

OSBORNE

1772



**Memoria
anual**

2019

Indice

04

MENSAJE DEL PRESIDENTE

Osborne de
un vistazo

06

El 2019 en cifras.....	08
Hitos del año.....	12
De España al resto del mundo	16

AUTENTICIDAD Y MAESTRÍA

Una historia
única, unas
marcas icónicas

20

Historia de Osborne.....	22
Tendencias y contexto del mercado.....	26
Nuestra propuesta de valor. Modelo de negocio.....	27
Nuestros principios de Gobierno Corporativo.....	30
Nuestro porfolio	32



ESPÍRITU VISIONARIO

Nuestra
estrategia

46

Legado y futuro	48
Plan Estratégico 2019-2021	49
Avances del año	50
Gestión para el desarrollo sostenible.....	51

COMPROMISO

Osborne
en 2019

52

Un modelo sostenible: nuestro compromiso con el medio ambiente	54
Nuestros empleados, en el centro de nuestras decisiones	56
Conectando pasado, presente y futuro: nuestro compromiso con la sociedad.....	58
Fundación Osborne.....	60



LEGADO Y FUTURO

**La visión a largo
plazo, el rigor y
la permanente
evolución es parte
de nuestro ADN**

Mensaje del Presidente

Este momento que nos está tocando vivir, en el que una pandemia está afectando a la salud y economía de muchas personas y al negocio de tantas empresas en los cinco continentes, nos ofrece la oportunidad de hacer una reflexión pausada respecto a nuestra trayectoria histórica y respecto a nuestro futuro.

Evidentemente, la crisis provocada por el coronavirus tiene un impacto innegable en Osborne, más aún teniendo en cuenta la importancia que para nuestro negocio tienen la hostelería, el turismo y ciertos mercados como España, Estados Unidos o China, especialmente relevantes para nosotros. Sin embargo, creo que hay motivos suficientes para estar esperanzados.

Desde los inicios del brote vírico hemos actuado con agilidad y sentido de la responsabilidad, creando un comité de crisis que ha analizado constantemente la situación y valorado las medidas a poner en marcha, ejecutándolas y haciendo el seguimiento necesario, con el fin de cuidar a nuestros empleados y de proteger nuestro negocio. Asimismo, el Consejo se reúne periódicamente desde final de marzo para monitorizar el trabajo del comité de crisis y para tomar las decisiones que en cada momento correspondían.

Os puedo decir con orgullo que la colaboración de todas las personas que trabajan en Osborne ha sido total, de la misma forma que los accionistas han colaborado con un necesario y obligado recorte de dividendos. Muchas gracias a todos.

Pero sobre todo, quiero recordaros que Osborne es una Compañía que en su historia ha pasado por múltiples épocas de prosperidad y de crisis económicas, de paz y de conflictos bélicos, de estabilidad y de desequilibrios sociales y

políticos. Pocos como nosotros pueden presumir de haber sabido sobrevivir a coyunturas tan diversas y de haber evolucionado felizmente a lo largo de tantas generaciones. La visión de largo plazo y el rigor han sido elementos comunes en la gestión de la Compañía durante todos estos momentos, lo que nos ha permitido aprovechar las épocas prósperas y superar las peores crisis, siempre para salir reforzados.

Los resultados de 2019 recogidos en este Informe Integrado son una prueba de que nuestra Compañía está diversificada en distintos negocios –licores, vinos, ibéricos, restaurantes–, y que cuenta con un porfolio compensado –con un equilibrio entre marcas tradicionales muy rentables y marcas en crecimiento–. Pero el 2019 nos parece ahora muy lejano.

Pienso que bajo el punto de vista social y económico habrá un antes y un después del año 2020. Independientemente de que el efecto económico sea mayor o menor que el del crack de 1929 o la crisis del 2008, la sociedad, y por lo tanto nuestros clientes y consumidores, serán muy distintos. Esta vez no nos toca solo adaptarnos a un simple cambio, sino crear una Osborne renovada que supere con éxito la crisis saliendo fortalecida.

En el entorno actual deberemos cumplir también otros parámetros no financieros con los que seremos evaluados, que empezamos a comunicar en el Estado de Información no Financiera el año pasado y que continuamos haciendo en este Informe Integrado.

El conformismo no es una opción para nosotros y la permanente evolución es parte de nuestro ADN. Estoy convencido de que nuestros antepasados no reconocerían Osborne tal y como es hoy pero estarían orgullosos de nuestro constante afán de superación, siempre fieles a nuestro lema “Legado y Futuro”.

