Secretos, de una historia familiar que se transmite intacta de padres a hijos durante más de 175 años. El símbolo de una comunidad sin fronteras.

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 (Branca 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 2021 por Fratelli Branca Destilerías:



“Tu arte te hace diferente”

Fernet-Branca presentó su exclusivo concurso de carteles de arte, “Tu equipo te hace diferente”, para reforzar, una vez más, la apuesta de Branca por el arte. Tras un innovador lanzamiento con espectáculos y sorpresas, la decimocuarta edición del concurso “Arte Único” reunió a más de 2.500 artistas de todo el país. Los artistas tuvieron la oportunidad de mostrar toda su creatividad y talento en obras que representan el espíritu de la marca.

En diciembre de 2021 Arte Único realizó su gala de premiación en formato virtual a través de YouTube en formato Live. El evento, conducido por Nico Ochiatto y Flor Jazmín Peña, demuestra el compromiso ininterrumpido de la marca con el arte.

Participaron 2.500 artistas de todas las provincias del país por \$500.000 en premios en todas las categorías.



El Día del Amigo

El Día del Amigo es una fecha importante para Fernet-Branca, cuyos valores de marca incluyen la amistad como uno de sus pilares más arraigados. La campaña pretende mostrar a Fernet-Branca como un miembro más del grupo de amigos, siempre presente.



Vodka Sernova Sweet Apple Pera y Vodka Sernova Tropical Passion

Lanzamiento al mercado de nuevos productos, Vodka Sernova Sweet Apple Pear y Vodka Sernova Tropical Passion, ambos provenientes de alcohol seleccionado producido localmente y filtrado con un proceso único y noble, con sabor natural.

Branca FTS FMS - free style master series

Las batallas de rap se han convertido en un fenómeno seguido por millones de fanáticos (Gen Z y Mill), siendo el género de mayor crecimiento en los últimos 3 años, superando incluso a los Esports y al fútbol.

FMS es la única liga profesional de estilo libre del mundo. Convirtió las batallas de rap en un deporte, una disciplina y una competencia a través de un concurso de 10 días. Por eso Branca Argentina ha decidido patrocinar el evento en 360°, para conectar y crear relaciones con posibles nuevos compradores.



Equipo Punt e Mes

En el marco del proyecto “Squadra Branca”, se han desarrollado diversas iniciativas para la marca Punt e Mes. El plan tenía múltiples objetivos, entre ellos seguir acompañando a los bartenders de la Familia Branca, así como presentar Punt e Mes como un producto de culto, mostrando su versatilidad, aumentando su presencia en las redes y fidelizando a los bartenders. 170 bartenders de la familia Branca fueron invitados a crear dos contenidos audiovisuales mostrando la preparación de dos cocteles: Punt e Mes & Tonic e Punt e Mes coctel de autor.

Luego de crear los videos, los bartenders compartieron su contenido en sus redes sociales. Al final de la iniciativa, se entregó un premio a los dos proyectos ganadores. La iniciativa tuvo altísimos índices de participación, con 146 baristas participantes y 292 videos recibidos, que obtuvieron más de 110.000 visualizaciones y más de 3.000 comentarios.

Verano Único

Después de casi dos años de pandemia en los que muchas actividades lúdicas se han visto afectadas, fiestas, y eventos, las discotecas y bares vuelven a ser el teatro ideal para volver a vivir la dimensión de la convivencia. VERANO ÚNICO es una producción audiovisual en la que se muestran diferentes formas de disfrutar las vacaciones, apelando a la gran variedad de opciones que ofrece el país según los gustos de cada uno: en la playa, en la montaña, en pareja o con amigos, destacando las diferencias que la hacen única, como única es la marca Fernet Branca.



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 estadou-

nidense para mantener una elevada calidad y brindar un valioso conocimiento de mercado a la sede central.

Entre las principales iniciativas llevadas a cabo en 2021 citamos:

Fernet-Branca: proyecto Black Manhattan en colaboración con la Black Bourbon Society

En honor al "Black History Month", Fernet-Branca patrocinó el "Black Manhattan Project" una campaña de concientización en las redes sociales de un mes de duración sobre la necesidad de diversidad e inclusión en la industria del alcohol. Centrada en el cóctel Black Manhattan, la campaña obtuvo 33 millones de visitas en los medios durante el mes de febrero.



Fernet-Branca: partnership con el equipo Inter Miami

En 2021, Branca USA inició su primera partnership deportiva en los Estados Unidos con el Inter Miami (Club Internacional de Fútbol Miami), un equipo de fútbol americano con sede en Miami propiedad de David Beckham y José R. Mas. La cartera de Branca se representó en dos "Branca Bars", con insignias de marca adicionales en todo el estadio DRV PNK.





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 Concienciación.

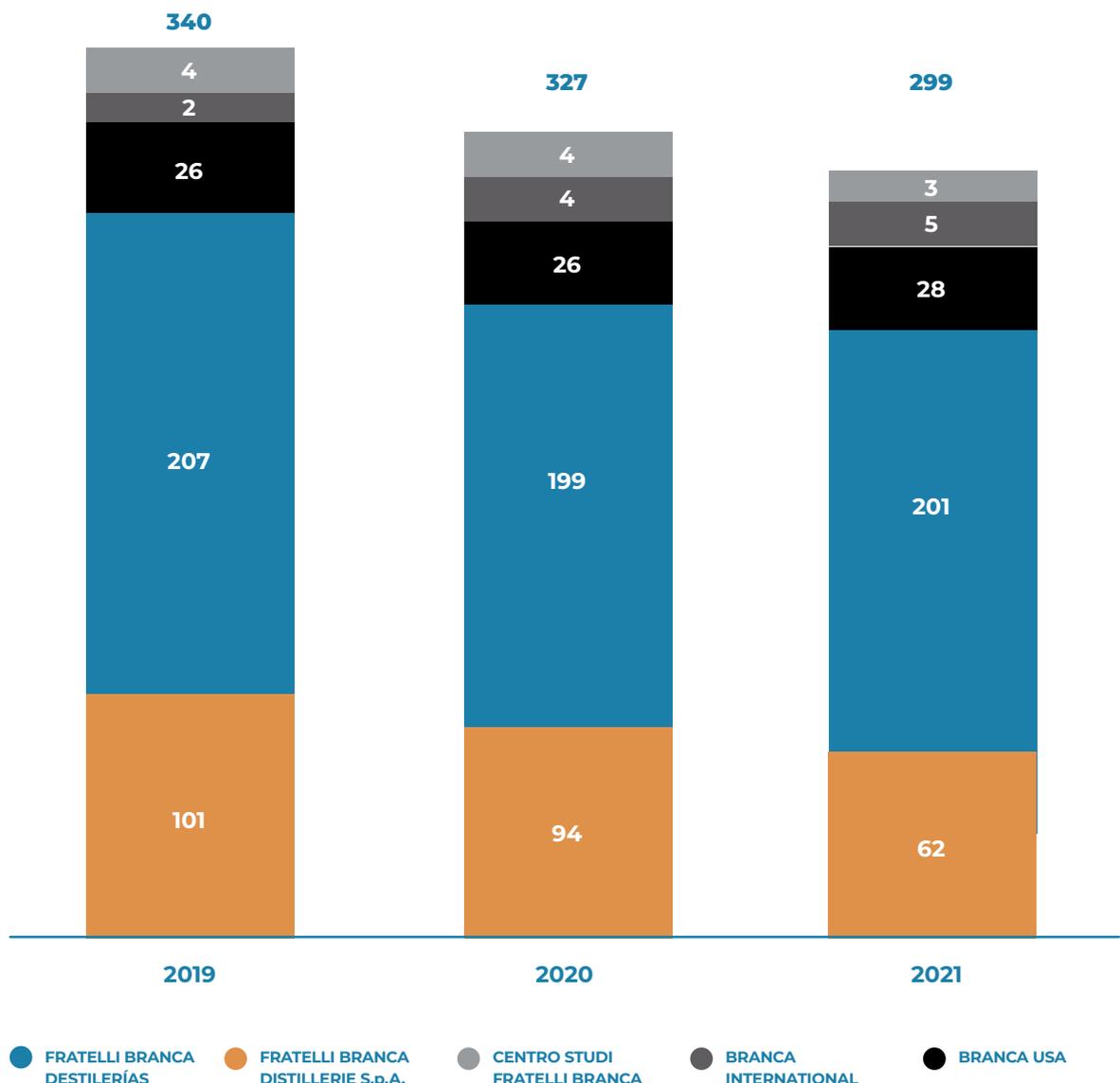
La creación y el mantenimiento de relaciones de escucha, diálogo y transparencia con las personas, consideradas como un fin y nunca como un medio, son los requisitos más importantes para garantizar un ambiente de trabajo positivo, sereno y unido, y para favorecer el éxito de la organización a través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

Perfil de los empleados del Grupo

⁷ 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. En los gráficos y en las tablas no se repiten las razones sociales.

Al 31 de diciembre de 2021 los empleados globales del Gruppo Branca International son 299⁷, de los cuales el 99,0% con contrato fijo. La disminución de 28 recursos respecto al año anterior, limitada en términos porcentuales, (-8,6%), se debe principalmente a dos factores: la continuación de las consecuencias de la pandemia en los mercados de referencia, particularmente en la primera mitad del año, y la elección de Fratelli Branca Distillerie de subcontratar las actividades de embotellado a partir de la segunda mitad del año como parte de un acuerdo que preveía la absorción por parte del subcontratista de los recursos en cuestión. De hecho, aunque ha habido un aumento de contrataciones (29 en 2021), el aumento de bajas ha sido mayor (47 en 2021 frente a 26 en 2020). En cuanto a la composición por sexos, en 2021 la presencia de mujeres representa el 19,1% del total de la población activa.

