



Branca International S.p.A.

Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza 2019

L'AGIRE RESPONSABILE
IN UN MONDO INTERCONNESSO

Indice

LETTERA DEL PRESIDENTE	3
NOTA METODOLOGICA	5
I PRINCIPALI RISULTATI: UNA VISIONE D'INSIEME	7
CHI SIAMO: LA NOSTRA IDENTITÀ E LA NOSTRA STORIA	8
Il profilo del Gruppo	9
La storia di Branca: dalla nascita dell'amaro curativo a Gruppo leader del settore	11
I nostri valori: dal motto "Novare Serbando" ai principi dell'Economia della Consapevolezza	16
I nostri brand	17
I premi e i riconoscimenti di Branca come realtà imprenditoriale	22
Governance	23
Legalità, trasparenza, etica e integrità	26
Il principio di meritocrazia collaborativa e la gestione delle risorse umane	26
LA GESTIONE CONSAPEVOLE DEL BUSINESS	27
I nostri stakeholder	30
I temi della sostenibilità e l'analisi di materialità	32
Branca e l'agenda 2030: gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'ONU	35
CREAZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO	38
Risultati del Gruppo	41
Valore economico direttamente generato e distribuito	42
L'ECCELLENZA DEI PRODOTTI IN BRANCA	44
La catena del valore	45
Gestione responsabile della catena di fornitura	46
La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto	53
La tutela dei consumatori e la promozione del consumo responsabile	56
Customer Relationship & Satisfaction	58
LE PERSONE: PROFILO, BENESSERE, SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	62
Profilo dei dipendenti del Gruppo	63
Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro	68
Relazioni industriali	70
Remunerazione	70
Sviluppo del capitale umano e formazione	71
Salute e sicurezza sul lavoro	73
Benessere dei dipendenti	76
L'AMBIENTE: BUSINESS SOSTENIBILE E MITIGAZIONE DEGLI IMPATTI	78
Consumi energetici	80
Emissioni in atmosfera	84
Economia circolare e riciclabilità	87
BRANCA, LA CULTURA E IL TERRITORIO	94
Le principali iniziative	95
Le iniziative più recenti	99
APPENDICE	101
GRI CONTENT INDEX	103

Lettera del Presidente

Avevamo iniziato a lavorare alla stesura di questo nuovo Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza solo da poche settimane quando l'Italia e il mondo sono stati travolti dall'emergenza Covid-19. Una fase di crisi, profonda e capillare, che ha interessato non solo la sfera sanitaria e sociale, ma che ha avuto e avrà ripercussioni evidenti anche sul piano economico. E su quello valoriale.

Come accade durante ogni momento di crisi importante, anche la situazione che noi tutti stiamo affrontando rappresenterà una fase di cambiamento epocale: da più parti si parla già di "new normal", una nuova normalità alla quale saremo chiamati ad adeguarci e con la quale dovremo fare i conti.

Sono profondamente convinto, e l'ho ripetuto più volte in passato, che molto di ciò che il futuro ci riserverà dipende dagli atteggiamenti di ciascuno di noi: è infatti quantomeno utopico pensare che saranno la scienza, la politica, l'economia o la religione a permetterci, da sole, di fronteggiare il nuovo contesto: sarà invece fondamentale trovare un equilibrio con noi stessi e con il mondo che ci circonda. Sono necessarie, ne sono sempre più persuaso, una ri-evoluzione della coscienza e una ri-scoperta dell'autoconsapevolezza: l'affermazione di un principio di etica sociale che ci faccia sentire interconnessi l'uno all'altro e responsabili l'uno per l'altro ci consentirà di trasformare la crisi in un'opportunità di crescita e progresso.

In questo percorso è evidente quanto la sfida della sostenibilità si faccia ancora più complessa, dovendo armonizzare le sfide del passato con le fragilità emerse in questi mesi. Ma sono certo – e le ricerche e gli studi più recenti lo confermano – che nei prossimi anni, anche con la spinta delle generazioni più giovani, sarà sempre più forte l'attenzione verso questo concetto, inteso nel senso più ampio possibile: non solo sostenibilità in ambito energetico e ambientale ma soprattutto sociale. Ogni nostro comportamento dovrà tendere e rispondere ad un concetto di sostenibilità inteso come riappropriazione dell'equilibrio.

Ecco perché ho deciso di intitolare questo nuovo bilancio 2019, "Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza": perché sono convinto da sempre che Consapevolezza sia parola chiave, in particolare in questo momento storico, che dal concetto di sostenibilità si estende per abbracciare anche la coscienza, l'autocoscienza e l'interdipendenza.

Da molto tempo mi dedico e parlo dei principi dell'Economia della Consapevolezza, che ci hanno permesso di guidare con successo l'azienda, attraverso cinque generazioni, e la sesta è già in azienda, anche nei momenti più difficili.

È a partire da questi principi, ad esempio, che negli anni abbiamo investito in un Codice Etico e nella sicurezza sul lavoro, abbiamo predisposto un bilancio ambientale, abbiamo scelto di continuare a produrre in Italia e, pur innovando costantemente, abbiamo lavorato per mantenere vivi i valori e le tradizioni del passato garantendo sempre un prodotto di alta qualità, secondo il motto del nostro fondatore di "Novare Serbando".

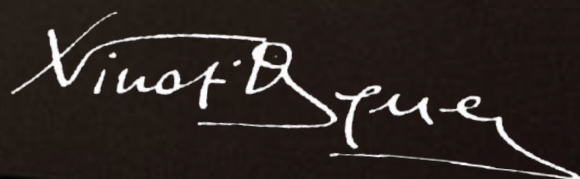
Nel 2020 celebriamo il 175° anniversario di Fratelli Branca Distillerie ed è sotto gli occhi di tutti quanto dal 1845 ad oggi l'azienda sia cresciuta. Dal piccolo laboratorio di Milano del mio avo Bernardino, oggi siamo un Gruppo a vocazione internazionale, Branca International, che mantiene saldo il proprio legame con l'Italia e con la città di Milano. Nel 2019 abbiamo aperto una nuova sede a New York, negli Stati Uniti, e al cuore della nostra attività, la produzione e commercializzazione di spirits di altissima qualità, abbiamo affiancato anche un impegno nel settore immobiliare, in quello finanziario e nella ricerca.

In questa evoluzione, tuttavia, non abbiamo mai abbandonato il senso di equilibrio che ci ha permesso di coniugare l'efficienza economica, la tutela ambientale e la considerazione delle ricadute sociali della nostra attività, impegnandoci a generare benefici collettivi di lungo periodo. Da quando ho assunto la guida del Gruppo, mi sono sempre riferito all'azienda come ad un organismo vivente, un'entità che agisce in interrelazione con altri organismi viventi. Ho voluto costruire non tanto un'azienda di successo quanto piuttosto un'azienda di valore, nella quale le persone sono considerate come un fine e non come un mezzo, il benessere e la felicità sono connesse alla condizione dell'intero sistema in cui viviamo e l'etica cammina a fianco dell'utile per la creazione di un valore generativo, perché una realtà sana economicamente nutre il tessuto in cui opera.

All'interno dell'azienda abbiamo sempre agito con cura, che non significa buonismo ma sinergia: l'attenzione per gli altri e l'ambiente, infatti, emerge dalla fermezza e dalla fiducia della nostra natura più profonda. Le persone, in particolare, sono sempre state al centro della nostra riflessione e del nostro modo di gestire il Gruppo: la creazione di rapporti di ascolto, dialogo e trasparenza con le nostre risorse, i nostri clienti, i fornitori e tutti gli stakeholder è il requisito essenziale per garantire un ambiente di lavoro sereno e per favorire il successo della nostra organizzazione. Per questo, negli ultimi anni, abbiamo incrementato le iniziative di welfare aziendale, introdotto nuovi sistemi di reportistica nei confronti dei nostri partner e sviluppato ulteriori iniziative per promuovere il concetto di consumo responsabile e, in generale, per sostenere abitudini di vita sane.

Grazie al Sistema di Gestione Ambientale certificato abbiamo potuto verificare il continuo miglioramento dei dati relativi ai consumi energetici, alle emissioni in atmosfera, all'utilizzo efficiente delle risorse idriche e alla gestione di rifiuti e scarichi idrici. Ci impegniamo al massimo per adottare le soluzioni più innovative in materia di imballaggio e smaltimento, anche attraverso la collaborazione con partner riconosciuti nel settore.

Siamo consapevoli delle sfide che ci attendono e pronti ad affrontarle con entusiasmo, certi che con il giusto equilibrio tra intelligenza, cuore e coraggio potremo trasformare anche questa nuova crisi in una grande opportunità e indirizzarla per un bene comune.



Niccolò Branca
Presidente e Amministratore Delegato
di Branca International

Nota Metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza 2019 del Gruppo Branca International (di seguito anche “Branca” e “Gruppo”) rappresenta lo strumento di comunicazione delle attività svolte, degli impegni presi, delle performance e dei risultati conseguiti dal Gruppo nell’ambito del proprio costante impegno in materia di sostenibilità, intesa in ogni suo aspetto: sociale, ambientale ed economico.

Diversamente da quanto realizzato per le precedenti edizioni del presente documento, il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni contenute nello stesso è relativo a tutte le principali società del Gruppo Branca International: Fratelli Branca Distillerie S.r.l., Fratelli Branca Destilerías S.A., Branca USA Inc., Branca Real Estate S.r.l. e il Centro Studi Fratelli Branca S.r.l. Non sono invece state approfondite le partecipazioni dirette di maggioranza e di minoranza, che sono comunque menzionate nei paragrafi relativi alla composizione del Gruppo. Eventuali eccezioni al perimetro di analisi o approfondimenti specifici sono riportati nelle singole sezioni.

Tra gli elementi di novità del Bilancio 2019 si segnala l’ingresso nel Gruppo della società Branca USA Inc., operativa dallo stesso anno, della quale, di conseguenza,

sono stati analizzati unicamente i dati relativi al 2019. Non ci sono state, invece, variazioni significative relative alla struttura organizzativa, all’assetto proprietario e alla catena di approvvigionamento.

Il Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza 2019 è redatto in conformità ai “GRI Sustainability Reporting Standards” definiti nel 2016 (e aggiornati nel 2018) dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l’opzione “In accordance – Core” ed è in linea con i seguenti principi di rendicontazione, definiti dallo standard, per la definizione di contenuti e qualità del report:

- *INCLUSIVITÀ DEGLI STAKEHOLDER*
- *CONTESTO DI SOSTENIBILITÀ*
- *MATERIALITÀ*
- *COMPLETEZZA E ACCURATEZZA*
- *EQUILIBRIO*
- *CHIAREZZA*
- *COMPARABILITÀ*
- *AFFIDABILITÀ*
- *TEMPESTIVITÀ*

Le informazioni contenute nel presente documento, riferite al periodo di rendicontazione 1° gennaio 2019 – 31 dicembre 2019, riflettono il principio di materialità o rilevanza, elemento previsto dai GRI Standards. L'analisi di materialità e le tematiche rilevanti per il Gruppo sono descritte nella sezione "La Gestione consapevole del business - I temi della sostenibilità e l'analisi di materialità".

Al termine del documento è riportato il GRI Content Index, che consente di dare completa evidenza della copertura di tutti gli indicatori GRI associati alle tematiche materiali.

Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo e dare continuità alla rendicontazione, è stato riportato il confronto con i dati relativi agli anni 2017 e 2018. Inoltre, dove utile per una più corretta e chiara rappresentazione delle performance, i dati sono presentati distinti per società/area geografica, mentre negli altri casi sono consolidati a livello di Gruppo.

I dati e le informazioni contenuti nel documento sono stati raccolti tramite opportuni reporting package inviati alle diverse società del Gruppo. In particolare, la maggior parte dei dati ambientali riferiti alla società italiana Fratelli Banca Distillerie provengono dalla Dichiarazione Ambientale redatta annualmente e verificata da un ente terzo di certificazione. Per una corretta rappresentazione delle performance e per garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, se presenti, sono opportunamente segnalate.

Il Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza è stato redat-

to da un Gruppo di Lavoro appositamente costituito, i cui componenti rappresentano trasversalmente tutte le aree connesse alla rendicontazione sociale, ambientale ed economica delle diverse società del Gruppo Banca International. Il documento finale, nella sua interezza, è stato approvato dal Presidente. Per questo periodo di rendicontazione la Società ha optato per non richiedere la verifica del documento da parte di società esterne.

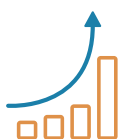
Il Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza verrà pubblicato a partire da quest'anno e sarà diffuso attraverso gli strumenti di comunicazione utilizzati dal Gruppo, incluso il sito web:

www.bancainternational.com



I principali risultati

UNA VISIONE D'INSIEME



263,5

milioni di euro
di ricavi nel 2019

2

stabilimenti produttivi,
a Milano e a Buenos Aires,
e una società commerciale
negli Stati Uniti



54.789

tonnellate di
prodotto imbottigliato

160

Paesi di esportazione



345

dipendenti in totale

101 dipendenti di Fratelli Branca Distillerie
207 dipendenti di Fratelli Branca Destilerias
31 dipendenti di Branca USA
2 dipendenti di Branca International
4 dipendenti del Centro Studi Fratelli Branca

98%

dei dipendenti del Gruppo
con contratto a
tempo indeterminato



-5,6%

riduzione dell'indice di
Energy Intensity
del Gruppo rispetto al 2018

-18,2%

riduzione delle emissioni totali
del Gruppo (Scope 1 e Scope 2)
e riduzione di 11,6% dell'indice
di Emission Intensity



~4.500

visitatori complessivi
del Museo Collezione

~20.000

visitatori del locale panoramico
della Torre Branca





Chi siamo

LA NOSTRA IDENTITÀ E
LA NOSTRA STORIA

Il Profilo del Gruppo

Branca International S.p.A. è la holding a totale capitale italiano che da cinque generazioni, con la sesta già presente in azienda, fa capo alla famiglia Branca: un'affermata realtà imprenditoriale italiana che opera da 175 anni nel settore delle bevande alcoliche.



VISION

Branca International è un gruppo italiano a vocazione internazionale che opera a partire da una visione di equilibrio e interdipendenza di tutte le sue attività - dalla produzione e distribuzione di spirits, al real estate, alle attività finanziarie - e di tutti i livelli del processo produttivo.

Branca International attiva circuiti di crescita positiva delle proprie attività come parte di un unico organismo vivente interconnesso al proprio interno e con l'ambiente esterno, nel rispetto delle generazioni passate, presenti e future.



MISSION

Branca International intende proporsi come modello di impresa responsabile che, attraverso l'applicazione dei principi dell'Economia della Consapevolezza a livello aziendale e sociale, promuove una definitiva alleanza tra etica e profitto.

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

Branca International pone al primo posto la sostenibilità, per realizzare un profitto duraturo nel tempo e un modello di sviluppo etico e responsabile, a tutti i livelli del fare impresa.

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

Il Gruppo Branca International ha, ancora oggi, la propria sede principale a Milano e controlla le tre società dedicate alla produzione e commercializzazione di spirits, centri nevralgici del mondo Branca: la storica Fratelli Branca Distillerie S.r.l., basata in Italia nello stabilimento di via Resegone a Milano, l'argentina Fratelli Branca Destilerías S.A., con sede a Tortuguitas nella provincia di Buenos Aires, e la neonata Branca USA Inc., la sede commerciale istituita nel 2019 a New York, negli Stati Uniti, con l'obiettivo di gestire l'importazione, distribuzione e vendita diretta dei prodotti Branca in Nord America.

Attraverso le tre società, i prodotti Branca vengono commercializzati in 160 Paesi nei cinque



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

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

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

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

La storia di Branca International

DALLA NASCITA DELL'AMARO CURATIVO A GRUPPO LEADER DEL SETTORE

Nel 1845 lo speziale Bernardino Branca nel suo laboratorio a Milano ideò ed iniziò a produrre e commercializzare un preparato a base di erbe, spezie e radici per la cura di malattie allora molto diffuse, tra cui il colera e la malaria. Nasceva così il Fernet-Branca e, con esso, la lunga storia di Fratelli Branca Distillerie, nucleo originario del Gruppo Branca International.

Il prodotto ebbe un grande successo, tanto che in breve tempo, in Italia e all'estero, si diffuse la fama di questo amaro curativo. In pochi anni, grazie alle sue grandi proprietà, all'intuito del fondatore e alle ondate migratorie italiane che proprio nel periodo della Grande Depressione raggiunsero punte mai toccate in precedenza, il Fernet-Branca iniziò a diffondersi prima in Europa e, in seguito, anche in Nord e in Sud America.

Fu in quegli anni che la Fratelli Branca si trasformò da laboratorio artigianale ad impresa di successo: in breve tempo, la sede originaria di Porta Nuova a Milano dovette essere ampliata per far fronte alla

domanda della vasta gamma di prodotti che nel frattempo si erano aggiunti al Fernet-Branca e, successivamente, fu sostituita da un nuovo stabilimento, in Via Resegone, che è tuttora la sede produttiva del Gruppo. La crescita considerevole dei consumi a fine Ottocento portò inoltre l'azienda, che fino ad allora si era affidata ad un distributore di fiducia, ad investire nel 1935 nella creazione dello stabilimento di Buenos Aires e a fondare nel 1941 la società argentina F.lli Branca Destilerías S.A. per la produzione in loco del prodotto. Nel 1982 la Società si trasferì nello stabilimento di Tortuguitas in provincia di Buenos Aires, dove ancora oggi la Fratelli Branca Destilerías risiede ed opera attraverso un impianto di produzione di bevande alcoliche tecnologicamente all'avanguardia.

Dal 2000, anno in cui è stato realizzato il nuovo insediamento produttivo di Tortuguitas, sotto la guida strategica di Niccolò Branca quale Presidente, affiancato dal management locale, il mercato argentino è cresciuto significativamente. Anche

negli anni della difficile crisi economica di questo Paese, la F.lli Branca Destilerías S.A. ha gestito con coraggio e innovazione l'emergenza, evitando riduzioni di personale e confermando gli investimenti nell'azienda e nel suo sviluppo tanto da arrivare, tra 2006 e 2015, a progressivi ulteriori ampliamenti del sito produttivo.

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



Dal 1845 ad oggi

TRA INGEGNO E CREATIVITÀ



1845

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

1862

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



1891

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

1895

1895 Nasce, ad opera di Leopoldo Metlicovitz, l'iconica immagine dell'aquila che afferra una bottiglia di Fernet-Branca mentre sorvola il mondo. Dopo alcuni anni di utilizzo, il 27 novembre 1905, il logo aziendale, che nel nuovo secolo invade bar, ristoranti e pasticcerie di tutto il mondo, viene ufficialmente depositato presso il Ministero dell'Economia Nazionale.



1907

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

1918

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





1930

Viene aperto lo stabilimento di Saint Louis, in Alsazia.

1932

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



1941

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



1955

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



1965

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



1981

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



1985

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



1999



Scompare Pierluigi Branca e nasce la holding Branca International S.p.A.: il figlio di Pierluigi, Niccolò, ne assume la Presidenza e diventa Amministratore Delegato anche di Fratelli Branca Distillerie. Niccolò Branca dà un forte impulso al ridisegno e alla riorganizzazione del Gruppo secondo il principio dell'innovazione nel rispetto della tradizione e inizia inoltre ad approfondire i concetti di sostenibilità e di etica aziendale, ai quali tutto il lavoro di Branca International si ispira.

Le scelte strategiche ed operative che verranno adottate d'ora in avanti condurranno le Distillerie ad occupare nuove significative posizioni nei mercati di riferimento e a competere con primarie multinazionali. Vengono consolidati i brand esistenti, acquisiti nuovi prodotti e create delle extension lines. Viene inoltre rafforzata la presenza in Argentina e nel mercato statunitense, prosegue e si intensifica il percorso di internazionalizzazione e la diversificazione delle attività.

2001

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



2001

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

2002

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



2004

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

2006

La Branca Real Estate Srl diventa pienamente operativa.



2009

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





2015

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

2019

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



Oggi

Branca è presente in 160 Paesi nei cinque continenti, con una capillare e ben organizzata rete distributiva. L'azienda si orienta sempre più verso la differenziazione della propria offerta, allargandosi ben oltre il campo dei liquori e dei vermouth,

anche se l'amaro inventato dal capostipite continua a costituire la base dell'attività, il segreto di un successo che dura ininterrottamente da 175 anni. Gli ultimi ingressi, nel 2019, sono quello di Carpano Botanic Bitter, a completare il portafoglio

degli aperitivi, e di Stravecchio XO. Oltre che nella produzione e distribuzione di spirits, oggi il Gruppo Branca International è attivo anche in ambito immobiliare, culturale e finanziario.

I nostri valori

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

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

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

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

Il valore cardine del Gruppo è la Consapevolezza, che permette di bilanciare e rendere complementari profitto ed etica per la creazione di un valore generativo, favorendo una sintonia armoniosa tra l'azienda, i dipendenti e il territorio che li ospita.

Attraverso il proprio agire consapevole, infatti, Branca realizza prodotti eccellenti e persegue una gestione aziendale attenta ai territori e alle comunità.



I nostri brand

Il Fernet-Branca, il liquore inventato dal capostipite nel 1845, rimane senza dubbio la base dell'attività produttiva del Gruppo Branca International, il segreto di un successo che dura ininterrottamente da 175 anni.

Negli anni, Branca si è comunque orientata verso la differenziazione della propria offerta, allargandosi ben oltre il campo dei liquori e dei vermouth. Al consolidamento dei prodotti storici (Fernet-Branca, Brancamenta, Stravecchio Branca e, dal 2019, Stravecchio Branca XO) il Gruppo ha affiancato una politica di partnership strategiche per l'ingresso in

nuovi mercati ed ha ampliato il proprio portafoglio prodotti attraverso extension lines e acquisizioni di brand prestigiosi. Da qui, ad esempio, l'entrata in Branca dei prodotti Borghetti (Caffè Borghetti e Sambuca Borghetti) e Carpano (Carpano Classico - "Rosso" nel mercato argentino -, Bianco, Dry, il recente Carpano Botanic Bitter, lo storico Punt e Mes e il vermouth per antonomasia Antica Formula), delle grappe Candolini (leader in Italia), della vodka Sernova (standard e aromatizzata), del brandy Magnamater e del vino Chianti Villa Branca. I prodotti distribuiti da

Fratelli Branca Distillerie includono il cognac De Luz, il gin Nicholson, i whisky Tobermory, Deanston, Bunnahabhain, Templeton Rye e Southern Comfort, la specialità Passoã e il prestigioso Champagne Tsarine. In Argentina, invece, Fratelli Branca Destilerías distribuisce il Liquore Strega, il Liquore di Limone Strega, i rinomati vini della cantina Fabré Montmayou e della cantina Infinitus, oltre a whisky di fama mondiale come The Macallan, The Famous Grouse, Highland Park e Cutty Sark.

I brand sono riepilogati sinteticamente di seguito, riportando i rispettivi loghi.

BRAND BRANCA E BRAND STORICI ACQUISITI



ALTRI BRAND DISTRIBUITI ITALIA



ALTRI BRAND DISTRIBUITI ARGENTINA





FERNET BRANCA

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



BRANCAMENTA

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



STRAVECCHIO BRANCA

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



**STRAVECCHIO BRANCA
XO (EXTRA OLD)**

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



ANTICA FORMULA

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



CARPANO CLASSICO
(CARPANO ROSSO IN ARGENTINA)

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



CARPANO BIANCO

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



CARPANO DRY

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



CARPANO BOTANIC BITTER

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



PUNT E MES

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



CAFFÈ BORGHETTI

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



SAMBUCA BORGHETTI

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



GRAPPA CANDOLINI

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



SERNOVA

Sernova è un prodotto unico a partire dal nome, risultato della fusione di "Novare Serbando", il motto delle distillerie Fratelli Branca. È una vodka sofisticata e delicata, un prodotto di alta qualità in stile italiano, frutto della sapienza e della passione Branca. Il processo di produzione di Sernova - che è in Italia è realizzato a partire da grano nazionale - consiste in una serie di fasi successive di distillazione e filtrazione, durante le quali la vodka viene raffinata e perfezionata. Per garantire un prodotto neutro e puro, inoltre, Sernova viene filtrata con diamanti neri, unico caso nel mercato argentino.



MAGNA MATER

Magnamater, la "grande madre", evoca nel suo nome la Botte Madre, simbolo della tradizione centenaria delle Distillerie Branca, la botte in legno custodita nello stabilimento di Milano, fra le più grandi e vecchie d'Europa, dove avviene una delle fasi più importanti della produzione. Un nome maestoso che sottolinea l'eccellenza e l'esclusività del distillato nato da un processo unico, frutto di esperienza e di ricercatezza. L'acquavite distillata da selezionati vini di tutta Italia viene lasciata riposare in botti di rovere, dove si affina grazie alle sostanze cedute dal legno e all'ossigenazione. La selezione di 7 acquaviti pregiate, la più antica delle quali riposa nelle Cantine Branca da 27 anni, dà vita a una formula unica ed eccellente. Il successivo passaggio nella Botte Madre fa sì che le note organolettiche delle acquaviti si fondano tra loro, amalgamando ed equilibrando le caratteristiche del blend. La bottiglia in vetro nero satinato, si presenta con graffiature oro in etichetta, racchiudendo il prodotto con grande eleganza ed esclusività. Ogni bottiglia è numerata e incorniciata da una prestigiosa confezione che richiama nella grafica la maestosità della Botte Madre. Lo stemma della famiglia Branca impresso nella chiusura e nei dettagli del sigillo rappresenta il valore della tradizione.



VILLA BRANCA

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

LE COMPETIZIONI INTERNAZIONALI E I PREMI

Le competizioni internazionali, con panel di assaggiatori esperti che assegnano premi a differenti categorie di prodotti, sono un elemento importante della strategia di marca del portafoglio Branca. All'interno delle varie possibilità, Branca si focalizza sulle competizioni mondiali più riconosciute e rispettate per le categorie di prodotti nelle quali opera.

In questo ambito alcuni dei principali premi vinti recentemente da prodotti del portafoglio Branca sono:

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

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

I premi e i riconoscimenti

DI BRANCA COME REALTÀ IMPRENDITORIALE

Niccolò Branca e il Gruppo Branca International hanno ottenuto negli anni importanti riconoscimenti.

Tra questi: il prestigioso “Premio Risultati 2007” promosso da Bain & Company, Il Sole 24 Ore, Centrale dei Bilanci e Università Bocconi, il conferimento nel 2007 del titolo di Professore Onorario presso la facoltà di Economia dell'Universidad del Salvador di Buenos Aires, la nomina a Cavaliere del Lavoro da parte del Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano nel 2011, il riconoscimento di LIDE Italia e del Consolato Argentino per l'impegno profuso nelle relazioni tra Italia ed Argentina, il premio “Di Padre in Figlio – Il gusto di fare impresa”, per il miglior passaggio generazionale e la menzione speciale per la categoria Performance Finanziaria nel 2013, il Premio Internazionale “Il Leader Consapevole” da parte della Repubblica di San Marino nel 2016 e la nomina, nello stesso anno, a Cavaliere Ufficiale dell'ordine di Sant'Agata della Repubblica di San Marino.

Per due anni consecutivi, il Presidente Niccolò Branca è stato fra i tre finalisti vincitori del Premio EY: “L'imprenditore dell'anno”, Categoria Global nel 2008 e Finance nel 2009; nel luglio 2010, invece, è stato premiato dal mensile Capital fra gli imprenditori italiani che hanno fatto grande l'Italia ricevendo alla presenza del Presidente del Consiglio “Il libro d'oro dell'imprenditoria italiana”. A dicembre 2011 ha ricevuto il Sigillo dell'Università degli Studi di Parma e nel 2016 è stato insignito del Premio “Capitani dell'anno” – Lombardia, e del Premio “Crescita & Sostenibilità”, menzione speciale, “Premio eccellenze d'impresa”.

Da ultimo, nel luglio 2019, il Presidente Branca ha ricevuto un riconoscimento dalla UADE (Universidad Argentina de la Empresa) per gli eccezionali trascorsi nella gestione aziendale e l'impegno per l'istruzione e, nel mese di dicembre, Forbes e Business International gli hanno conferito il premio “CEO Italian Awards 2019”, per la categoria Food & Wine.

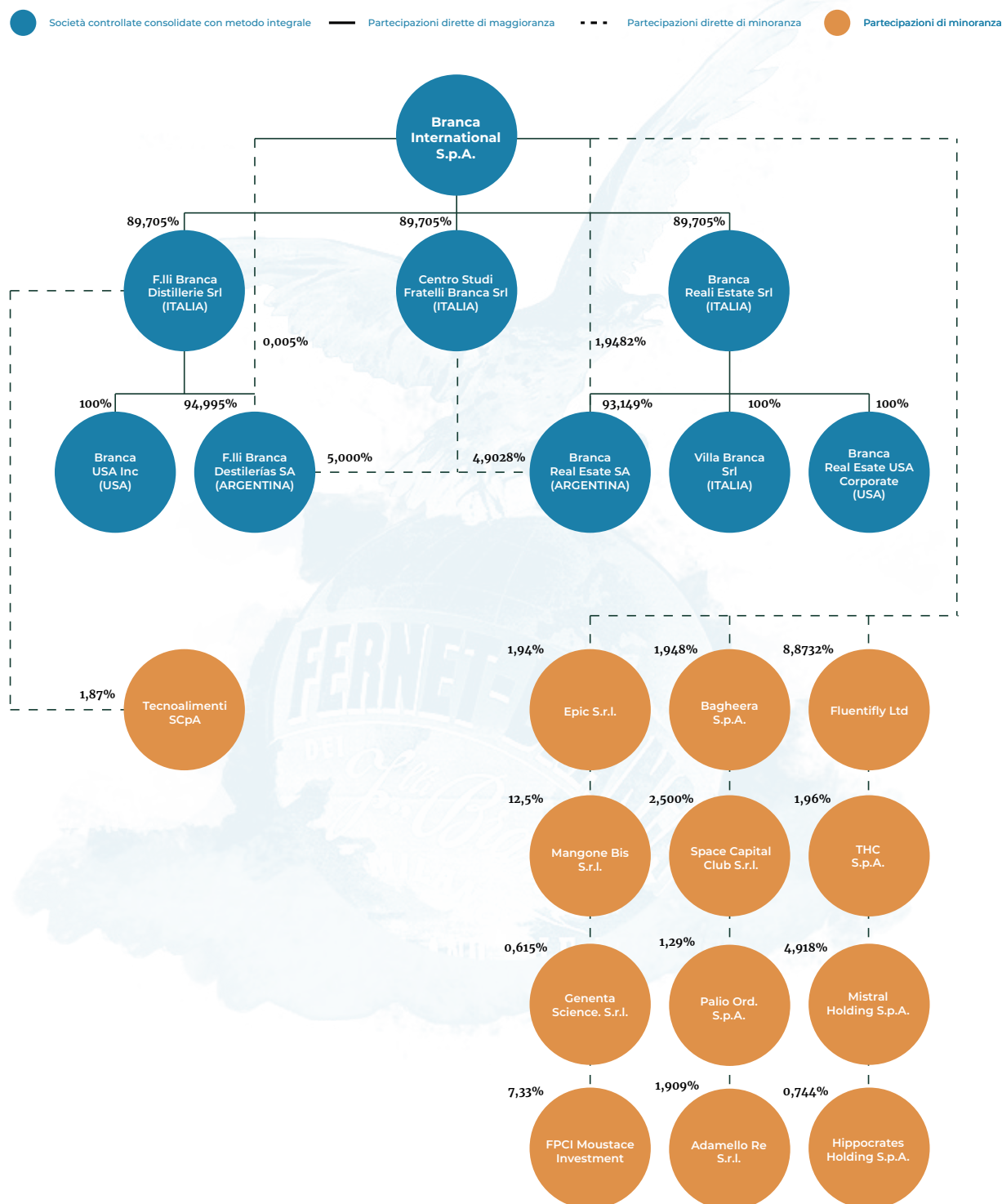
Governance



Il perimetro adottato per la redazione del Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza tiene in considerazione sia i due poli produttivi del Gruppo, ovvero Fratelli Branca Destilerías S.A. e Fratelli Branca Distillerie S.r.l., sia Branca USA Inc., Branca Real Estate S.r.l. e il Centro Studi Fratelli Branca S.r.l.. Con riferimento a queste

entità sono rendicontate, per quanto di competenza di ciascuna, le performance economiche, sociali e ambientali, secondo quanto dettato dalle linee guida GRI 2018 per quanto attiene alla definizione dei contenuti dei Bilanci di Sostenibilità.