Ignacio Osborne Cologan
PRESIDENTE



**os
bor
ne
de un
vistazo**



El 2019 en cifras

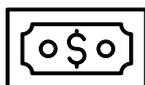
PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS* (MM€)

	Facturación Neta Total	222,4
	Var. 18/19	+ 4,5 (+2%)
	Facturación Neta Marcas Propias	178,8
	Var. 18/19	+5,2 (+3%)
	Beneficio Neto	12
	Var. 18/19	-0,32 (-3%)
	EBITDA	33,2
	Var. 18/19	-3,3 (-9%)
	Deuda Neta del Grupo	133,7
	Var. 18/19	-6,9 (-5%)

4,03

Ratio Deuda
Neta/EBITDA

Este año hemos experimentado un incremento tanto en la cifra de negocio como en las ventas netas, debido fundamentalmente al crecimiento de nuestras marcas propias *premium*, que no se ha trasladado de una forma directa a la cifra de EBITDA y Beneficio Neto por las fuertes inversiones en construcción de marca realizadas.



0,6MM€

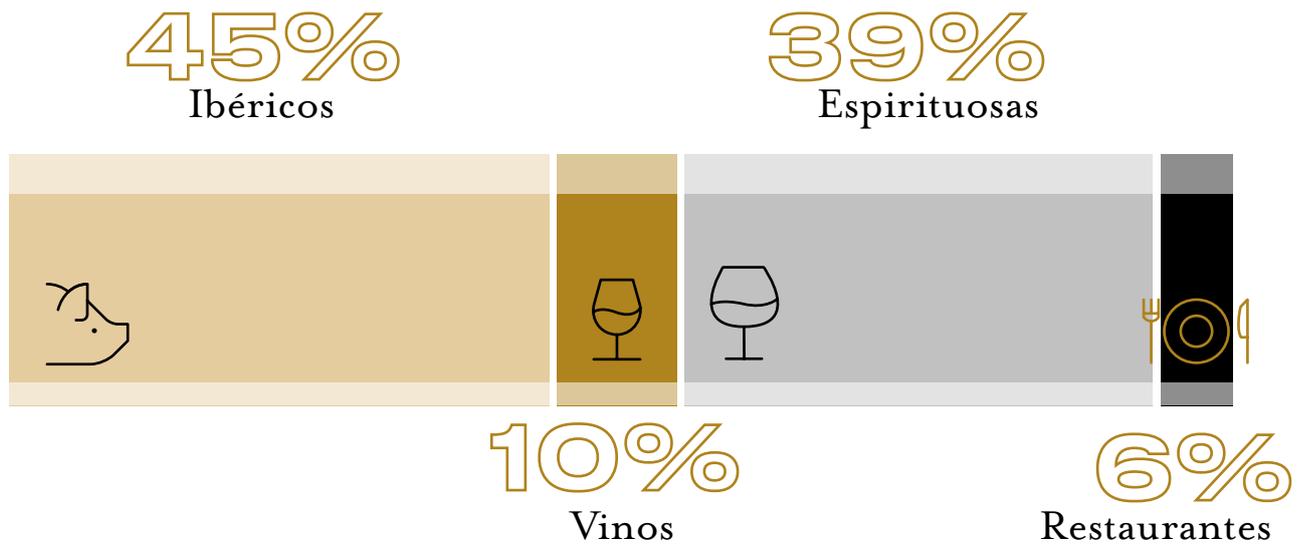
Inversiones I+D+i

5,1MM€

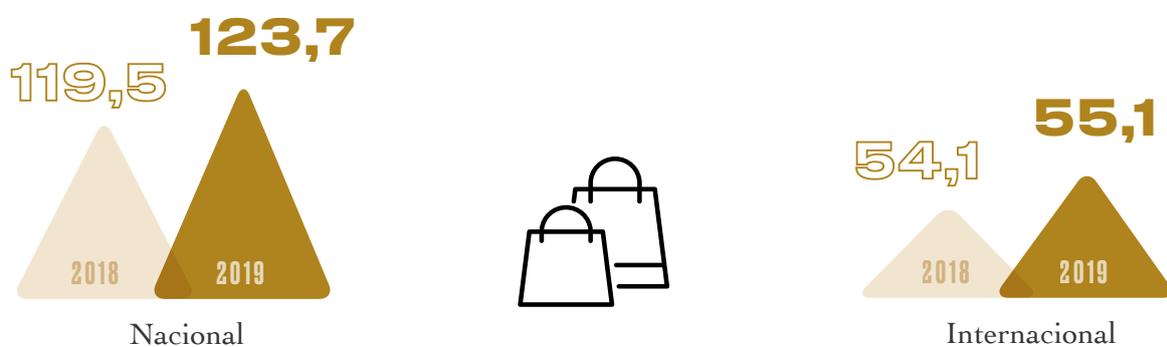
Inversiones Capex

* Cifras de gestión que incluyen en los indicadores "Facturación Neta" y "EBITDA" la agrupación de alguna partida distinta a las cifras correspondientes de las cuentas anuales consolidadas.