ANDAMIENTO DE EMPLEADOS POR ÁREA GEOGRÁFICA Y SOCIEDAD



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

NÚMERO DE EMPLEADOS DEL GRUPO SUBDIVIDIDOS POR GÉNERO, TIPO DE CONTRATO Y SOCIEDAD	2019			2020			2021		
	Indefinido	Definido	TOTAL	Indefinido	Definido	TOTAL	Indefinido	Definido	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	94	7	101	93	1	94	61	1	62
<i>Hombres</i>	65	4	69	62	1	63	37	0	37
<i>Mujeres</i>	29	3	32	31	0	31	24	1	25
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	207	0	207	199	0	199	201	0	201
<i>Hombres</i>	195	0	195	188	0	188	186	0	186
<i>Mujeres</i>	12	0	12	11	0	11	15	0	15
BRANCA USA⁸	26	0	26	26	0	26	28	0	28
<i>Hombres</i>	12	0	12	11	0	11	14	0	14
<i>Mujeres</i>	14	0	14	15	0	15	14	0	14
BRANCA INTERNATIONAL	2	0	2	4	0	4	5	0	5
<i>Hombres</i>	1	0	1	2	0	2	3	0	3
<i>Mujeres</i>	1	0	1	2	0	2	2	0	2
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	4	0	4	4	0	4	3	0	3
<i>Hombres</i>	2	0	2	2	0	2	2	0	2
<i>Mujeres</i>	2	0	2	2	0	2	1	0	1
TOTAL	333	7	340	326	1	327	298	1	299
<i>Hombres</i>	275	4	279	265	1	266	242	0	242
<i>Mujeres</i>	58	3	61	61	0	61	56	1	57

⁸ El dato 2019 relativo a Branca USA fue rectificado en línea con el número de empleados cesanteados durante el primer año de actividad, precedentemente no contabilizados.

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.

NÚMERO DE EMPLEADOS DEL GRUPO POR GÉNERO Y CATEGORÍA PROFESIONAL	2019			2020			2021		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
<i>Gerentes</i>	27	3	30	28	3	31	23	5	28
<i>Jefes</i>	37	17	54	34	18	52	35	15	50
<i>Empleados</i>	112	37	149	103	36	139	94	37	131
<i>Operarios</i>	103	4	107	101	4	105	90	0	90
TOTAL	279	61	340	266	61	327	242	57	299

NÚMERO DE EMPLEADOS DEL GRUPO POR GÉNERO Y TIPO DE EMPLEO	2019			2020			2021		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
<i>FULL TIME</i>	278	59	337	266	60	326	242	55	297
<i>PART-TIME</i>	1	2	3	0	1	1	0	2	2
TOTAL	279	61	340	266	61	327	242	57	299

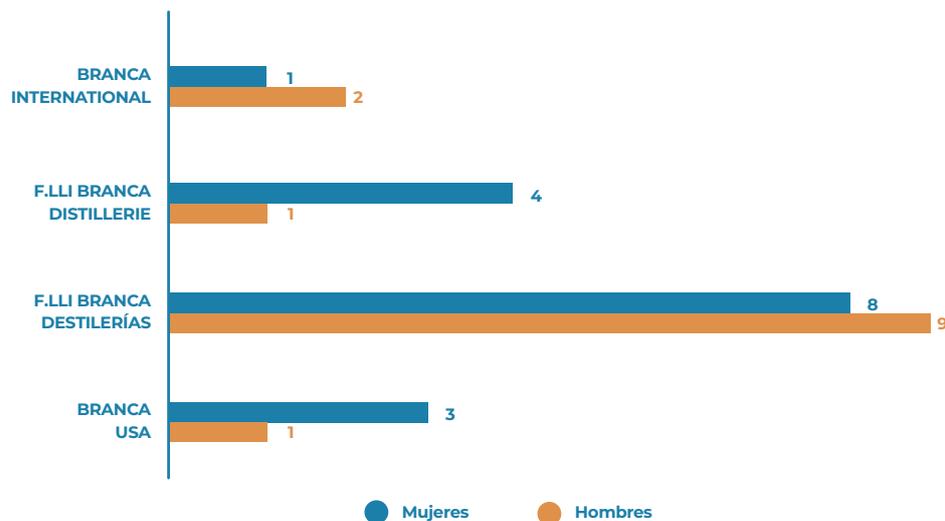
Además de los empleados detallados anteriormente, todos los años en F.Ili Branca Distillerie y F.Ili Branca Destilerías trabajan pasantes y trabajadores interinos/temporarios, que se detallan a continuación:

NÚMERO DE TRABAJADORES INTERINOS, TEMPORARIOS Y EN PASANTÍA DEL GRUPO SUBDIVIDIDOS POR GÉNERO	2019			2020			2021		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
<i>Pasantes</i>	3	1	4	2	0	2	4	3	7
<i>Trabajadores interinos/temporarios</i>	14	4	18	20	6	26	20	2	22
TOTAL	17	5	22	22	6	28	24	5	29

Contrataciones y cesantías⁹

Durante 2021, se registraron 29 nuevas contrataciones frente a 47 despidos. Con referencia a los empleados contratados en 2021, el desglose por género se muestra en el siguiente gráfico. La mayoría de los nuevos empleados pertenecen al grupo de edad entre 30 y 50 años. La rotación entrante, que aumentó respecto a años anteriores, fue del 9,7%¹⁰.

NUEVOS CONTRATOS EN 2021



⁹ 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.

¹⁰ La tasa de rotación entrante es igual a la relación entre el número de empleados entrantes y la fuerza laboral total al 31/12.

TASA DE ROTACIÓN DE ENTRADA POR GÉNERO Y SOCIEDAD DEL GRUPO	2019			2020			2021		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	18,8%	15,6%	17,8%	1,6%	6,5%	3,2%	2,7%	16,0%	8,1%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	8,2%	50,0%	10,6%	1,1%	0,0%	1,0%	4,8%	53,3%	8,5%
BRANCA USA	100,0%	100,0%	100,0%	9,1%	13,3%	11,5%	7,1%	21,4%	14,3%
BRANCA INTERNATIONAL	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	50,0%	66,7%	50,0%	60,0%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL	15,3%	43,8%	20,6%	1,9%	8,2%	3,1%	5,37%	28,1%	9,7%

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 2021 a nivel del Grupo resulta igual al 15,72¹¹.

¹¹ 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.

	2019			2020			2021		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	5	2	7	6	4	10	21	8	29
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	15	0	15	9	1	10	11	4	15
BRANCA USA	2	3	5	2	1	3	0	3	3
BRANCA INTERNATIONAL	0	0	0	1	1	2	0	0	0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	1	0	1	0	1	1	0	0	0
TOTAL	23	5	28	18	8	26	32	15	47

	2019			2020			2021		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	7,2%	6,3%	6,9%	9,5%	12,9%	10,6%	56,8%	32%	46,8%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	7,7%	0,0%	7,2%	4,8%	9,1%	5,0%	5,9%	26,7%	7,5%
BRANCA USA	16,7%	21,4%	19,2%	18,2%	6,7%	11,5%	0,0%	21,4%	10,7%
BRANCA INTERNATIONAL	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	50,0%	0,0%	25,0%	0,0%	50,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTAL	8,2%	8,2%	8,2%	6,8%	13,1%	8,0%	13,2%	26,32%	15,72%

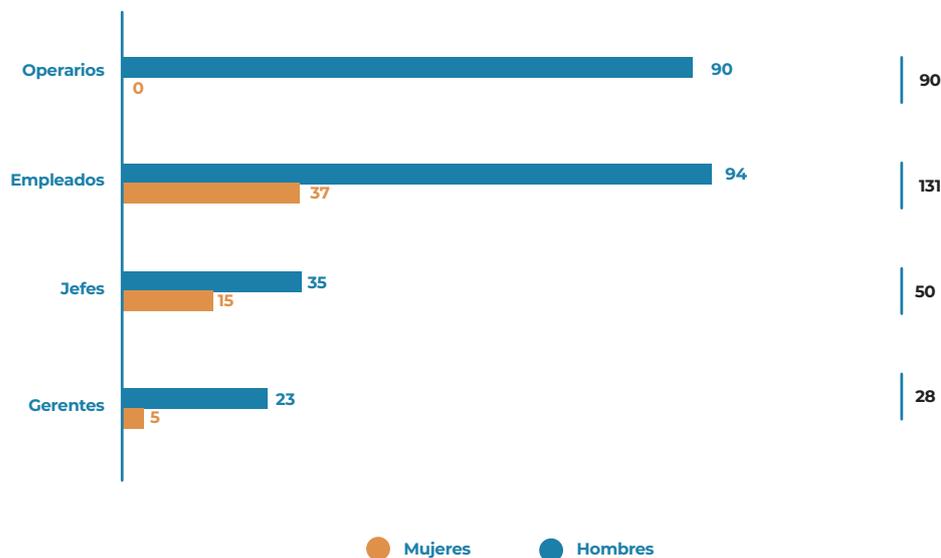
Diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo

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.

