

RSC Y SOSTENIBILIDAD

El compromiso con nuestros grupos de interés lo extendemos a todos aquellos a los que puedan afectar significativamente las actividades de la empresa o cuyas acciones puedan repercutir en

nuestra capacidad para desarrollar con éxito nuestra estrategia y alcanzar nuestros objetivos. Fruto del diálogo y de los mecanismos de participación con nuestros grupos de interés se

han definido cuatro áreas de trabajo, para las que se han identificado los aspectos prioritarios en la gestión del Grupo. Éstas han sido las bases para definir nuestra Estrategia de Sostenibilidad y

Responsabilidad Social Corporativa, y para establecer los hitos y objetivos que nos permitirán evaluar nuestra evolución en los próximos cuatro años:

NUESTRA GENTE	NUESTRO PLANETA	CADENA DE SUMINISTRO	NUESTRA COMUNIDAD
<p>El éxito de una empresa es el resultado del talento y bienestar de sus colaboradores.</p>	<p>Las acciones de hoy no deben comprometer necesidades futuras, ni de la compañía ni de la sociedad.</p>	<p>Promover la producción y el consumo responsable como parte de nuestros objetivos.</p>	<p>Ser agentes y promotores de cambios que puedan mejorar la calidad de vida de la sociedad.</p>
<p>OBJETIVO Promover el desarrollo de los colaboradores.</p>	<p>OBJETIVO Minimizar el impacto ambiental de nuestras operaciones.</p>	<p>OBJETIVO Introducir cuestiones éticas, ambientales y sociales en la cadena de suministro.</p>	<p>OBJETIVO Contribuir a la generación de comunidades sostenibles.</p>
<p>LÍNEAS DE TRABAJO</p> <ul style="list-style-type: none"> · Diversidad e igualdad. · Salud y seguridad de los empleados. · Atracción, desarrollo y retención del talento. 	<p>LÍNEAS DE TRABAJO</p> <ul style="list-style-type: none"> · Riesgos con el aprovisionamiento y gestión del agua. · Envasado y embalaje de productos. · Estrategia en cambio climático, política y sensibilización ambiental. 	<p>LÍNEAS DE TRABAJO</p> <ul style="list-style-type: none"> · Gestión de la cadena de suministro. · Evaluación de la RSC de los proveedores. · Código de conducta y anticorrupción. 	<p>LÍNEAS DE TRABAJO</p> <ul style="list-style-type: none"> · Salud y nutrición. · Promoción de estilos de vida saludables. · Diálogo con los grupos de interés.
			



RESUMEN
DEL EJERCICIO
16/17



Borges Branded Foods, S.L.U.
Av. Josep Trepat s/n · 25300 Tàrrrega (España)
Tfno. + (34) 973 50 12 12

www.borgesinternationalgrup.com



QUIÉNES SOMOS

BBF forma parte de un grupo agroalimentario familiar de origen mediterráneo con 120 años de historia y una fuerte presencia internacional. Somos líderes en la comercialización de Aceite de oliva y de semillas, Frutos Secos, Frutas Desecadas, Vinagre de Módena, Pasta y Snacks.

NUESTRA MISIÓN

Llevar el Estilo de Vida y Productos de Calidad Mediterráneos alrededor del mundo.

NUESTRA VISIÓN

Ser una empresa reconocida como líder mundial en la comercialización de productos de calidad, saludables y placenteros de la cocina y estilo mediterráneo, generando valor para sus consumidores, clientes, empleados, accionistas y todos los grupos de interés vinculados con la actividad de la compañía.

NUESTROS VALORES

Ética profesional, calidad como principio, tradición, confianza, rentabilidad, sostenibilidad, visión de futuro, dimensión mundial, orientación al cliente e Innovación.

PRINCIPALES LÍNEAS DE NEGOCIO:

 <p>RETAIL Productos envasados con nuestras marcas dirigidos al consumidor final.</p>	 <p>OOH Productos envasados con nuestras marcas dirigidos a profesionales de la restauración.</p>
--	---

NUESTRA ACTIVIDAD

Nuestras mayores fortalezas son nuestros valores y nuestra red comercial global formada por más de 6.000 profesionales, entre internos y externos, que diariamente ofrecen a los compradores de todo el mundo nuestros productos, quienes cuentan con el soporte de cerca de 1.000 profesionales especializados en compra, operaciones, servicios de back office, administración, finanzas, IT, y todo el apoyo técnico y legal para que la experiencia de cualquier forma de contacto con Borges sea siempre satisfactoria.



BORGES INTERNATIONAL GROUP EN CIFRAS:

744.201.000
EUROS EN VENTAS

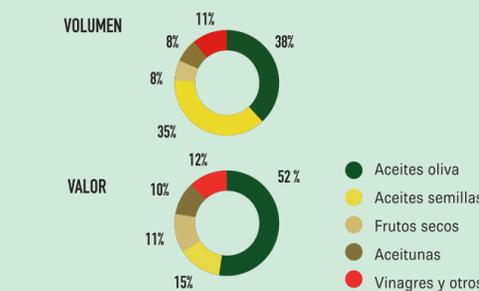
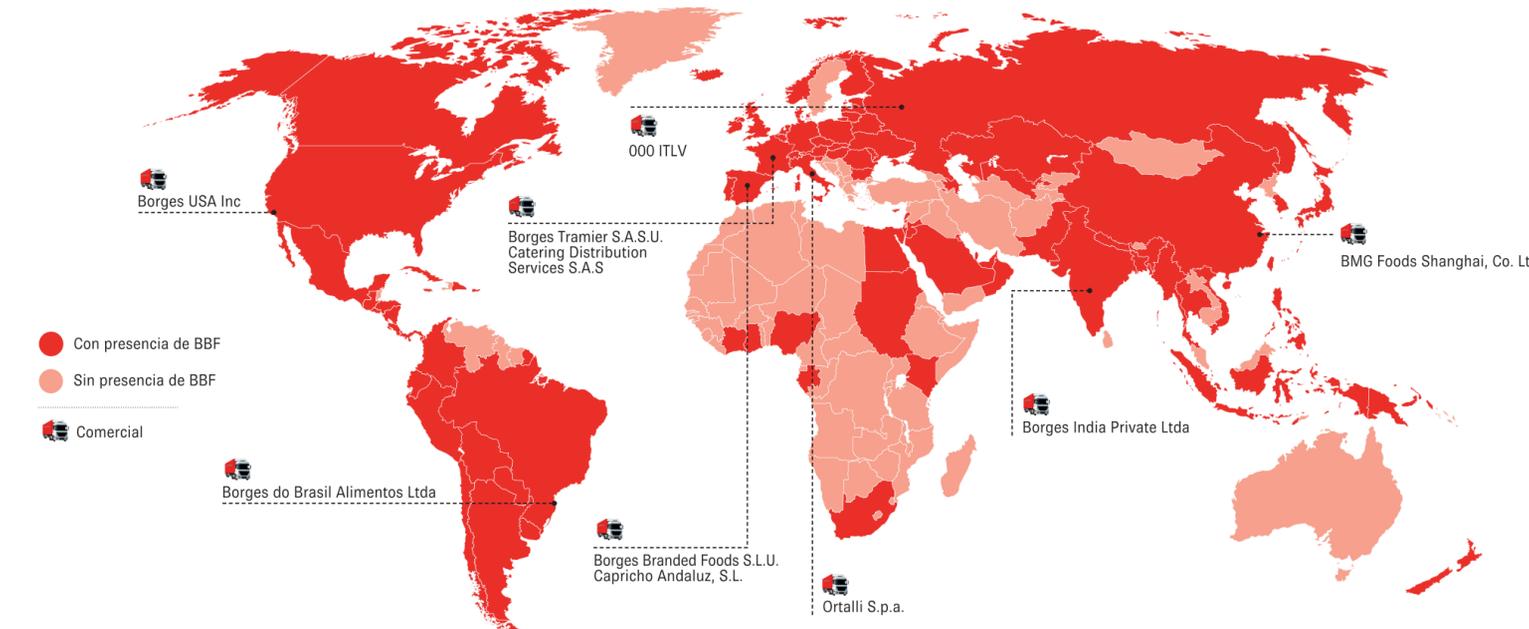
348.750
TM COMERCIALIZADAS

1.120
EMPLEADOS

114
PAÍSES



BORGES BRANDED FOODS EN EL MUNDO



271.669.000
EUROS EN VENTAS

79.068
TONELADAS VENDIDAS

222
EMPLEADOS

96
PAÍSES DESTINO DE LAS VENTAS

12
OFICINAS COMERCIALES

SOMOS LÍDERES EN:

- Aceite de oliva con marca Borges en 25 países.
- Frutos secos nobles, vinagre de Módena y cremas balsámicas en España con la marca Borges.
- Líder mundial en aceite de oliva orgánico.
- Palomitas de microondas en España con Popitas.
- Nueces en España con las marcas Borges y Pizarro.
- Tarrinas monodosis a nivel mundial.
- Aceitunas en Francia con la marca Tramier.
- Aceites en Francia en el sector Food Service con Borges.
- Aceite de oliva, vinagres y aceitunas en Estados Unidos con la marca Star.
- Alcachofas marinadas en Estados Unidos con la marca Cara Mia.
- Aceites de oliva y aceitunas en Rusia con las marcas Borges e ITLV.
- Aceites de oliva y pasta en India con la marca Borges.
- La marca de Aceites y Vinagres con la mayor distribución en el mundo.

NUESTROS PRODUCTOS



ACEITES DE OLIVA



ACEITES DE SEMILLAS



FRUTOS SECOS Y BEBIDAS VEGETALES



VINAGRES



PALOMITAS



PASTA



SALSAS



CREMAS BALSÁMICAS



ACEITUNAS



GAMA OUT OF HOME

Contribuimos a la consolidación y difusión de la marca del Grupo con un apoyo de 15 millones de euros anuales mediante publicidad en los medios y promociones.

NUESTRAS MARCAS



Marca global, líder del grupo, percibida como una marca "top of mind" en todas sus referencias.



Star es líder en aceite de oliva, vinagres y aceitunas en la costa oeste de los Estados Unidos.



Capricho Andaluz es el referente en el mercado de las monodosis de aceite de oliva y vinagre.



Tramier es líder en Francia en aceitunas de mesa con importantes cuotas de mercado.



Popitas es líder en el mercado español de maíz para microondas.



ITLV es líder en Rusia en aceite de Oliva, aceitunas y vinagres y está presente en países del Este.



Cara Mia destaca en conservas y alcachofas "Premium" en el mercado norteamericano.



Ortalli legitima el origen Módena de nuestros vinagres y cremas balsámicas.



Pacific Choice cuenta con gran prestigio en el canal Horeca en el oeste de los Estados Unidos.