VENTAS POR NEGOCIO



EVOLUCIÓN DE LA CIFRA DE NEGOCIO POR MERCADO (MM€)



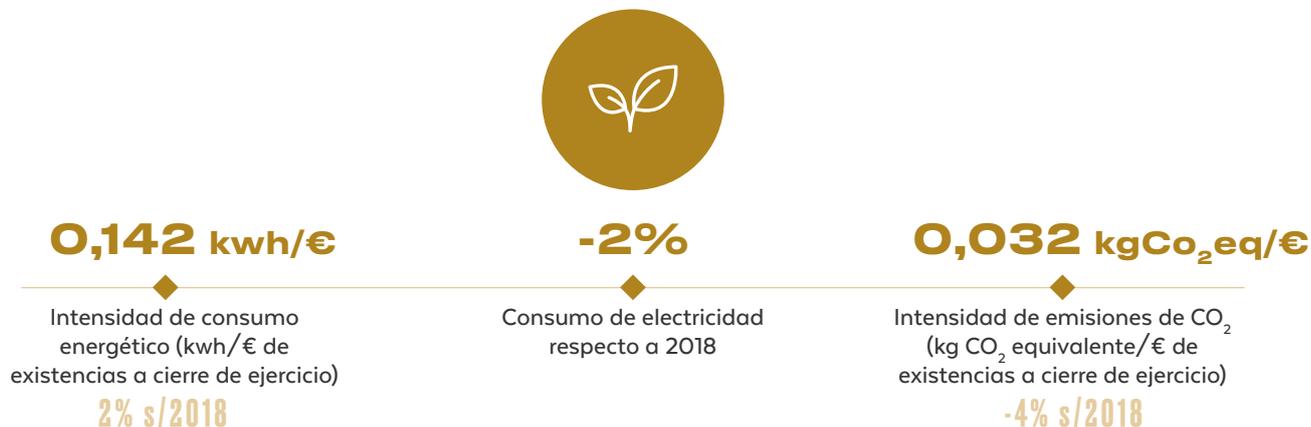
Venta de marcas propias

INDICADORES NO FINANCIEROS

Empleados



Medio Ambiente



Calculamos nuestra intensidad de consumo energético y de emisiones durante el ejercicio poniendo nuestro consumo energético total y las emisiones derivadas del mismo en relación al valor de las existencias a cierre del ejercicio, lo que nos ayuda a comprender el uso que realizamos de la energía en relación con nuestro nivel de producción. Destaca la disminución del consumo de electricidad por el uso de fuentes de autoconsumo de energía; así como la reducción de la intensidad de nuestras emisiones dadas las medidas de ecoeficiencia puestas en marcha y el consumo de energías renovables.

Impacto social



NUESTRA PRESENCIA EN ESPAÑA Y EN EL MUNDO



+500.000

Clientes en nuestros restaurantes



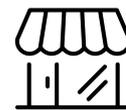
+50.000

Visitas a nuestros 5 centros de enoturismo



6

Plantas de producción en España



31%

Venta de marcas propias en mercado internacional

+2%
Var. 18/19

Hitos del año



NORDÉS, PRIMERA GINEBRA PREMIUM DEL MERCADO ESPAÑOL

Nordés se convierte en la primera ginebra del mercado español en el segmento superior a 20 euros y continua con su impulso internacional, convirtiéndose en una referencia internacional como modelo de construcción de marca en la categoría de *spirits*.



CINCO JOTAS: OSBORNE EXPORTA EL PRIMER JAMÓN CON HUESO A CHINA

lo que constituye un extraordinario avance en su estrategia de internacionalización y posicionamiento en el territorio del lujo.



CARLOS I, CRECIMIENTO CONSTANTE

Carlos I consolida su posición como primera marca en el mundo dentro de la categoría de brandy de Jerez solera gran reserva, reforzando su cuota de mercado en los países estratégicos.