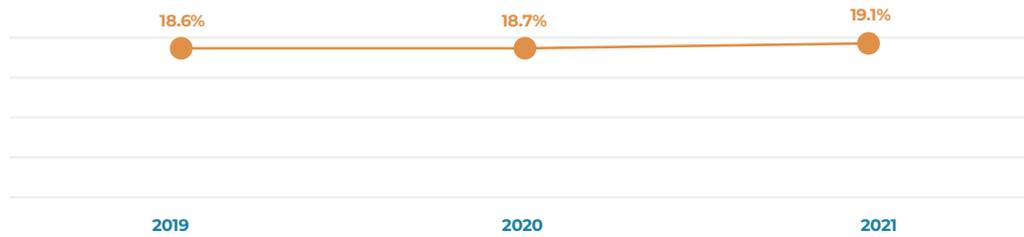
El Grupo, con sedes y plantas no solo en Italia sino en otros Países del mundo, y operando en casi todos los mercados internacionales, considera que el aporte de personal de diferentes nacionalidades y culturas constituye un factor de enriquecimiento y de crecimiento para el mismo Grupo. Branca International 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 2021, la presencia de mujeres en el Grupo se mantuvo prácticamente sin cambios, o igual al 19,1%, frente al 18,7% registrado en 2020. Para ver en detalle la presencia femenina por sociedad del Grupo nos remitimos a la tabla presente en el apéndice.

NUMERO DE EMPLEADOS SUBDIVIDIDO POR GÉNERO Y CATEGORÍA PROFESIONAL - 2021



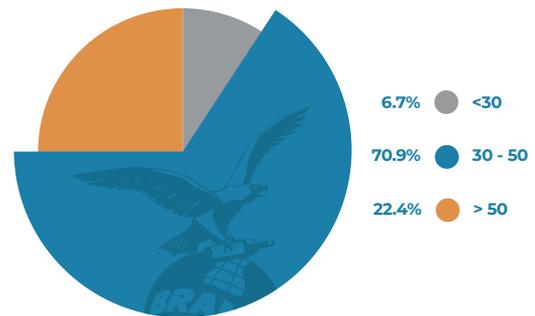
ANDAMINETO PORCENTAJE EMPLEADAS



EMPLEADOS DEL GRUPO POR FRANJAS ETARIAS- 2021

¹² Por franjas etarias se entienden las siguientes: <30: personas debajo de los 30 años (excluidos los de 30 años); 30-50: entre los 30 y los 50 años (30 y 50 años inclusive); >50: más de 50 años (excluidos los de 50 años).

Por lo que se refiere a la edad de los empleados, la franja etaria¹² más numerosa del Grupo en 2021 es aquella comprendida entre los 30 y los 50 años (212 empleados, el 70,9% de la plantilla total). Los porcentajes de empleados con edad inferior a los 30 años y mayor a los 50 corresponden, respectivamente, al 6,7% y 22,4%.



NÚMERO DE EMPLEADOS SUBDIVIDIDO POR GÉNERO, CATEGORÍA PROFESIONAL Y FRANJAS ETARIAS AL 31/12/2021

	< 30			30 - 50			> 50			TOTAL GRUPO 2021
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	
<i>Gerentes</i>	0	0	0	6	5	11	17	0	17	28
<i>Jefes</i>	0	0	0	23	10	33	12	5	17	50
<i>Empleados</i>	8	9	17	73	24	97	14	3	17	131
<i>Operarios</i>	3	0	3	71	0	71	16	0	16	90
TOTAL	11	9	20	173	39	212	59	8	67	299

En general, todas las empresas del Grupo aplican el mismo Código Ético, que establece valores y principios desafiantes en términos de inclusión, derechos humanos, igualdad de oportunidades y no violencia.

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 20121 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 50% de los empleados está protegido por acuerdos sindicales¹³.

¹³ El indicador resulta no aplicable para Branca USA.

PORCENTAJE DE LOS EMPLEADOS PROTEGIDOS POR ACUERDOS DE CONTRATOS COLECTIVOS	2019	2020	2021
F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.	100%	100%	100%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	45,4%	47,2%	50,5%
BRANCA INTERNATIONAL	100%	100%	100%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	100%	100%	100%

¹⁴ Un salario base es el monto mínimo fijo que se paga a un empleado por el desempeño de las funciones que se le asignan, excluyendo cualquier remuneración adicional como el pago de horas extras o gratificaciones. En cambio, la remuneración total incluye tanto el salario base como los montos adicionales, tales como los basados en años de servicio, bonos en efectivo y en acciones, beneficios, horas extras, tiempo adeudado y cualquier asignación adicional, incluidos los gastos de viaje, comida y alojamiento y contribuciones para el cuidado de los niños.

¹⁵ 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 l sueldo base de la retribución total percibida por los empleados hombres, para cada categoría profesional.

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 base¹⁴ 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 relación¹⁵ entre el sueldo base percibido en promedio por las trabajado-

ras mujeres respecto de la remuneración de los hombres con el mismo cargo es siempre superior al 70% 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 2020 la proporción resulta también en este caso mayor al 70%. Estos valores también son menores a los de 2020.

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 las empresas del Grupo experimentó una tendencia fluctuante en el trienio 2019-2021 debido a los impactos de la pandemia.

En 2020 las horas disminuyeron significativamente respecto al año anterior, mientras que en 2021 hubo una ligera

recuperación, gracias a la atenuación de los impactos de la pandemia. 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 sobre todo como consecuencia de la fuerte aceleración ligada a la reorganización de las actividades en respuesta al COVID-19. Branca USA programó una actividad de capacitación a partir de 2021.

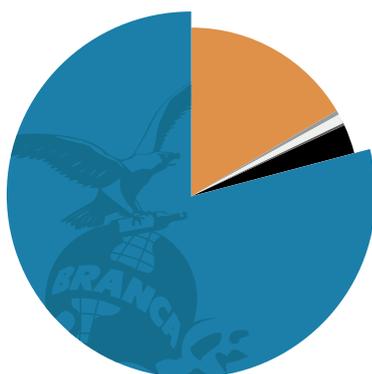
A nivel de Grupo, las horas totales de capacitación impartidas durante 2021 fueron 3.162, un 14,5% más que en 2020¹⁶.

¹⁶ 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 cada año para los mismos empleados.

HORAS PROMEDIO DE CAPACITACIÓN POR EMPLEADO POR GÉNERO Y SOCIEDAD DEL GRUPO	2019			2020			2021		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
<i>F.LLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.</i>	6,1	4,4	5,6	2,7	2,1	2,5	6,6	3,7	5,5
<i>F.LLI BRANCA DESTILERÍAS</i>	30,2	8,5	28,9	12,0	10,7	12,0	13,5	11,7	13,4
<i>BRANCA USA</i>	-	-	-	5,2	4,7	4,9	4,9	4,3	4,6
<i>BRANCA INTERNATIONAL</i>	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0
<i>CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA</i>	8,0	0,0	4,0	6,0	1,0	3,5	0,0	0,0	0,0
TOTAL	22,5	3,8	19,0	9,4	4,2	8,4	12,0	6,1	10,9

Durante el trienio 2019-2021, a nivel de Grupo, Branca se ha focalizado preferentemente en las siguientes áreas de capacitación estratégica:

- **Salud y Seguridad en el trabajo** (En la tabla: Salute e sicurezza);
- **Cumplimiento** (En la tabla: compliance);
- **Anticorrupción** (En la tabla: Anticorruzione);
- **derechos humanos** (En la tabla: Diritti umani);
- **Seguridad Alimentaria** (En la tabla: Sicurezza alimentare);
- **Cursos técnico-especializados** (En la tabla: Formazione técnica, specialistica y otros cursos)



- 2.628 ● OTROS CURSOS
- 312 ● SALUD Y SEGURIDAD
- 84 ○ CUMPLIMIENTO
- 136 ● DERECHOS HUMANOS
- 2 ● SEGURIDAD ALIMENTARIA

En concreto, en 2021 la capacitación impartida estuvo relacionada con la formación técnica, especializada, salud y seguridad, cumplimiento y en menor medida seguridad alimentaria. En cuanto a la formación dedicada al desarrollo de habilidades de rol, realizada en la Destilería Fratelli Branca, consta de dos cursos de maestría, reservados para el mismo número de empleados, respectivamente uno en habilidades digitales (relacionado con el área de marketing) y otro en evaluación de herramientas. para el área de RRHH.

En cuanto a Fratelli Branca Destilerías, se puede agregar que, durante 2021, se prestó especial atención a la capacitación de los empleados en el ámbito de la seguridad y salud en el trabajo y en el ámbito técnico-especialista. A continuación se muestran todos los cursos que la empresa realizó a 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.**
- **Efectos del COVID-19**

EVALUACIÓN PERIÓDICA DE LA PERFORMANCE

En 2019, Fratelli Branca Distillerie puso en marcha por primera vez un proceso de evaluación de desempeño que involucró a todos los gerentes, casi todos los mandos jefes y el 56% de los trabajadores administrativos en 2021.

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. Incluso Branca USA ha mantenido la senda de la evaluación periódica del desempeño, iniciada en 2019, dirigida a todos 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 personas¹⁷. 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.

¹⁷ 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.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

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 reemba-

laje-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 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 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 un infortunio en el lugar de trabajo, en 2019. De hecho, no hubo incidentes en 2021, como en 2020.

ÍNDICES DE INFORTUNIOS (FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.P.A.)	2019	2020	2021
<i>Numero de infortunios</i>	1	0	0
<i>Índice de frecuencia¹⁸</i>	5,98	0	0

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.