STRUTTURA GRUPPO BRANCA INTERNATIONAL S.p.A.



Branca International S.p.A. adotta le best practice in termini di Governance e collabora in modo continuativo con il management delle società partecipate, nel rispetto dell'autonomia operativa.

Il sistema di governo societario del Gruppo Branca International è ispirato ai principi di correttezza e trasparenza nella gestione e nell'informazione nei confronti degli stakeholder, garantiti anche attraverso un continuo processo di verifica che ne assicura la concreta applicazione ed efficacia. Branca ha infatti strutturato una propria organizzazione della Corporate Gover-

nance, all'interno della quale sono rappresentati i ruoli e le responsabilità delle figure professionali che intervengono nella gestione e nel controllo dei processi aziendali. Inoltre, al fine di garantire una "certificazione di qualità" per le proprie attività a favore delle controparti con le quali si interfaccia, il Gruppo dispone di un Modello Organizzativo 231. I principali organi che intervengono nelle attività di governance del Gruppo Branca sono:

- Collegio Sindacale**
Conduce una costante attività di monitoraggio allo scopo di garantire la conformità delle attività degli organi aziendali alle direttive interne e all'oggetto sociale perseguito da Branca. Inoltre, assicura la salvaguardia del patrimonio aziendale, l'attendibilità dei dati e la prevenzione di frodi ed errori materiali;
- Organismo di Vigilanza**
(OdV, ai sensi del D.Lgs 231/01) al quale sono demandati i compiti di vigilanza sul funzionamento e sull'osservanza del Modello di organizzazione, gestione e controllo, nonché la cura del relativo aggiornamento. L'Organismo è altresì destinatario di flussi informativi sia di natura periodica che ad "evento". Questi ultimi, in particolare, consentono a coloro che vengono a conoscenza di possibili violazioni delle disposizioni del Codice Etico o delle misure del Modello di presentare segnalazioni a tutela dell'integrità della Società.



Le due società² Fratelli Branca Distillerie e Fratelli Branca Destilerías hanno adottato un sistema di governo societario tradizionale, con la presenza di un Consiglio di Amministrazione ("Directorio" in Argentina) cui è affidata la gestione dell'impresa, e di un Collegio Sindacale (monocratico, "Sindico Titular" in Argentina) che svolge la funzione di controllo, come sopra descritto.

Il Consiglio di Amministrazione è investito per Statuto dei più ampi poteri per l'amministrazione ordinaria e straordinaria della società e ha facoltà di compiere tutti gli atti che ritenga opportuni per l'attuazione ed il raggiungimento dell'oggetto sociale. In virtù del controllo da parte della Capogruppo, la compagine azionaria di Fratelli Branca Distillerie fa capo al 100% alla famiglia Branca. Il Consiglio di Amministrazione della Società è stato nominato dall'Assemblea il 24 aprile 2019.

² Fratelli Branca Distillerie e Fratelli Branca Destilerías sono oggetto di revisione da parte di società di primaria importanza.

COMPOSIZIONE CONSIGLI DI AMMINISTRAZIONE	< 30			30 - 50			> 50			COMPLESSIVO		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE S.r.l.	0	0	0	0	2	2	6	2	8	6	4	10
FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS S.A.	0	0	0	1	4	5	9	0	9	10	4	14
BRANCA USA Inc.	0	0	0	1	0	1	2	0	2	3	0	3

Come rappresentato dalla tabella sopra, la composizione del Consiglio di Amministrazione di Fratelli Branca Distillerie vede la presenza di 10 membri, di cui 4 donne, il 40%, mentre sono 14 gli Amministratori di Fratelli Branca Destilerías con il 29% di donne, 4 in totale. Il CdA di Branca USA, infine, è composto da 3 membri uomini. Il Consiglio delle tre società è oggi presieduto da Niccolò Branca che è anche Amministratore Delegato della Capogruppo Branca International.

3 Niccolò Branca è Presidente esecutivo di Fratelli Branca Distillerie e Presidente di Fratelli Branca Destilerías, oltre che, dal 2020, Presidente di Branca USA.

LEGALITÀ, TRASPARENZA, ETICA E INTEGRITÀ

Il Gruppo Branca si impegna nel garantire comportamenti di lealtà e correttezza nelle relazioni aziendali in tutti i Paesi in cui opera. Il Gruppo assicura, infatti, un costante controllo e monitoraggio dei partner o delle terze parti affinché osservino comportamenti etici, non discriminatori, improntati al rispetto degli ambienti di lavoro come

della personalità e dignità di ciascun individuo in qualsiasi parte del mondo. L'impegno di Branca verso il riconoscimento dei propri valori fondanti come patrimonio unico attraverso cui diffondere una cultura d'impresa orientata alla legalità, correttezza e lealtà, si è concretizzato attraverso diversi strumenti che nel tempo sono stati introdotti:

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

Anche a livello di consociate è costante l'impegno nel garantire, in ogni decisione, la conformità con le normative locali e di settore ed elevati standard di integrità, trasparenza ed etica nella gestione del business. Oltre a quanto sopra riportato, l'azione di Branca si concentra anche nell'assicurare la compliance rispetto a tutte le regolamentazioni in ambito di qualità del prodotto, salute e sicurezza dei consumatori, ambiente e pratiche di marketing: tutti ambiti nei quali, nell'ultimo triennio, il Gruppo Branca non ha registrato segnalazioni o episodi di non conformità né ricevuto sanzioni monetarie. Nell'ambito del Gruppo non vi sono società né unità operative situate in Paesi a bassa fiscalità o con limiti alla libertà sindacale. Nell'ultimo triennio, inoltre, non sono stati registrati e/o segnalati casi di corruzione in nessuna delle realtà in cui Branca International opera.

IL PRINCIPIO DI MERITOCRAZIA COLLABORATIVA E LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

L'approccio di Governance adottato dall'azienda è stato definito di "Meritocrazia collaborativa", ovvero una cultura della responsabilità e non del potere, una logica organizzativa basata sulla cooperazione e sul riconoscimento del merito non solo del singolo ma di tutte le persone che, con il proprio lavoro e il proprio sostegno, hanno contribuito a implementare l'idea originale.

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

Proattività, assertività, accountability, integrità e capacità di execution sono infatti i pilastri del fare aziendale, secondo un principio di organizzazione dell'ambiente di lavoro basato sulla semplificazione delle procedure, sulla circolazione delle informazioni, su una cultura della collaborazione e della responsabilità.

Le politiche di gestione delle risorse umane, inoltre, includono una particolare attenzione ai principi di selezione meritocratica e al "talent attraction and retention". Il Gruppo intrattiene infine un dialogo costante e costruttivo con i sindacati, in tutte le sue sedi territoriali.



La gestione consapevole del business

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

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

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

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

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

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

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

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

Anche la consociata argentina, Fratelli Branca Destilerías, ha implementato alcuni sistemi di gestione quali ISO 22000 e ISO 14001, oltre ad aver sviluppato specifiche policy.

Nel corso del 2017, invece, il modello organizzativo, già introdotto nel 2014 insieme ad un codice di condotta e al Codice Etico, era stato oggetto di aggiornamenti in varie occasioni con le novità normative intercorse e con le esigenze aziendali.

Si segnala inoltre che i prodotti Fernet-Branca e Brancamenta sono certificati Kosher.

Questi aspetti, come gli altri sopra citati, saranno approfonditi di seguito nei capitoli dedicati.

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



L'Economia della Consapevolezza

E LA CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ IN BRANCA

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

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

Proprio su questi principi si basano i pilastri della

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

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

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

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

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

I nostri stakeholder

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

Lo sviluppo di una collaborazione attiva e di momenti di confronto e dialogo con gli stakeholder costituiscono momenti fondamentali per accrescere la percezione del Gruppo

Branca International nell'ambiente esterno nonché tra gli interessi e le attese dei propri portatori di interesse.

Nel corso del 2020, in occasione della redazione del nuovo Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza, Branca ha aggiornato la mappatura degli stakeholder, con l'obiettivo di meglio definire la loro rilevanza e l'influenza delle loro aspettative sulle azioni strategiche messe in pratica dal Gruppo.

L'aggiornamento dell'attività di mappatura ha permesso, oltre che di individuare per ciascuna categoria di stakeholder specifiche aree di interesse che circoscrivono gli ambiti di intervento prioritario, anche di identificare nuovi soggetti di particolare rilievo alla luce

dei cambiamenti intercorsi all'interno della società stessa e del contesto in cui opera.

Come evidenziato anche dall'analisi di materialità, che sarà presentata più avanti, l'identificazione degli aspetti prioritari risponde alla necessità di coniugare e allineare il più possibile le priorità di business con gli interessi espressi dagli stakeholder, per dare profondità prospettica all'azione del Gruppo.

Branca International è sempre più consapevole, infatti, che la soddisfazione delle esigenze e delle aspettative legittime dei propri stakeholder sia uno dei principali strumenti che le consente di creare valore in tutti i territori nei quali opera.

I clienti sono i primi interlocutori del Gruppo Branca International: dalla capacità di intercettare i loro bisogni e di individuare i canali più efficaci di distribuzione dei prodotti dipende il successo stesso dei singoli brand e del Gruppo. Con l'evolversi del mercato è infatti fondamentale individuare, oltre ai tradizionali canali di distribuzione quali ad esempio la Grande Distribuzione e l'Ho.Re.Ca, anche i percorsi più moderni, sapendo sfruttare le potenzialità di internet e delle nuove tecnologie.

CLIENTI

L'attenzione a diffondere una cultura del bere responsabile e la tutela della sicurezza dei consumatori attraverso lo sviluppo di un prodotto di qualità rappresenta un aspetto cardine della politica gestionale di Branca International. Il Gruppo ritiene che la comprensione delle tendenze dei consumatori e della loro attitudine verso il consumo di bevande alcoliche sia essenziale per garantire che i suoi messaggi siano veicolati in modo coerente e responsabile.

CONSUMATORI FINALI

Gli azionisti di Branca sono sempre più attenti alle modalità con cui il Gruppo crea valore sostenibile, in particolare nel lungo periodo. La responsabilità sociale di impresa assume oggi un ruolo di importanza strategica in quanto, oltre a rafforzare la reputazione del Gruppo, è l'ottica con la quale Branca guarda al futuro.

AZIONISTI

FORNITORI

Branca International esige che i suoi fornitori gestiscano in modo responsabile le proprie attività, in linea con gli standard etici del Gruppo. Branca, inoltre, collabora attivamente con tutti i soggetti della propria catena di fornitura su aree di mutuo interesse, con l'obiettivo di instaurare relazioni di reciproca fiducia e garantire una buona gestione del business.

COMUNITÀ LOCALI

Branca è sempre stata parte integrante dei territori in cui opera. Si impegna ogni giorno per instaurare un dialogo costante e costruttivo con le comunità locali al fine di comprendere e soddisfare i loro bisogni e di rispondere alle loro istanze. Il Gruppo è inoltre parte attiva in uno scambio culturale e di arricchimento nei confronti del territorio.

DIPENDENTI

Le persone, considerate come un fine e non come mezzo, rappresentano la risorsa più preziosa per Branca International. Il Gruppo si impegna a valorizzare i loro percorsi di carriera, a tutelare la salute e sicurezza sul posto del lavoro e a mettere in campo attività che aumentino il senso di coesione, ad esempio attraverso iniziative di welfare.

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

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

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

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

STAMPA/MEDIA

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

BARTENDER

La soddisfazione della comunità dei bartender, nella loro accezione più ampia, è un elemento fondamentale per creare una relazione preferenziale per i marchi del portafoglio Branca rispetto alla concorrenza. In quest'ottica, le attività di comunicazione sviluppate dai marchi si basano sulla trasparenza e la rilevanza dei contenuti, sul fornire elementi di differenziazione e unicità e sul valorizzare elementi comuni tra le marche e le comunità di cui fanno parte.

I temi della sostenibilità e l'analisi di materialità

L'individuazione dei temi considerati più distintivi e rilevanti per il business rappresenta lo strumento principale per definire strategie di creazione di valore, garantire la realizzazione delle attività e stabilire i contenuti di comunicazione e di dialogo con gli stakeholder. Il Gruppo, in seguito all'adozione delle linee guida per il reporting di sostenibilità GRI Standard 2018, ha individuato i temi "materiali", cioè le tematiche maggiormente rilevanti sulla base delle quali sviluppare il proprio reporting.

Il processo per l'identificazione delle tematiche di sostenibilità da rendicontare è stato realizzato in tre fasi, illustrate di seguito, che hanno visto il coinvolgimento delle diverse anime del Gruppo e dei diversi Paesi.

PRIMA FASE

Analisi di benchmark

Per allineare la reportistica di Branca con i macro-trend di settore e le best practice, sono state analizzate varie pubblicazioni in materia di sostenibilità, generali e specifiche per il food&beverage, ed è stata realizzata un'analisi di benchmark su un panel di peer e competitor. Grazie a questa attività è stato possibile identificare una prima long-list di temi della sostenibilità potenzialmente rilevanti per il Gruppo Branca International.

SECONDA FASE

Valutazione delle tematiche

Con l'obiettivo di circoscrivere l'universo di possibili temi e individuare quelli realmente materiali e più rilevanti per il business di Branca, tramite una survey online che ha coinvolto direttamente 26 persone, tra CEO e prime linee di Italia, Argentina e USA, per ciascuna tematica è stato valutato il livello di rilevanza sia dal punto di vista interno, sia per i principali stakeholder.

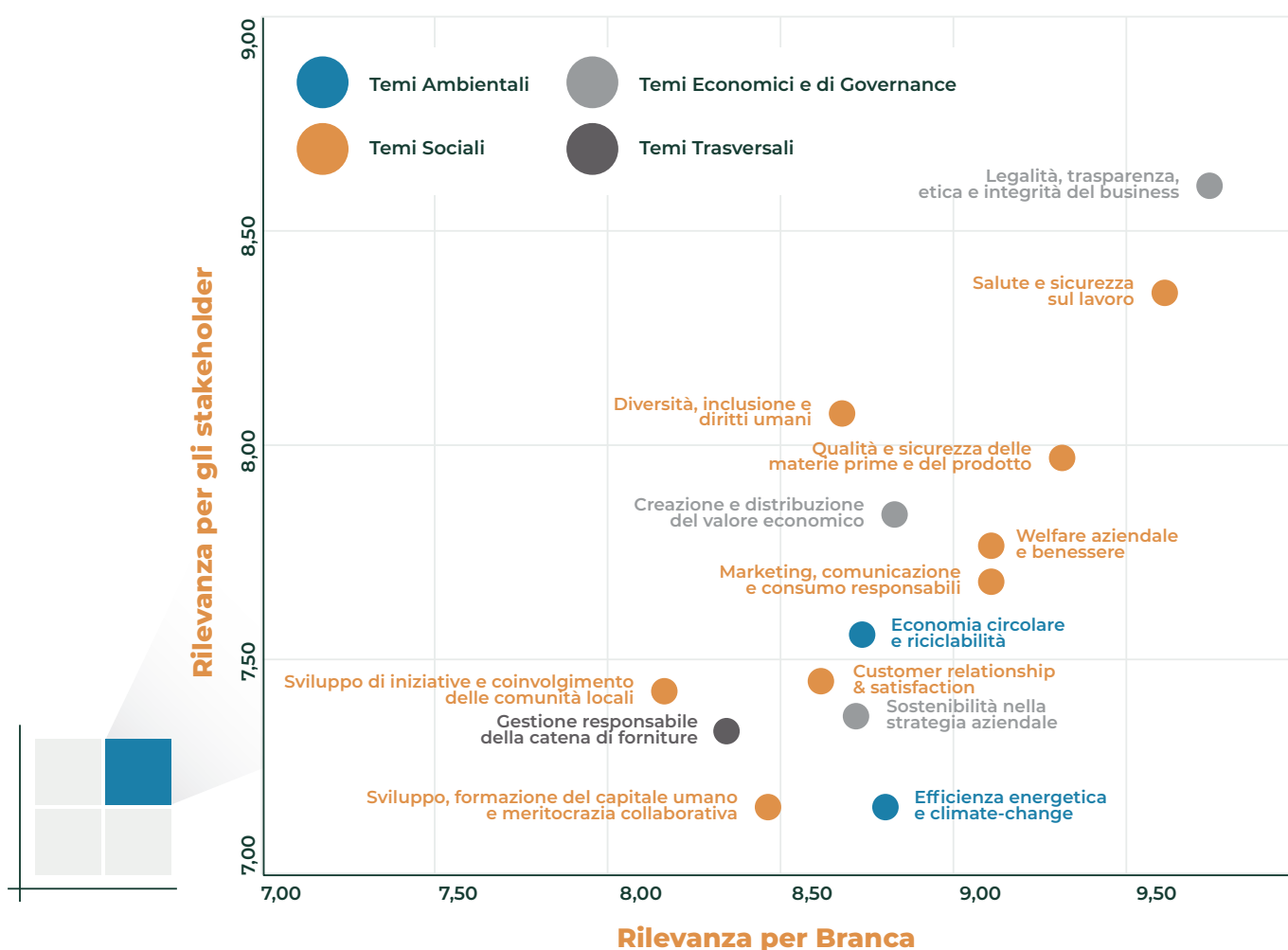
TERZA FASE

Costruzione della matrice di materialità

A partire dagli esiti dell'analisi è stata costruita la matrice di materialità nella quale sono disposti, in ordine di priorità, i 14 temi risultati più rilevanti e strategicamente importanti per Branca. La matrice, presentata di seguito, è stata condivisa e validata con la Presidenza e con un Gruppo di Lavoro dell'azienda.

I temi della sostenibilità contenuti nella matrice rappresentano l'“ossatura” del Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza e sulla base di essi sono stati definiti gli indicatori, i dati e le informazioni da rendicontare all'interno del documento.

I temi sono disposti sulla base della rilevanza (su una scala da 1 a 10) per Branca (asse delle ascisse) e per gli stakeholder (asse delle ordinate) e sono raggruppati in 4 macro-aree: temi ambientali, temi sociali, temi economici e di governance, temi trasversali.



I 14 temi riportati nella matrice sopra riportata sono quelli emersi come maggiormente rilevanti (con punteggio superiore a 7 e quindi con rilevanza alta o molto alta) ordinati sulla base dell'importanza relativa tra di essi. Nel corso dell'analisi sono stati sottoposti a valutazione anche altri 9 temi che hanno ottenuto però punteggi più bassi, risultando quindi, in relazione agli altri, meno rilevanti per Branca International e pertanto non inclusi nella rendicontazione.

Nel dettaglio, i temi sono rendicontati con opportuni indicatori dei GRI Standard all'interno dei diversi capitoli del Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza, come evidenziato di seguito (ulteriori dettagli sugli indicatori GRI sono presenti in appendice).

MACRO - AREA	TEMI DELLA SOSTENIBILITÀ	GRI DISCLOSURE TOPIC - SPECIFIC	CAPITOLO/I DI RIFERIMENTO
TEMI ECONOMICI E DI GOVERNANCE	<ul style="list-style-type: none"> • Legalità, trasparenza, etica e integrità del business • Sostenibilità nella strategia aziendale • Creazione e distribuzione del valore economico 	<p>GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICHE (2016)</p> <p>GRI 205: ANTICORRUZIONE (2016)</p> <p>GRI 307: COMPLIANCE AMBIENTALE (2016)</p> <p>GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI (2016)</p> <p>GRI 419: COMPLIANCE SOCIOECONOMICA (2016)</p>	<p>Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia</p> <p>La gestione consapevole del business</p> <p>Creazione e distribuzione del valore economico</p>
TEMI SOCIALI	<ul style="list-style-type: none"> • Qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto • Customer relationship & satisfaction • Marketing, comunicazione e consumo responsabili • Welfare aziendale e benessere • Sviluppo, formazione del capitale umano e Meritocrazia collaborativa • Salute e sicurezza sul lavoro • Diversità, inclusione e Diritti umani • Sviluppo di iniziative e coinvolgimento delle comunità locali 	<p>GRI 102: INFORMATIVA GENERALE (2016)</p> <p>GRI 205: ANTICORRUZIONE (2016)</p> <p>GRI 401: OCCUPAZIONE (2016)</p> <p>GRI 402: RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT (2016)</p> <p>GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO (2018)</p> <p>GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE (2016)</p> <p>GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ (2016)</p> <p>GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE (2016)</p> <p>GRI 412: VALUTAZIONE DEL RISPETTO DEI DIRITTI UMANI (2016)</p> <p>GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA (2016)</p>	<p>L'eccellenza dei prodotti in Brancha</p> <p>Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro</p> <p>Brancha, la cultura e il territorio</p>
TEMI AMBIENTALI	<ul style="list-style-type: none"> • Efficienza energetica e climate-change • Economia circolare e riciclabilità 	<p>GRI 302: ENERGIA (2016)</p> <p>GRI 306: SCARICHI IDRICI E RIFIUTI (2016)</p>	<p>L'ambiente: business sostenibile e mitigazione degli impatti</p>
TEMI TRASVERSALI	<ul style="list-style-type: none"> • Gestione responsabile della catena di fornitura 	<p>GRI 102: INFORMATIVA GENERALE (2016)</p> <p>GRI 204: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO (2016)</p> <p>GRI 308: VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI (2016)</p> <p>GRI 412: VALUTAZIONE DEL RISPETTO DEI DIRITTI UMANI (2016)</p> <p>GRI 414: VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI (2016)</p>	<p>L'eccellenza dei prodotti in Brancha</p>

La definizione di tali temi diverrà in futuro il principale strumento adottato dal Gruppo per la predisposizione di politiche e strategie di sostenibilità, per cogliere i cambiamenti rispetto al contesto spazio-temporale nel quale opera e per individuare le aree sulle quali focalizzare le proprie attività di stakeholder engagement. Di conseguenza questi costituiranno i temi oggetto di disclosure, anche non economico-finanziaria.

Branca e l'Agenda 2030

GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE DELL'ONU



Nel 2015, le Nazioni Unite hanno approvato l'Agenda Globale per lo Sviluppo sostenibile che si articola in 17 Obiettivi (Sustainable Development Goals – SDGs), collegati a 169 target e oltre 240 indicatori per il monitoraggio, da raggiungere entro il 2030. In considerazione del livello e dell'ampiezza degli obiettivi, l'attuazione dell'Agenda necessita di un forte coinvolgimento di tutte le componenti della società, dalle imprese fino al settore pubblico, dalla società civile alle istituzioni filantropiche, dalle università ai centri di ricerca, agli operatori dell'informazione e della cultura.



A partire dall'edizione 2019 del Bilancio di Sostenibilità e Consapevolezza, per inserire i propri obiettivi e le proprie performance di sostenibilità all'interno di un contesto più ampio e ambizioso, allineato con il modo del Gruppo di fare business e di intendere lo sviluppo, Branca International ha deciso di riferirsi agli SDGs, e in particolare ai target maggiormente interessati dalle proprie attività.

Questo lavoro rappresenta il primo passo di avvicinamento agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile ONU, con la prospettiva di una progressiva integrazione nella strategia del Gruppo, oltre che nella rendicontazione, per dare evidenza del contributo del Gruppo Branca International al loro raggiungimento.

	DESCRIZIONE OBIETTIVO	TEMI SOSTENIBILITÀ BRANCA INTERNATIONAL*	TARGET SDGs COLLEGATI
	Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età.	<ul style="list-style-type: none"> • Qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto • Marketing, comunicazione e consumo responsabili • Salute e sicurezza sul lavoro • Sviluppo di iniziative e coinvolgimento delle comunità locali 	<ul style="list-style-type: none"> • Rafforzare la prevenzione e il trattamento di abuso di sostanze, tra cui abuso di stupefacenti e l'uso nocivo di alcool • 3.6 Entro il 2020, dimezzare il numero di decessi a livello mondiale e le lesioni da incidenti stradali
	Assicurare un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti.	<ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo, formazione del capitale umano e Meritocrazia collaborativa 	<ul style="list-style-type: none"> • 4.4 Entro il 2030, aumentare sostanzialmente il numero di giovani e adulti che abbiano le competenze necessarie, incluse le competenze tecniche e professionali, per l'occupazione, per lavori dignitosi e per la capacità imprenditoriale
	Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment di tutte le donne e le ragazze.	<ul style="list-style-type: none"> • Welfare aziendale e benessere • Diversità, inclusione e Diritti umani 	<ul style="list-style-type: none"> • 5.1 Porre fine a ogni forma di discriminazione nei confronti di tutte le donne, bambine e ragazze in ogni parte del mondo • 5.5 Garantire alle donne la piena ed effettiva partecipazione e pari opportunità di leadership a tutti i livelli del processo decisionale nella vita politica, economica e pubblica
	Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni.	<ul style="list-style-type: none"> • Efficienza energetica e climate-change 	<ul style="list-style-type: none"> • 7.2 Entro il 2030, aumentare notevolmente la quota di energie rinnovabili nel mix energetico globale
	Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione e distribuzione del valore economico • Sostenibilità nella strategia aziendale • Salute e sicurezza sul lavoro • Gestione responsabile della catena di fornitura 	<ul style="list-style-type: none"> • 8.3 Promuovere politiche orientate allo sviluppo che supportino le attività produttive, la creazione di lavoro dignitoso, l'imprenditorialità, la creatività e l'innovazione, e favorire la formalizzazione e la crescita delle micro, piccole e medie imprese, anche attraverso l'accesso ai servizi finanziari • 8.8 Proteggere i diritti del lavoro e promuovere un ambiente di lavoro sicuro e protetto per tutti i lavoratori, compresi i lavoratori migranti, in particolare le donne migranti, e quelli in lavoro precario
	Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.	<ul style="list-style-type: none"> • Economia circolare e riciclabilità 	<ul style="list-style-type: none"> • 12.5 Entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo • 12.6 Incoraggiare le imprese, soprattutto le aziende di grandi dimensioni e transnazionali, a adottare pratiche sostenibili e integrare le informazioni sulla sostenibilità nelle loro relazioni periodiche

	DESCRIZIONE OBIETTIVO	TEMI SOSTENIBILITÀ BRANCA INTERNATIONAL*	TARGET SDGs COLLEGATI
	Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze.	<ul style="list-style-type: none"> • Efficienza energetica e climate-change 	<ul style="list-style-type: none"> • 13.2 Integrare nelle politiche, nelle strategie e nei piani nazionali le misure di contrasto ai cambiamenti climatici
	Promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile; offrire l'accesso alla giustizia per tutti e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli.	<ul style="list-style-type: none"> • Legalità, trasparenza, etica e integrità del business 	<ul style="list-style-type: none"> • 16.5 Ridurre sostanzialmente la corruzione e la concussione in tutte le loro forme

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



Creazione e distribuzione del valore economico



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

LEVE STRATEGICHE DI BRANCA

- I BRAND
- L'HERITAGE DOVUTO ALLA PRESENZA SUL MERCATO CON IMPORTANTI E INNOVATIVI INVESTIMENTI PUBBLICITARI DA 175 ANNI
- GLI ALTI STANDARD DI QUALITÀ DEL PRODOTTO: MATERIE PRIME, PROCESSO PRODUTTIVO E SISTEMA DI CONTROLLO QUALITÀ
- L'UNICITÀ DEI PRODOTTI, LEGATI ANCHE ALLA SEGRETEZZA DELLE RICETTE STORICHE
- IL "SAPER FARE ITALIANO"
- LA CRAFTSMANSHIP CHE NEL MONDO DEGLI SPIRITS PORTA CON SÉ NON SOLO L'ATTENZIONE AL PRODOTTO, MA ANCHE LA PERSONALITÀ DEL GUSTO, RENDENDOLO ACCESSIBILE A TUTTI
- LA PRESENZA GEOGRAFICA ESTESA PROGRESSIVAMENTE FIN DALL'INIZIO DELL'ATTIVITÀ IMPRENDITORIALE CHE SI COLLOCA A METÀ DEL XIX SECOLO
- LA VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE, CONSIDERATE COME UN FINE E MAI COME UN MEZZO, NELLA PIÙ AMPIA LOGICA DELLA "MERITOCRAZIA COLLABORATIVA"



Il Gruppo Branca International opera con una visione sempre più internazionale, proseguendo il trend di sviluppo portato avanti negli anni e confermato anche recentemente con l'avvio, nel 2019, delle attività di Branca USA.

In tale contesto, fermo restando l'apprezzamento per i prodotti italiani e la qualità riconosciuta dei prodotti Branca, i risultati economici non possono che essere condizionati anche da variabili esogene non dipendenti da scelte del Gruppo, come descritto nel dettaglio nelle pagine seguenti.

Nel corso del 2019, la gestione del portafoglio prodotti Branca ha confermato la strategia di mantenimento del focus sui prodotti esistenti e tradizionalmente forti come Fernet-Branca e Brancamenta e sul segmento dei vermouth e degli aperitivi. Tale segmento continua a richiamare particolare interesse da parte dei consumatori, sia sul mercato domestico, sia sui mercati internazionali nei quali il Gruppo compete. Inoltre, nel corso dell'anno sono stati lanciati due nuovi prodotti sul mercato italiano - Stravecchio XO e Carpano Botanic Bitter, approfonditi nel capitolo seguente - e due sul mercato argentino, Vodka Sernova e Brancamenta Ricetta Italiana.

Il portafoglio dei prodotti distribuiti ha invece acquisito alcuni brand di whisky ad alto valore, anche se con volumi contenuti, e un brand di gin a completamento

della gamma.