¹⁸ (Número de infortunios con ausencia mayor a 3 días / número de horas trabajadas) x 1,000,000.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

En 2021, como surge de la tabla que se muestra a continuación, Fratelli Branca Destilerías ha registrado un solo accidente, número estable respecto del año anterior. También hubo un aumento mínimo en el índice (de 2,34 a 2,12 entre 2020 y 2021) esencialmente debido a un menor número de horas trabajadas en general en comparación con el año anterior.

ÍNDICES DE INFORTUNIOS (FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS)	2019	2020	2021
Numero de infortunios ¹⁹	1	1	1
Índice de frecuencia ²⁰	2,17	2,34	2,12

¹⁹ Se especifica que los índices de infortunios de la Argentina se han calculado excluyendo los accidentes in itinere.

²⁰ (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. La empresa recibió la certificación ISO 45001 en enero de 2022 luego de una auditoría inicial realizada en octubre de 2021. La clasificación de peligros y riesgos y para la investigación de accidentes se llevó a cabo, al igual que en 2020, 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, 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; El servicio excede los requisitos de la normativa local y es supervisado por las áreas de SSMA y HR;**
- **cobertura médica para todos los empleados, junto con un seguro de vida y previsión de una campaña gratuita de vacunación antigripal para todas las familias;**
- **posibilidad de beneficiarse con comidas sanas en del comedor de le 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);**
- **comité mixto de seguridad y salud, conforme a la normativa vigente, en el que participan representantes de los trabajadores (sindicatos). Este comité se reúne mensualmente y registra todas las reuniones en actas específicas;**
- **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

Branca USA en 2021, al igual que en 2020, no registró accidentes. La Compañía se compromete a proporcionar un lugar de trabajo libre de riesgo de daños físicos que, dada la naturaleza del negocio y el cumplimiento de las disposiciones de la Occupational Safety and Health Act del 1970 (Ley OSH), son relativamente bajos.

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 S.p.A.

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
- Seguro para todos los empleados del grupo con póliza complementaria en caso de Coronavirus.

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

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 todavía en 2020 se basa toda la estrategia empresarial: bienestar de los empleados, cuidado del ambiente y desarrollo social en las áreas geográficas donde opera. A continuación se muestran algunos datos de las iniciativas realizadas en 2021.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

AYUDA FAMILIAR

- Día del Niño, un día dedicado a los hijos de los empleados hasta los 12 años, en el que se hace un pequeño obsequio (154 obsequios donados en 2021)
- Mochilas gratuitas con útiles escolares para los hijos de los empleados (más de 157 mochilas entregadas a más de 89 familias en 2021)

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
- Ampliación de la campaña de Vacunación antigripal; de acuerdo con el calendario oficial de la salud pública, se lleva a cabo el programa de vacunación para el personal y sus familias. Asistencia psicológica para los empleados.

BRANCA USA

Con referencia a Branca USA , en 2021 la compañía continuó colaborando con una organización (Professional Employment Organization) con el objetivo de ofrecer a su personal una cobertura de salud completa, manteniendo los costos pagados por los empleados y sus familias más allá de la media nacional. Branca USA se compromete a ofrecer la mejor póliza de salud dentro de sus capacidades financieras, como mínimo, no menos que el promedio nacional de cobertura que paga el empleador. El esfuerzo por mantener estables los costos de los empleados entre 2019, el 2020 y 2021 fue aún más importante en un año marcado por la pandemia mundial. A los empleados se les ofrecieron diferentes planes médicos con varias opciones de costos para adaptarse a las necesidades específicas de cada individuo y / o familia. Estas son algunas de las iniciativas implementadas en 2021.

APOYO A LA FAMILIA

- Licencia familiar remunerada
- Licencia por maternidad y paternidad

APOYO A LA SALUD

- Atención sanitaria integrada
- Seguro de accidentes laborales y no profesionales para determinadas categorías de empleados

OTRAS INICIATIVAS

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



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 prerrequisito 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 deshe-

chos.

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 energéticos²¹

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.

²¹ 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.

²² En 2021, Branca subcontrató parte de la fase de embotellado. Los datos representados también consideran los datos relativos al fabricante subcontratista.

²³ Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

CONSUMOS ENERGÉTICOS CONSOLIDADO	2019	2020	2021²²
<i>Gas natural (GJ)</i>	10.987	11.182	14.525
<i>Energía eléctrica (GJ)</i>	14.657	14.620	18.175
<i>Gasolina sin plomo (GJ)</i>	4.741	3.102	3.540
<i>Diesel (GJ)</i>	616	224	273
TOTAL (GJ)	31.001	29.128	36.512
<i>Producción total año (t)²³</i>	54.789	54.819	72.434
<i>Intensidad energética (GJ/toneladas de producto)</i>	0,57	0,53	0,50

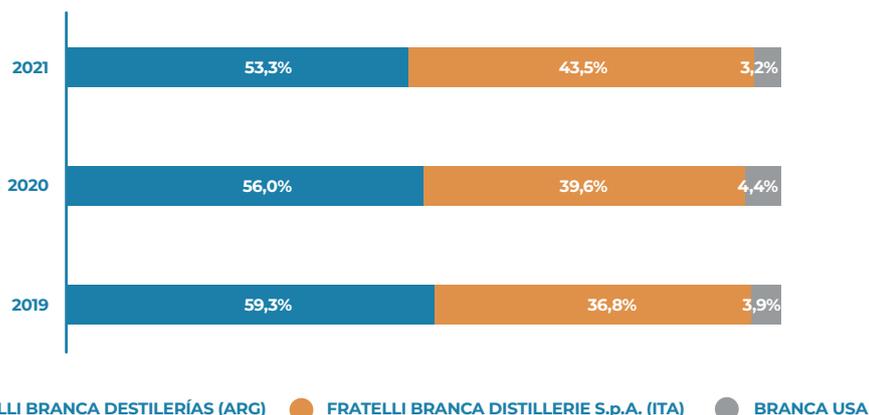
En general, el consumo de energía aumentó en 2021 en torno a un 25% respecto al año anterior: en concreto, se produce un aumento de todas las partidas que componen el consumo total respecto a 2020.

El gas natural y la electricidad muestran un incremento bastante similar; más limitado, tanto en valor absoluto como en porcentaje, el aumento del consumo de gasolina y gasóleo.

A pesar de los aumentos descritos anteriormente, el índice de intensidad energética también desciende en 2020. Esta tendencia positiva se debe al fuerte aumento de la productividad en 2021 (+32%).

El siguiente gráfico muestra la contribución de cada empresa al consumo total de Branca. La mayor contribución proviene de Fratelli Branca Destilerías.

DETALLE COMPOSICIÓN CONSUMOS ENERGÉTICOS POR SOCIEDAD (GJ)



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

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Con el objetivo de un continuo mejoramiento de sus propias performances ambientales, Fratelli Branca Distillerie ha llevado a cabo las siguientes iniciativas:

- **optimización del consumo de energía a través de monitoreo continuo, mejora tecnológica y concientización del personal;**
- **mayor atención a todas las etapas del proceso de producción para evitar el desperdicio de energía y los riesgos de contaminación.**

Además, en la sede de la Destilería Fratelli Branca hay un sistema de paneles fotovoltaicos que dan servicio al sistema de iluminación de la chimenea, que funciona con LED, con un sistema de acumulación destinado a hacer el sistema totalmente autónomo y alimentado con energías renovables. Sin embargo, este último tiene, hasta la fecha, un aporte limitado, por lo que no está sujeto

a seguimiento en la Declaración Ambiental. Como se puede observar en la siguiente tabla, en 2021 el consumo total de energía aumentó en comparación con el año anterior. Esta tendencia está íntimamente ligada a la reducción de los efectos de la pandemia del COVID-19, que han permitido aumentar significativamente la productividad y, en consecuencia, el consumo.

En concreto, el consumo de gas natural aumentó un 38%, mientras que el de electricidad un 37%.

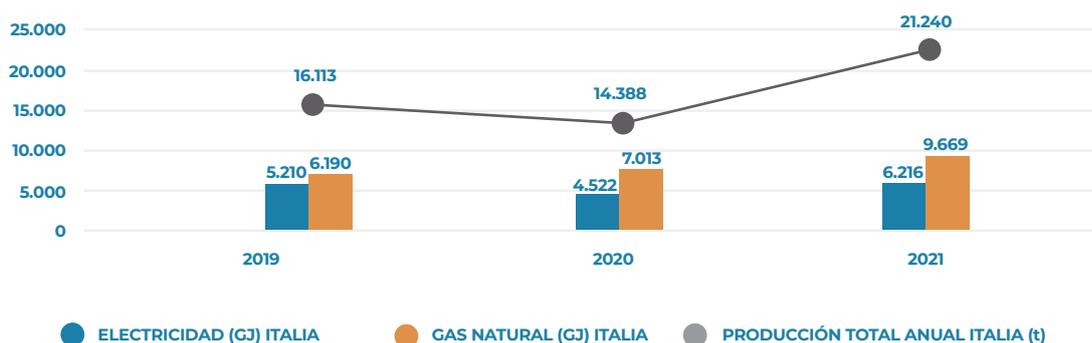
Cabe precisar que estos consumos también contienen los generados por el subcontratista que, a partir de 2021, está a cargo del embotellado de los productos de la Destilería Fratelli Branca.

El aumento de la producción (+48%, que también considera la producción del subcontratista) tiene un mayor impacto en el índice de intensidad energética, que muestra un valor inferior al del año anterior.

**CONSUMOS ENERGÉTICOS
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.**

	2019	2020	2021
Gas natural (Gj)	6.190	7.013	9.669
Energía eléctrica (Gj)	5.210	4.522	6.216
TOTAL (Gj)	11.399	11.535	15.885
Producción total año (t)	16.113	14.388	21.240
Intensidad energética (Gj/toneladas de producto)	0,71	0,80	0,75

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



FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Durante 2021, Fratelli Branca Destilerías continuó operando de acuerdo con su política ambiental, respetando la normativa, tratando de mejorar continuamente y prevenir la contaminación, reducir las emisiones, reducir el consumo de agua y reducir la producción de residuos.

Tras la creación de un mapeo de las principales fuentes de consumo, Fratelli Branca Destilerías ha llevado a cabo diversas iniciativas relacionadas con la eficiencia energética, lanzadas en 2017 y continuadas en 2021. Entre ellas 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;
- formación del personal sobre cuestiones de ahorro de energía.

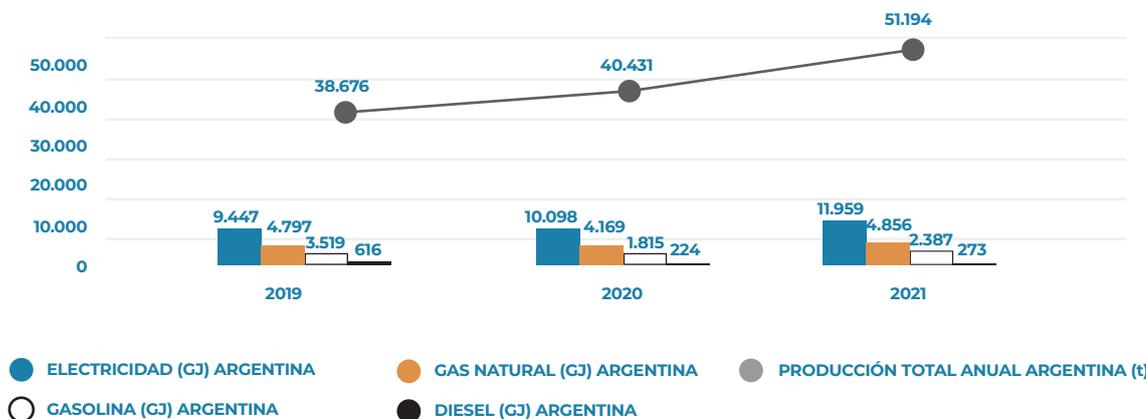
Como se muestra en la siguiente tabla, en 2021, gracias a estas iniciativas, el consumo de gas natural aumentó menos que la producción (16% versus 20%). En 2021 también aumentaron los consumos de electricidad y los destinados al transporte pero, nuevamente por el aumento de la producción, el índice de intensidad energética también disminuyó.

**CONSUMOS ENERGÉTICOS
FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS²⁴**

	2019	2020	2021
Gas metano (GJ)	4.797	4.169	4.856
Energía eléctrica (GJ)	9.447	10.098	11.959
Gasolina (GJ)	3.519	1.815	2.387
Diesel (GJ)	616	224	273
TOTAL (GJ)	18.379	16.306	19.475
Producción total año (t)	38.676	40.431	51.194
Intensidad energética (GJ/toneladas de producto)	0,48	0,40	0,38

²⁴ Desde 2020 es posible recopilar datos relacionados con el consumo de combustibles de automoción también para Fratelli Branca Destilerías. Para garantizar la comparabilidad con las tendencias, estos datos se han reconstruido y sumado también para 2018 y 2019, recalculando así los totales y los índices. Sin embargo, los análisis de tendencias no sufren variaciones.

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



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

- **Objetivo 3 - Emisiones indirectas que incluyen todas las emisiones que son generadas por la cadena de valor de la empresa y que no se encuentran dentro del Objetivo 1 y 2.**

En 2021, las emisiones directas (Objetivo 1) ascendieron a 1.019 tCO₂ eq, una disminución con respecto a 2020. En el mismo período, las emisiones indirectas derivadas del uso de la electricidad comprada (Objetivo 2), fueron de 1.860 tCO₂ eq, un incremento de 22% en comparación con 2020.

Como último ítem, a partir de este año, también se incluyen las emisiones de Objetivo 3 de la empresa subcontratista responsable por el embotellado de los productos de la Destilería Fratelli Branca

EMISIONES E INTENSIDAD DE EMISIONES CONSOLIDADO

	2019	2020	2021
<i>Emisiones Objetivo 1 (tCO₂ eq.)</i> ²⁵	1.125	1.215	1.019
<i>Emisiones Objetivo 2 (tCO₂ eq.)</i> ²⁶	1.613	1.516	1.860
<i>Emisiones Objetivo 3 (tCO₂ eq.)</i> ^{25/26}	N/A	N/A	229
<i>Emisiones totales (Objetivo 1, Objetivo 2 y Objetivo 3) (tCO₂ eq.)</i>	2.738	2.730	3.108
<i>Producción total año (t)</i>	54.789	54.819	72.434
<i>Relación emisiones totales / producción</i> ²⁷ <i>(tCO₂e/t producto)</i>	0,050	0,050	0,043

Con referencia únicamente a los gases refrigerantes, la principal fuente de emisiones deriva de la cantidad de R410 recargada en 2021 en la planta argentina y.

²⁵ 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). Desde 2020 es posible recopilar datos relacionados con el consumo de combustibles de automoción y las consiguientes emisiones también para F.lli Branca Destilerías. Para garantizar la comparabilidad con las tendencias, estos datos se han reconstruido y sumado también para 2018 y 2019, recalculando así los totales y los índices. Sin embargo, los análisis de las tendencias no sufren variaciones.

²⁶ 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.

²⁷ Por producción se entienden las toneladas de producto embotellado.

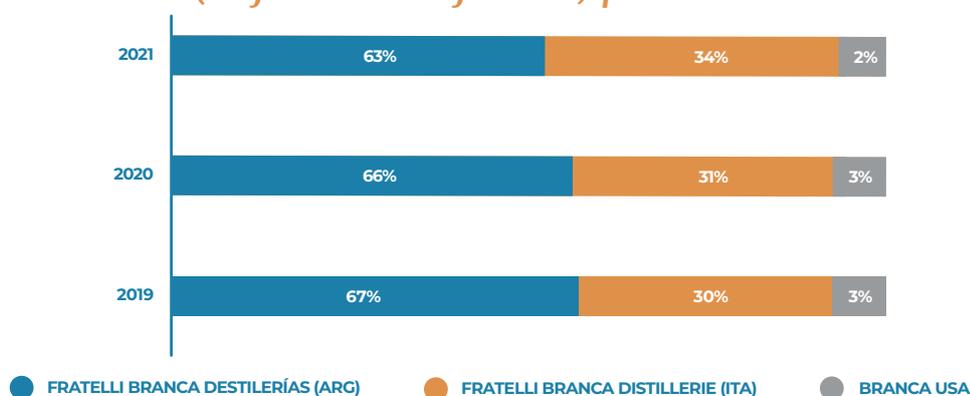
EMISIONES QUE PROVIENEN DE GASES REFRIGERANTES CONSOLIDADO

	2019	2020	2021
<i>Emisiones directas por gases refrigerantes (tCO₂ eq)²⁸</i>	141	360	21

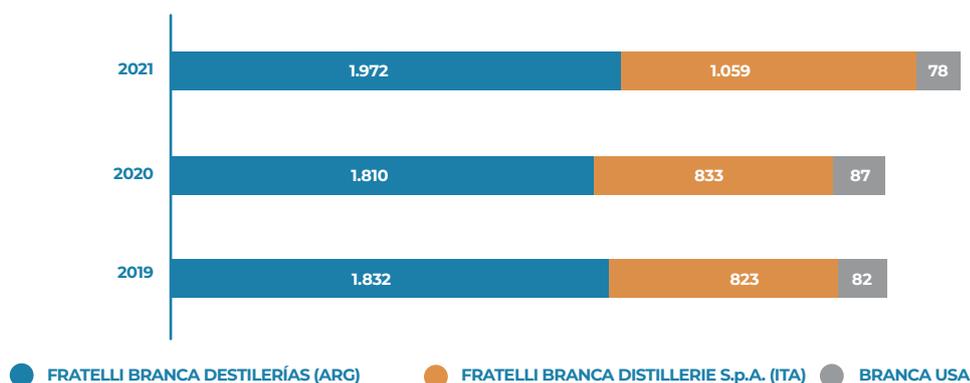
²⁸ Para el cálculo de las emisiones derivadas de las recargas de gas refrigerante R⁴¹⁰ se utilizó el factor de emisión definido por los parámetros estándar DEFRA ²⁰²¹.

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 2021 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.

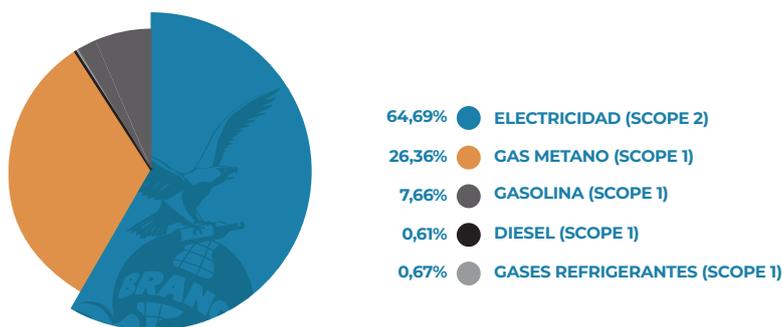
Detalle composición de las emisiones (Objetivo 1 + Objetivo 2) por sociedad



Detalle composición de las emisiones (Objetivo 1 + Objetivo 2) por sociedad



Composición emisiones por fuente (tCO₂e, Objetivo 1 + Objetivo 2) – 2021



FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

Con referencia a Fratelli Branca Distillerie, en 2021, las emisiones de Objetivo 1, Objetivo 2 y Objetivo 3 fueron iguales a 1,059 tCO₂. La tendencia de las emisiones registró un aumento en comparación con el año anterior + 27%, seguido, sin embargo, por un aumento en la producción total, + 48%. Estos datos, combinados, explican la mejora en el desempeño del índice que representa la relación entre emisiones y producción, que registra un valor de 0,050 en 2021.