A livello gestionale e di innovazione, durante il 2019 è proseguito l'importante programma di digitalizzazione del Gruppo, avviato già nel 2018. Il programma è strutturato in diversi filoni progettuali interfunzionali che hanno coinvolto trasversalmente alcune società, con lo scopo principale di reingegnerizzare, semplificare ed automatizzare i processi aziendali chiave e migliorare fluidità operativa, performance e livello di servizio sia interno sia esterno con puntuale e continua condivisione di informazioni e KPI.

Tra gli avvenimenti più rilevanti dell'anno, il progetto più sfidante è stato indubbiamente la sostituzione del distributore storico americano con l'apertura della filiale Branca USA Inc. La decisione era stata presa alla fine del 2018, ma solo dopo il venir meno dell'esclusività del distributore storico è stato possibile cominciare a distribuire nel territorio americano, prima attraverso una importazione indiretta e successivamente importando direttamente. La nuova entità giuridica, detenuta totalmente da Branca International S.p.A., si è occupata in una prima fase di gestire gli aspetti commerciali e di proseguire l'attuazione della strategia di marketing e, una volta ottenute le licenze necessarie, di importare direttamente dalla casa madre, inglobando i margini precedentemente destinati al distributore. Alla fine dell'anno, i numeri presentati dalla nuova società hanno dato conferma della bontà della decisione presa e della strategia adottata.

La neonata azienda si è dimostrata fin da subito capace di adattare il modello

di business aziendale alle nuove normative messe in atto dal Governo statunitense, che includono l'aumento delle tariffe e dei dazi applicati direttamente ai prodotti. Branca USA è impegnata a creare le basi per una crescita solida, sostenibile e duratura attraverso la redazione di business plan annuali volti ad assicurare che la filiale americana abbia successo sul mercato e crei valore economico attraverso l'assunzione dei migliori talenti del settore e la costruzione di solide partnership con distributori, clienti e agenzie di marketing.

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

- **proseguimento e consolidamento dello sviluppo internazionale del gruppo;**
- **destagionalizzazione e deregionalizzazione del consumo di alcuni brand;**
- **ampliamento del portafoglio prodotti ai clienti già serviti;**
- **ampliamento della base dei clienti serviti.**

Risultati del Gruppo

I risultati della gestione aziendale sono presentati nelle seguenti tabelle di sintesi, che riportano i principali dati 2019 dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico consolidato delle società appartenenti al Gruppo, ovvero Fratelli Branca Distillerie S.r.l., Fratelli Branca Destilerías S.A., Branca USA Inc., Branca Real Estate S.r.l e Centro Studi Fratelli Branca S.r.l., confrontati con i due esercizi precedenti.

<i>PRINCIPALI VOCI DEL CONTO ECONOMICO</i>	<i>CONSOLIDATO DI GRUPPO</i>		
IMPORTO IN €/000	2017	2018	2019
RICAVI	362.931	273.238	263.533
MARGINE OPERATIVO LORDO	135.497	91.445	78.666
RISULTATO OPERATIVO	130.805	85.182	71.726
RISULTATO NETTO	76.639	57.541	55.894

A livello di consolidato di Gruppo, le principali voci del Conto Economico (Ricavi, Margine Operativo Lordo, Risultato Operativo) negli ultimi anni risultano influenzate essenzialmente da variabili esterne, riflettendo, in particolare, gli effetti del deprezzamento del Peso Argentino.

L'economia argentina, infatti, ha registrato per due anni consecutivi un elevato tasso di inflazione (53,8%) e una svalutazione monetaria (59,2%) che hanno avuto un forte impatto negativo sul potere d'acquisto dei consumatori e sul livello dei consumi⁴. Al 31 dicembre 2019, i beni di largo consumo (come cibo confezionato, bevande e altri beni consumabili) avevano registrato un calo per 18 mesi consecutivi e una contrazione del 7,3% rispetto all'anno precedente. La categoria degli aperitivi in Argentina ha registrato, nello stesso periodo, una flessione del 18,5%.

Nonostante le difficoltà di un contesto sfavorevole, la politica aziendale basata sulla produzione e il commercio di prodotti di qualità e di prezzo premium e un'adeguata gestione del controllo dei costi hanno permesso a Fratelli Branca Destilerías di raggiungere e mantenere indicatori positivi di margine lordo e di risultati operativi.

Di seguito si presentano invece le principali voci dello Stato Patrimoniale e del Consolidato di Gruppo (Attivo Circolante e Patrimonio Netto) che, come si evince dalla tabella, non registrano flessioni, ma presentano un incremento dei valori nel triennio. Risultano invece in diminuzione le voci relative ai debiti.

<i>PRINCIPALI VOCI DELLO STATO PATRIMONIALE</i>	<i>CONSOLIDATO DI GRUPPO</i>		
IMPORTO IN €/000	2017	2018	2019
ATTIVO CIRCOLANTE	570.521	584.951	616.057
PATRIMONIO NETTO	527.173	580.015	622.189
DEBITI	100.655	69.030	63.558

⁴ Dati INDEC
(Instituto Nacional de
Estadística y
Censos)/Ecolatina

Valore economico direttamente generato e distribuito

La tabella riportata di seguito mostra i dati del Bilancio Consolidato di Gruppo riclassificati, secondo le indicazioni dei GRI Standard, in modo da consentire di identificare il valore economico direttamente generato dall'attività produttiva del Gruppo - pari ai ricavi dalle vendite e altri ricavi - e la sua distribuzione tra alcune delle principali macro-categorie di stakeholder. Dopo un andamento stabile nel triennio precedente, tra il 2017 e il 2019 il

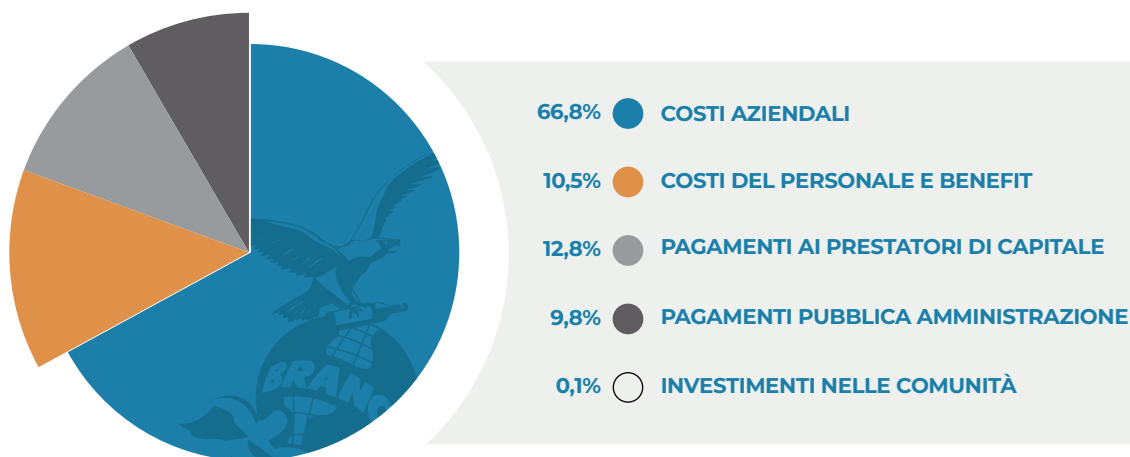
valore economico generato (pari a circa 263,5 mln di € nel 2019) mostra una flessione, principalmente dovuta alle ragioni evidenziate nel paragrafo precedente, che si rispecchia anche in una riduzione del valore economico distribuito (pari a circa 216,0 mln di € nel 2019), pur inferiore in misura proporzionale a quella del valore economico generato grazie al taglio dei costi aziendali e dovuto anche al calo registrato nei costi delle materie prime.

PRINCIPALI VOCI DEL CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

CONSOLIDATO DI GRUPPO

IMPORTO IN €/000	2017	2018	2019
VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO			
RICAVI	362.931	273.238	263.533
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO			
COSTI AZIENDALI	201.832	154.287	144.159
COSTI DEL PERSONALE E BENEFIT	26.880	17.139	22.707
PAGAMENTI AI PRESTATORI DI CAPITALE⁵	22.273	32.455	27.649
PAGAMENTI VERSO LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	47.540	20.838	21.238
INVESTIMENTI NELLE COMUNITÀ	465	323	294
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO TOTALE	298.990	225.042	216.047
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	63.941	48.196	47.486

⁵ Si precisa che la voce "Pagamenti ai prestatori di capitale" considera unicamente la quota di dividendi distribuiti all'esterno dell'Organizzazione.

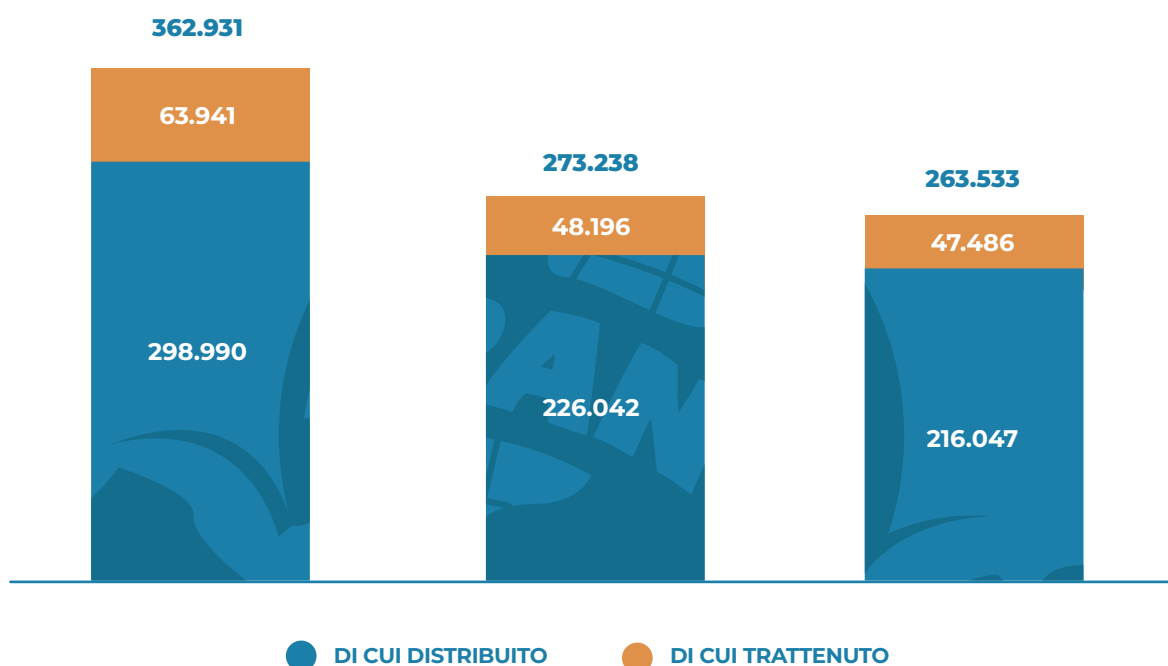


Più nello specifico, come ben rappresentato nel grafico sopra, il valore economico distribuito è stato prevalentemente destinato (il 66,8%) alla copertura dei costi aziendali per l'acquisizione di beni e servizi (costi di produzione, pagamenti ai fornitori) e in misura minore ai salari e agli stipendi dei dipendenti, nonché alla remunerazione di fornitori di capitale, allo Stato (tramite le tasse), e agli investimenti nelle Comunità, ad esempio tramite erogazioni e liberalità. Si segnala che durante il 2019 il valore

economico distribuito è rimasto relativamente stabile rispetto al 2018, con una flessione maggiore se confrontato invece con il 2017.

Complessivamente, il valore economico trattenuto, pari alla differenza tra valore generato e distribuito, risulta pari a circa 47,5 mln di €, stabile rispetto all'anno precedente.

VALORE ECONOMICO GENERATO (€/000)





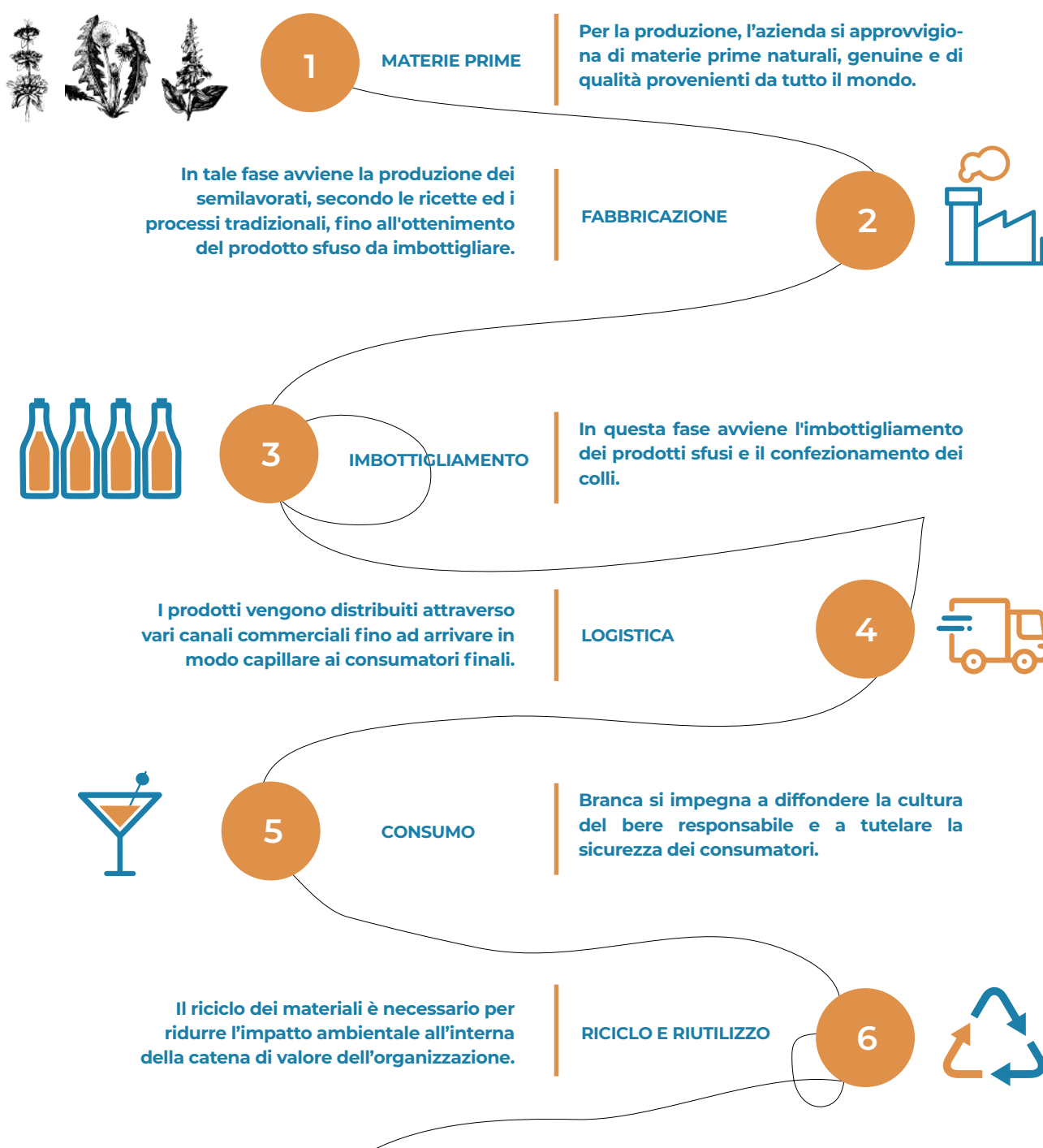
L'Eccellenza dei prodotti in Branca

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

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

materie prime, in particolare di piante aromatiche, sono distribuite in quattro continenti.

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



Gestione responsabile della catena di fornitura

Il Gruppo Branca International considera la catena di fornitura un asset fondamentale per garantire la qualità dei propri prodotti. I fornitori, infatti, sono intesi come partner strategici nella creazione di valore e nello sviluppo di un prodotto eccellente che nasce da materie prime di elevata qualità. La ricerca dei fornitori adeguati a soddisfare gli elevati standard di produzione richiede l'instaurazione di relazioni commerciali stabili e durature con soggetti provenienti da tutto il mondo.

Il Gruppo si impegna ad esplorare costantemente nuove opportunità di sourcing, mantenendo rapporti con partner alternativi e complementari all'interno di gruppi merceologici omogenei. La selezione dei nuovi fornitori rappresenta pertanto un'attività particolarmente sensibile per Branca, sia per garantire la qualità dei propri prodotti, sia per assicurare la creazione di relazioni con interlocutori idonei.

Branca si impegna nell'implementare un iter selettivo basato su criteri economici, ambientali, sociali e locali e si prefigge, ove possibile, di instaurare partnership tali da garantire forniture di lungo periodo e rapporti improntati ai principi dell'equità, della trasparenza, della correttezza e basati sulla reciproca fiducia.

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

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

Nella selezione dei fornitori, un elemento particolarmente sensibile - in considerazione anche dell'estensione geografica della catena di fornitura - è rappresentato dal rispetto delle normative locali, incluse quelle in materia di diritti umani, da parte dei soggetti operanti al di fuori del perimetro aziendale. L'attenzione al rispetto di tali previsioni è costante e continuamente aggiornata in relazione alle evoluzioni normative. Nel Gruppo Branca International, tutti i partner selezionati come fornitori ufficiali sono ubicati in Paesi che hanno ratificato le principali convenzioni ILO e ONU, e le cui legislazioni disciplinano già autonomamente come fattispecie di reato la violazione dei diritti umani.

Branca, oltre a rispettare tassativamente tali normative, si preoccupa anche di diffondere presso i propri fornitori i valori e i principi espressi all'interno del Codice Etico e di verificarne periodicamente la corretta applicazione. I fornitori sono infatti tenuti a sottoscrivere il Codice Etico e si impegnano a rispettarlo quale condizione generale di contratto.

Per il Gruppo sono inoltre preferiti, nel processo di selezione, quei fornitori che dispongono di un proprio piano di business continuity, che garantiscono la piena ottemperanza della fiscalità specifica e restrittiva prevista dal settore delle bevande alcoliche e che detengano una gestione delle non conformità tempestiva ed efficace.

In seguito alla selezione del fornitore e all'instaurazione di un rapporto di collaborazione, viene condotta un'attività di valutazione e monitoraggio delle prestazioni dello stesso e del

rispetto delle condizioni contrattuali. Tali attività includono attività di campionamento e analisi di laboratorio, conduzione di audit periodici sui fornitori e valutazioni delle eventuali non conformità emerse.

Le principali tipologie di beni e servizi acquistati, in particolare dai siti produttivi in Italia e Argentina, sono di seguito elencate:

- Materie prime secche (ad esempio erbe, spezie, radici, aromi naturali)
- Materie prime alcoliche (ad esempio alcool, acquavite di vino, acquavite di vinaccia, vino)
- Materiali di imballaggio (primario, secondario)
- Materiale ausiliario alla produzione
- Materiali promozionali (ad esempio point-of-sale material, gift on pack)
- Servizi logistici
- Macchinari ed impianti
- Servizi di automazione;
- Servizi generali
- Servizi di supporto alla produzione
- Flotte auto aziendali.



FOCUS LA FORNITURA DEL CAFFÈ

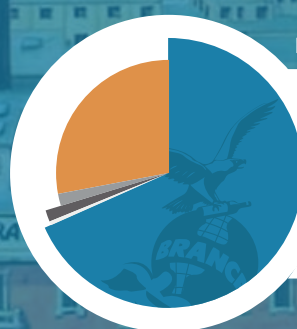


A conferma dell'adozione degli impegni in materia di procurement, l'azienda produttrice di caffè, partner di Branca, costantemente attenta all'innovazione tecnologica e alle normative nazionali ed internazionali a tutela dell'ambiente e dei consumatori, ha compiuto i seguenti passi:

- Implementazione del Sistema Qualità secondo la norma ISO 9001, che coinvolge tutta la filiera produttiva con l'obiettivo di garantire standard qualitativi elevati e una maggiore soddisfazione del cliente finale (Certificazione ISO 9001 – Regolamento o2).
- Adozione del “Modello di organizzazione, gestione e controllo” secondo quanto previsto dal D.Lgs 231/01: sebbene facoltativo, l'adozione di tale modello è ritenuta un'opportunità per rafforzare il sistema di controllo e sensibilizzare le risorse impiegate verso la prevenzione dei reati.
- Adozione di un Codice Etico, a garanzia della trasparenza e dell'equità caratterizzante le relazioni commerciali.

Nelle pagine seguenti si presentano alcuni approfondimenti quali-quantitativi relativi alla catena di fornitura di Fratelli Branca Distillerie, Fratelli Branca Destilerías e Branca USA. Quest'ultima, non essendo una realtà produttiva ma distributiva, presenta un numero e una tipologia di fornitori più limitata e diversa rispetto alla società italiana e a quella argentina.

Fratelli Branca Distillerie



Valore ordini 2019
per area geografica (%)

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

Nel 2019, Fratelli Branca Distillerie ha collaborato con 72 fornitori. Il dettaglio della suddivisione del valore degli ordini per area geografica è riportato nel grafico a lato. Parte degli acquisti della società avviene attraverso l'impiego di broker con i quali Fratelli Branca

Distillerie collabora al fine di garantire un'elevata qualità delle materie prime acquistate. Tali broker, impiegati per gli acquisti di alcune tipologie di materiali, hanno il ruolo di monitorare il mercato e di approvvigionarsi da fornitori che, nel periodo di

riferimento, offrono la migliore materia prima sul mercato. Di conseguenza, per alcuni materiali di cui l'azienda si approvvigiona, la provenienza di un fornitore/broker può essere diversa rispetto all'origine del materiale acquisito.

NUMERO FORNITORI E VALORE DEGLI ORDINI⁶ EMESSI SUDDIVISI PER AREA GEOGRAFICA

	2017		2018		2019	
	NUMERO FORNITORI	VALORE ORDINI (%)	NUMERO FORNITORI	VALORE ORDINI (%)	NUMERO FORNITORI	VALORE ORDINI (%)
TOTALE	86	100,00	70	100,00	72	100,00
ITALIA	64	79,3	52	55,2	57	69,0
EUROPA (ESCLUSA ITALIA)	19	16,2	14	42,3	11	28,2
ARGENTINA	1	0,3	1	0,3	1	0,6
AMERICA (ESCLUSA ARGENTINA)	0	0,00	0	0,00	1	0,1
ASIA	1	3,6	2	1,6	1	1,4
AFRICA	1	0,6	1	0,6	1	0,7

⁶ La suddivisione per area geografica del valore degli ordini è stata effettuata tenendo in considerazione l'origine del materiale acquistato e non la provenienza del fornitore/broker da cui è stato acquistato il materiale.

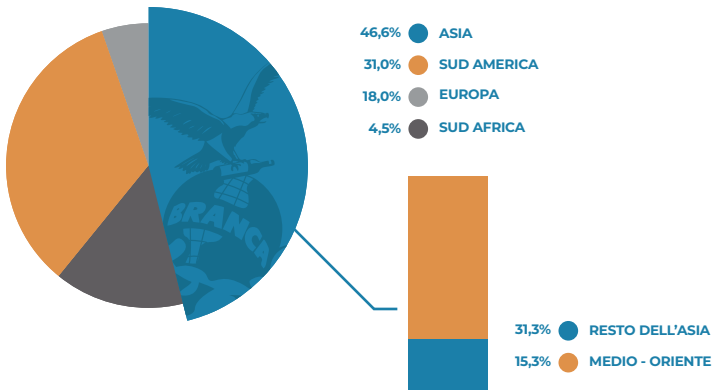
Come emerge dalla tabella sopra riportata, circa il 97% del valore degli ordini effettuati nel 2019 è stato indirizzato a fornitori italiani o europei: ciò è dovuto in larga parte alla scelta di servirsi di fornitori locali per l'approvvigionamento dei

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

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

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

MATERIE PRIME SECHE
(ERBE, SPEZIE E RADICI)
PER AREA GEOGRAFICA - 2019



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

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

Il Gruppo ha inoltre adottato una strategia di "Green Procurement", garantendo l'approvvigionamento di prodotti e servizi più green e sostenibili possibile, anche tenendo conto di una valutazione costi-benefici. Oltre l'87% dei fornitori di Fratelli Branca Distillerie è in possesso di almeno una certificazione tra sistema di gestione della qualità, ambiente, energia, salute e sicurezza dei lavoratori e/o sicurezza alimentare.

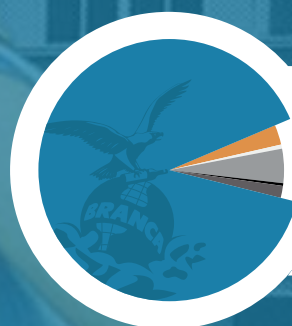
PERCENTUALE DI FORNITORI
QUALIFICATI IN POSSESSO DELLE
CERTIFICAZIONI⁷
(FRATELLI BRANCA DISTILLERIE)

	2019
ISO 9001	58,3%
ISO 14001	29,2%
OHSAS 18001/ISO 45001	25,0%
ISO 2200, BRC, IFS (in materia di sicurezza alimentare)	16,7%
% DI FORNITORI CON ALMENO UNA CERTIFICAZIONE	87,5%

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

Infine, il 100% dei nuovi fornitori viene valutato includendo criteri ambientali e sociali.

Fratelli Branca Destilerías



Valore ordini 2019
per area geografica (%)

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

Fratelli Branca Destilerías, sulla base del piano di produzione, provvede mensilmente a identificare le esigenze di approvvigionamento di materie prime nazionali e di materiali di imballaggio, ed annualmente (con revisioni trimestrali) ad accertare la necessità di materie prime importate. In fase di selezione del fornitore, la società conduce una valutazione economica del servizio congiuntamente ad una valutazione qualitativa: per ogni fornitore individuato, viene effettuata una valutazione sulla base di alcune analisi previste dallo

standard di qualità adottato e, successivamente a tale verifica, si realizza la fase di selezione del fornitore. Trattandosi in entrambi i casi di siti produttivi, le principali tipologie di beni e servizi acquistati da Fratelli Branca Destilerías coincidono sostanzialmente con le categorie già evidenziate in relazione a Fratelli Branca Distillerie. Nello specifico, le prime due categorie di beni e servizi acquistati rappresentano l'86% sul totale del valore dell'ordinato (acquisti sul mercato locale) mentre la categoria relativa alle materie prime secche rappresenta

il 14% sul valore dell'ordinato (acquisti di importazione). Nel 2019, Fratelli Branca Destilerías ha collaborato con 24 fornitori: il dettaglio del valore per area geografica si evince dal grafico a lato. Come per Fratelli Branca Distillerie, parte degli acquisti di Fratelli Branca Destilerías avviene attraverso l'impiego di broker, la cui provenienza può essere diversa rispetto all'origine del materiale acquisito.

NUMERO FORNITORI E VALORE DEGLI ORDINI⁸ EMESSI SUDDIVISI PER AREA GEOGRAFICA

	2017		2018		2019	
	NUMERO FORNITORI	VALORE ORDINI (%)	NUMERO FORNITORI	VALORE ORDINI (%)	NUMERO FORNITORI	VALORE ORDINI (%)
TOTALE	19	100,00	23	100,00	24	100,00
ITALIA	1	0,6	5	1,4	5	3,1
EUROPA (ESCLUSA ITALIA)	4	6,3	4	5,2	5	4,7
ARGENTINA	10	87,4	12	89,0	9	89,7
AMERICA (ESCLUSA ARGENTINA)	3	0	0	0	2	0,5
ASIA	0	0	0	0	1	0,2
AFRICA	1	5,7	2	4,4	2	1,7

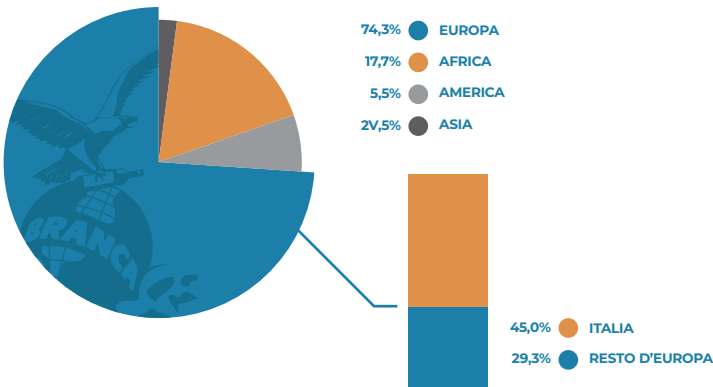
⁸ La suddivisione per area geografica del valore degli ordini è stata effettuata tenendo in considerazione l'origine del materiale acquistato e non la provenienza del fornitore/broker da cui è stato acquistato il materiale.

Come emerge dalla tabella, il valore degli ordini emessi risulta essere concentrato per la quasi totalità in Argentina (89,73%).

Se si analizzano invece altre tipologie di materie prime, come ad esempio le erbe, le spezie, le radici, emerge una panoramica maggiormente internazionale che, come per la consociata italiana, indica come tali materiali provengano da varie parti del mondo, in particolare dall'Europa e dal continente Africano, come illustrato di seguito.

Con riferimento invece al processo di qualifica dei fornitori si segnala che il 100% dei fornitori qualificati di Fratelli Branca Destilerías è in possesso di almeno una certificazione tra sistema di gestione della qualità, ambientale, energia, salute e sicurezza e/o sicurezza alimentare.

MATERIE PRIME SECCHIE
(ERBE, SPEZIE E RADICI)
PER AREA GEOGRAFICA - 2019



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

PERCENTUALE DI FORNITORI
QUALIFICATI IN POSSESSO DELLE
CERTIFICAZIONI⁹
(FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS)

	2019
ISO 9001	81,8%
ISO 14001	36,4%
OHSAS 18001/ISO 45001	18,2%
ISO 2200, BRC, IFS (in materia di sicurezza alimentare)	27,3%
% DI FORNITORI CON ALMENO UNA CERTIFICAZIONE	100%



Branca USA

Per quanto riguarda Branca USA, nel primo anno di attività l'obiettivo prefissato rispetto alla supply chain è stato quello di strutturare partnership aziendali con tre player specifici, ovvero spedizionieri, autotrasportatori nazionali e broker di clienti, tutti valutati come tecnicamente validi e commercialmente ben posizionati. Branca USA è strutturata infatti per organizzare spedizioni oceaniche efficienti di prodotti finali dallo stabilimento di Milano ai tre partner individuati. I magazzini gestiti sono strategicamente posizionati, per assicurare la massima efficienza, vicino ai due principali hub logistici, in New Jersey e California. Anche tutti gli spostamenti domestici sono focalizzati sull'ottimizzazione dei trasporti intermodali (es. acqua-gomma), contribuendo in questo modo ad una significativa riduzione dell'impronta carbonica dell'azienda sull'atmosfera. Gli spedizionieri e le società di autotrasporto sono

soggetti a revisioni annuali delle offerte di servizio, garantendo trasparenza lungo tutta la catena di fornitura, con una tracciabilità completa di ogni singola bottiglia confezionata, dall'origine fino al consumatore finale. Nel 2019 Branca USA si è relazionata con un totale di 10 fornitori, tutti statunitensi, dei quali il 20% è in possesso di almeno una certificazione. A partire da prossimo anno,

la società sta valutando di sviluppare iniziative di formazione specifiche per i propri partner, in particolare in materia di riciclo dei materiali utilizzati nel trasporto e packaging, oltre che di implementare attività di screening sui nuovi fornitori rispetto a tematiche ambientali, sociali e relative ai diritti umani.