²⁹ Desde 2020 es posible recopilar datos relacionados con el consumo de combustibles de automoción y las consiguientes emisiones también para Fratelli Branca Destilerías. Para garantizar la comparabilidad con las tendencias, estos datos se han reconstruido y sumado también para 2018 y 2019, recalculando así los totales y los índices. Sin embargo, los análisis de tendencias no sufren variaciones.

Emisiones e intensidad de emisión FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

	2019	2020	2021
Emisiones Objetivo 1 (tCO ₂ eq.)	393	460	467
Emisiones Objetivo 2 (tCO ₂ eq.)	430	374	363
Emisiones Objetivo 3	N/A	N/A	229
Emisiones totales (Objetivo 1, Objetivo 2 y Objetivo 3) (tCO ₂ eq.)	823	833	1.059
Producción total año (t)	16.113	14.388	21.240
Relación emisiones totales / producción (tCO ₂ e/t producto)	0,051	0,058	0,050

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

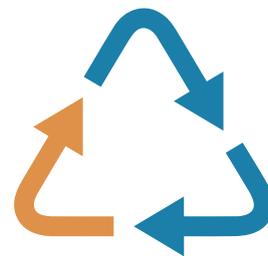
Por lo que se refiere a Fratelli Branca Destilerías, en 2021, las emisiones de Objetivo 1 y Objetivo 2 fueron de 474 tCO₂ y 1.149 tCO₂ respectivamente. Las emisiones de Objetivo 1 disminuyeron mientras que las emisiones de Objetivo 2 aumentaron, con un aumento total de unas 150 toneladas en comparación con 2020. El aumento de las emisiones se compensa con un fuerte aumento en la producción total, que también se ve en la disminución de la relación emisiones / producción para el tercer año consecutivo.

Emisiones e intensidad de emisión FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

	2019	2020	2021
Emisiones Objetivo 1 (tCO ₂ eq.) ²⁹	649	668	474
Emisiones	1.183	1.142	1.498
Emisiones totales (Objetivo 1 y Objetivo 2) (tCO ₂ eq.)	1.832	1.810	1.972
Producción total año (t)	38.676	40.431	51.194
Relación emisiones totales / producción (tCO ₂ e/t producto)	0,047	0,045	0,039

Finalmente, cabe señalar que las emisiones derivadas de las actividades de Branca USA ascendieron a 78 tCO₂ eq en 2021, una disminución de 9 toneladas con respecto a 2020.

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 2021 un aumento en la cantidad total de residuos en comparación con el año anterior (+ 21%). La relación entre residuos y producción mejora en 2021, ya que, como se ha visto en los párrafos anteriores, el aumento de la producción contrasta positivamente con el aumento de los residuos.

Intensidad de producción de residuos Consolidado

	2019	2020	2021
<i>Total residuos peligrosos (t)</i>	4,53	4,12	5,22
<i>Total residuos no peligrosos (t)</i>	3.527,85	3.259,93	3.957,70
<i>Residuos totales (t)</i>	3.532,38	3.264,05	3.962,92
<i>Producción total anual (t)</i>	54.789	54.819	72.434
<i>Tot.residuos/tot.producción</i>	0,064	0,060	0,055

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 2021, la producción total de residuos de la Destilería Fratelli Branca fue de 2.376,33, un aumento con respecto a 2020. Este aumento está vinculado a una mayor producción.

La disminución en la cantidad de residuos peligrosos registrada en 2021 se debe, sin embargo, en particular, a la atenuación de los efectos causados por la emergencia sanitaria. De hecho, los residuos peligrosos incluyen tanto los envases de alcohol utilizados para la desinfección como los trapos y otros materiales utilizados para las operaciones de desinfección.

En 2021, los residuos clasificados como “peligrosos” representaron el 0,06% del total.

<i>Residuos por tipo de destinación (t)</i> <i>FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.</i>	2019		2020		2021	
	Residuos peligroso	Residuos no peligrosos	Residuos peligroso	Residuos no peligrosos	Residuos peligroso	Residuos no peligrosos
<i>Total residuos producidos</i>	1,58	2.402,90	3,06	2.113,63	1,43	2.374,8
<i>de los cuales eliminados</i>	1,30	2.321,04	2,52	2.050,04	1,43	2.324,6
<i>de los cuales recuperados</i>	0,28	81,86	0,54	63,59	0	50,2

En la Declaración Ambiental, Fratelli Branca Distillerie efectúa un monitoreo de los residuos a través de tres indicadores de detalle³⁰, 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 anual³² correspondiente al trienio 2019-2021.

En la siguiente tabla y gráfico se destaca cómo la tendencia del ratio entre residuos totales y producción anual (embotellada) registra variaciones mínimas entre 2020 y 2021, consistente con la tendencia de producción. 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 con las consiguientes variaciones del indicador.

³⁰ Para una mayor síntesis y coherencia con los datos presentados para la Argentina, en el presente documento no se han informado los valores de los tres indicadores diferentes, sino solo un indicador de síntesis (tot. residuos/tot. Producción-embotellado)

³² Producto embotellado expresado en toneladas

**Intensidad de producción de residuos
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.**

	2019	2020	2021
<i>Total residuos peligrosos (t)</i>	1,58	3,06	1,43
<i>Total residuos no peligrosos (t)</i>	2.402,90	2.113,63	2.374,9
<i>Residuos totales (t)</i>	2.404,48	2.116,69	2.376,33
<i>Producción total anual (t)</i>	16.113	14.388	21.240
<i>Tot.residuos/tot.producción</i>	0,149	0,147	0,112

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 embalajes y materiales de embalaje, con la recuperación del 100% de los embalajes y el reciclaje de residuos municipales como plástico, papel y**

cartón de forma diferenciada.

Durante el segundo semestre de 2020 se realizaron actividades de investigación para verificar la posible reutilización de residuos de materias primas, derivados de los procesos productivos. La investigación ha arrojado buenos resultados tanto en lo que respecta a la reutilización de posos de café como a la recuperación de materias primas agotadas. Se procedió con los estudios y las debidas investigaciones técnicas que demostraron la viabilidad del proyecto. Durante 2021 se continuó con el proyecto y se recuperaron un total de 96,3 toneladas de posos de café que serán reutilizados para otros fines, como mejorador de suelos.

Los avances posteriores y los nuevos resultados obtenidos se detallarán en el próximo documento "Informe de Sostenibilidad y Sensibilización 2022".

Otras acciones en esta área se han pospuesto debido a la pandemia y la consecuente imposibilidad de operar libremente en la planta y se programarán nuevamente una vez superada la emergencia sanitaria.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Fratelli Branca Destilerías durante 2021 mantuvo su política ambiental definida en 2019 que rediseña la gestión integral de residuos dentro de la empresa, con el objetivo de reducir la producción de residuos.

Durante 2021 se mantuvo el estado de ZWTL ("Zero Waste to Landfill" - es decir, sin residuos en vertedero), cuyo seguimiento se realiza a través del IRT (índice de residuos totales) medido en kg de residuo total / m3 de producto terminado. Con respecto a este índice, en 2021 se alcanzó y superó la meta.

Para alcanzar estos objetivos, se han continuado todas las actividades ya iniciadas para reducir las cantidades de residuos producidos para ser enviados a centros de disposición externos y se han incrementado durante 2021.

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

- **Residuos industriales orgánicos (hierbas usadas)**

<i>Residuos por tipo y destinación (t) FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS</i>	2019		2020		2021	
	Residuos peligrosos	Residuos no peligrosos	Residuos peligrosos	Residuos no peligrosos	Residuos peligrosos	Residuos no peligrosos
<i>Total residuos producidos</i>	2,95	1.124,95	1,06	1.146,05	3,79	1.582,6
<i>de los cuales eliminados</i>	0,85	25,53	0,65	0	3,79	0
<i>de los cuales recuperados</i>	2,1	1.099,22	0,41	1.146,05	0	1.582,6

para los que se prevé un proceso de prensado con el fin de reutilizarlos como abono orgánico y materia prima para la producción de "compost";

- **Lodos biológicos, generados por la planta de tratamiento de aguas residuales, cuya cantidad, mediante el uso de una centrífuga decantadora específica, se reduce significativamente.**

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

A continuación se muestra una indicación del destino v de los residuos eliminados y recuperados.

En 2021 Fratelli Branca Destilerías registró, respecto a 2020, valores sustancialmente estables en cuanto a la producción total de residuos, que se situó en 1.585 toneladas. Cabe señalar que, incluso en 2021, casi la totalidad de los residuos (98%) se destinaron a reciclaje o reutilización (incluida la valorización 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, que en 2021 registró un ligero aumento.

<i>Intensidad de producción de residuos FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS</i>	2019	2020	2021
<i>Total residuos peligrosos (t)</i>	2,95	1,06	3,79
<i>Total residuos no peligrosos (t)</i>	1.124,95	1.146,05	1.582,55
<i>Residuos totales (t)</i>	1.127,90	1.147,11	1.586,34
<i>Producción total anual (t)</i>	38.676	40.431	51.194
<i>Tot.residuos/tot.producción</i>	0,029	0,028	0,031

La tendencia parece constante durante el período de tres años, sin variaciones particulares que reportar, con un aumento mínimo en 2021. Esto se debe a que en 2021, tanto la producción como los desechos aumentaron de manera similar.

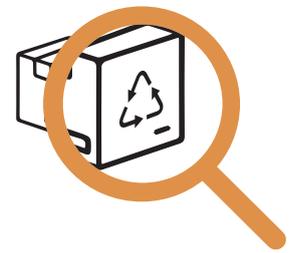
Para dar cumplimiento a los compromisos del Grupo en materia de gestión de residuos, la compañía ha adoptado las siguientes iniciativas en el último ejercicio de reporte:

- **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.

Es importante recordar que, al igual que en Italia, los residuos generados por las acciones de prevención contra COVID-19, son separados y tratados como residuos peligrosos, con el fin de mantener un protocolo de seguridad de residuos. El tratamiento aplicado es la incineración.

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.

El sistema de reciclaje de vidrio es un ciclo cerrado: comienza con la recuperación y termina con el reciclaje. El vidrio es recogido y transformado, el cullet se convierte en materia prima de calidad, lista para ser utilizada nuevamente en las fábricas para nuevos envases de vidrio.

Por tanto este proceso es ecológico ya que el vidrio de los envases en cuestión es 100% reciclable ininidad de veces; se puede utilizar en cualquier condición de contacto con alimentos, incluida la esterilización. Garantiza absoluta impermeabilidad a gases (0,0 cm³/m²/24h/23°C), vapores (0,0 (g/m²/24h/38°C), humedad y microorganismos. Está compuesto por sílice, óxidos de sodio y calcio, provenientes de arena de sílice, sosa y carbonato cálcico con adición de casco de vidrio reciclado en porcentaje variable en función de la disponibilidad de casco de vidrio en el mercado.

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

- 75-85% para vidrio coloreado (verde AG-Rojo Marrón-Hoja Muerta-Verde Noble VN)
 - 55-65% para vidrio Half White
 - 15-35% para vidrio Blanco y Extra Blanco
- El 80% de las referencias de Fratelli

Branca Distillerie consisten en vidrio coloreado (p. ej. Fernet, Brancamenta, Caffè Borghetti, Antica Formula, Carpano) en los que la parte reciclada está en el mayor porcentaje.

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

- Película retráctil de polietileno: 100 % reciclable
- Tapa de cartón: 100% reciclable
- Capa intermedia de polipropileno: reutilizable
- Piso de madera: reutilizable

Fratelli Branca Distillerie ha completado el recorrido de revisión de las especificaciones del embalaje secundario que ha permitido adoptar especificaciones menos rigurosas, con menos impacto pero igualmente 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).

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

Por lo que se refiere al co-packing, y particularmente a los materiales de los cierres de los estuches de regalo, Fratelli Branca Distillerie está experimentando la sustitución de los materiales plásticos que utiliza actualmente con materiales reciclables (por ejemplo 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;
- se brindaron cursos de actualización a los operadores para optimizar el cambio de producto en la maquinaria durante la fase de producción, con el objetivo de minimizar el lavado requerido en el proceso;
- instalación de medidores para reportar caudales de agua, diferenciándolos entre consumo para producción y consumo civil.

Consumo anual de agua FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.p.A.

	2019	2020	2021
Consumo total anual (m ³)	24.510	17.911	23.988
Producción total anual (t)	10.763	7.725	12.560
RELACIÓN CONSUMO/PRODUCCIÓN*1.000	2.277	2.319	1.911

El agua utilizada por Fratelli Branca Distillerie proviene del acueducto de la ciudad de Milán. En 2021, la relación consumo/producción di Fratelli Branca Distillerie mejoró un 17,68% en comparación con 2020.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

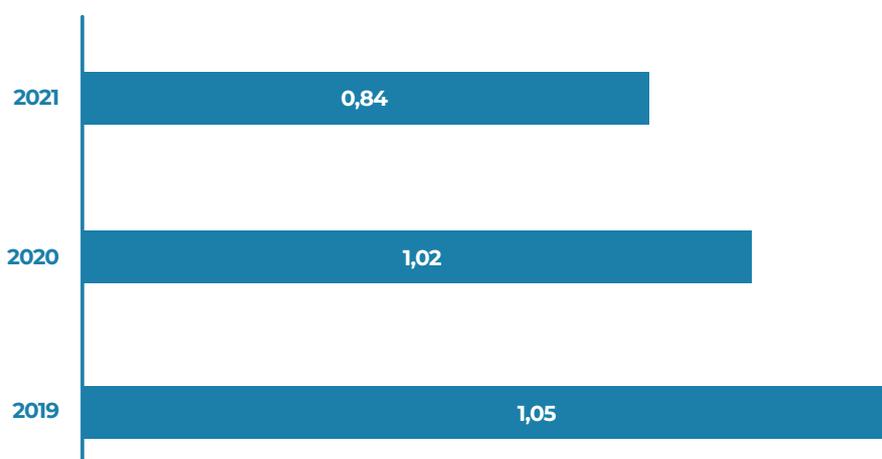
También Fratelli Branca Destilerías dedica una atención especial a la contención y a la optimización de los consumos hídricos.

Durante 2021 se mantuvo el sistema de reutilización de la planta de tratamiento de efluentes y el sistema de captación de aguas pluviales. Se realizó una campaña de sensibilización sobre el consumo responsable de agua.

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.

ÍNDICE DE CONSUMO DE AGUA (ICA)



La empresa, que obtiene su agua exclusivamente de acuíferos subterráneos, también tiene como objetivo protegerlos de la sobreexplotación, que dañaría la calidad del agua que extrae. Toda el agua utilizada en la planta se bombea desde tres pozos subterráneos, luego se almacena en un tanque elevado con una capacidad de 120 metros

cúbicos y posteriormente se distribuye para los procesos productivos, áreas de servicio e higiene personal.

En 2021, la relación consumo/producción de Fratelli Branca Destilerías registró una mejora del 17,6% frente a 2020, cifra similar a la registrada por Fratelli Branca Distillerie.



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 históric-

amente 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 abier-

tas” 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. En los últimos años, el museo ha experimentado una gran afluencia de visitantes (alrededor de 4.500 en 2019) que confirmaron su satisfacción también a través de comentarios positivos en la plataforma Tripadvisor. Cuando es posible, se planean inauguraciones extraordinarias durante el fin de semana y en el período de la “semana de la cultura”, así como aperturas nocturnas, en respuesta al gran interés de la comunidad.



Torre Branca

Diseñada por Giò Ponti y 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.



Fondation Fernet-Branca Saint Louis

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, en colaboración con Eataly y los servicios de Museos de la ciudad de Turín, ha dedicado un museo a la historia de la marca Carpano.

El Museo Carpano se ubica en el primer piso de la ex planta, en los espacios que hoy ocupa Eataly Torino y propone un recorrido a lo largo de la historia y las etapas más importantes de la producción del vermouth Carpano.

Un viaje que arranca en la ciudad de Turín, en 1786, cuando Antonio Benedetto Carpano inventó la bebida favorita del Rey en la antigua botica de Piazza Castello, y llega hasta Milán, en nuestros días, en las destilerías 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 muros, había sido casi olvidado, pero con tales dimensiones que no puede ser ignorada por quienes por la mañana abren la ventana y miran es esa dirección.

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

vínculo con el territorio.

El mural, uno de los más altos de Europa, para los Orticanoodles representa el laborioso y sabio proceso de producción del famoso Fernet-Branca: una mezcla de hierbas multicolor que se entrelaza y trepa hacia el cielo de Milán. Y todo entre botellas e íconos históricos de la empresa como el globo con el águila y el irreverente cocodrilo de los años 20. Las hierbas representadas crean juegos de formas y colores que se perciben plenamente a centenas de metros de distancia de la obra. Para su realización, que demandó aproximadamente 10 días, los Orticanoodles utilizaron la técnica del “sopleado”, 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 vínculo histórico entre Fernet-Branca y el arte, en 2008 Fratelli Branca Destilerías lanzó en Argentina un concurso de carteles para promover y fomentar el arte entre los jóvenes de todo el país. Más información sobre la edición de 2021 y cómo se llevó a cabo en el contexto de la pandemia de COVID-19 se presenta en el siguiente párrafo y en las iniciativas ya enumeradas en el capítulo 4.