**PERCENTUALE DI FORNITORI
QUALIFICATI IN POSSESSO DELLE
CERTIFICAZIONI
(BRANCA USA)**

	2019
ISO 9001	10,0%
ISO 14001	10,0%
OHSAS 18001/ISO 45001	10,0%
ISO 2200, BRC, IFS (in materia di sicurezza alimentare)	0%
% DI FORNITORI CON ALMENO UNA CERTIFICAZIONE	20,0%

La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto



La tutela dell'autenticità delle erbe officinali e l'attenzione alla qualità degli ingredienti naturali importati da quattro continenti sono state da sempre elementi imprescindibili dell'attività produttiva di Branca. Il rigoroso controllo di qualità della filiera produttiva e il rispetto delle formule originali sono ancora oggi la conferma dei valori portanti del Gruppo: l'innovazione nel rispetto della tradizione e la ricerca dell'eccellenza in ogni ambito.

Branca conferma inoltre di voler garantire, come ribadito anche nel Codice Etico, correttezza e onestà nei rapporti aziendali in tutti i Paesi in cui opera. Il Gruppo si impegna infatti a verificare costantemente l'operato dei propri partner e collaboratori terzi, per accertarsi che si comportino in modo etico ed equo, nel rispetto degli ambienti di lavoro e della personalità e dignità dell'individuo in ogni parte del mondo.

Per Branca, qualità è sinonimo di eccellenza, una condizione raggiunta grazie al lavoro di tutte le persone che con costanza ed impegno agiscono quotidianamente per diffondere nel mondo i valori di un brand unico, costruito nel solco di una storia fatta di esperienza, capacità e rispetto di principi fondamentali e imprescindibili.

Il Gruppo considera infatti come uno dei propri obiettivi primari assicurare l'eccellenza dei propri prodotti sul mercato. I prodotti Branca vengono proposti facendo leva sulla loro unicità, sulla tradizione - testimoniata attraverso ricette originali e tenute segrete nel tempo - e su un marchio riconosciuto nel mondo.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Per sostenere il miglioramento continuo dei propri processi produttivi e affermare la propria presenza nella filiera alimentare come sinonimo di qualità, Fratelli Branca Distillerie ha implementato un sistema di gestione della Qualità e Sicurezza Alimentare certificato secondo lo standard ISO 22000 (verificato e confermato a settembre 2019), alla cui base si colloca la politica della Qualità aziendale, punto di riferimento per l'approccio societario alla qualità.

Quest'ultima, infatti, richiama esplicitamente il Codice Etico, nel quale sono indicati i valori fondanti dell'azienda e le linee guida operative per la Qualità e per la sicurezza alimentare. Attraverso l'adozione di tale sistema di gestione, Fratelli Branca Distillerie intende assicurare la più profonda attenzione nei confronti delle persone che acquistano i prodotti Branca, garantendo agli stessi qualità, sicurezza ed affidabilità. Un ente certificatore verifica annualmente il rispetto dei seguenti principi:

- qualità e sicurezza dei prodotti (food safety);
- comunicazione interna e lungo la filiera;
- efficacia del sistema hazard analysis critical control point (HACCP);
- tracciabilità delle attività svolte;
- accuratezza nella selezione dei fornitori e delle materie prime;
- applicazione costante del Codice Etico Aziendale.

Fratelli Branca Distillerie si impegna inoltre affinché vengano garantiti prodotti di alta qualità, sicuri e affidabili sotto tutti i punti di vista, realizzati con strumenti e procedure tecnologiche sicure e avanzate, nel rispetto delle norme di legge e dei regolamenti vigenti nei Paesi in cui opera.

Per garantire il raggiungimento degli obiettivi sopra indicati, la società effettua un'attività costante di ricerca e sviluppo - sia nell'ottica di adeguamento normativo, sia di possibilità di offerta al mercato -, adottando strumenti e sistemi di controllo all'interno del processo produttivo e lungo l'intera catena del valore.

Con riferimento al presidio del processo produttivo, sono state sviluppate le seguenti iniziative:

Sono fondamentali, inoltre, l'indicazione di eventuali sostanze allergeniche, così come la presenza di loghi in etichetta per indicare le modalità di adeguato smaltimento del contenitore e gli avvisi sul consumo responsabile.

Rispetto all'offerta sul mercato italiano, come già riportato nei paragrafi precedenti, nel 2019 Fratelli Branca Distillerie ha lanciato due nuovi prodotti: a luglio il Carpano Botanic Bitter, che rappresenta una novità di gamma e punta a cogliere una nuova opportunità di business in un mercato altamente competitivo e, a settembre, Stravecchio XO, che ha affiancato il già esistente Stravecchio Branca rivolgendosi ad un target di consumatori più esigenti.

Infine, come previsto dalla normativa vigente in materia di sicurezza alimentare, la società è costantemente impegnata nella valutazione dei rischi per la salute dei consumatori lungo tutte le fasi del ciclo di vita dei prodotti e garantisce formazione periodica ai propri dipendenti impegnati nella produzione relativamente agli aspetti di igiene e sicurezza alimentare.

Con riferimento al presidio della catena del valore, nel 2019 Fratelli Branca Distillerie ha sviluppato le seguenti

iniziative:

- selezione preventiva dei fornitori e monitoraggio in fase di fornitura;
- verifiche di rispondenza delle materie prime alle specifiche definite, sia in fase di offerta che di acquisto;
- implementazione di controlli sul processo di automazione della filiera produttiva, al fine di garantire una qualità dei prodotti sempre costante;
- verifiche e monitoraggi lungo la filiera produttiva, dall'ingresso delle materie prime fino alla distribuzione dei prodotti;
- tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti;
- verifiche e test periodici di recall dei prodotti al fine di garantire una pronta risposta dell'azienda nell'eventualità di casi di difettosità legati alla food safety. Si ritiene importante segnalare che non sono state riportate o rilevate non conformità relative a normative/codici di autoregolamentazione, né a seguito di controllo interno, né a fronte di ispezione da parte dell'autorità competente, il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, in merito all'etichettatura dei prodotti.

• **Sviluppo dell'etichettatura:** l'etichettatura di tutti i prodotti commercializzati in ambito comunitario è allineata al regolamento europeo in materia (Regolamento (UE) n. 1169/2011). Le etichette riportano anche l'informativa sull'utilizzo sicuro del prodotto e sugli impatti ambientali e/o sociali collegati, nel caso in cui tali prodotti siano destinati a Paesi nei quali questa tipologia di informazione è prevista dalla legge.

Per quanto riguarda invece la promozione di un consumo responsabile delle bevande alcoliche, sulle etichette - e in particolare su alcuni prodotti specifici -, sono inserite indicazioni in merito alla migliore modalità di degustazione. Si segnala, inoltre, che nel corso del periodo di rendicontazione non è stata rilevata alcuna non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti l'informativa e l'etichettatura dei prodotti Branca;

• **Impegno continuo nella valutazione e rivisitazione delle tipologie di chiusure/tappi** al fine di mitigare il rischio di **tampering** (alterazione), rendendo evidente l'eventuale tentativo di manomissione dei sigilli di chiusura della bottiglia.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Anche in Argentina, Fratelli Branca Destilerías ha implementato un Sistema di Gestione Qualità e Sicurezza Alimentare, basato sulla norma ISO 22000, certificato dal 2007 da Bureau Veritas e accreditato dall'ente UKAS. Ogni anno la società riceve l'audit di ricertificazione da parte del medesimo ente certificatore con risultati soddisfacenti: nel 2019, in particolare, non sono state segnalate alcuna non conformità e alcuna osservazione.

L'obiettivo aziendale, in linea con quello del Gruppo, è

quello di garantire la sicurezza dei prodotti, assicurando la conformità alle norme di legge vigenti e ai rigorosi parametri di qualità stabiliti. Per raggiungere questo obiettivo, l'azienda si è dotata di:

- Un corredo di documenti aziendali strategici, composto da: manuale del Sistema di Gestione Qualità e Sicurezza Alimentare, manuale delle buone pratiche di fabbricazione, il piano HACCP, POES e procedure, istruzioni e procedure operative per l'implementazione dei requisiti delle norme.
- Buone Pratiche di Buona Fabbricazione (GMP).

- Piano di formazione del personale.
- Analisi dei pericoli e dei punti critici di controllo (HACCP).
- Monitoraggio dei punti critici di controllo, delle attività di GMP (Good Manufacturing Practices) e dell'applicazione dei POES (Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento);
- Nel labeling di prodotto, infine, sono riportati pittogrammi che forniscono indicazione del packaging riciclabile utilizzato e pittogrammi di warning sui rischi del consumo per le donne in gravidanza.

Per quanto riguarda i KPI interni collegati alla tematica della qualità del prodotto, nell'ultimo anno sono stati registrati notevoli progressi, che certificano un impegno e un'evoluzione costante dell'azienda:

- Indice delle Buone Pratiche di Fabbricazione (GMP): il report, basato su audit interni mensili, ha evidenziato un miglioramento nel periodo pari a undici punti percentuali, sulla base di una serie di criteri che hanno preso in considerazione l'incremento dell'igiene aziendale, una più ampia formazione del personale e avanzamenti infrastrutturali.
- Numero di reclami dei consumatori: nel corso del 2019 è stato raggiunto l'obiettivo aziendale di riduzione del numero dei reclami annuali da parte dei consumatori, scesi da 115 a 50.
- Risparmi energetici e di processo: grazie all'ottimizzazione dei processi di macerazione e ai perfezionamenti tecnici dei macchinari (che hanno incluso i costi di ritrattamento e i tempi di fermo macchina), si è registrato un incremento, in termini di risparmio energetico e di processo, compreso tra gli otto e i dodici punti percentuali.

Tra le iniziative promosse da Fratelli Branca Destilerías, si citano in particolare:

- il lancio sul mercato di nuovi prodotti (vodka Sernova e Brancamenta Ricetta Italiana, entrambi nel 2019) e nuove confezioni (bottiglia da 3 litri con dispositivo di versamento);
- controlli di qualità su tutti gli output della filiera produttiva (materie prime, semilavorati e prodotti finiti);
- sviluppo e validazione di tecniche analitiche per la determinazione della qualità delle materie prime e aggiornamento delle tecniche analitiche per semilavorati e prodotti finiti;
- sviluppo e installazione di nuove attrezzature in grado di ottimizzare i tempi di lavoro (riducendo le operazioni manuali), di incrementare l'igiene dei processi e di ridurre i consumi energetici. Nel settore manifatturiero, in particolare, i processi produttivi hanno integrato un'automazione del sistema di ricezione e consegna degli alcolici, perfezionando il rigoroso controllo dei dosaggi degli alcolici, migliorando le procedure e ottimizzando i costi;
- sviluppo di nuovi materiali di imballaggio, quali etichette laminate che conferiscono una maggiore luminosità, garantiscono una buona consistenza all'imballaggio e favoriscono la facilità di riciclo;
- introduzione di un sistema di "Wrap-around" packaging, per ottimizzare il processo di imballaggio, e realizzazione di un nuovo design delle celle per alcuni prodotti (vodka Sernova) ottimizzando gli spazi e la dinamica del processo di produzione;
- attuazione di miglioramenti nello sviluppo del tappo di chiusura per i prodotti Fernet-Branca e Brancamenta Ricetta Italiana, per i quali è stato previsto un nuovo art design, riproponendo il disegno della parte superiore del Fernet-Branca italiano con l'aggiunta della parola "Branca" sui ponti per dimostrare la corretta chiusura di origine e ostacolare eventuali adulterazioni.

La tutela dei consumatori e la promozione del consumo responsabile

Da anni Branca è impegnata attivamente nella promozione del consumo responsabile di bevande alcoliche: le campagne di comunicazione dell'azienda perseguono l'obiettivo di diffondere una cultura del bere di qualità che coincide con il piacere del gusto.

L'idea di fondo, trasmessa da Branca, è che i propri prodotti possano aggiungere piacere alla vita, purché siano consumati in modo coscienzioso e moderato.

In Branca, le attività di promozione e comunicazione sono condotte in linea con i regolamenti vigenti riguardanti le attività di marketing, rispetto ai quali non si segnalano casi di non conformità. Tutte le campagne pubblicitarie, sempre attente al contesto e al contenuto, contengono un messaggio legato al consumo responsabile e si basano su creatività che pongono un'attenzione particolare alla tutela dei minori, al consumo di alcol alla guida e tra le donne in gravidanza. La comunicazione commerciale sui media televisivi viene trasmessa esclusivamente in fascia oraria protetta e ogni annuncio, video promozionale o spot pubblicitario riporta l'avvertenza "Bevi responsabilmente".

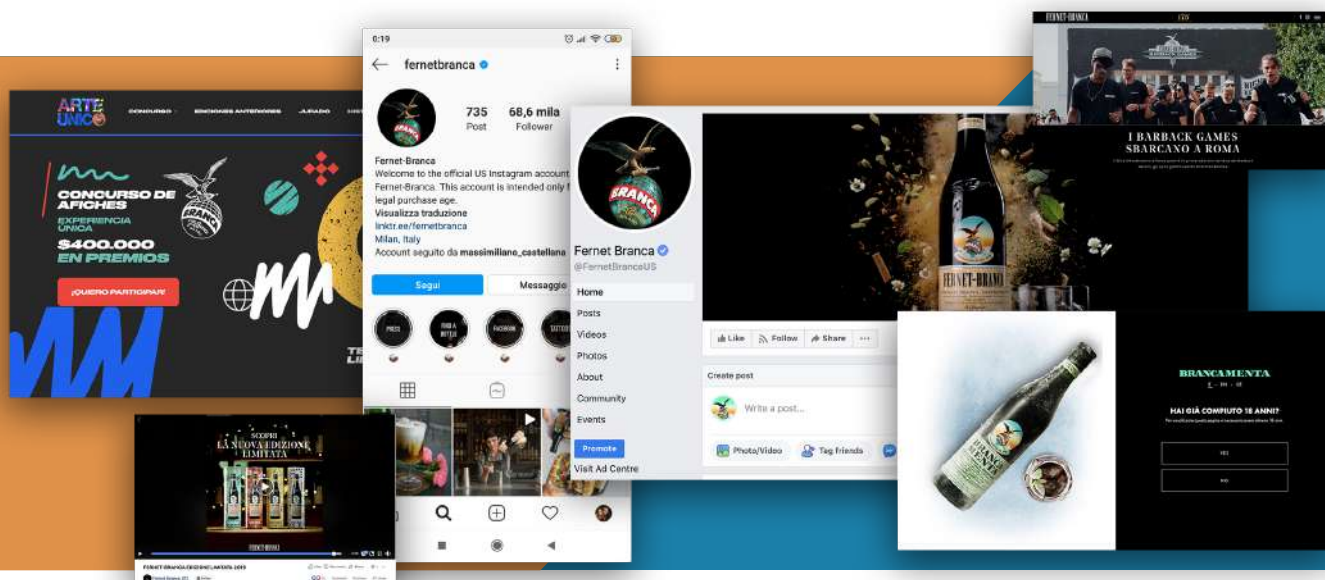
Anche Fratelli Branca Destilerías è molto attenta alla promozione di messaggi volti ad invitare ad un consumo responsabile e a diffondere una cultura del bere orientata all'esaltazione della condivisione, in particolare attraverso campagne, stand promozionali e labeling sui prodotti. La società argentina ha inoltre attivato specifici controlli in riferimento alle attività di degustazione svolte presso la propria sede al fine di monitorare il consumo da parte dei

visitatori e ha previsto l'installazione di poster informativi in merito al divieto di assunzione di alcolici da parte di minori nei propri stand promozionali.

A livello di etichettatura, le stesse raccomandazioni sul consumo responsabile sono riportate sui prodotti di Fratelli Branca Distillerie in Italia e Fratelli Branca Destilerías in Argentina.

Per tutelare i minori, inoltre, l'accesso ai siti internet, sia istituzionali sia di prodotto, che costituiscono l'universo digital dei prodotti Branca è regolamentato da un sistema di age check che consente la fruizione dei contenuti solo agli utenti che abbiano conseguito la maggiore età.

In generale, la comunicazione tramite social media è un'area fortemente presidiata. Oltre alla Netiquette, che tramite la piattaforma Facebook invita al consumo responsabile dei prodotti, Branca svolge una regolare attività di monitoraggio dei contenuti digitali prodotti o veicolati dai propri fornitori, segue costantemente le Fanpage – sia quelle gestite direttamente, sia quelle create da terzi – attraverso un sistema di moderazione attivo, e conduce un'attività di rassegna stampa online e tradizionale. Tutte queste attività di presidio dei media hanno come obiettivo primario quello di garantire che il nome Branca sia sempre associato ad un messaggio che promuova un consumo responsabile, inteso come elemento fondante della cultura del bere di qualità.



Branca crede fermamente che, per promuovere il consumo responsabile e condividere con un pubblico esteso i propri valori, siano fondamentali il dialogo e la collaborazione con le istituzioni e le associazioni di categoria. A questo scopo, il Gruppo in Italia partecipa alla redazione delle linee guida associative sul Consumo Responsabile, in particolare tramite Federvini e Federalimentare, entrambe facenti capo a Confindustria, e Centromarca.

La Cámara Argentina de Destiladores Licoristas ha invece predisposto un programma di Corporate Social Responsibility connesso al tema del consumo responsabile, al quale la Fratelli Branca Destilerías partecipa, e che prevede, fra le varie attività, la sensibilizzazione di genitori e figli sui temi del consumo responsabile e del monitoraggio del tasso alcolico.

Oltre che attraverso le attività di marketing e promozione, in Branca la tutela dei consumatori passa anche dalle attività di ricerca e

sviluppo, certificazione, fabbricazione, produzione e distribuzione. Tutte queste attività sono pensate e gestite mettendo al centro la tutela della salute del consumatore che rappresenta, dunque, un valore di riferimento essenziale nella conduzione del business. Il Codice Etico e il Codice di Condotta di Fratelli Branca Distillerie assicurano ulteriormente che in tutte le relazioni instaurate con gli stakeholder vengano rispettati i valori e i principi fondanti del Gruppo.

Anche tra i principi dell'Economia della Consapevolezza, che guidano lo sviluppo sostenibile di tutte le attività del Gruppo, viene posta particolare attenzione al tema della qualità della vita delle persone, che si raggiunge attraverso la consapevolezza dell'interdipendenza tra tutti gli esseri umani e tra tutte le attività, interne ed esterne all'azienda.

Si segnala infine che anche la neonata Branca USA ha in programma di istituire in futuro corsi di formazione

interni per i dipendenti per far sì che l'attività svolta, sia internamente sia esternamente, sia percepita come responsabile e attenta ai temi della salute e sicurezza dei propri consumatori.

Customer Relationship & Satisfaction

La soddisfazione del cliente è uno degli obiettivi principali di Branca. In relazione alle tematiche della Qualità, l'azienda è estremamente attenta nel mantenere standard di qualità costante ed elevata, nel garantire attenzione ai clienti/consumatori raccogliendo le diverse richieste di informazioni, segnalazioni e lamentele e fornendo risposte adeguate.

La soddisfazione del consumatore finale e il coinvolgimento della comunità dei bartender sono infatti considerati elementi fondamentali e distintivi per la riconoscibilità dei marchi del portafoglio Branca rispetto ai principali competitor per la creazione di una relazione preferenziale con gli stakeholder rilevanti. In quest'ottica, le attività di comunicazione sviluppate dai singoli brand si basano sulla trasparenza e

sulla rilevanza dei contenuti, sul fornire elementi di differenziazione e unicità (es. Accademia Branca), sul valorizzare elementi comuni tra le marche e le comunità di cui fanno parte (es. la città di Milano, le bartladies, etc.).

Risulta sempre elevata, infatti, l'attenzione del Gruppo nel mettere a disposizione dei clienti/consumatori finali dei canali di comunicazione diretti, immediati e di facile reperibilità con le varie aziende (soluzioni web, mail, inviti a visite presso lo stabilimento ecc.).

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

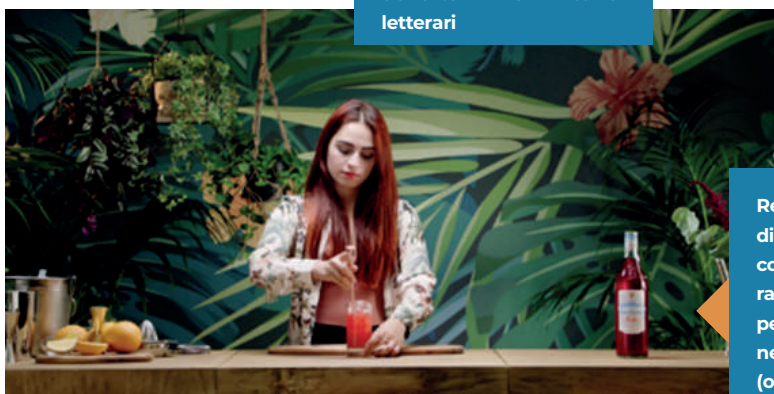
Tra le principali iniziative di comunicazione, relazione e coinvolgimento dei clienti, dei consumatori e, più in generale, degli stakeholder, realizzate nell'ultimo anno da Fratelli Branca Distillerie si evidenziano:



Creazione del cocktail "BrancaMilano" nel mese di aprile 2019, donato alla Città di Milano e la cui ricetta è stata consegnata al Sindaco Giuseppe Sala



Presenza del marchio Fernet-Branca in occasione della Milano Design Week 2019, durante la quale sono stati esposti pezzi originali (quadri, materiale di visibilità, etc) della collezione Branca nei bar e nei locali di Milano che offrivano il cocktail BrancaMilano. Il progetto ha visto anche la collaborazione degli studenti dell'Accademia di Brera nel raccontare e documentare l'evoluzione della vita e dell'arte nei caffè letterari



Realizzazione della campagna per il lancio di Carpano Botanic Bitter grazie al coinvolgimento di barladies nei video di racconto e nella preparazione dei cocktail, per supportare la comunità femminile nella categoria bartender (ottobre-dicembre 2019)

Creazione dell'“Accademia Branca”, un percorso di formazione di sei mesi, gratuito per il 2019, presso Branca Distillerie per supportare bartender di talento nel diventare bar manager. Nel corso vengono approfonditi argomenti non solitamente trattati in masterclass di questo tipo (dal conto economico di un cocktail e di un bar alle implicazioni della gestione di un bar a Milano piuttosto che a Londra o New York, dalle competenze per interpretare l'atmosfera e il mood dei clienti del locale a tecniche di yoga per controllare lo stress, dalla comunicazione digitale per promuovere sé stessi e il proprio bar all'importanza di creare comunità e sistema). Da maggio a dicembre 2019 il progetto ha consentito di formare 50 bartender in 2 sessioni



Sempre nel 2019, infine, è stata aggiornata e consolidata la procedura di gestione delle segnalazioni/non conformità esterne.



Prima edizione italiana dei Barback Games: inseriti nel contesto del Bar Show di Roma, il 23 e il 24 settembre 2019, i giochi targati Fernet-Branca hanno coinvolto più di 200 tra barback e bartender e un pubblico di circa 1.000 persone. Lanciati nel 2007, i barback games si sono tenuti per la prima volta a San Francisco diventando in poco tempo uno dei tour-bar più importanti al mondo. La competition prevede una serie di sfide alquanto rigorose. L'obiettivo è usare forza velocità e resistenza in modo che ogni barback possa dimostrare di essere cruciale per il funzionamento del locale. Durante la gara, infatti, i concorrenti mostrano le doti che tutte le sere permettono loro di garantire alla clientela il servizio costante, cocktail impeccabili e serate indimenticabili. I barback rappresentano un momento unico per nutrire, sviluppare e fidelizzare la community dei bartender e di tutto lo staff che lavora dietro al bancone.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

CUSTOMER
RELATIONSHIP
& SATISFACTION

Per quanto riguarda la società argentina, si segnala un importante ampliamento dei canali di comunicazione con i consumatori, che ha determinato anche un miglioramento della qualità dei prodotti consegnati ai clienti (nelle fasi di stoccaggio e distribuzione).

L'irrobustimento di tali canali ha infatti consentito l'instaurarsi di un confronto costruttivo con i consumatori che ha influito positivamente sullo sviluppo di nuovi prodotti (Brancamenta Ricetta Italiana, Sernova): in particolare, grazie ai numerosi sondaggi e test condotti su tutto il territorio nazionale, è stato possibile segnalare ed apportare numerosi miglioramenti o modifiche nella formulazione dei prodotti, portando in ultima istanza ad una più ampia e positiva accoglienza di questi ultimi da parte delle comunità di consumatori finali.

Di seguito una panoramica delle principali iniziative realizzate nel 2019 da Fratelli Branca Destilerías:



Anche in Argentina nel 2019 è stata lanciata l'Accademia Branca, il cui programma è stato illustrato alla Red House ai 70 bartender invitati. Il progetto consiste nella creazione di uno spazio di formazione permanente presso lo stabilimento di Tortuguitas, dove verranno scambiate conoscenze sui principali marchi Branca e saranno condivise esperienze e testimonianze di esperti nell'ambito della preparazione dei cocktail. Al termine dell'evento è stato presentato il primo ciclo di formazione che intende fornire ai bartender i migliori "strumenti" per il loro lavoro e creare uno spazio di crescita dove scambiare esperienze e conoscenze.



Per la prima volta nel 2019 Branca è stata presente al Festival musicale Lollapalooza, il più importante della Capitale Federale e dell'area Gran Buenos Aires e tra i più importanti al mondo. Il 29, 30 e 31 marzo Fernet Branca ha sviluppato, in uno spazio dedicato, esperienze e momenti unici di divertimento con diverse attività e sorprese, sempre indirizzate ad un pubblico di età superiore ai 18 anni, tra le quali montare un proprio DJ Set, vivere un'esperienza in realtà virtuale con laser o dedicarsi all'arte con graffiti digitali, ricevendo regali e omaggi.

Fernet-Branca è stato presente all'edizione 2019 del Rally WRC svoltosi a Cordoba dal 25 al 28 aprile, nella quale la tappa più famosa della corsa, la "Super Especial" è stata battezzata con il nome di "Fernet Branca". Al termine della competizione, durante la cerimonia di premiazione, il pilota e co-pilota del team vincitore hanno ottenuto il Trofeo Fernet-Branca (unico marchio che premia i vincitori), appositamente progettato per questo Rally. All'evento era presente anche il tendone Rallymania, dove gli amanti delle corse automobilistiche, in spazi dedicati, hanno avuto l'opportunità di gustare la tradizionale bevanda "Branca con Cola".

Fernet-Branca, inoltre, è stato lo sponsor ufficiale della MXGP Patagonia Argentina 2019, prima data del Campionato del Mondo di Motocross, sostenendo le attività sportive più estreme e rafforzando la fedeltà dei consumatori.

Branca ha partecipato il 9 e 10 febbraio al Cosquin Rock 2019, che si svolge sulle montagne di Cordoba, sviluppando una campagna a 360°, sotto la denominazione di "Paraíso Fernetista", che ha previsto attività di promozione sui social network, lotterie per la distribuzione di magliette a tema, una campagna di comunicazione su strada, bicchieri a tema venduti nei principali supermercati, oltre ad una forte presenza del brand all'evento negli spazi Fanatic VIP, nel Musicians Bar e con il Branca Truck.



Nell'ambito di un evento svoltosi nell'antica sede di una delle principali banche di Buenos Aires, è stata presentata nel 2019 la prima moneta Branca in Argentina, un oggetto da collezione, che rappresenta le icone della cultura argentina, conosciuto nella community degli appassionati dei marchi Branca in tutto il mondo e presente già in più di 20 Paesi.



La campagna di comunicazione Fernet-Branca Digital Media, la cui strategia si è basata su 3 pilastri – Ricetta; Lifestyle/Eventi; Heritage/Storia/Famiglia – ottenendo importanti risultati sui social in termini di interazioni e coinvolgimento, alla quale si aggiunge la campagna stampa per la promozione del vermouth Antica Formula, realizzata su importanti pubblicazioni e guide come New Yorker, Wired, Sports Illustrated, Vanity Fair, NYTimes Sunday Magazine, SF Chronicle Gift Guide, Chicago Tribune Gift Guide



Tales of the Cocktail

Branca ha partecipato all'importante congresso commerciale, in tre diversi eventi: Grab-and-Geaux cocktail breakout, Spirited Dinner, Tasting Room.

Bar Convent Brooklyn

Nell'evento Branca ha allestito uno stand al piano principale e sponsorizzato l'area cocktail di benvenuto (focalizzata sul Fernet-Branca). È stata inoltre distribuita una moneta a tema dedicata all'evento.

Camp Runamuck

Nell'edizione 2019 del camp che si tiene in Kentucky, Branca ha sponsorizzato un pranzo di reunion per i "Camp Runamuck Branca Campers", i partecipanti che alle precedenti edizioni erano stati ospiti del Fernet-Branca Camper.

Portland Cocktail Week Nel corso dell'evento Branca ha ospitato un Happy Hour e organizzato un field trip, una gita in cui i partecipanti si sono recati in prima persona a cercare ingredienti per preparare cena e cocktail.

BRANCA USA

Così come le altre società del Gruppo, Branca USA crede fortemente nel potere della comunicazione e nel rapporto con la propria clientela, studiando e monitorando periodicamente l'andamento del mercato statunitense per mantenere una qualità elevata e fornire un prezioso input alla sede centrale. Tra le principali iniziative realizzate nel 2019:

Il Branca Bar Tour - un'iniziativa per coinvolgere i consumatori facendo conoscere la storia e la magia dei prodotti Branca, anche tramite degustazioni – e i Branca Games, l'annuale competizione, tra le migliori del settore, giunta nel 2019 alla dodicesima edizione con oltre 2.000 bartender coinvolti e 12 diversi eventi regionali, oltre alle finali a San Francisco.



Speed Rack

Branca ha partecipato all'evento, una competizione nazionale di cocktail, che vede protagoniste le migliori bartenders, mettendole testa a testa a sfide a tempo, i cui ricavi vengono destinati a iniziative di educazione, prevenzione e ricerca sul cancro al seno. Per l'occasione Branca ha venduto monete a tema il cui ricavato è stato dato in beneficenza.





Le persone

*PROFILO, BENESSERE,
SALUTE E SICUREZZA
SUL LAVORO*

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

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

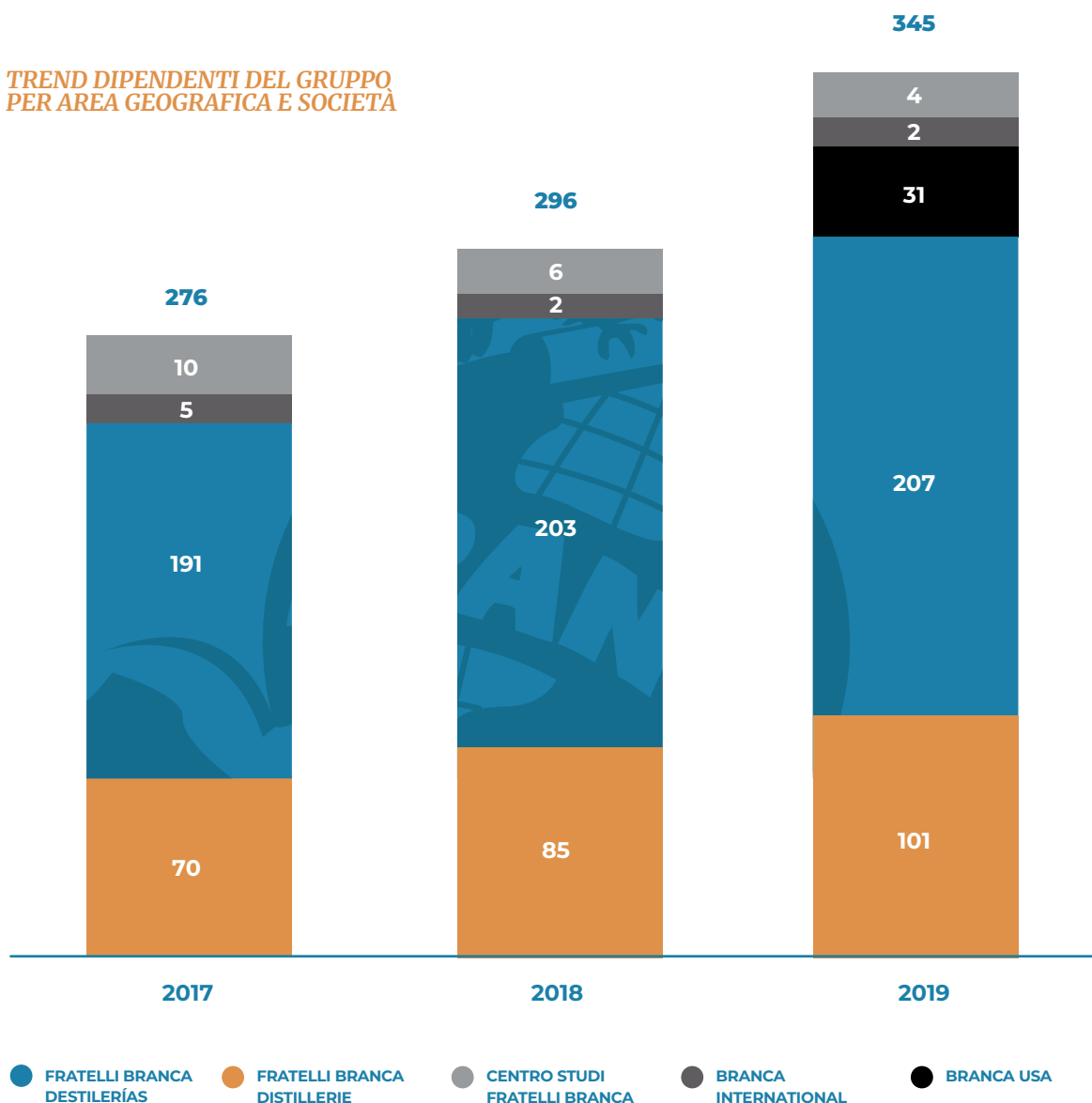
Profilo dei dipendenti del Gruppo

¹⁰ Nel totale sono inclusi i dipendenti delle società Fratelli Branca Distillerie Srl, Fratelli Branca Destilerías SA, Branca USA Inc, Centro Studi Fratelli Branca Srl e i dipendenti che sono assunti direttamente dalla Capogruppo Branca International SpA. Per semplicità, nei grafici e nelle tabelle non sono ripetute le ragioni sociali.

¹¹ Ai dipendenti delle società Centro Studi Fratelli Branca e Branca International si applicano contratti diversi da Fratelli Branca Distillerie, che prevedono ad esempio benefit differenti.

Al 31 dicembre 2019 i dipendenti complessivi del Gruppo Branca International sono **345¹⁰**, di cui il 98,0% assunti con contratto a tempo indeterminato. L'integrazione di 49 nuove risorse rispetto all'anno precedente è dovuta principalmente all'apertura della filiale statunitense, che alla fine del 2019 conta 31 dipendenti, nonché all'aumento delle risorse facenti parte di Fratelli Branca Distillerie¹¹ (+18,8% vs. 2018). Per quanto riguarda la composizione per genere, nel 2019 la presenza femminile rappresenta il 18,6% del totale organico, registrando una crescita del 68,4% rispetto all'anno precedente.

TREND DIPENDENTI DEL GRUPPO PER AREA GEOGRAFICA E SOCIETÀ



Nella tabella sottostante si riporta il numero dei dipendenti suddiviso per genere, tipologia di contratto (a tempo indeterminato e determinato) e area geografica/società:

NUMERO DI DIPENDENTI DEL GRUPPO SUDDIVISI PER GENERE, TIPOLOGIA DI CONTRATTO E SOCIETÀ	2017			2018			2019		
	T. INDET.	T. DET.	TOTALE	T. INDET.	T. DET.	TOTALE	T. INDET.	T. DET.	TOTALE
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	68	2	70	80	5	85	94	7	101
UOMINI	46	2	48	54	4	58	65	4	69
DONNE	22	0	22	26	1	27	29	3	32
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	191	0	191	203	0	203	207	0	207
UOMINI	183	0	183	196	0	196	195	0	195
DONNE	8	0	8	7	0	7	12	0	12
BRANCA USA	-	-	-	-	-	-	31	0	31
UOMINI	-	-	-	-	-	-	14	0	14
DONNE	-	-	-	-	-	-	17	0	17
BRANCA INTERNATIONAL	5	0	5	2	0	2	2	0	2
UOMINI	2	0	2	1	0	1	1	0	1
DONNE	3	0	3	1	0	1	1	0	1
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	10	0	10	6	0	6	4	0	4
UOMINI	4	0	4	3	0	3	2	0	2
DONNE	6	0	6	3	0	3	2	0	2
TOTALE	274	2	276	291	5	296	338	7	345
UOMINI	235	2	237	254	4	258	277	4	281
DONNE	39	0	39	37	1	38	61	3	64

Di seguito si presenta il quadro dei dipendenti suddivisi per categoria professionale e tipologia di impiego (full time e part-time) a livello consolidato.

NUMERO DI DIPENDENTI DEL GRUPPO PER GENERE E CATEGORIA PROFESSIONALE	2017			2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
DIRIGENTI	19	1	20	24	2	26	27	3	30
QUADRI	24	7	31	28	9	37	38	17	55
IMPIEGATI	91	27	118	104	23	127	113	40	153
OPERAI	103	4	107	102	4	106	103	4	107
TOTALE	237	39	276	258	38	296	281	64	345

NUMERO DI DIPENDENTI DEL GRUPPO PER GENERE E TIPOLOGIA DI IMPIEGO	2017			2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
FULL TIME	236	37	273	257	36	293	280	62	342
PART-TIME	1	2	3	1	2	3	1	2	3
TOTALE	237	39	276	258	38	296	281	64	345

Oltre ai dipendenti sopra indicati, ogni anno in F.lli Branca Distillerie e F.lli Branca Destilerías lavorano stagisti e lavoratori interinali/temporanei, di seguito riportati.

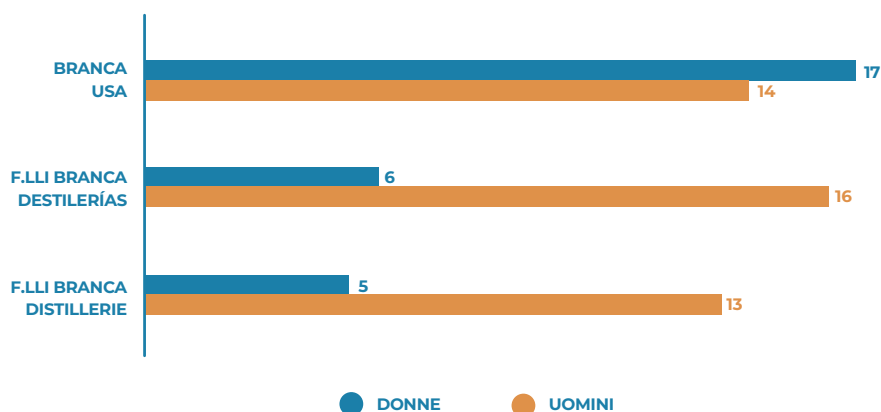
NUMERO DI LAVORATORI INTERINALI/ TEMPORANEI E IN STAGE DEL GRUPPO SUDDIVISI PER GENERE	2017			2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
STAGE	0	0	0	1	2	3	3	1	4
INTERINALI/ TEMPORANEI	2	0	2	15	3	18	14	4	18
TOTALE	2	0	2	16	5	21	17	5	22

Assunzioni e cessazioni¹²

Nel corso del 2019 si sono registrate 71 nuove assunzioni a fronte di 31 uscite. Con riferimento ai dipendenti assunti nel corso del 2019, si riporta nel grafico sottostante la suddivisione per genere. La maggior parte dei nuovi dipendenti appartiene alla fascia d'età compresa tra i 30 e i 50 anni (64,8%). I dipendenti assunti con età inferiore a 30 anni ed età superiore a 50 anni rappresentano, rispettivamente, il 22,5% e il 12,7% del totale. L'incremento del dato nel 2019 è riferibile ai nuovi assunti presso Fratelli Branca Distillerie, che ha portato avanti un rafforzamento dell'organico nelle aree marketing e commerciale a supporto della strategia di consolidamento del mercato italiano e dello sviluppo dell'export, e dai dipendenti di Branca USA, operativa dal 2019, che risultano tutti assunti nel corso dell'anno. Il turnover in entrata nel 2019 a livello di Gruppo è pari a 20,6%¹³.

¹² Nel numero di assunzioni e cessazioni e nel calcolo dei tassi di turnover non sono state considerate le cessioni contratto di dipendenti di Centro Studi Fratelli Branca e Branca International che sono confluiti in F.Lli Branca Distillerie. Eventuali differenze nel saldo tra dipendenti entrati e usciti e in forza nell'anno possono dipendere dai dipendenti con contratto cessionato e dalle modalità con cui i dati sono estratti dal sistema.

NUOVE ASSUNZIONI NEL 2019



¹³ Il tasso di turnover in entrata è pari al rapporto tra il numero di dipendenti in entrata e il totale organico al 31/12.

TASSO DI TURNOVER IN ENTRATA PER GENERE E SOCIETÀ DEL GRUPPO

	2017			2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	10,4%	9,1%	10,0%	6,9%	0,0%	4,7%	18,8%	15,6%	17,8%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	14,8%	0,0%	14,1%	11,7%	0,0%	11,3%	8,2%	50,0%	10,6%
BRANCA USA	-	-	-	-	-	-	100,00%	100,00%	100,00%
BRANCA INTERNATIONAL	50,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	50,0%	33,3%	40,0%	33,3%	33,3%	33,33%	0,0%	0,0%	0,0%
TOTALE	14,8%	10,3%	14,1%	10,9%	2,6%	9,8%	15,3%	43,8%	20,6%

Per quanto riguarda invece i dipendenti in uscita, il numero è sostanzialmente stabile rispetto agli anni precedenti, con un turnover in uscita che nel 2019 a livello di Gruppo risulta pari all'9,0%¹⁴

¹⁴ Il tasso di turnover in uscita è pari al rapporto tra il numero di dipendenti in uscita e il totale organico al 31/12.

**NUMERO DI DIPENDENTI
USCITI PER GENERE
E SOCIETÀ DEL GRUPPO**

	2017			2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	5	2	7	4	4	8	5	2	7
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	16	2	18	10	1	11	18	0	18
BRANCA USA	-	-	-	-	-	-	2	3	5
BRANCA INTERNATIONAL	2	0	2	0	2	2	0	0	0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	1	0	1	0	3	3	1	0	1
TOTALE	24	4	28	14	10	24	26	5	31

**TASSO DI TURNOVER
IN USCITA PER GENERE
E SOCIETÀ DEL GRUPPO**

	2017			2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	10,4%	9,1%	10,0%	6,9%	14,8%	9,4%	7,2%	6,3%	6,9%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	8,7%	25,0%	9,4%	5,1%	14,3%	5,4%	9,2%	0,0%	8,7%
BRANCA USA	-	-	-	-	-	-	14,3%	17,6%	16,1%
BRANCA INTERNATIONAL	100,00%	0,0%	40,0%	0,0%	200,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	25,0%	0,0%	10,0%	0,0%	100,0%	50,0%	50,0%	0,0%	25,0%
TOTALE	10,1%	10,3%	10,1%	5,4%	26,3%	8,1%	9,3%	7,8%	9,0%

¹⁵ Il tasso di turnover risulta superiore al 100% perché i dipendenti assunti direttamente dalla capogruppo sono in progressiva diminuzione negli anni e i dipendenti cessati nell'anno (es. donne cessate nel 2018) sono superiori al numero di dipendenti al 31/12 dello stesso anno (es. donne in forza al 31/12/18).

Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro

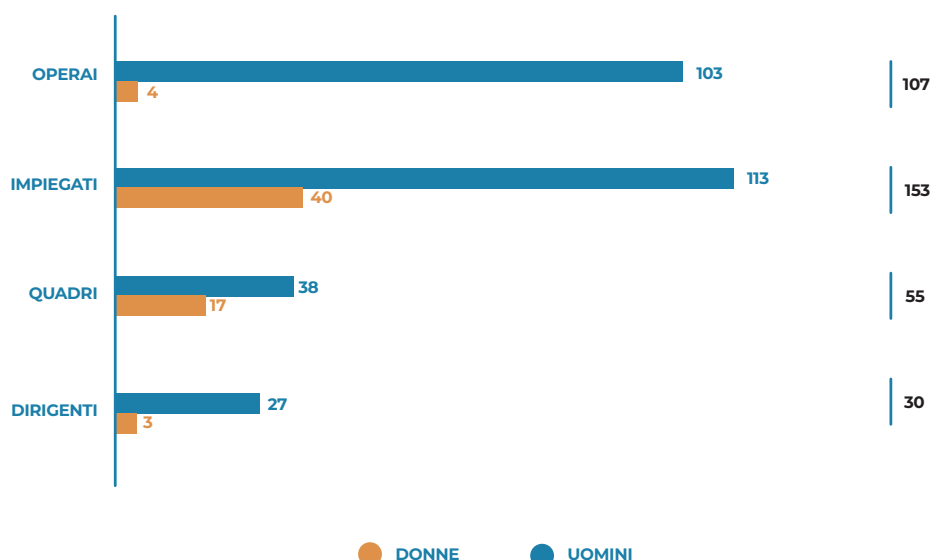
Come esplicitato nel Codice Etico, il Gruppo riconosce la centralità delle persone impiegate a tutti i livelli quali protagoniste indispensabili per il raggiungimento degli obiettivi aziendali e si impegna conseguentemente a valorizzare e sviluppare il proprio capitale umano, inteso quale fine e non come un mezzo.

Il Gruppo, avendo sedi e stabilimenti non solo in Italia ma anche in altri Paesi del mondo, e operando in quasi tutti i mercati internazionali, ritiene che l'apporto di personale di diversa nazionalità e cultura costituisca un fattore di arricchimento e di crescita per il Gruppo stesso. Branca International rifiuta ogni forma di discriminazione, in particolare per motivi di razza, genere, età, nazionalità, religione e convinzioni personali o politiche, impegnandosi a garantire pari opportunità nel lavoro e nell'avanzamento professionale. Pertanto, le politiche di assunzione, la formazione, la retribuzione, le promozioni, i trasferimenti e la cessazione del rapporto di lavoro con i dipendenti sono concepiti in modo da escludere qualsiasi motivazione discriminatoria.

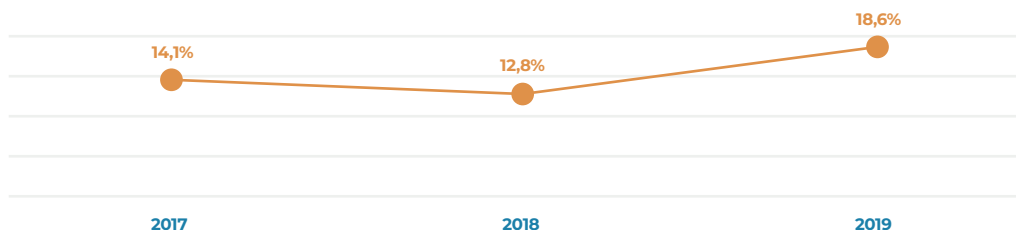
Nel 2019, la presenza femminile nel Gruppo è cresciuta di oltre cinque punti percentuali rispetto all'anno precedente, passando dall'12,8% al 18,6%. Tale aumento è dovuto in particolare alla costituzione di Branca USA, che vede una quota di donne sul totale dei dipendenti pari al 54,8%. Relativamente alla tipologia di mansioni svolte, si segnala una presenza femminile più limitata tra gli operai.

Per il dettaglio della presenza femminile per società del Gruppo si rimanda alla tabella presente in appendice.

NUMERO DI DIPENDENTI SUDDIVISO PER GENERE E CATEGORIA PROFESSIONALE – 2019



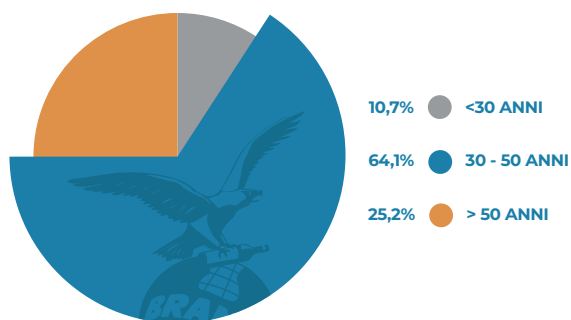
TREND PERCENTUALE DIPENDENTI DONNA



DIPENDENTI DEL GRUPPO PER FASCE D'ETÀ - 2019

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

Per quanto riguarda l'età anagrafica dei dipendenti, la fascia d'età ¹⁶ più numerosa del Gruppo nel 2019 è quella compresa tra 30 e 50 anni (221 risorse, pari al 64,1% dell'organico totale). Le percentuali di dipendenti con età inferiore a 30 anni e maggiore di 50 sono pari, rispettivamente, al 10,7% e 25,2%.



NUMERO DI DIPENDENTI SUDDIVISO PER GENERE, CATEGORIA PROFESSIONALE E FASCE D'ETÀ AL 31/12/2019

	2017			2018			2019			TOTALE GRUPPO 2019
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	
DIRIGENTI	0	0	0	10	3	13	17	0	17	30
QUADRI	0	0	0	27	14	41	11	3	14	55
IMPIEGATI	23	6	29	67	26	93	23	8	31	153
OPERAI	8	0	8	72	2	74	23	2	25	107
TOTALE	31	6	37	176	45	221	74	13	87	345

In tema di iniziative a favore della diversity, Fratelli Branca Destilerías ha collaborato nel corso del 2019 con quattro enti non governativi che si dedicano al miglioramento della qualità della vita delle famiglie in condizioni di vulnerabilità. La filiale argentina ha lavorato anche con fondazioni che hanno la missione di promuovere le pari opportunità educative attraverso programmi che promuovono l'inclusione scolastica e migliorano la qualità dell'istruzione per bambini e giovani provenienti da famiglie con scarse risorse economiche.

Nel complesso tutte le società del Gruppo, inclusa Branca USA operativa dal 2019, applicano il medesimo Codice Etico, che riporta valori e principi sfidanti in materia di inclusione, diritti umani, pari opportunità e non violenza.

Relazioni industriali

Branca ha instaurato un dialogo costruttivo con i sindacati e con le rappresentanze dei lavoratori nell'ottica di soddisfare pienamente le esigenze dei propri stakeholder. Nel 2019 tutti i dipendenti di Fratelli Branca Distillerie, Branca International e del Centro Studi Fratelli Branca sono stati assunti nell'ambito del CCNL di riferimento. Per quanto riguarda Fratelli Branca Destilerías, si segnala che circa il 45% dei dipendenti è tutelato da accordi sindacali¹⁷.

¹⁷ L'indicatore risulta non applicabile per Branca USA

PERCENTUALE DEI DIPENDENTI COPERTI DA ACCORDI DI CONTRATTAZIONE COLLETTIVA	2017	2018	2019
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	100%	100%	100%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	50%	46,3%	45,4%
BRANCA INTERNATIONAL	100%	100%	100%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	100%	100%	100%

REMUNERAZIONE

Il Gruppo adotta una politica di remunerazione volta a motivare e a trattenere in azienda le persone che si ritiene siano in possesso delle qualità professionali necessarie richieste.

In appendice sono riportati i dati di dettaglio relativi al gender pay gap, ossia alla parità di genere nel rapporto del valore medio dello stipendio base e della retribuzione totale fra i dipendenti donna e uomo.

Con riferimento a Fratelli Branca Distillerie, Fratelli Branca Destilerías e Branca USA, il rapporto¹⁸ tra lo stipendio base percepito in media dalle lavoratrici donne rispetto alla remunerazione

degli uomini con la stessa mansione è sempre superiore all'81% per le categorie di quadri, impiegati e operai. Con riferimento alla retribuzione totale, invece, sempre per le categorie prima indicate, nel 2019 il rapporto risulta superiore all'86%.

Per stipendio base si intende l'importo fisso minimo corrisposto a un dipendente per l'esecuzione delle mansioni che gli sono state assegnate escludendo qualsiasi remunerazione aggiuntiva come il pagamento di straordinari o bonus. La retribuzione totale comprende invece sia lo stipendio base sia gli importi aggiuntivi quali quelli basati sugli anni di servizio, bonus

in contanti e titoli azionari (azioni e quote), benefit, straordinari, tempo dovuto e qualsiasi abbuono aggiuntivo tra cui spese di viaggio, vitto e alloggio e contributi per cura dei figli.

A fine 2018, con il supporto di società di consulenza specializzate, è stata avviata a livello di Gruppo una mappatura delle posizioni e dei ruoli finalizzata a confrontare le retribuzioni con il mercato. Tale analisi di benchmarking è stata condotta con riferimento al mercato generale per alcuni ruoli e ad aziende del settore per ruoli più specifici.

¹⁸ Il rapporto viene calcolato dividendo il valore medio dello stipendio base o della retribuzione totale percepita dalle dipendenti donne per il valore medio dello stipendio base o della retribuzione totale percepita dai dipendenti uomini, per ciascuna categoria professionale.

Sviluppo del capitale umano e formazione

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

Il Gruppo promuove lo sviluppo delle competenze dei propri collaboratori attraverso la valutazione delle competenze manageriali, percorsi di coaching e di skill coaching individuali, piani di sviluppo individuali finalizzati all'attribuzione di ruoli di maggiore responsabilità destinati al management e politiche di merito basate sul mercato.

Branca ha attivato o pianificato in tutte le sue sedi programmi di formazione mirati alla crescita professionale e personale, con l'obiettivo di valorizzare le capacità e competenze dei propri collaboratori. Come si evince nella tabella sottostante, il numero di ore di formazione erogate ai dipendenti di Fratelli Branca Distillerie e Fratelli Branca Destilerías è progressivamente aumentato nel triennio 2017-2019, soprattutto presso lo stabilimento argentino. Fratelli Branca Distillerie dal 2019 ha introdotto lo skill coaching come metodologia di formazione individuale finalizzata al potenziamento delle capacità da migliorare, nell'ambito dei percorsi di sviluppo dei talen-

ti. Per quanto riguarda invece Fratelli Branca Destilerías, a partire dal 2018 è stato avviato un piano di formazione che prevede corsi di induction per i neoassunti, corsi di formazione relativi a salute e sicurezza e igiene, corsi tecnico-specialistici. L'azienda argentina sta lavorando inoltre ad un progetto per digitalizzare e sistematizzare gran parte delle attività di formazione e monitoraggio attraverso una piattaforma web (dal 2020 anche l'azienda italiana lavorerà su un Progetto di digitalizzazione delle attività di formazione per lo sviluppo delle "core-competencies", collegata al Sistema di performance management quale strumento di individuazione dei fabbisogni formativi).

La neonata Branca USA ha programmato attività di formazione a partire dal 2020.

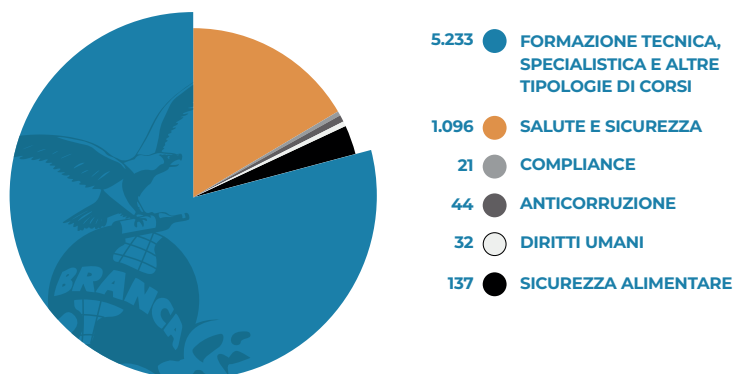
A livello di Gruppo, le ore totali di formazione erogate nel corso del 2019 sono state 6.563, il 16,2% in più rispetto al 2018, a riconferma della crescente attenzione del Gruppo nei confronti dei propri collaboratori e della loro crescita personale e professionale. I dati 2017 risultano più bassi degli altri anni e meno significativi in termini di comparabilità poiché non sono disponibili i dati relativi a F.lli Branca Destilerías¹⁹.

¹⁹ Il dettaglio delle ore complessivamente erogate e del numero di dipendenti coinvolti nella formazione è disponibile in appendice. Il numero limitato di ore di formazione erogate ai dipendenti di Branca International e del Centro Studi Fratelli Branca è conseguenza del numero limitato di dipendenti e del fatto che la formazione in ambito salute e sicurezza può essere ciclica e non ripetersi ogni anno per gli stessi dipendenti.

ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER DIPENDENTE PER GENERE E SOCIETÀ DEL GRUPPO	2017			2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	5,8	7,5	6,3	2,8	3,5	3,0	6,1	4,4	5,6
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	N.D.	N.D.	N.D.	27,0	12,9	26,5	30,2	8,5	28,9
BRANCA INTERNATIONAL	2,0	4,0	3,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	2,0	0,7	1,2	0,0	1,3	0,7	8,0	0,0	4,0
TOTALE	1,2	4,6	1,7	21,2	5,0	19,1	22,5	3,8	19,0

Durante il triennio 2017-2019, a livello di Gruppo, Branca si è focalizzata prevalentemente sulle seguenti aree di formazione strategica:

- Corsi tecnico-specialistici.
- Salute e Sicurezza sul Lavoro.
- Compliance.
- Sicurezza Alimentare.
- Anticorruzione.
- Diritti umani.
- Skill coaching e mappe mentali.
- Yoga, mindfulness, meditazione e altri.



Nello specifico, è possibile aggiungere che, nel corso del 2019, Fratelli Branca Destilerías ha rivolto una particolare attenzione alla formazione dei dipendenti in tema di salute e sicurezza sul lavoro e in ambito tecnico-specialistico. Di seguito sono riportati tutti i corsi che l'azienda ha realizzato per i suoi dipendenti nell'anno:

- **Training SSMA (Salud, Seguridad y Medio Ambiente).**
- **Uso corretto degli elementi di protezione personale.**
- **Piano di evacuazione d'emergenza;**
- **Rischio di incendio e corretto utilizzo degli estintori.**
- **Rischio elettrico.**
- **Corretto utilizzo dei carrelli elevatori.**
- **Sollevamento manuale dei carichi.**
- **Atmosfere esplosive.**
- **Standard LOTO.**
- **Permessi di lavoro.**
- **GHS (Globally Harmonized System of Classification and Labelling of Chemicals).**
- **HIV/AIDS e altre malattie sessualmente trasmissibili.**
- **Abuso di droghe.**
- **Vita sana.**
- **Pronto soccorso e rianimazione cardiopolmonare.**
- **Prevenzione cardiovascolare.**
- **Effetti del tabacco sulla salute.**

VALUTAZIONE PERIODICA DELLE PERFORMANCE

Nel 2019 Fratelli Branca Destilerías ha avviato per la prima volta un processo di valutazione delle performance che ha coinvolto la totalità dei dirigenti e dei quadri, pari rispettivamente a 16 e 22 persone. Tale valutazione coinvolge anche i dirigenti assunti dalla Capogruppo Branca International. Nello stesso anno, il processo di valutazione delle performance di Fratelli Branca Destilerías

che fino al 2018, come in Italia, riguardava soltanto le categorie di quadri e dirigenti, ha coinvolto invece, per la prima volta, il 100% dei dipendenti. Anche Branca USA ha avviato un percorso di valutazione periodica delle performance, rivolto alla totalità dei dipendenti.

Salute e sicurezza sul lavoro

20 Anche nelle società Branca International e Centro Studi Fratelli Branca, non presenti nelle successive viste di dettaglio, non si sono verificati infortuni nel periodo di rendicontazione.

Come già evidenziato in relazione alle attività di formazione previste per i dipendenti, la creazione e il mantenimento di un ambiente di lavoro sicuro per la salute e il benessere di tutte le persone è un aspetto fondamentale per il Gruppo Branca International²⁰.

La salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro sono infatti tra i temi più complessi per la sostenibilità di un'azienda e nonostante i risultati siano velocemente sintetizzabili attraverso semplici indicatori, i fattori che li determinano sono numerosi e richiedono la gestione integrata e coordinata di diversi aspetti quali l'organizzazione del lavoro, la gestione dei rischi, lo stato degli impianti, la gestione dei processi produttivi, la formazione delle persone, le politiche di prevenzione e la stessa cultura aziendale.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Consapevole che la performance in termini di tutela della salute e sicurezza rappresenti uno degli indicatori di buona gestione aziendale nel suo complesso, a partire dal 2010 Fratelli Branca Distillerie, si è dotata di un sistema di gestione salute e sicurezza certificato secondo la norma OHSAS 18001 riconosciuta dal D.lgs 81/08.

A giugno 2019 l'azienda, classificata come Azienda Rischio Incidente Rilevante ai sensi del D.lgs 105/15 (Direttiva Seveso), ha migrato il proprio Sistema di Gestione della Sicurezza e salute nei luoghi di lavoro, ottenendo la Certificazione di conformità secondo la norma ISO 45001.

Tale sistema si estende e si applica a tutti i processi e le attività di Fratelli Branca Distillerie, come il marketing, il commerciale, la logistica, le risorse umane, la manutenzione, gli acquisti, i processi di sistema, oltre che ai processi in insourcing di laboratorio, ricerca e sviluppo, pulizie e sanificazione,

nonché al processo in outsourcing di repacking-copacking.