Le iniciativas más recientes

A continuación se describen algunas de las actividades más recientes llevadas a cabo en Italia y en la Argentina: son aún 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

Fratelli Branca Distillerie continúa colaborando activamente en numerosas iniciativas sociales para atender las diferentes realidades culturales de la zona, creando momentos de intercambio y diálogo con sus stakeholders, desarrollando y fortaleciendo la red de colaboraciones con los ciudadanos incluso en el contexto de la pandemia. Entre las principales iniciativas de 2021 es posible destacar dentro del Museo Colección Branca (que en la primera parte del año pudo albergar, en línea con las restricciones por la pandemia, cerca de 300 personas):

- participación en el proyecto MuseoCity con el Ayuntamiento de Milán, con la creación, también con el apoyo de los medios de comunicación, de un video de un recorrido virtual de la Colección Branca para el canal de YouTube;
- la creación de una visita virtual en video del Museo Colección Branca también para la Semana de la Cultura promovida por Musei d'Impresa, publicada en el canal de YouTube y disponible con un enlace de la asociación Museimpresa;
- el mayor uso de las redes

sociales con la difusión de imágenes, videos e interacciones con el público en los canales de Facebook e Instagram y la creación de visitas virtuales en vivo con guías de turismo;

- la creación de conexiones virtuales con algunos grupos de asociaciones de turismo en Milán y de encuentros educativos virtuales con escuelas secundarias y universidades (Bocconi), para contar la historia de la empresa y las razones detrás de la creación de un museo de la empresa, y la historia de la comunicación de la Agencia ;
- participación virtual en el seminario anual organizado por la asociación Museimpresa para la definición de nuevos proyectos entre los comisarios de los 105 museos asociados;
- participación entre 130 comisarios de empresas en el seminario Museimpresa en el Cubo de Bolonia para la definición de nuevos proyectos culturales.

Además, como parte de la Torre Branca, se realizaron directos desde la Torre Branca con guías de turismo, así como varios videos publicados en las redes sociales, Facebook e Instagram. Debido a las restricciones relacionadas

con la pandemia, Torre Branca permaneció cerrada en enero, marzo, abril y diciembre, sin embargo acogió a un total de 7.500 personas en 2021.

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.

En referencia a las iniciativas desarrolladas sobre los productos, a lo largo de los años Branca ha participado en la realización de numerosas actividades con importantes realidades del "Made in Italy" que, como Branca, son portavoces de una cultura de "saber hacer" de calidad .

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Durante 2021, Fratelli Branca Destilerías continuó desarrollando su plataforma artística y cultural, a través del Concurso Único de Carteles de Arte, manteniendo su rica y extensa tradición y permitiendo a jóvenes y nuevos artistas argentinos plasmar su arte y darlo a conocer.

La pandemia Covid-19 vio obligado a adaptar y transformar el concurso Arte Único en un evento completamente virtual, una experiencia innovadora y tecnológica. En este sentido, el anuncio de la competencia, así como la puesta en marcha y eventos adjudicación se llevaron a cabo en el streaming, adaptándose a la nueva realidad y permitiendo a los artistas participar desde sus hogares. El 2021 vio la participación de cerca de 2.500 artistas, que presentaron más de 10.000 obras originales. El lema del evento para 2021 fue "Tu arte te diferencia", tema también vinculado a la campaña publicitaria de la marca.



El compromiso social de Fratelli Branca Destilerías es involucrarse y estar más cerca de las personas que más lo necesitan. Se hace un equipo con los sectores más vulnerables para cambiar su entorno. Estrategia: Varias fundaciones e instituciones cuentan con el apoyo de Fratelli Branca Destilerías SA para ayudar a los niños, las familias, la educación, el trabajo decente y el empleo. La compañía apoya a las instituciones con varias actividades y eventos de recaudación de fondos. Con las fundaciones aliadas, trabajamos juntos en varios proyectos a favor de la inclusión.

Asistencia a la infancia y a la familia:

- Caritas San Miguel;
- Fundación Padres;
- Garrahan Children's Hospital Foundation;
- Fundación SI;
- Maria Cecilia Cancer Foundation;

- Ricardo Gutierrez Children's Hospital.

Educación:

- Cimientos Foundation;
- Caritas;
- Fundación SI;
- Fundación Padres.

Apoyo al empleo y a la ocupación:

- Caritas;
- Fundación Proactiva

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 María 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 impulsadas y organizadas por Fratelli Branca Destilerías, podemos mencionar también la "Campaña #MenoresNiUnaGota", en colaboración con FADA (Federación Argentina de Destilados y Aperitivos), la campaña de consumo responsable que tiene como objetivo sensibilizar a la sociedad para prevenir, detener y el rechazo al consumo de alcohol en menores (menos de 18 años), desde una perspectiva preventiva y educativa, que ha llegado a más de 25.000 personas.

En 2021 Branca Destilerías se comprometió con iniciativas para la protección del medio ambiente, en particular a través de la donación de 200 árboles. También donó parte de las hierbas utilizadas en los procesos productivos para un proyecto municipal de creación de huertos familiares orgánicos. Además, la colaboración con FADA también se ha traducido en la comunicación del "Día del Consumo Responsable de Alcohol", que tiene como objetivo concienciar a los adultos sobre los mejores hábitos de consumo de alcohol. Esta campaña se realizó a través de medios digitales, periódicos y redes sociales con un



mensaje sobre el tema del consumo responsable de alcohol en el hogar.

También es posible hablar de la iniciativa Familia Branca, nacida en 2019 e integrado por los mejores y reconocidos camareros. En 2020, una nueva sección se puso en marcha dentro de la Familia Branca, la comunidad de los camareros "Squadra Branca" nacida como consecuencia de la situación de emergencia que los camareros, los bares y la industria alimentaria en general tuvieron que afrontar debido a la pandemia, y cuyo espíritu era demostrar que en los momentos difíciles la familia Branca puede dar apoyo, ayuda y acompañamiento. Esta iniciativa también continuó en 2021, con el desarrollo de concursos para la promoción de las dos nuevas versiones de vodka de la marca Sernova.

En 2021, Fratelli Branca Destilerías colaboró con hospitales y asociaciones para ayudar a las comunidades locales. Además de donar

alcohol para saneamiento a hospitales locales, para ayudar a combatir la pandemia de COVID-19, la empresa ha colaborado con la Fundación María Cecilia, entregando regalos y vales navideños al personal médico. La Fundación, que se ocupa de niños con cáncer, nació de un trabajo conjunto entre una ONG y el hospital municipal. Este último está equipado con un equipo médico y un sistema de acogida para las familias de los niños que reciben diagnósticos y tratamientos completos. La Fundación María Cecilia también se encarga de los materiales desechables utilizados en los procedimientos diagnósticos y terapéuticos, la compra de catéteres implantables para la infusión de quimioterapia y la adquisición de medicamentos no sujetos a cobertura.

BRANCA USA

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

En 2021, Branca USA renovó su apoyo al evento "Speed Rack", reservado a mujeres bartenders. El objetivo del evento es potenciar el papel de la mujer en la industria de la coctelería y recaudar donaciones para la

lucha contra el cáncer de mama.

En enero de 2020, Branca USA se convirtió en el patrocinador corporativo oficial de Women of the Vine & Spirits, apoyando su misión de "empoderar y hacer avanzar a las mujeres en la industria de las bebidas alcohólicas e impulsar la industria hacia un futuro más diversificado e inclusivo que permita que todos tengan éxito".

La asociación también continuó en 2021.



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.

PRESENCIA FEMENINA POR SOCIEDAD DEL GRUPO	2019				2020				2021			
	Hombres	Mujeres	TOTAL	% Mujeres	Hombres	Mujeres	TOTAL	% Mujeres	Hombres	Mujeres	TOTAL	% Mujeres
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	69	32	101	31,7%	63	31	94	33,0%	37	25	62	40,3%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	195	12	207	5,8%	188	11	199	5,5%	186	15	201	7,5%
BRANCA USA	12	14	26	53,8%	11	15	26	57,7%	14	14	28	50,0%
BRANCA INTERNATIONAL	1	1	2	50,0%	2	2	4	50,0%	3	2	5	40,0%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	2	2	4	50,0%	2	2	4	50,0%	2	1	3	33,3%
TOTAL	279	61	340	17,9%	266	61	327	18,7%	242	57	299	19,1%

HORAS DE CAPACITACIÓ IMPARTIDAS A LOS EMPLEADOS POR GÉNERO Y SOCIEDAD DEL GRUPO	2019			2020			2021		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	423	141	564	146	66	212	246	92	533864
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	5881	102	5983	2231	118	2349	2520	176	2696
BRANCA USA	0	0	0	45	58	103	68	60	128
BRANCA INTERNATIONAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	16	0	16	0	0	0	0	0	0
TOTAL	6320	243	6563	2422	242	2664	2834	328	3162

NÚMERO DE EMPLEADOS QUE HAN RECIBIDO CAPACITACIÓN POR GÉNERO Y SOCIEDAD DEL GRUPO	2019			2020			2021		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	82	36	118	37	10	47	37	25	62
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	1286	6	1292	887	6	893	641	31	672
BRANCA USA	0	0	0	11	15	26	14	14	28
BRANCA INTERNATIONAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	3	0	3	0	0	0	0	0	0
TOTAL	1371	42	1413	935	31	966	692	70	762

<i>RELACIÓN DEL SUELDO BASE RELACIÓN DEL SUELDO BASE DE LAS MUJERES RESPECTO DE LOS HOMBRES EN % -2021</i>	GERENTES	JEFES	EMPLEADOS	OPERARIOS
<i>FRATELLI BRANCA DISTILLERIE</i>	N.D.	88%	70%	N.D.
<i>FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS</i>	124%	92%	103%	N.D.
<i>BRANCA USA</i>	54%	103%	86%	N.D.

<i>RELACIÓN DE LA RETRIBUCIÓN TOTAL DE LAS MUJERES RESPECTO DE LOS HOMBRES EN % -2021</i>	GERENTES	JEFES	EMPLEADOS	OPERARIOS
<i>FRATELLI BRANCA DISTILLERIE</i>	N.D.	88%	70%	N.D.
<i>FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS</i>	124%	92%	103%	N.D.
<i>BRANCA USA</i>	54%	103%	86%	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**

2021