Fratelli Branca Distillerie esplicita il proprio impegno - in conformità alla legislazione e regolamentazione vigente - e la propria sensibilità alle tematiche di salvaguardia dell'ambiente e di sicurezza, prevenzione, controllo e riduzione degli incidenti rilevanti sui luoghi di lavoro, definendo specifici piani di attività volti ad un miglioramento continuo attraverso la definizione, il controllo ed il riesame degli obiettivi.

In azienda è altresì in essere un Sistema di Gestione Integrato Ambiente - Sicurezza e Salute nei luoghi di lavoro.

La società si impegna dunque a garantire la partecipazione ed il coinvolgimento dei lavoratori in tutte le fasi del sistema di gestione integrato, rendendo sempre disponibili tutte le informazioni per la consultazione. A questo riguardo, nello stabilimento italiano sono state redatte ed espo-

ste in più punti la Politica Ambientale, la Politica di Sicurezza e Salute sui luoghi di lavoro e la Politica di Prevenzione Incidenti Rilevanti, nelle quali sono definiti gli obiettivi aziendali nei diversi ambiti.

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

Per ogni aspetto in merito

alla salute e sicurezza sul lavoro, si segnala una consultazione del Medico Competente, nonché una fornitura costante durante tutto l'anno di dispositivi di protezione individuali (DPI) ai dipendenti che ne abbiano bisogno in base alla mansione svolta.

Per quanto riguarda gli aspetti legati alla formazione, oltre a quella eseguita all'atto dell'assunzione, entro i termini previsti dalla

normativa, Branca prevede un programma di aggiornamenti periodici. Il Piano di formazione viene redatto e approvato annualmente, con contenuti inerenti agli aspetti ambientali e di sicurezza.

L'aspetto della formazione risulta fortemente collegato a quello della sensibilizzazione del personale sui suddetti temi, per aumentare la consapevolezza e l'importanza di tutti i ruoli all'inter-

no dell'organizzazione.

I diversi impegni assunti in questo ambito permettono di garantire ottimi risultati in tema di sicurezza sul lavoro. Come emerge infatti dalla tabella sotto riportata, nel triennio in esame, Fratelli Branca Distillerie ha registrato due soli infortuni sul luogo di lavoro, uno nel 2017 e uno nel 2019.

INDICI INFORTUNISTICI (FRATELLI BRANCA DISTILLERIE)	2017	2018	2019
NUMERO DI INFORTUNI²¹	1	0	1
INDICE DI FREQUENZA²²	7,58	0,00	5,98

²¹ Si specifica che gli indici infortunistici dell'Italia sono stati calcolati escludendo gli infortuni in itinere. Gli infortuni in itinere registrati nel triennio sono 3 nel 2017 e 0 negli altri anni.

²² (Numero infortuni con assenza maggiore di tre giorni / numero di ore lavorate) x 1.000.000.

Sul tema della salute dei dipendenti, la società effettua un monitoraggio costante dei rischi derivanti dalle mansioni svolte e si impegna ad implementare ogni attività necessaria al fine della tutela della salute del personale, tra cui un aggiornamento annuale della valutazione del rischio stress-lavoro correlato, con analisi dei dati oggettivi (c.d. "eventi sentinella").

Fratelli Branca Distillerie identifica e aggiorna regolarmente i propri obiettivi in termini di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, in linea con la politica gestionale che prevede un miglioramento continuo del presidio di questi temi e la definizione di una serie di impegni.

Tra questi:

- **Garantire l'aggiornamento continuo del Sistema di Gestione della Sicurezza che definisce, all'interno dell'organizzazione, ruoli, compiti, responsabilità e strumenti atti alla prevenzione dei rischi, applicando un metodo di Risk Based Thinking.**
- **Assicurare che siano disponibili le risorse necessarie per stabilire, attuare, mantenere e migliorare il sistema di gestione integrato.**
- **Prevenire gli infortuni e le malattie professionali attraverso la valutazione dei rischi specifici per attività e per processo.**
- **Mantenere aggiornato il piano di emergenza interna e promuoverne la divulgazione ai lavoratori e alle altre parti interessate.**
- **Identificare le strumentazioni necessarie per l'efficace gestione, il controllo delle prestazioni e la revisione del Sistema di Sicurezza.**
- **Favorire l'attività di informazione, formazione e addestramento sui rischi connessi all'attività svolta e promuovere la sensibilità dei dipendenti, ad ogni livello, relativamente alla tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro, ed una corretta applicazione delle procedure di prevenzione dei rischi di incidenti rilevanti.**
- **Diffondere gli obiettivi del sistema di sicurezza e salute e i relativi programmi di attuazione attraverso il coinvolgimento del personale e la consultazione del Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza.**
- **Monitorare le attività di controllo operativo sugli impianti, le attrezzature e le procedure di manutenzione, ai fini della prevenzione dei rischi per la sicurezza dei lavoratori e la prevenzione dei rischi da incidente.**
- **Pianificare interventi e gestione degli impianti e delle attrezzature, in caso di modifiche che possano avere ripercussioni sulla sicurezza e la prevenzione dei rischi.**
- **Sviluppare e promuovere una cultura, all'interno dell'organizzazione, che assicuri efficacia ed efficienza del sistema.**

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Nel 2019, come emerge dalla tabella riportata di seguito, Fratelli Branca Destilerías ha invece registrato un solo infortunio, in diminuzione di un'unità rispetto all'anno precedente. Si segnala inoltre una diminuzione costante del tasso relativo agli indici infortunistici nel triennio 2017-2019: 2,17 nell'ultimo anno di rendicontazione (2019) rispetto al 4,73 dell'anno precedente.

INDICI INFORTUNISTICI
(FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS)

	2017	2018	2019
NUMERO DI INFORTUNI²³	4	2	1
INDICE DI FREQUENZA²⁴	10,38	4,73	2,17

²³ Si specifica che gli indici infortunistici dell'Argentina sono stati calcolati escludendo gli infortuni in itinere.

²⁴ (Numero infortuni con assenza maggiore di tre giorni / numero di ore lavorate) x 1.000.000.

In linea con la gestione delle tematiche di salute e sicurezza del Gruppo Branca, anche il sistema di gestione di salute e sicurezza di Fratelli Branca Destilerías risulta allineato alle linee guida della norma OHSAS 18001 nonché conforme alle normative locali vigenti. Nel corso del 2019 è stata infatti completata la rilevazione annuale degli agenti di rischio per assicurare la sicurezza e il benessere delle persone, considerati come priorità assoluta dell'azienda, così come del Gruppo.

Nella stessa ottica migliorativa che caratterizza da tempo l'operato di Branca, l'azienda argentina nell'ultimo anno ha lavorato ad uno standard basato su criteri internazionali per l'identificazione, la classificazione dei pericoli e rischi e per l'investigazione degli incidenti, utilizzando una matrice dei rischi ad hoc che permetta di valutare il livello di rischio riscontrato. In particolare, è stata condotta, tramite l'ausilio di un reparto medico e ricorrendo ad un'analisi delle cause alla radice, una valutazione puntuale dei rischi legati alle atmosfere esplosive e alla sicurezza delle macchine nei cicli produttivi.

La società, a riguardo, dispone di un team di professionisti incaricati del servizio di salute e sicurezza e del supporto di una figura specializzata sui rischi professionali e la loro prevenzione. Per tutti gli eventi che hanno avuto un impatto significativo, un comitato ha valutato la situazione e ha adottato puntuali azioni correttive e di mitigazione. Tra le più rilevanti identificate nel corso del 2019, si possono citare una riprogettazione del traffico degli autocarri presso lo stabilimento, il miglioramento delle protezioni di sicurezza dei macchinari (effettuato grazie all'aggiornamento delle mappe di sicurezza di tutte le macchine), l'implementazione di uno standard LOTO ("Lock Out, Tag Out") e di un programma di sicurezza comportamentale, nonché l'individuazione di barriere fisiche tra i pedoni e i veicoli industriali che permettano un distanziamento di almeno tre metri di sicurezza, riducendo il rischio di infortuni sul lavoro.

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

- Servizio medico in outsourcing (per un totale di 12 ore complessive a settimana) fornito da un medico del lavoro direttamente in azienda.
- Copertura medica per tutti i dipendenti, insieme all'assicurazione sulla vita ed alla previsione di una campagna gratuita di vaccinazione antinfluenzale per tutte le famiglie.
- Possibilità di usufruire di pasti sani all'interno della mensa aziendale.
- Nutrizionista aziendale a disposizione dei dipendenti per seguirli nella scelta di piani alimentari che più si adattino alle proprie esigenze.
- Promozione della partecipazione dei dipendenti alle tematiche di salute e sicurezza tramite corsi di formazione specifici e attraverso modalità di comunicazione che coinvolgono molteplici strumenti (cartelloni fisici, cartelloni elettronici, e-mail, intranet aziendale).
- Previsione di un comitato misto per la salute e la sicurezza, conforme alle normative vigenti, al quale partecipano i rappresentanti dei lavoratori (sindacati). Tale comitato si riunisce mensilmente e registra tutte le riunioni all'interno di appositi verbali.
- Organizzazione di riunioni semestrali relative al sistema di gestione della salute e sicurezza insieme a tutte le aree operative aziendali.

Branca USA nel 2019 non ha registrato alcun infortunio e, in generale, in nessuna delle società del Gruppo Branca nel triennio si sono registrati infortuni sul lavoro mortali, né casi di malattie professionali.

Benessere dei dipendenti

Branca crede fortemente nel benessere delle proprie risorse e nell'equilibrio tra lavoro e vita privata. Tra le principali iniziative di welfare condotte da Fratelli Branca Distillerie si distinguono i seguenti benefit e agevolazioni:

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

BENEFIT CORPORATE

- Carte di credito corporate
- Cellulari aziendali
- Parco auto aziendale
- CRAL aziendale

SOSTEGNO ALLA FAMIGLIA

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

SOSTEGNO ALLA SALUTE

- Assistenza sanitaria integrata
- Polizza infortuni professionali ed extraprofessionali per alcune categorie di dipendenti

ALTRE INIZIATIVE

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

Come già citato nel paragrafo sulla formazione, si sottolinea anche nell'ambito delle iniziative per il benessere delle persone l'importanza dei corsi di yoga, riservati a tutti i dipendenti, che, oltre ad essere un ambito di formazione solitamente non presente nelle aziende, rappresentano uno stimolo alla ricerca e al perseguimento del benessere psicofisico anche nell'ambito lavorativo, da sempre in Branca elemento fondante del patrimonio culturale e valoriale, in coerenza con l'idea che l'azienda sia un organismo vivente dove ognuno può utilizzare al meglio le proprie capacità e contribuire ad un progetto comune.

Si segnala inoltre l'ottenimento da parte della Fratelli Branca Distillerie, nell'ottobre 2017, del certificato BSCI - Business Social Compliance Initiative, un riconoscimento che testimonia l'impegno aziendale affinché vi siano condizioni di lavoro dignitose e sia rispettata l'uguaglianza di genere.

Le società che aderiscono al BSCI si impegnano ad attuare nella propria catena di fornitura i valori e principi stabiliti nel Codice di Condotta, ispirandosi ai seguenti valori: miglioramento continuo, collaborazione e empowerment, e a garantire il rispetto dei seguenti principi: libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva, non discriminazione, retribuzione adeguata, orari di lavoro ragionevoli, protezione dei lavoratori, divieto di lavoro infantile, divieto di lavoro forzato, tutela ambientale, commercio etico.

Le aziende commerciali che adottano il Codice Etico devono in sostanza rispettare i principi

stabiliti nel documento e ottemperare alla propria responsabilità per il rispetto dei diritti dell'uomo nella propria sfera d'influenza. Tale codice si basa su convenzioni internazionali come la Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo, le linee guida sui diritti dei minori e l'azione imprenditoriale, le linee guida delle Nazioni Unite "Economia e Diritti dell'Uomo", le linee guida dell'OCSE, nonché il Global Compact delle Nazioni Unite e le convenzioni e raccomandazioni dell'ILO (Organizzazione Internazionale del Lavoro), fondamentali per il miglioramento delle condizioni di lavoro nella catena di fornitura.

Nel 2018 Fratelli Branca Destilerías ha invece definito i tre pilastri sui quali è basata l'intera strategia aziendale: benessere dei dipendenti, tutela dell'ambiente e sviluppo sociale nelle aree geografiche in cui opera. L'84% dei dipendenti nel 2019 ha dichiarato di essere soddisfatto dei benefit e delle agevolazioni messi a loro disposizione, tra i quali si segnalano ad esempio la copertura assicurativa, il vaccino antinfluenzale, la mensa, le tariffe agevolate per i trasporti, l'assistenza sanitaria, regali di Natale.

Si aggiungono inoltre specifiche iniziative per i figli dei dipendenti, quali: il rimborso per la partecipazione a colonie estive, il rimborso sull'acquisto di libri per la scuola media inferiore per favorire l'istruzione, bonus per la promozione dei figli frequentanti le scuole medie superiori e per la promozione di chi ha sostenuto gli esami di maturità, un premio per gli esami universitari sostenuti nell'anno dai figli per il conseguimento della laurea. Di seguito alcuni dati delle iniziative realizzate nel 2019.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

SOSTEGNO ALLA FAMIGLIA

- **Giorno della famiglia, organizzato per far conoscere alle famiglie strutture e luoghi di lavoro dei dipendenti (oltre 35 famiglie e 120 persone coinvolte nel 2019)**
- **Festa dei bambini, una giornata dedicata ai figli dei dipendenti fino a 12 anni, nella quale viene donato un piccolo regalo (170 regali donati nel 2019)**
- **Materiale scolastico zaini omaggio per i figli dei dipendenti (oltre 170 zaini forniti a più di 90 famiglie nel 2019)**

SOSTEGNO ALLA SALUTE

- **Nutrizione: assistenza di un nutrizionista per le domande dei dipendenti che desiderano e/o hanno bisogno di supporto. Presenza nella mensa aziendale di cibi scelti per una dieta sana**
- **Controllo medico annuale: controlli sanitari per i dipendenti tramite il medico aziendale**
- **Vaccinazione per l'influenza: in linea con il calendario ufficiale della sanità pubblica, viene sviluppato il programma di vaccinazione per il personale e le loro famiglie (oltre 100 dosi somministrate nel 2019)**

BRANCA USA

Con riferimento a Branca USA, l'azienda, nata nel 2019, ha stretto una partnership con un'organizzazione (Professional Employment Organization) che si occupa di fornire ai dipendenti una copertura sanitaria a prezzi vantaggiosi per i dipendenti e le proprie famiglie.



L'ambiente

*BUSINESS SOSTENIBILE
E MITIGAZIONE DEGLI
IMPATTI*

L'uso responsabile delle risorse

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

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

L'attenzione verso queste tematiche viene perseguita tramite la definizione di opportuni piani di azione che prevedono l'implementazione di specifiche attività. La definizione di obiettivi puntuali e misurabili, il monitoraggio e il controllo dei progressi raggiunti, nonché l'aggiornamento periodico di tali obiettivi, rientrano nell'ambito di un processo di

miglioramento continuo definito per l'ottimizzazione delle proprie attività, a prescindere da qualsiasi vincolo normativo.

L'impegno a favore dell'ambiente assume per Branca un significato particolare, che va oltre la gestione dell'impatto diretto dell'organizzazione sull'ecosistema: il concreto e qualificato contributo che il Gruppo intende offrire allo sviluppo sostenibile si traduce infatti nella possibilità di attivare processi di promozione e diffusione dei valori e dei comportamenti corretti sotto il profilo ambientale da parte dei propri interlocutori.

Entrambe le società, Fratelli Branca Distillerie S.r.l. e Fratelli Branca Destilerías SA, per consentire una gestione organica degli aspetti ambientali, hanno adottato un sistema di gestione dell'ambiente secondo la norma ISO 14001. Tale sistema, rinnovato negli anni, consente di controllare, coordinare e migliorare tutti gli aspetti ambientali legati alle attività industriali - tra cui la gestione dei consumi energetici, le emissioni in atmosfera, l'uso efficiente delle risorse idriche e la gestione di rifiuti e scarichi. In linea con il proprio impegno a favore dell'ambiente, Fratelli Branca Distillerie ha deciso di aderire anche al Regolamento CE n.

1221/2009 EMAS, che prevede un sistema di certificazione che riconosce a livello europeo il raggiungimento di risultati di eccellenza nel miglioramento ambientale. L'ottenimento di questa certificazione a dicembre 2011 e l'iscrizione di Fratelli Branca Distillerie nel Registro Europeo delle imprese EMAS testimoniano l'impegno della società verso una gestione ottimale delle risorse e il miglioramento continuo delle proprie prestazioni ambientali.

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



Consumi energetici²⁵

²⁵ Per la conversione in GJ dei consumi si è fatto riferimento ai fattori resi disponibili dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy del Regno Unito (UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting), fogli Conversions e Fuel properties.

Branca si impegna nel gestire responsabilmente le proprie attività per ridurre l'impatto ambientale delle proprie operations e dei prodotti durante tutto il loro ciclo di vita. Sebbene il Gruppo non sia un'azienda ad alta intensità energetica, si impegna ugualmente, da sempre, nella tutela delle risorse naturali mirando alla progressiva riduzione dei consumi energetici, in particolare i consumi di energia elettrica e gas naturale che rappresentano la quasi totalità dei consumi e sono le fonti energetiche più utilizzate presso i siti produttivi in Italia e Argentina.

CONSUMI ENERGETICI CONSOLIDATO	2017	2018	2019
GAS NATURALE (GJ)	13.464	14.457	10.987
ENERGIA ELETTRICA (GJ)	15.441	16.286	14.657
BENZINA (GJ)	-	-	1.223
TOTALE (GJ)	28.905	30.743	26.867
PRODUZIONE TOTALE ANNO (t)²⁶	64.096	59.214	54.789
INTENSITÀ ENERGETICA (GJ/TONNELLATE DI PRODOTTO)	0,45	0,52	0,49

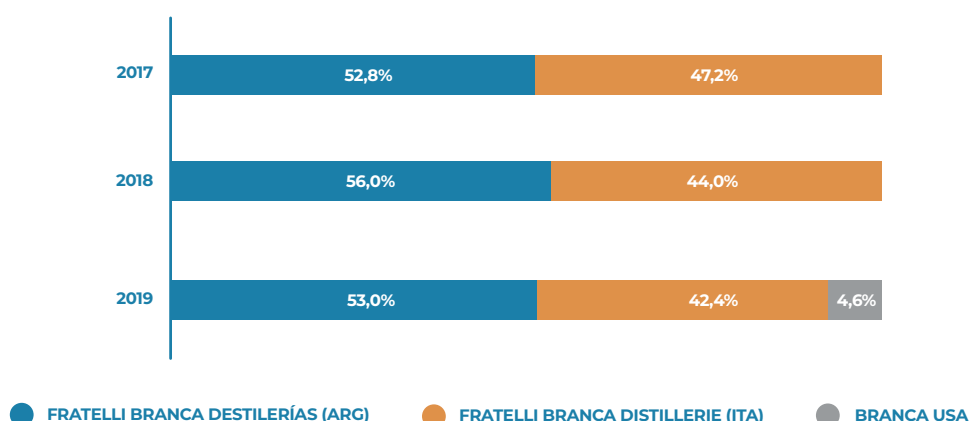
²⁶ Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato.

I consumi energetici del 2019 comprendono, a differenza degli anni precedenti, i consumi di benzina relativi ai veicoli in uso ai dipendenti di Branca USA²⁷, ragione per la quale l'indice di intensità energetica, pur in calo dal 2018, risulta leggermente più alto rispetto al 2017. Al lieve aumento dell'indice, calcolato sulle tonnellate di prodotto imbottigliato, contribuisce anche la presenza di consumi fissi (in particolare di energia elettrica) necessari per il mantenimento dell'operatività degli impianti, anche nel caso in cui la produzione sia inferiore. Nell'anno, si registra comunque una diminuzione complessiva dei consumi pari al 12,6% rispetto all'anno precedente, grazie alle azioni di efficientamento implementate e, in parte, anche a causa di una produzione annua totale inferiore rispetto al periodo 2017-2018. Il 2018, inoltre, aveva visto un aumento dei consumi energetici di Fratelli Branca Destilerías a seguito dell'installazione di nuovi impianti, il cui utilizzo è stato ottimizzato nel 2019, così come spiegato più nel dettaglio nei prossimi paragrafi.

Il grafico seguente evidenzia il contributo di ciascuna società ai consumi complessivi di Branca. Anche alla luce dei maggiori volumi di produzione, l'apporto maggiore deriva da Fratelli Branca Destilerías, mentre, come anticipato in precedenza, risultano residuali (a partire dal 2019) i consumi di Branca USA.

²⁷ Branca USA non ha a disposizione i dati relativi ai consumi energetici dell'immobile in cui sono presenti gli uffici, poiché i relativi costi sono inclusi nel contratto di affitto mensile e non scorponabili.

DETTAGLIO COMPOSIZIONE CONSUMI ENERGETICI PER SOCIETÀ (GJ)



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

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Nell'ottica di un continuo miglioramento delle proprie performance ambientali, Fratelli Branca Distillerie ha portato avanti le seguenti iniziative finalizzate all'obiettivo di efficientamento energetico:

- **Sostituzione e installazione di impianti termici legati alla produzione di acqua calda sanitaria, vapore e riscaldamento.**
- **Sostituzione del generatore di vapore a gasolio con uno di nuova generazione di potenzialità minore.**
- **Installazione di un nuovo generatore di calore per la produzione di acqua calda e per uso riscaldamento.**
- **Installazione di pannelli solari per la produzione di acqua calda.**
- **Installazione di un nuovo impianto frigorifero ed una nuova unità per il trattamento dell'aria.**
- **Sostituzione degli impianti di illuminazione tradizionale con quelli a tecnologia LED. In particolare, nel 2017 sono stati sostituiti tutti i corpi illuminanti del Museo, con un risparmio di 11.017 kWh per i 70 fari con una stima di 2.420 ore di accensione annue dei corridoi, degli uffici e del cortile.**

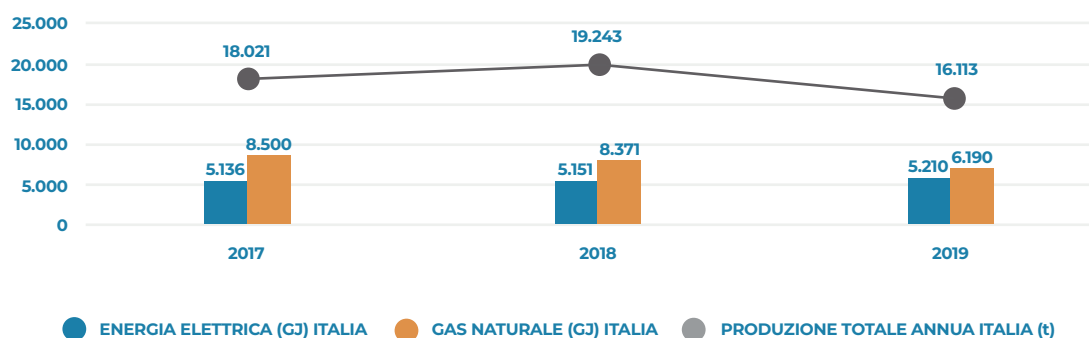
Inoltre, Fratelli Branca Distillerie ha installato un impianto a pannelli fotovoltaici a servizio dell'impianto di illuminazione della ciminiera, funzionante a LED, con un sistema di accumulo finalizzato a rendere il sistema totalmente autonomo ed alimentato da energia rinnovabile. Quest'ultima ha tuttavia, ad oggi, un contributo limitato, motivo per cui non è oggetto di monitoraggio nella Dichiarazione Ambientale.

Come si evince nella tabella seguente, nel 2019 i consumi energetici totali hanno registrato un calo rispetto al 2018 riconducibile in particolare a una riduzione del gas naturale consumato grazie all'entrata a regime delle iniziative di efficientamento energetico implementate sugli impianti termici. Il trend in diminuzione dell'indice di intensità energetica – in calo dal 2017 e stabile tra 2018 e 2019 – evidenzia come, al di là dei livelli di produzione che variano di anno in anno, le migliorie implementate abbiano complessivamente ridotto la quantità di energia necessaria per tonnellata di prodotto. Il consumo di energia elettrica che rimane costante tra 2018 e 2019, così come l'indice di intensità energetica che, pur in maniera minima torna a salire nel 2019, nonostante il calo dei volumi di produzione, sono dovuti al fatto che per il mantenimento in operatività dello stabilimento sono presenti dei consumi "di base" (in particolare energia elettrica), che non variano e rimangono costanti anche a fronte di una minore produzione.

CONSUMI ENERGETICI FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

	2017	2018	2019
GAS NATURALE (GJ)	8.500	8.371	6.190
ENERGIA ELETTRICA (GJ)	5.136	5.151	5.210
TOTALE (GJ)	13.636	13.522	11.400
PRODUZIONE TOTALE ANNO (t)	18.021	19.243	16.113
INTENSITÀ ENERGETICA (GJ/TONNELLATE DI PRODOTTO)	0,76	0,70	0,71

CONSUMI ENERGETICI (GJ) E PRODUZIONE TOTALE ANNUA (t)



FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Anche Fratelli Branca Destilerías, a seguito della realizzazione di una mappatura delle principali fonti di consumo, ha portato avanti diverse iniziative legate all'efficientamento energetico a partire dal 2017.

Fra queste si riportano le seguenti:

- Automazione dei pozzi di pompaggio dell'acqua, che oltre ad efficientare l'utilizzo della risorsa idrica ha consentito di ottimizzare anche i consumi elettrici.
- Realizzazione di un nuovo capannone di produzione con un rivestimento in lamiera trasparente che ha consentito di risparmiare energia elettrica per l'illuminazione.
- Acquisizione di nuove apparecchiature di elaborazione dati con prestazioni migliorate ed un minore consumo di energia.
- Sviluppo di un sistema di illuminazione a LED non solo per le aree di produzione, ma anche all'interno degli uffici e le vie di circolazione interne.
- Riduzione del tempo di funzionamento della

caldaia, con conseguente diminuzione del gas naturale utilizzato, a seguito di un'analisi della domanda di vapore necessario per la produzione nel corso della giornata e del raggiungimento del fabbisogno giornaliero anche con un funzionamento limitato della caldaia.

- Introduzione di una configurazione di spegnimento e ottimizzazione del funzionamento dei compressori d'aria - individuati tramite un'analisi della domanda come responsabili di una delle più significative quote di energia elettrica utilizzata - che ha permesso di ridurre i consumi di elettricità.
- Collocazione di servizi ausiliari (produzione di vapore, aria compressa) in luoghi vicini a dove se ne verifica la richiesta, per ottenere una maggiore efficienza nel consumo energetico associato a ciascuna apparecchiatura.

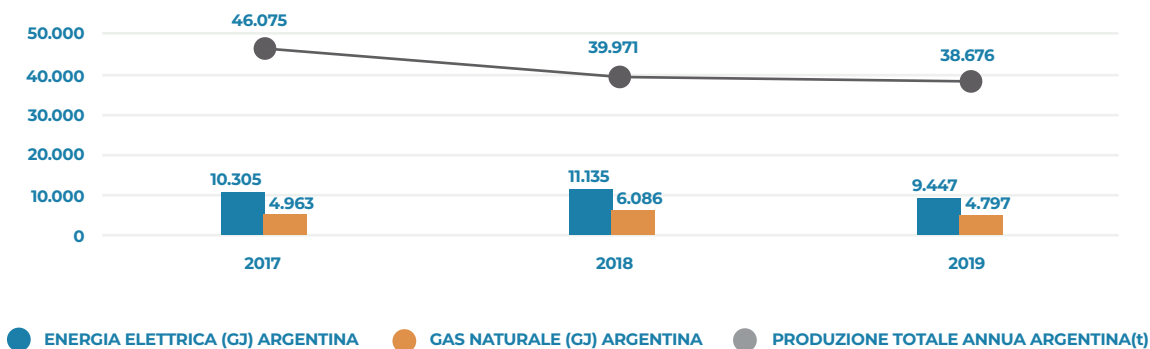
Nel 2019 tali iniziative hanno contribuito, come illustrato nella tabella seguente, a una contrazione dei consumi sia di energia elettrica che di gas naturale e, di

conseguenza, dei consumi energetici totali rispetto al biennio precedente, dovuta in parte anche alla diminuzione dei volumi di produzione.

Anche l'indice di intensità energetica, relativo ai consumi per tonnellata di prodotto, torna a scendere nel 2019, dopo l'aumento dell'anno precedente. Alla fine del 2017, infatti, erano stati installati nel sito produttivo nuovi impianti, in particolare una caldaia di maggiore capacità che, nella fase di start-up nel 2018, aveva comportato maggiori consumi di energia. Grazie alle misure di efficientamento implementate, nel 2019 è stato possibile ridurre i consumi di gas ed elettricità, tornando sostanzialmente ai livelli del 2017.

<i>CONSUMI ENERGETICI FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS</i>	2017	2018	2019
<i>GAS NATURALE (GJ)</i>	4.963	6.086	4.797
<i>ENERGIA ELETTRICA (GJ)</i>	10.305	11.135	9.447
<i>TOTALE (GJ)</i>	15.268	17.221	14.244
<i>PRODUZIONE TOTALE ANNO (t)</i>	46.075	39.971	38.676
<i>INTENSITÀ ENERGETICA (GJ/TONNELLATE DI PRODOTTO)</i>	0,33	0,43	0,37

CONSUMI ENERGETICI (GJ) E PRODUZIONE TOTALE ANNUA (t)



Per dare un'idea dell'entità della riduzione, la quantità di energia risparmiata nel 2019 è pari all'elettricità consumata da 300 persone e al consumo annuale di gas di 35 famiglie. Tale monitoraggio è stato eseguito dalla società stessa a partire dall'indice Energy Consumption Index misurato in giga joule/metri cubi di prodotto finito.

Emissioni in atmosfera

In Branca, le fonti di emissioni in atmosfera derivano principalmente dai consumi energetici e dalle ricariche di gas refrigeranti degli impianti tecnologici e di condizionamento.

Nello specifico, il Gruppo ha scelto di rendicontare le emissioni di gas serra sulla base della distinzione in "Scope" prevista dal GHG Protocol:

- **Scopo 1 – Emissioni dirette derivanti dalla combustione di combustibili fossili - cioè il gas metano consumato negli stabilimenti di Fratelli Branca Distillerie e Fratelli Branca Destilerías in Italia e Argentina e la benzina per autotrazione consumata da Branca USA – e dalle ricariche di gas refrigeranti;**

- **Scopo 2 – Emissioni indirette derivanti dalla produzione di energia elettrica prelevata dalla rete e consumata per il funzionamento di impianti e per l'illuminazione.**

Alla luce del fatto che ad oggi Branca non adotta specifiche politiche di acquisto di energia elettrica certificata da fonti rinnovabili, le emissioni di Scopo 2 sono state calcolate secondo il criterio location based (con conseguenti opportuni fattori emissivi), che tiene conto del mix energetico nazionale del paese in cui è localizzato il sito/impianto.

Nel 2019, le emissioni dirette (Scope 1) sono state pari a 845 tCO₂ eq, un valore in diminuzione del 25,8% rispetto al 2018. Nello stesso periodo, le emissioni indirette derivanti dall'utilizzo dell'energia elettrica acquistata (Scope 2) sono pari a 1.613 tCO₂ eq., in diminuzione del 13,6% rispetto al 2018.

²⁸ Per il calcolo delle emissioni dirette di CO₂ (Scope 1) sono state considerate le ricariche di tutti i gas refrigeranti effettuate e il consumo di gas naturale. Per il calcolo delle tonnellate di CO₂ eq si è fatto riferimento ai fattori di emissione resi disponibili dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy del Regno Unito (UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting).

²⁹ Per il calcolo delle emissioni di CO₂ derivate dal consumo di energia elettrica (Scope 2) relative allo stabilimento italiano, sono stati utilizzati i parametri di calcolo indicati dall'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA). Per il calcolo delle emissioni Scope 2 relative allo stabilimento argentino, invece, sono stati utilizzati i fattori di emissione indicati dal Segretariato dell'Energia Elettrica del Ministero dell'Energia argentino.

³⁰ Per produzione si intendono le tonnellate di prodotto imbottigliato.

EMISSIONI ED EMISSION INTENSITY CONSOLIDATO

	2017	2018	2019
EMISSIONI SCOPE 1 (tCO₂ eq.) ²⁸	768	1.138	845
EMISSIONI SCOPE 2 (tCO₂ eq.) ²⁹	1.863	1.866	1.613
EMISSIONI TOTALI (Scope 1 e Scope 2) (tCO₂ eq.)	2.631	3.004	2.458
PRODUZIONE TOTALE ANNO (t)	64.096	59.214	54.789
RAPPORTO EMISSIONI TOTALI / PRODUZIONE (tCO₂ eq.) ³⁰	0,041	0,051	0,045

La diminuzione complessiva delle emissioni nel 2019 rispetto al 2018 (-18,2%) è dovuta, oltre al calo della produzione totale, alle politiche di efficientamento energetico e di sostituzione dei vecchi impianti con impianti di nuova generazione con minore impatto ambientale, attuate nel corso degli anni.

Il lieve aumento del rapporto tra emissioni e produzione, come già accennato nell'ambito dei consumi energetici, dipende dal fatto che per il funzionamento degli impianti sono presenti dei consumi che rimangono "fissi" nonostante la diminuzione dei volumi di produzione, con conseguente impatto sulle emissioni in particolare quelle di Scopo 2 collegate con il consumo di energia elettrica acquistata dalla rete.

Con riferimento ai soli gas refrigeranti, la principale fonte di emissioni deriva dalla quantità di R22 ricaricata nel 2018 e nel 2019 presso lo stabilimento argentino.

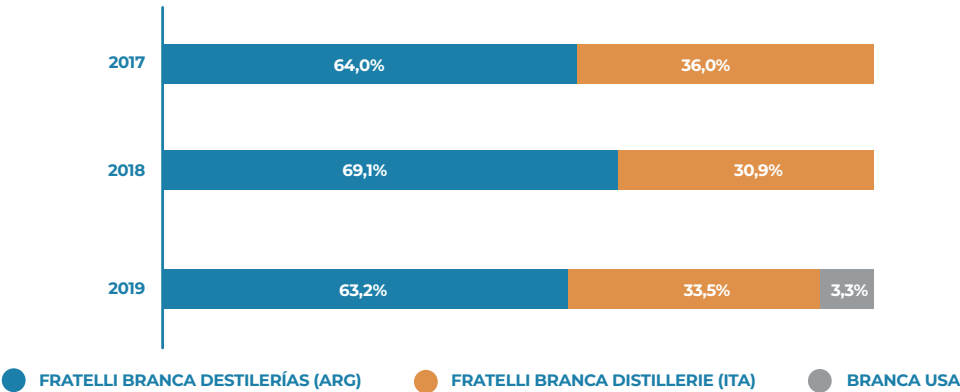
EMISSIONI DERIVANTI DA
GAS REFRIGERANTI - CONSOLIDATO

	2017	2018	2019
EMISSIONI DIRETTE DA GAS REFRIGERANTI (tCO ₂ eq.) ³¹	6	320	141

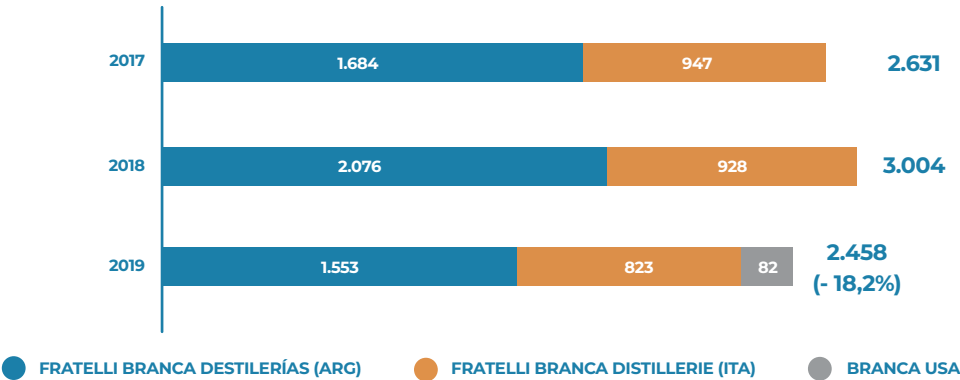
³¹ Per il calcolo delle emissioni derivanti dalle ricariche del gas refrigerante R427A, è stato utilizzato il fattore di emissione 2.138 indicato nella scheda tecnica del gas dal Gruppo Linde. (https://www.linde-gas.com/en/imagenes/Refrigerants%20environmental%20GWPs_tcm17-111483.pdf)

Nei grafici seguenti sono riportati il contributo di ciascuna società alle emissioni complessive di Branca e la suddivisione delle emissioni 2019 per fonte. Nei prossimi paragrafi, inoltre, si presentano alcuni dettagli relativi alle emissioni in atmosfera delle società che compongono il Gruppo, in particolare di Fratelli Branca Distillerie e Fratelli Branca Destilerías e i rispettivi siti produttivi.

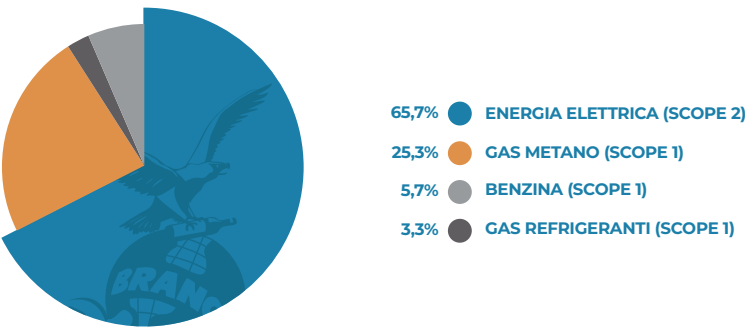
DETTAGLIO COMPOSIZIONE
DELLE EMISSIONI (SCOPE 1+SCOPE 2) PER SOCIETÀ



DETTAGLIO EMISSIONI DIRETTE E INDIRETTE
(TOTALE SCOPE 1 + SCOPE 2; tCO₂ eq.)



COMPOSIZIONE EMISSIONI PER FONTE
(tCO₂e, SCOPE 1 + SCOPE 2) - 2019



Per quanto riguarda le altre tipologie di emissioni in atmosfera, nel documento non sono riportate informazioni di dettaglio in quanto le emissioni di SO₂ e di NO_x risultano non significative.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Con riferimento a Fratelli Branca Distillerie, si segnala che nel 2019 le emissioni Scope 1 e Scope 2 sono state pari a, rispettivamente, 393 tCO₂ eq. e 430 tCO₂ eq. Il trend delle emissioni totali risulta in decrescita nel triennio, mentre il rapporto emissioni/prodotto imbottigliato cala tra 2017 e 2018 e torna ad aumentare leggermente nel 2019. Tale variazione, così come spiegato nella sezione dedicata ai consumi energetici, dipende dal fatto che per il funzionamento degli impianti sono presenti dei consumi che rimangono "fissi", in particolare di energia elettrica (con emissioni collegate conteggiate nello Scope 2), anche a fronte di volumi di produzione inferiori, con conseguente fisiologico incremento dell'indicatore a fronte di una minore produzione.

EMISSIONI ED EMISSION INTENSITY FRATELLI BRANCA DISTILLERIE	2017	2018	2019
EMISSIONI SCOPE 1 (tCO₂ eq.)	487	473	393
EMISSIONI SCOPE 2 (tCO₂ eq.)	460	454	430
EMISSIONI TOTALI (Scope 1 e Scope 2) (tCO₂ eq.)	947	927	823
PRODUZIONE TOTALE ANNUA (t)	18.021	19.243	16.113
RAPPORTO EMISSIONI TOTALI / PRODUZIONE (tCO₂ eq.)	0,053	0,048	0,051

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Per quanto riguarda invece Fratelli Branca Destilerías, nel 2019, le emissioni Scope 1 e Scope 2 sono state pari a 370 tCO₂ e 1.183 tCO₂, registrando una diminuzione rispetto al 2018 (-44,3% per le emissioni Scope 1 e -16,2% per le emissioni Scope 2), dovuta alle iniziative di efficientamento energetico intraprese negli ultimi anni, che hanno consentito una riduzione dei consumi di gas naturale ed energia elettrica. Il trend delle emissioni per tonnellata di prodotto imbottigliato torna a calare nel 2019, dopo l'incremento del 2018 dovuto - come per l'aumento dei consumi energetici - alla fase di start-up dei nuovi impianti e della nuova caldaia.

EMISSIONI ED EMISSION INTENSITY BRANCA DESTILERÍAS	2017	2018	2019
EMISSIONI SCOPE 1 (tCO₂ eq.)	281	664	370
EMISSIONI SCOPE 2 (tCO₂ eq.)	1.403	1.412	1.183
EMISSIONI TOTALI (Scope 1 e Scope 2) (tCO₂ eq.)	1.684	2.076	1.553
PRODUZIONE TOTALE ANNUA (t)	46.075	39.971	38.676
RAPPORTO EMISSIONI TOTALI / PRODUZIONE (tCO₂ eq.)	0,037	0,052	0,040

BRANCA USA

Le uniche emissioni derivanti dalle attività di Branca USA sono pari a 82 tCO₂ eq. legate ai consumi di benzina delle auto.

Economia circolare e riciclabilità



La minimizzazione e la corretta gestione dei rifiuti rivestono un ruolo centrale nell'approccio verso l'ambiente del Gruppo, che da sempre prevede riduzione, recupero e riciclo dei rifiuti. Branca utilizza nei propri cicli produttivi solo prodotti naturali. Non esistono scarti di lavorazioni/sottoprodotti in quanto eventuali prodotti non conformi sono sottoposti a processi di rilavorazione.

L'impiego di sostanze pericolose quali ad esempio detergenti, sanificanti e oli lubrificanti (per i quali vengono mantenute schede di sicurezza aggiornate sulla base delle richieste regolamentari) riguarda esclusivamente la pulizia dei locali e degli impianti e la manutenzione di questi ultimi.

Nella tabella sottostante sono riportati i quantitativi totali di rifiuti prodotti nell'ultimo triennio dal Gruppo Branca (Italia, Argentina e, in minima parte, USA). Il trend evidenzia nel 2019 una riduzione del quantitativo totale dei rifiuti rispetto all'anno precedente (-6,3%), dovuta anche alla diminuzione dei volumi di produzione. L'indice del quantitativo di rifiuti rapportato alla produzione (tonnellate di prodotto imbottigliato) cresce tra 2017 e 2018, principalmente a causa dell'aumento dei rifiuti di Fratelli Branca Distillerie spiegato nel paragrafo seguente, mentre resta stabile tra 2018 e 2019.

INTENSITÀ DI PRODUZIONE DEI RIFIUTI CONSOLIDATO

	2017	2018	2019
TOTALE RIFIUTI PERICOLOSI (t)	2,79	0,95	4,53
TOTALE RIFIUTI NON PERICOLOSI (t)	3.185,73	3.745,10	3.527,85
RIFIUTI TOTALI (t)	3.188,52	3.746,05	3.532,38
PRODUZIONE TOTALE ANNUA (t)	64.096	59.214	54.789
TOT. RIFIUTI / TOT. PRODUZIONE	0,050	0,063	0,064

Di seguito vengono presentati alcuni approfondimenti relativi alle diverse società del Gruppo. Si sottolinea che i dati e gli indicatori relativi a quantità e intensità di produzione dei rifiuti dello stabilimento argentino e di quello italiano non risultano comparabili tra loro a causa dei differenti sistemi di classificazione dei rifiuti presenti nei diversi Paesi.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Nel 2019, la produzione totale di rifiuti per Fratelli Branca Distillerie è stata pari a 2.404,48 tonnellate con una diminuzione di circa il -7,8% rispetto al 2018, anno in cui si era registrata una crescita.

Più nello specifico, l'andamento delle quantità di rifiuti relativi al triennio 2017/2019 fa notare un aumento nei quantitativi di acque di lavaggio smaltite nel 2018 e nel 2019 rispetto al 2017, giustificato in parte dall'incremento della produzione, in parte da intensificazione degli interventi di pulizia degli impianti, oltre che da attività di miglioramento nello smaltimento delle acque stesse. Anche i dati relativi allo smaltimento dell'umido rilevano un aumento dovuto all'incremento della produzione.

Nel corso dell'anno 2019 sono inoltre stati identificati come rifiuti pericolosi le bombolette spray, gli imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose o contaminati da tali sostanze e il materiale contaminato da sostanze pericolose, giustificando l'aumento dei rifiuti pericolosi nel 2019 rispetto al 2018 che si evidenzia nella tabella seguente.

RIFIUTI PER TIPOLOGIA E DESTINAZIONE (t) FRATELLI BRANCA DISTILLERIE	2017		2018		2019	
	RIFIUTI PERICOLOSI	RIFIUTI NON PERICOLOSI	RIFIUTI PERICOLOSI	RIFIUTI NON PERICOLOSI	RIFIUTI PERICOLOSI	RIFIUTI NON PERICOLOSI
TOTALE RIFIUTI PRODOTTI	2,13	1.809,03	0,29	2.583,26	1,58	2.402,90
DI CUI SMALTITI	2,04	1.708,60	0,25	2.499,32	1,30	2.321,04
DI CUI RECUPERATI	0,09	100,43	0,04	83,94	0,28	81,86

Come evidenziato sopra, la maggior parte dei rifiuti rientra nella classificazione di "non pericolosi", mentre risultano trascurabili le quote di rifiuti pericolosi che per il 2019 hanno rappresentato soltanto lo 0,07% del totale.

Nella Dichiarazione Ambientale, Fratelli Branca Distillerie effettua un monitoraggio dei rifiuti attraverso tre indicatori di dettaglio, distinguendo in questo modo tra:

- **Indicatore riferito ai rifiuti non pericolosi comprendente umido, coadiuvanti di filtrazione, acque reflue.** Tale indicatore fa riferimento alla produzione di prodotto fabbricato in quanto i suddetti rifiuti derivano da processi collegati all'attività di fabbricazione (scarti di lavorazione, acque e coadiuvanti di filtrazione).
- **Indicatore riferito ai rifiuti non pericolosi comprendente carta/cartone, plastica, ferro, materiale elettrico.** Tale indicatore fa riferimento alla produzione di prodotto imbottigliato in quanto i rifiuti citati sono direttamente collegati ai processi intrinseci dell'attività di imbottigliamento (materiali di confezionamento, imballaggi, ecc.).
- **Indicatore riferito ai rifiuti pericolosi che fa riferimento alla produzione di prodotto imbottigliato.**

Per quanto riguarda la tipologia di smaltimento, parte dei rifiuti prodotti (legno, vetro, indifferenziato o misto) viene conferita al gestore del servizio pubblico AMSA (Azienda Municipale Servizi Ambientali) che

si occupa dello smaltimento dei materiali raccolti presso le strutture della società. Le altre tipologie di rifiuti, invece, sono affidate a ditte specializzate in possesso di autorizzazioni per lo smaltimento. Anche per il trasporto l'azienda fa riferimento a soggetti autorizzati, nel pieno rispetto delle prescrizioni normative.

Per un approfondimento dei dati presentati, si riporta di seguito il quadro complessivo relativo ai rifiuti, con il dettaglio del rapporto tra rifiuti e produzione totale annua relativamente al triennio 2017-2019.

Nella tabella e nel grafico seguenti, si evidenzia come il trend del rapporto fra totale dei rifiuti e produzione annua (imbottigliato) registri variazioni minime per quanto riguarda i rifiuti pericolosi (che si attestano sempre su valori residuali), mentre varia maggiormente nel tempo per quanto riguarda i rifiuti non pericolosi. Tali variazioni, oltre a quanto descritto nei paragrafi precedenti, dipendono anche dal fatto che in un determinato anno possono essere smaltiti quantitativi di rifiuti accumulati in periodi antecedenti (come ad esempio gli imballaggi smaltiti in misura maggiore nel 2019 e minore negli anni precedenti), con conseguenti variazioni dell'indicatore.

**INTENSITÀ DI PRODUZIONE DEI RIFIUTI
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE**

	2017	2018	2019
TOTALE RIFIUTI PERICOLOSI (t)	2,13	0,29	1,58
TOTALE RIFIUTI NON PERICOLOSI (t)	1.809,03	2.583,26	2.402,90
RIFIUTI TOTALI (t)	1.811,16	2.583,55	2.404,48
PRODUZIONE TOTALE ANNUA (t)	18.021	19.243	16.113
TOT. RIFIUTI / TOT. PRODUZIONE	0,100	0,134	0,149

In linea con l'impegno della società per una gestione responsabile dei rifiuti, sono stati identificati precisi ambiti di azione sui quali saranno condotte specifiche attività per il miglioramento continuo delle performance ambientali. Nel caso particolare dei rifiuti:

- **Redazione centralizzata di apposite istruzioni operative per regolamentare e dare indicazioni a tutta la popolazione aziendale sugli aspetti ambientali connessi ai processi aziendali;**
- **Recupero e riutilizzo dei materiali, col recupero del 100% dei rifiuti pericolosi e non pericolosi e, in continuità dal 2016, il recupero in modalità differenziata anche di rifiuti urbani come la plastica, la carta e il cartone.**
- **Coinvolgimento e sensibilizzazione del personale sulle corrette modalità di differenziazione dei rifiuti attraverso corsi di formazione e verifiche dei Responsabili d'area e tramite iniziative di riduzione degli sprechi, come ad esempio l'abolizione delle bottigliette e dei bicchieri di plastica negli uffici.**

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Fratelli Branca Destilerías nel corso del 2019 ha definito la propria politica ambientale ridisegnando la gestione complessiva dei rifiuti all'interno dell'azienda, con l'obiettivo di ridurre la produzione degli stessi.

Per raggiungere questi target, tutte le attività già avviate di riduzione delle quantità di rifiuti prodotti da inviare ai centri di smaltimento esterni sono continuate e sono state incrementate durante il 2019.

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

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

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

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

Di seguito l'indicazione della destinazione specifica dei rifiuti (riciclo, riuso, compostaggio, etc.).

RIFIUTI PER TIPOLOGIA E DESTINAZIONE (t) FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS	2017		2018		2019	
	RIFIUTI PERICOLOSI	RIFIUTI NON PERICOLOSI	RIFIUTI PERICOLOSI	RIFIUTI NON PERICOLOSI	RIFIUTI PERICOLOSI	RIFIUTI NON PERICOLOSI
TOTALE RIFIUTI PRODOTTI	0,66	1.376,70	0,66	1.161,84	2,95	1.124,70
DI CUI SMALTITI	0	70,1	0	98,5	2,1	25,48
DI CUI RECUPERATI	0,66	1.306,6	0,66	1.063,34	0,85	1.099,22

Nel 2019 Fratelli Branca Destilerías ha registrato, rispetto all'esercizio 2018, una diminuzione nella produzione complessiva di rifiuti, che si è attestata a 1.124,70 tonnellate, confermando il trend degli anni precedenti. La diminuzione complessiva dipende dal calo progressivo dei rifiuti non pericolosi e non è influenzata dall'aumento di rifiuti pericolosi registrato nel 2019 rispetto agli anni precedenti, quando il quantitativo era rimasto pressoché costante.

A partire dal 2019 una quota di rifiuti non pericolosi viene destinata a riuso e una parte a recupero energetico.

Anche per la società argentina, i rifiuti pericolosi risultano essere una quantità marginale sul totale.

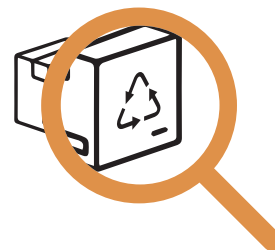
La tabella seguente evidenzia il trend del rapporto fra totale dei rifiuti (pericolosi e non pericolosi) e produzione annua.

INTENSITÀ DI PRODUZIONE DEI RIFIUTI FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS	2017	2018	2019
TOTALE RIFIUTI PERICOLOSI (t)	0,66	0,66	2,95
TOTALE RIFIUTI NON PERICOLOSI (t)	1.376,70	1.161,84	1.124,70
RIFIUTI TOTALI (t)	1.377,36	1.162,50	1.127,65
PRODUZIONE TOTALE ANNUA (t)	46.075	39.971	38.676
TOT. RIFIUTI / TOT. PRODUZIONE	0,030	0,029	0,029

Il trend appare costante nel triennio, senza particolari variazioni da segnalare. Il quantitativo dei rifiuti, in particolare i non pericolosi che rappresentano la quasi totalità, segue infatti l'andamento del trend della produzione annua.

Per rispettare gli impegni presi, in linea con l'obiettivo di lungo termine del Gruppo relativo alla tematica della gestione dei rifiuti, l'azienda ha previsto e introdotto, nell'ultimo anno di rendicontazione, le seguenti iniziative:

- **Riduzione di un importante volume di rifiuti non riciclabili attraverso riciclatori ad hoc, per rifiuti che dovrebbero essere destinati alla discarica.**
- **Smaltimento delle erbe impoverite secondo un'ottica di circolarità, tramite la decisione di destinare tale materia prima all'alimentazione animale.**
- **Incenerimento di rifiuti non riciclabili con recupero di energia: la quota parte di rifiuti non riciclabili (<2%) risulta destinata al co-processo (incenerimento con successivo recupero di energia). A valle di tale iniziativa, nel mese di settembre è stato inoltre raggiunto l'importante obiettivo dello Zero Waste To Landfill (ZWTL), monitorato periodicamente attraverso l'indice di produzione dei rifiuti (IPR) misurato in kg di rifiuti da conferire in discarica/m3 di prodotto finito.**
- **Riprogettazione delle modalità di suddivisione dei rifiuti e di formazione del personale sul corretto smaltimento di questi ultimi: per migliorare le prestazioni dell'impianto in materia di riciclaggio, infatti, sono state ampliate le tipologie di materiali da separare, predisponendo nuovi contenitori per ogni tipo di rifiuto.**
- **Valorizzazione dei rifiuti riciclabili: per ogni rifiuto separato viene eseguita una valutazione inerente alle modalità di smaltimento, al loro trattamento e al prezzo di smaltimento o di vendita. Dopo la valutazione, il tipo di trattamento di alcuni di essi viene ottimizzato ottenendo prezzi maggiormente competitivi per la vendita.**



FOCUS

IL PACKAGING SOSTENIBILE E LA RICICLABILITÀ



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

Il packaging che il Gruppo impiega per i suoi prodotti può essere classificato nelle seguenti tre categorie:

- Packaging primario: consiste nell'involucro o nel contenitore del prodotto che riveste direttamente l'articolo, ovvero la bottiglia, il tappo e l'etichetta.
- Packaging secondario: l'imballaggio utilizzato per il raggruppamento di un certo numero di bottiglie, concepito sia per facilitare il rifornimento degli scaffali nel punto di vendita, sia come confezione di vendita per il consumatore finale. In questa categoria di packaging rientrano gli imballaggi di cartone, pallet o espositori.
- Co-packaging o confezionamenti particolari: consiste nell'outsourcing di tipologie di

imballaggi non standard, come ad esempio i gift on pack.

Negli anni Branca ha sviluppato rapporti consolidati e duraturi con i fornitori, al fine di garantire la qualità e minimizzare l'impatto del trasporto. La ricerca di soluzioni innovative per la riduzione dei materiali impiegati e il monitoraggio delle evoluzioni nel settore del packaging sono attività che il Gruppo conduce, sia per la Fratelli Branca Distillerie che per la società argentina, con l'obiettivo di ridurre il peso prodotto complessivo e l'impatto ambientale, anche tramite iniziative e progetti dedicati.

Il vetro, ad esempio, costituisce il packaging primario principale di tutti i prodotti. Il riciclo di tale materiale appare come un processo ecologico in tutti i suoi aspetti: esso, infatti, riduce la quantità di rifiuti da trattare o gettare in discarica, consentendo di ridurre il danno ambientale. La rifusione del rottame riduce, inoltre, la quantità di materie prime necessarie per la produzione, soprattutto di sabbie silicee e di carbonato di calcio, riducendo quindi i danni all'ambiente derivanti dallo sfruttamento delle cave, a tutto vantaggio dei territori e delle comunità locali. Inoltre, riduce anche il consumo

di energia: ogni tonnellata di rottame rifuso permette infatti di risparmiare 1,2 tonnellate di materie prime e circa 100 Kg di combustibile. L'utilizzo di rottame di vetro nella miscela vetrificabile abbassa inoltre la temperatura necessaria alla fusione e di conseguenza occorrono minori quantità di combustibile per la fusione.

Fratelli Branca Distillerie ha completato il percorso di rivisitazione delle specifiche di imballo secondario che ha portato al passaggio a specifiche più leggere, meno impattanti ma ugualmente performanti, come ad esempio il cartone, tipologia di packaging secondario più utilizzato su tutte le referenze, o la carta, materiale completamente riciclabile, che consente minori costi per il suo smaltimento e la produzione, nonché difesa ecologica delle risorse boschive (è sufficiente recuperare una tonnellata di materiale cellulosico per salvare 3 alberi alti 20 metri).

Con riferimento al co-packaging, ed in particolare ai materiali di aggancio dei gift on pack, la Fratelli Branca Distillerie sta sperimentando la sostituzione dei materiali plastici attualmente impiegati con materiali riciclabili (ad esempio base carta) o risorse permanenti (ad esempio acciaio).



FOCUS

L'USO SOSTENIBILE DELLE RISORSE IDRICHE

L'acqua è al centro del processo produttivo di Branca ed è una delle principali risorse utilizzate. I consumi idrici risultano maggiormente correlati alle quantità di prodotto fabbricato e ai lavaggi di sanificazione degli impianti produttivi.

Il Gruppo è sensibile alle questioni legate allo stress idrico che impattano direttamente su diversi territori e per questo si impegna costantemente nell'uso responsabile dell'acqua assicurandone un impiego efficiente e razionale all'interno dei processi produttivi.

Di seguito si presenta il dettaglio delle politiche implementate nei due principali siti produttivi, in Italia e Argentina.

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Il sistema di gestione delle risorse idriche di Fratelli Branca Distillerie è strutturato in modo da consentire di identificare gli ambiti sui quali concentrare gli impegni di ottimizzazione dei consumi ed evitare inutili sprechi.

Il consumo idrico dell'azienda risulta legato alle quantità di prodotto fabbricato e ai lavaggi di sanificazione degli impianti produttivi. Gli scarichi idrici si suddividono in tre principali flussi: acque di processo, acque bianche e acque nere. Il processo di gestione degli scarichi prevede che le acque di processo provenienti dai vari reparti siano convogliate tramite apposita rete in due serbatoi per il contenimento delle acque, il cui smaltimento è affidato a ditte terze specializzate. Le acque pulite (acque bianche), relative all'ultimo risciacquo degli impianti, vengono immesse direttamente nella rete fognaria comunale, in quanto prive di qualsiasi tipo di residui di detergenti e inquinanti. Con riferimento agli scarichi industriali, o acque nere,

Branca conduce controlli periodici per garantire la qualità dei flussi in uscita, prima che essi siano scaricati.

Le aree di miglioramento più rilevanti che sono state individuate rispetto alla gestione delle risorse idriche sono strettamente correlate alla produzione e riguardano quasi sempre interventi tecnici sugli impianti di produzione. Tra le varie attività condotte dalla Fratelli Branca Distillerie per contenere i consumi idrici si ricordano:

- **effettuazione di attività di manutenzione e monitoraggio degli impianti da parte dei responsabili e operatori dei vari reparti;**
- **investimento in iniziative che permettono di ottimizzare i consumi;**
- **sensibilizzazione del personale, attraverso attività di informazione e formazione, per garantire un comportamento corretto al fine della salvaguardia della risorsa idrica.**

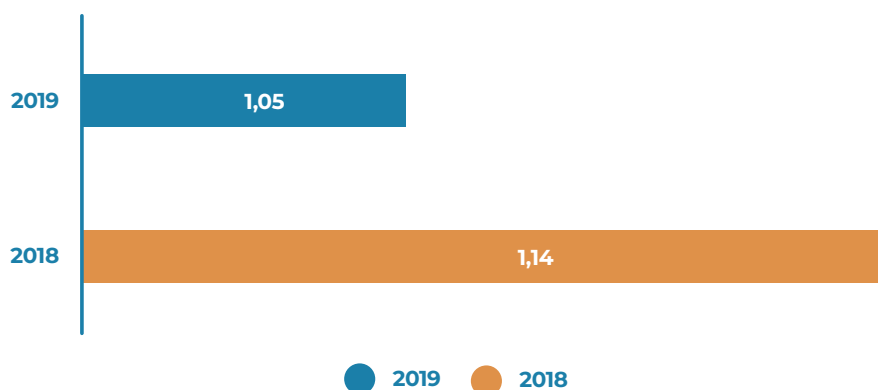
FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Anche Fratelli Branca Destilerías dedica particolare attenzione al contenimento e all'ottimizzazione dei consumi idrici. La società, approvvigionandosi in maniera esclusiva da falde sotterranee, si pone inoltre l'obiettivo di salvaguardare le stesse preservandole da un eccessivo sfruttamento che danneggerebbe la qualità stessa della risorsa idrica prelevata.

Tutta l'acqua utilizzata nello stabilimento proviene infatti da quattro perforazioni interrate, viene in seguito stoccata in un serbatoio sopraelevato e successivamente distribuita per i processi produttivi, le aree di servizio e l'igiene personale.

Il monitoraggio del consumo di acqua viene effettuato tenendo in considerazione l'ICA (indice di consumo dell'acqua) calcolato in metri cubi di acqua consumata, in relazione al volume di produzione. Come si può osservare nel grafico, nel 2019 si segnala una diminuzione del -8,57% di tale indice rispetto al 2018 (1,14%).

INDICE CONSUMO ACQUA (ICA)



Nel corso del 2019 sono stati implementati, inoltre, un sistema di riutilizzo per l'impianto di trattamento degli effluenti ed un sistema di raccolta delle acque piovane.

Le iniziative implementate per il raggiungimento delle finalità sopra descritte includono:

- Analisi dei processi delle operazioni aziendali al fine di comprendere le attività più impattanti e valutare possibili programmi per la riduzione di tali impatti (legati anche al consumo idrico).
- Ottimizzazione del sistema di ricircolo dell'acqua che consente di riutilizzare l'acqua consumata comportando un risparmio giornaliero di circa 10m³.

- Automatizzazione dei sistemi relativi al prelievo idrico in ciascuno dei pozzi di estrazione, per evitare il sovrasfruttamento e preservare la qualità dell'acqua.
- Implementazione dei sistemi di ricircolo mediante una pompa idraulica per ridurre al minimo il consumo di acque sotterranee che non sono direttamente incorporate nel prodotto (ad es. pulizia e operazioni di lavaggio delle attrezzature).
- Formazione del personale operativo interno ed esterno nell'ambito della gestione ambientale ISO 14001 implementata nello stabilimento dal 2015.
- Incorporazione del sistema di ricircolo degli effluenti trattati nell'impianto di trattamento, al fine di riutilizzarlo nel processo di pulizia delle attrezzature.



Branca, la Cultura e il Territorio

La famiglia Branca ha sempre dimostrato, sin dalle origini, una grande attenzione alla cultura e al contesto sociale, alle sue trasformazioni e alle sue esigenze. Ne sono un ottimo esempio gli annunci pubblicitari pubblicati a partire dal febbraio 1865, i manifesti e le “pubblicità” commissionati alle migliori agenzie del tempo, così come la partecipazione alle grandi esposizioni del Novecento e la promozione di diverse iniziative culturali legate al territorio.

Proprio alla luce di questo legame storico tra il Gruppo e la cultura, in tutte le sue sfumature, oggi Branca continua a promuovere e sposare attività culturali realizzate su iniziativa propria o in collaborazione con associazioni locali, nazionali e internazionali per coinvolgere le comunità territoriali e condividere la propria storia e i propri valori.

Negli anni, la famiglia Branca ha promosso diverse iniziative culturali volte a valorizzare la cultura e l'identità aziendali e a valorizzare il legame del

Gruppo con i territori nei quali si inserisce o con i quali è stato storicamente legato. Tra queste, il recupero della Torre del Parco Sempione di Milano, oggi Torre Branca, l'allestimento del museo “Collezione Branca” all'interno del complesso produttivo di Via Resegone, la trasformazione dello stabilimento di Saint-Louis (Francia) in uno spazio espositivo permanente d'arte moderna, l'istituzione del Museo Carpano a Torino, il restyling della Ciminiera Branca in occasione della celebrazione dei 170anni di Fratelli Branca Distillerie, l'organizzazione, in Argentina, del concorso “Arte Único” e molto altro: manifestazioni e simboli senza tempo di un'attitudine aziendale rivolta al futuro, ma senza perdere di vista il passato, da valorizzare e custodire.

Nei prossimi paragrafi si descrivono le principali attività realizzate in questo ambito dal Gruppo nel corso degli anni, principalmente in Italia e in Europa.

Le principali iniziative

Museo Collezione Branca

Un percorso tra storia, tradizione e innovazione

Il museo "Collezione Branca", inaugurato nel 2009, è un museo d'impresa nato per iniziativa della famiglia Branca con lo scopo di fare conoscere la storia, la tradizione e la cultura di Branca e l'evoluzione imprenditoriale dell'azienda dalle sue origini fino ai giorni nostri. I visitatori sono accolti dall'aroma inconfondibile del Fernet-Branca che pervade le sale del museo e li accompagna in un percorso che permette di rivivere la storia dell'azienda, respirare gli aromi, vedere da vicino gli strumenti artigianali degli inizi e seguire l'evoluzione della tecnica e dell'innovazione. Un percorso di oltre 1.000 Mq che si snoda tra dipinti, sculture, materie prime e strumenti di lavoro che raccontano una realtà fatta di qualità e passione. La "Collezione Branca", frutto di un lavoro di ricerca, selezione e restauro durato oltre dieci anni, comprende anche una ricca

raccolta di manifesti promozionali, campagne pubblicitarie e calendari, testimonianza della particolare attenzione verso la comunicazione dell'immagine aziendale che ha contraddistinto Branca, già a metà Ottocento, attraverso modalità d'avanguardia. Il museo espone nelle sue aree anche diversi oggetti giunti alla "Collezione Branca" in dono dagli appassionati. La Collezione non è dunque soltanto un museo d'impresa che guarda alla storia passata, ma è anche spazio nel quale gli oggetti assumono un duplice significato di documentazione storica di un sistema produttivo, oltre che di comunicazione e di concezione organizzativa. Il Museo svolge anche un ruolo formativo ed educativo, attraverso una politica di "porte aperte" verso Associazioni e Istituti scolastici dell'intero

contesto urbano milanese che garantisce il libero accesso alle sezioni del Museo che raccontano storia dell'impresa, oltre alla possibilità di attivare eventuali stage formativi curriculari e/o percorsi di apprendistato per giovani diplomati e laureati. Anche negli ultimi anni, il museo continua a sperimentare un grande afflusso di presenze: nel corso del 2019 sono stati circa 4.500 i visitatori complessivi, che hanno confermato la soddisfazione già registrata negli anni precedenti, anche attraverso feedback positivi sulla piattaforma Tripadvisor. Sono aumentate, inoltre, le aperture straordinarie durante il fine settimana e nel periodo della "settimana della cultura" così come anche le aperture serali, segno di un grande interesse da parte della comunità.



Torre Branca

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

visitatori ogni anno, essa continua a svolgere il proprio servizio alla città offrendo ai turisti, ma soprattutto ai cittadini residenti, una prospettiva diversa sulle bellezze di Milano.

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

Nel corso del 2017, in occasione dei 15 anni dalla riapertura, Branca ha organizzato un

convegno dedicato a Giò Ponti presso la propria sede storica di Via Broletto 35, al quale hanno preso parte – oltre al Presidente Niccolò Branca – anche Donatella Bollani, vice direttore di Domus, la prestigiosa rivista di architettura fondata dallo stesso Ponti, Emilio Faroldi, pro-rettore del Politecnico di Milano, Maria Vittoria Capitanucci, storica dell'architettura, e Vanni Pasca, critico e storico del design. La tavola rotonda è stata seguita da un evento presso la stessa Torre Branca.

Anche nel 2019 la Torre ha accolto circa 20.000 visitatori per la salita al locale panoramico.



Fondation Fernet-Branca

Parte dello sviluppo della Fratelli Branca è scritto tra le pagine della storia francese. A St. Louis, infatti, dal 1909, fu operativa una delle distillerie della famiglia milanese. L'edificio, lungo 50 metri, è sormontato da un'aquila di rame, emblema della Fratelli Branca Distillerie, progettata per dominare il padiglione dell'azienda durante la fiera internazionale di Milano del 1906.

Oggi, sospese le attività di distillazione, la struttura ospita la Fondation Fernet-Branca e rientra, dal 4 luglio 1996, su riconoscimento del prefetto della regione d'Alsazia, nell'inventario dei monumenti storici francesi.

L'idea di trasformare l'antica distilleria Fernet-Branca in un museo di arte contemporanea nasce nel 2003 da un progetto congiunto dell'Amministrazione locale e della famiglia Branca, da sempre sensibile alle istanze sociali e culturali e interessata a individuare una nuova destinazione d'uso per lo stabilimento, per anni dinamico fulcro della vita della cittadina di Saint-Louis, e per il suo territorio. Il Conte Niccolò Branca nel 2003 ha siglato un accordo con la città di Saint-Louis in base al quale, per 23 anni, ha messo a disposizione la struttura dello stabilimento per la realizzazione del museo. L'iniziativa si inserisce nel contesto culturale transfrontaliero collegato alla vicina città di Basilea nella quale si trovano la Fondation Beyeler,

il museo Tinguely, il Schaulager, l'Esposizione annuale "Art'Basel" e a Weil am Rhein, in Germania, dove risiede il "Vitra Design Museum".

L'opera è stata realizzata dall'architetto Jean-Michel Wilmotte che ha studiato il passaggio al futuro spazio espositivo in due tempi: il primo con l'utilizzo dell'area dove accogliere le esposizioni e il pubblico, e un secondo intervento con la copertura della corte interna grazie ad una vetrata e con la realizzazione di un ristorante sotterraneo nell'antica cantina dove si trovano le botti originali. Il museo è stato inaugurato il 15 giugno 2004 dal Presidente della Repubblica francese.

Branca, in collaborazione con Eataly e i servizi Museali della città di Torino, ha dedicato un museo alla storia del marchio Carpano.

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

Museo Carpano





Ciminiera Branca

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

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

Il murale, uno dei più alti d'Euro-

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

Il progetto è continuato anche all'interno dello stabilimento dove, a tutti i dipendenti e membri della famiglia che sono stati parte integrante di questa opera d'arte partecipando all'attività di pittura collettiva, è stato permesso di apporre la propria firma nelle radici disegnate alla base della ciminiera, simboleggiando in un

certo senso le radici dell'azienda e della sua storia. La scelta aziendale di utilizzare il canale artistico della street art è sicuramente legata all'aspirazione di voler raggiungere il maggior numero di persone possibili e questo tramite un'opera in grado di raccontare la storia di Branca attraverso le immagini, dialogando col territorio.

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



Concorso "Arte Único"

Con l'obiettivo di mantenere lo storico legame tra Fernet-Branca e l'arte, nel 2008 è stato lanciato da Fratelli Branca Destilerias in Argentina un concorso di locandine per promuovere e incoraggiare l'arte tra i giovani di tutto il Paese. Nel 2019 ha preso il via la dodicesima edizione dell'evento, con la partecipazione, tra gli altri, di celebri artisti come LOUTA, Eugenia "La china" Suarez, Malena Sanchez e Juan Guiler. Il motto del 2019 è stato "Arte único, historias únicas" e gli artisti hanno avuto l'opportunità di realizzare le loro opere ispirate allo spirito di Fernet-Branca utilizzando qualsiasi disciplina tra cui fotografia, disegno, pittura, design, oltre che video nell'ambito della categoria "Afiche Motion".

Le iniziative più recenti

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

FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Tra il 2018 ed il 2019 Fratelli Branca Distillerie ha partecipato e collaborato attivamente a numerose tra le iniziative promosse dal Comune di Milano per incontrare le diverse realtà culturali del territorio, creando momenti di condivisione e dialogo con i propri stakeholder, sviluppando e rinforzando la rete di collaborazioni con i cittadini.

Tra le iniziative si citano ad esempio, durante il 2018, le partecipazioni alla mostra Filatelica delle Poste a Milano, alla mostra "Triennale Design Museum" in cui è stato esposto il modellino della Torre Branca, ed alla mostra "999", tenutasi sempre in Triennale, in occasione della quale Branca ha proposto due incontri per conoscere l'autenticità della cultura aziendale nella relazione tra natura e prodotto come impegno secolare di ricerca, innovazione e identità.

Nel 2019, invece, l'azienda, con il Museo "Collezione Branca" ha partecipato all'evento annuale Open House Milano, che rientra nel più vasto circuito OpenHouse Worldwide, evento internazionale che si sviluppa in quattro continenti e 42 città

del mondo, con un format nato a Londra nel 1992. Altre partecipazioni rilevanti sono anche quelle che hanno coinvolto sia nel 2018 sia nel 2019 la rassegna "Fuoricinema", maratona non stop di incontri diurni e proiezioni notturne gratuiti nel cuore di Milano, durante la quale artisti del mondo del cinema, della musica e dello spettacolo incontrano il pubblico con la moderazione di giornalisti e conduttori, e alla "Milano Arch week", settimana di eventi dedicati all'architettura promossa da Triennale Milano insieme al Politecnico di Milano e al Comune di Milano, durante la quale Torre Branca è rimasta aperta gratuitamente.

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

Tra le iniziative a carattere più prettamente sociale si possono sicuramente ricordare l'aver accolto nell'ultimo anno, presso gli spazi aziendali, importanti asso-

ciazioni quali Federazione Gourmet Europa, Lyons Club e Rotar nonché la partecipazione dell'azienda al seminario annuale organizzato dall'associazione Museimpresa per la definizione di nuovi progetti tra i curatori degli 88 musei associati. Gli spazi del Museo Collezione Branca hanno anche ospitato la Stampa Estera di Milano per la consueta cena di Natale nel 2019.

In riferimento alle iniziative sviluppate sui prodotti, Branca ha partecipato alla realizzazione di numerose attività con importanti realtà del Made in Italy che, come Branca, sono portavoce di una cultura del "saper fare" di qualità. Tra queste More-schi, Piacenza Cashmere con i quali condivide l'essere un'azienda storica, familiare italiana e con vocazione internazionale, oltre che essere eccellenze nei rispettivi settori. Nel 2019 Branca ha partecipato al grande evento di Style, mensile del Corriere della Sera, per celebrare Milano.

Sempre in ambito prodotti, nel 2019 il brand Carpano ha festeggiato i 233 anni di storia, un anniversario che ha segnato un grande

traguardo per la storia di Carpano e quella di Branca, due realtà italiane affini per tradizione, qualità del prodotto, attenzione al

territorio e al consumatore. Anche grazie all'acquisizione da parte di Branca, Casa Carpano ha potuto consolidare il grande

successo sia in Italia che all'estero, portando in tutto il mondo un'eccellenza del Made in Italy come il vermouth.

FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS

Fratelli Branca Destilerías considera l'attenzione e il supporto a favore delle comunità locali una parte integrante del proprio business, che comporta la creazione di valore sostenibile nel tempo. La società promuove il proprio impegno a favore della comunità locale tramite una serie di collaborazioni con istituzioni, scuole e fondazioni, i cui obiettivi sono la promozione delle pari opportunità educative attraverso programmi che migliorino l'inclusione scolastica, la qualità dell'istruzione per i bambini e i giovani provenienti da famiglie a basso reddito (più di 5.700 giovani raggiunti nel 2019), così come il supporto nello sviluppo e nell'attuazione di idee imprenditoriali. Di seguito sono riportate le istituzioni e le fondazioni supportate da Fratelli Branca Destilerías suddivise per ambito di intervento.

Assistenza all'infanzia e alla famiglia:

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

Educazione:

- Cimientos Foundation
- Ayudar a Soñar Foundation

Supporto all'impiego e all'occupazione:

- Carita's workshops

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

Tra le iniziative sociali promosse e organizzate da Fratelli Branca Destilerías, si può ancora citare "#MenoresNiUnaGota Campaign", in occasione della quale l'azienda ha sviluppato, insieme alla FADA (Federacion Argentina de Destilados y Aperitivos), una campagna di consumo responsabile per limitare il consumo di alcolici tra i minori di 18 anni. L'iniziativa rientra nel più generale impegno dell'azienda a sostegno della diffusione di una campagna pubblicitaria, realizzata con il Consejo Publicitario Argentino che miri a diffondere la "Consapevolezza del divieto di consumo di alcolici nei minori", in particolare attraverso i canali social media.

Nel corso del 2019 si segnala anche il lancio di una campagna digitale sui social media per sensibilizzare su tale tematica soprattutto i genitori degli adolescenti. Infine, attraverso la Fundación Padres sono stati promossi alcuni laboratori nelle scuole con gli studenti e i loro genitori per offrire luoghi e spazi di dialogo e di riflessione sull'argomento. Queste iniziative hanno fatto riscontrare degli ottimi risultati, con oltre 2.800.000 persone contattate e più di 7.300.000 interazioni sui social network e su altre piattaforme.

È possibile, infine, citare l'iniziativa Famiglia Branca, nata per continuare a rafforzare il legame con i bartender più riconosciuti a livello nazionale. Nel 2018 sono stati avviati corsi di formazione con i Brand Ambassador dei prodotti Branca, tour per conoscere lo stabilimento e diversi workshop di varie discipline mettendo a disposizione strumenti e conoscenze per il lavoro dei bartender; l'iniziativa prosegue e si rinnova ogni anno.



Appendice

32 Non è disponibile il dato relativo a ore di formazione suddiviso anche per categoria professionale.

33 Non è disponibile il dato relativo ai partecipanti a corsi di formazione suddiviso anche per categoria professionale.

34 Si segnala che non è disponibile il numero di partecipanti ai corsi di formazione in materia di anticorruzione per Fratelli Branca Destilerías. Non sono inoltre disponibili i dati relativi al 2017.

Si presentano di seguito alcune tabelle di dettaglio e approfondimento rispetto alle risorse umane, così come richiesto dallo standard di rendicontazione adottato, il GRI Standard.

PRESENZA FEMMINILE PER SOCIETÀ DEL GRUPPO	2017				2018				2019			
	UOMINI	DONNE	TOTALE	% DONNE	UOMINI	DONNE	TOTALE	% DONNE	UOMINI	DONNE	TOTALE	% DONNE
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	48	22	70	31,4%	58	27	85	31,8%	69	32	101	31,7%
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	183	8	191	4,2%	196	7	203	3,4%	195	12	207	5,8%
BRANCA USA	-	-	-	-	-	-	-	-	14	17	31	54,8%
BRANCA INTERNATIONAL	2	3	5	60,0%	1	1	2	50,0%	1	1	2	50,0%
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	4	6	10	60,0%	3	3	6	50,0%	2	2	4	50,0%
TOTALE	237	39	276	14,1%	258	38	296	12,8%	281	64	345	18,6%

ORE DI FORMAZIONE EROGATE AI DIPENDENTI PER GENERE E SOCIETÀ DEL GRUPPO	2017			2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	276	164	440	162	95	257	423	141	564
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	N.D.	N.D.	N.D.	5.297	90	5.387	5.881	102	5.983
BRANCA INTERNATIONAL	4	12	16	0	0	0	0	0	0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	8	4	12	0	4	4	16	0	16
TOTALE	288	180	468	5.459	189	5.648	6.320	243	6.563

NUMERO DI DIPENDENTI CHE HANNO RICEVUTO FORMAZIONE PER GENERE E SOCIETÀ DEL GRUPPO	2017			2018			2019		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
F.LLI BRANCA DISTILLERIE	68	39	107	86	44	130	82	36	118
F.LLI BRANCA DESTILERÍAS	N.D.	N.D.	N.D.	850	0	850	1.286	6	1.292
BRANCA INTERNATIONAL	1	3	4	0	0	0	0	0	0
CENTRO STUDI FRATELLI BRANCA	2	1	3	0	1	1	3	0	3
TOTALE	71	43	114	936	45	981	1.371	42	1.413

**RAPPORTO
DELLO STIPENDIO BASE
DELLE DONNE RISPETTO
AGLI UOMINI IN % - 2019**

	DIRIGENTI	QUADRI	IMPIEGATI	OPERAI
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE	N.D.	81%	87%	95%
FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS	N.D.	N.D.	92%	N.D.
BRANCA USA	66%	92%	104%	N.D.

39 Per ragioni di riservatezza non sono riportati i rapporti delle società Branca International e Centro Studi Fratelli Branca

**RAPPORTO
DELLA RETRIBUZIONE TOTALE
DELLE DONNE RISPETTO
AGLI UOMINI IN % - 2019**

	DIRIGENTI	QUADRI	IMPIEGATI	OPERAI
FRATELLI BRANCA DISTILLERIE	N.D.	86%	86%	95%
FRATELLI BRANCA DESTILERÍAS	N.D.	N.D.	92%	N.D.
BRANCA USA	54%	91%	105%	N.D.

GRI Content Index

GRI STANDARD 2018

GRI DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI	OMISSIONI / NOTE
----------------	-------------	-------------	------------------

GRI 102 INFORMATIVA GENERALE

PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE

102-1	Nome dell'organizzazione	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Il profilo del Gruppo (p.9)	
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > I nostri brand (p. 17-21)	
102-3	Luogo della sede principale	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Il profilo del Gruppo (p.9)	
102-4	Luogo delle attività	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Il profilo del Gruppo (p.9-10)	
102-5	Proprietà e forma giuridica	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Il profilo del Gruppo (p.9)	
102-6	Mercati serviti	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Il profilo del Gruppo (p.9-10)	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	I principali risultati: una visione d'insieme (p.7)	
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Profilo dei dipendenti (p. 63-65)	
102-9	Catena di fornitura	L'eccellenza dei prodotti in Branca > Gestione responsabile della catena di fornitura (p. 46-52)	
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Il profilo del Gruppo (p.9) L'eccellenza dei prodotti in Branca > Gestione responsabile della catena di fornitura (p. 46-52)	
102-11	Principio o approccio prudenziale	L'ambiente: business sostenibile e mitigazione degli impatti > L'uso responsabile delle risorse (p. 79)	
102-12	Iniziative esterne	Branca, la Cultura e il Territorio (p. 94-100)	
102-13	Adesione ad associazioni	Branca, la Cultura e il Territorio (p. 94-100)	

STRATEGIA

102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	Lettera del Presidente (p. 3-4)	
102-15	Impatti chiave, rischi e opportunità	Creazione e distribuzione del valore economico (p. 38-43) Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro (p. 62-77) L'ambiente: business sostenibile e mitigazione degli impatti (p. 78-93)	Ad oggi non è presente una esplicita mappatura di dettaglio.

GRI DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI	OMISSIONI / NOTE
----------------	-------------	-------------	------------------

GRI 102 INFORMATIVA GENERALE

ETICA E INTEGRITÀ

102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Legalità, trasparenza, etica e integrità (p. 26)	
102-17	Meccanismi per ricercare consulenza e segnalare criticità relativamente a questioni etiche	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Legalità, trasparenza, etica e integrità (p. 26)	

GOVERNANCE

102-18	Struttura della governance	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Governance (p. 23-26)	
--------	----------------------------	--	--

CONVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	La gestione consapevole del business > I nostri Stakeholder (p. 30-31)	
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Relazioni industriali (p. 70)	
102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	La gestione consapevole del business > I nostri Stakeholder (p. 30-31)	
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	La gestione consapevole del business > I nostri Stakeholder (p. 30-31)	
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	La gestione consapevole del business > I nostri Stakeholder (p. 30-31)	

PRATICHE DI RENDICONTAZIONE

102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	Nota metodologica (p.5-6)	
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	Nota metodologica (p.5-6)	
102-47	Elenco dei temi materiali	La gestione consapevole del business > I temi della sostenibilità e l'analisi di materialità (p. 32-34)	
102-48	Revisione delle informazioni		Non sono presenti revisioni delle informazioni rispetto alla precedente edizione pubblicata.
102-49	Modifiche nella rendicontazione	Nota metodologica (p.5-6)	
102-50	Periodo di rendicontazione	Nota metodologica (p.5-6)	
102-51	Data del report più recente		L'ultimo documento pubblicato era riferito all'anno 2016.
102-52	Periodicità della rendicontazione	Nota metodologica (p.5-6)	
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	Nota metodologica (p.5-6)	Per richieste di informazioni è possibile utilizzare i canali dedicati disponibili sui siti internet delle singole società del Gruppo

GRI DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI	OMISSIONI / NOTE
----------------	-------------	-------------	------------------

GRI 102 INFORMATIVA GENERALE

102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	Nota metodologica (p.5-6)	
102-55	GRI Content Index	GRI Content Index (p. 103-108)	
102-56	Assurance esterna		Il presente documento non è oggetto di verifica da parte di società esterne.

TOPIC-SPECIFIC DISCLOSURE

GRI DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI	OMISSIONI / NOTE
----------------	-------------	-------------	------------------

TEMI ECONOMICI E DI GOVERNANCE

LEGALITÀ, TRASPARENZA, ETICA E INTEGRITÀ DEL BUSINESS

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Legalità, trasparenza, etica e integrità (p. 26)	
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Legalità, trasparenza, etica e integrità (p. 26)	
307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Legalità, trasparenza, etica e integrità (p. 26)	
416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Legalità, trasparenza, etica e integrità (p. 26)	
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Legalità, trasparenza, etica e integrità (p. 26)	

SOSTENIBILITÀ NELLA STRATEGIA AZIENDALE

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	La gestione consapevole del business (p. 27-29)	
-------------------------------	----------------------------------	---	--

CREAZIONE E DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	Creazione e distribuzione del valore economico (p. 38-43)	
202-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Creazione e distribuzione del valore economico > Valore economico direttamente generato e distribuito (p. 42-43)	

TEMI AMBIENTALI

EFFICIENZA ENERGETICA E CLIMATE CHANGE

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	L'ambiente: business sostenibile e mitigazione degli impatti > L'uso responsabile delle risorse (p. 79) L'ambiente: business sostenibile e mitigazione degli impatti > I consumi energetici (p. 80-83)	
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	L'ambiente: business sostenibile e mitigazione degli impatti > I consumi energetici (p. 83-83)	
302-3	Intensità energetica	L'ambiente: business sostenibile e mitigazione degli impatti > I consumi energetici (p. 83-83)	

GRI DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI	OMISSIONI / NOTE
----------------	-------------	-------------	------------------

TEMI AMBIENTALI

305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	L'ambiente: business sostenibile e mitigazione degli impatti > Emissioni in atmosfera (p. 84-86)	
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	L'ambiente: business sostenibile e mitigazione degli impatti > Emissioni in atmosfera (p. 84-86)	
305-4	Intensità delle emissioni di GHG	L'ambiente: business sostenibile e mitigazione degli impatti > Emissioni in atmosfera (p. 84-86)	

ECONOMIA CIRCOLARE E RICICLABILITÀ

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	L'eccellenza dei prodotti in Branca > La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto (p. 53-55)	
306-2	Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	L'ambiente: business sostenibile e mitigazione degli impatti > Economia circolare e riciclabilità (p. 87-93)	

TEMI SOCIALI

QUALITÀ E SICUREZZA DELLE MATERIE PRIME E DEL PRODOTTO

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	L'eccellenza dei prodotti in Branca > La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto (p. 53-55)	
417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	L'eccellenza dei prodotti in Branca > La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto (p. 54)	
417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	L'eccellenza dei prodotti in Branca > La qualità e sicurezza delle materie prime e del prodotto (p. 54)	

CUSTOMER RELATIONSHIP & SATISFACTION

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	L'eccellenza dei prodotti in Branca > Customer Relationship & Satisfaction (p. 58-61)	
-----------------------	----------------------------------	---	--

MARKETING, COMUNICAZIONE E CONSUMO RESPONSABILI

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	L'eccellenza dei prodotti in Branca > La tutela dei consumatori e la promozione del consumo responsabile (p. 56-57)	
417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Legalità, trasparenza, etica e integrità (p. 26)	

WELFARE AZIENDALE E BENESSERE

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Benessere dei dipendenti (p. 76-77)	
401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Benessere dei dipendenti (p. 76-77)	

SVILUPPO, FORMAZIONE DEL CAPITALE UMANO E MERITOCRAZIA COLLABORATIVA

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Sviluppo del capitale umano e formazione (p. 71-72) Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Il principio di Meritocrazia collaborativa e la gestione delle risorse umane (p. 26)	
205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Sviluppo del capitale umano e formazione (p. 71-72)	

GRI DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI	OMISSIONI / NOTE
----------------	-------------	-------------	------------------

TEMI SOCIALI

401-1	Nuove assunzioni e turnover	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > profilo dei dipendenti > assunzioni e cessazioni (p. 66-67)	Non è stato possibile calcolare il tasso di turnover per fascia di età a causa dell'indisponibilità dei dati 2017.
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Sviluppo del capitale umano e formazione (p. 71-72)	
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Sviluppo del capitale umano e formazione > Valutazione periodica delle performance (p. 72)	Informazione fornita a livello qualitativo.
412-2	Formazione dei dipendenti sulle politiche o le procedure sui diritti umani	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Sviluppo del capitale umano e formazione (p. 71-72)	

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Salute e sicurezza sul lavoro (p. 73-75)	
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Salute e sicurezza sul lavoro (p. 73-75)	Informazione fornita a livello qualitativo.
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Salute e sicurezza sul lavoro (p. 73-75)	Informazione fornita a livello qualitativo.
403-3	Servizi di medicina del lavoro	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Salute e sicurezza sul lavoro (p. 73-75)	Informazione fornita a livello qualitativo.
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Salute e sicurezza sul lavoro (p. 73-75)	Informazione fornita a livello qualitativo.
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Salute e sicurezza sul lavoro (p. 73-75) Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Sviluppo del capitale umano e formazione (p. 71-72)	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Salute e sicurezza sul lavoro (p. 73-75)	Informazione fornita a livello qualitativo.
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Salute e sicurezza sul lavoro (p. 73-75)	Informazione fornita a livello qualitativo.
403-9	Infortuni sul lavoro	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Salute e sicurezza sul lavoro (p. 73-75)	
403-10	Malattie professionali	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Salute e sicurezza sul lavoro (p. 73-75)	

DIVERSITÀ, INCLUSIONE E DIRITTI UMANI

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro (p. 68-69)	
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Salute e sicurezza sul lavoro (p. 73-75) Chi siamo: la nostra identità e la nostra storia > Governance (p. 25)	È stato presentato il personale suddiviso per fascia d'età solo per il 2019 poiché per l'Italia tale suddivisione non è disponibile con riferimento all'anno 2017.
405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro (p. 70)	Per ragioni di riservatezza non sono pubblicati dati relativi a talune società, come indicato nel paragrafo.
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Le persone: profilo, benessere, salute e sicurezza sul lavoro > Diversità e inclusione nell'ambiente di lavoro (p. 68-69)	Non sono stati rilevati episodi di discriminazione nel periodo di rendicontazione in oggetto.

SVILUPPO DI INIZIATIVE E CONVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ LOCALI

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	Branca, la cultura e il territorio (p. 94-100)	
---------------------------	----------------------------------	--	--

GRI DISCLOSURE	DESCRIZIONE	RIFERIMENTI	OMISSIONI / NOTE
----------------	-------------	-------------	------------------

TEMI TRASVERSALI

GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

103-1, 103-2 103-3	Approccio alla gestione del tema	L'eccellenza dei prodotti in Branca > Gestione responsabile della catena di fornitura (p. 46-52)	
204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	L'eccellenza dei prodotti in Branca > Gestione responsabile della catena di fornitura (p. 46-52)	
308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	L'eccellenza dei prodotti in Branca > Gestione responsabile della catena di fornitura (p. 46-52)	
412-3	Accordi di investimento e contratti significativi che includono clausole relative ai diritti umani o che sono stati sottoposti a una valutazione in materia di diritti umani	L'eccellenza dei prodotti in Branca > Gestione responsabile della catena di fornitura (p. 46-52)	
414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	L'eccellenza dei prodotti in Branca > Gestione responsabile della catena di fornitura (p. 46-52)	



Branca International S.p.A.

**Bilancio di
Sostenibilità e
Consapevolezza**
2019