Producto y packaging premiados



Excelencia y creatividad

NUESTRAS MARCAS RECIBEN PREMIOS INTERNACIONALES QUE AVALAN SU CALIDAD Y POSICIONAMIENTO

Entre otros, Nordés recibe la medalla de oro a la mejor ginebra de la Asociación Española de Periodistas y Escritores del Vino y la medalla de oro en el Concours Mondial de Bruxelles en la categoría de *spirits*. Nuestros vinos viejos de Jerez y nuestra marca Montecillo reciben unánimes reconocimientos por distintas instituciones y asociaciones (Decanter World Wine Awards, Guía Peñin, Guía Gourmets 2020, premios Bacchus). Cinco Jotas y nuestros vinos de Jerez son reconocidos en los premios Pentawards y Best Awards por su *packaging* excepcional.



PUBLICAMOS NUESTRA PRIMERA MEMORIA ANUAL

En 2019 hemos seguido avanzando en materia de sostenibilidad, reporte y transparencia con nuestros grupos de interés; iniciando el año con la publicación de nuestra Memoria Anual y siguiendo con la posterior realización de nuestro primer análisis de materialidad de cara a la elaboración del presente Informe Integrado.

INICIAMOS LA DISTRIBUCIÓN DE DISARONNO Y TIA MARÍA EN ESPAÑA

gracias al acuerdo firmado con ILLVA SARONNO, lo que confirma a Osborne como un *partner* estratégico para el desarrollo de marcas *premium* en nuestro país.





CONSEGUIMOS EL CERTIFICADO Q SOSTENIBLE EVOLUTION

en nuestra planta de El Tiro (El Puerto de Santa María, Cádiz), convirtiéndonos en la primera bodega en España en conseguirlo.

FIRMAMOS NUESTRA PRIMERA FINANCIACIÓN SINDICADA SOSTENIBLE

convirtiéndonos en la primera compañía del sector bodeguero en firmar un crédito con condiciones ligadas a nuestro desempeño en sostenibilidad.



REDOBLAMOS NUESTRA PRESENCIA Y RELEVANCIA EN INSTITUCIONES SECTORIALES

por medio de la ostentación del cargo de presidencia por parte de Ignacio Osborne en el Foro de Marcas Renombradas Españolas y en la Federación Española de Bebidas Espirituosas.



CONTINUAMOS EL AVANCE EN LA DIGITALIZACIÓN

con un excelente avance en todo el ecosistema digital de las marcas y mediante la implantación de herramientas -SalesForce, UVE, Captio, apps de comunicación interna, etc. - de alto impacto en nuestras operaciones, en la gestión colaborativa con nuestros distribuidores, en la comunicación directa con consumidores y en la relación entre empleados.

80%

Orgullo &
DE PERTENENCIA

Compromiso
SOSTENIBLE

OBTENEMOS EXCELENTES RESULTADOS EN LA ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

con niveles de satisfacción, compromiso y orgullo de pertenencia muy superiores a la media española, según el estudio de la consultora Willis Towers Watson.

Reconocimientos

EXCELENCIA EN GESTIÓN Y MODELO DE NEGOCIO

Osborne recibe premios como reconocimiento a su gestión y trayectoria, destacando el Premio de la Confederación de Empresarios de Cádiz entregado por Su Majestad el Rey Felipe VI y el Premio Internacional al mejor modelo de negocio, organizado por la consultora Development Systems.

EMPRENDEDOR DEL AÑO Y PREMIO A LA TRAYECTORIA

Ignacio Osborne, Presidente de la Compañía, es destacado por la consultora EY como “Emprendedor del año y premio a la trayectoria de la empresa familiar”, recogiendo este año ambos galardones otorgados a nivel regional y nacional.

LA FUNDACIÓN OSBORNE PREMIADA POR LA FUNDACIÓN CAIXABANK

Con el “Mejor Proyecto Solidario” por sus actividades de acción social como las de inserción laboral para jóvenes en la hostelería o la mejora de la accesibilidad de las bodegas. Igualmente, la Fundación recibe el Premio Excelencia Gourmet por su proyecto de Turismo accesible.



De izquierda a derecha, Ignacio Osborne Cologan, Presidente de Osborne; Tomás Osborne Gamero-Cívico, Presidente de Honor de Osborne y Presidente de la Fundación Osborne; y Fernando Terry Osborne, Consejero Delegado de Osborne.

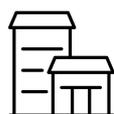
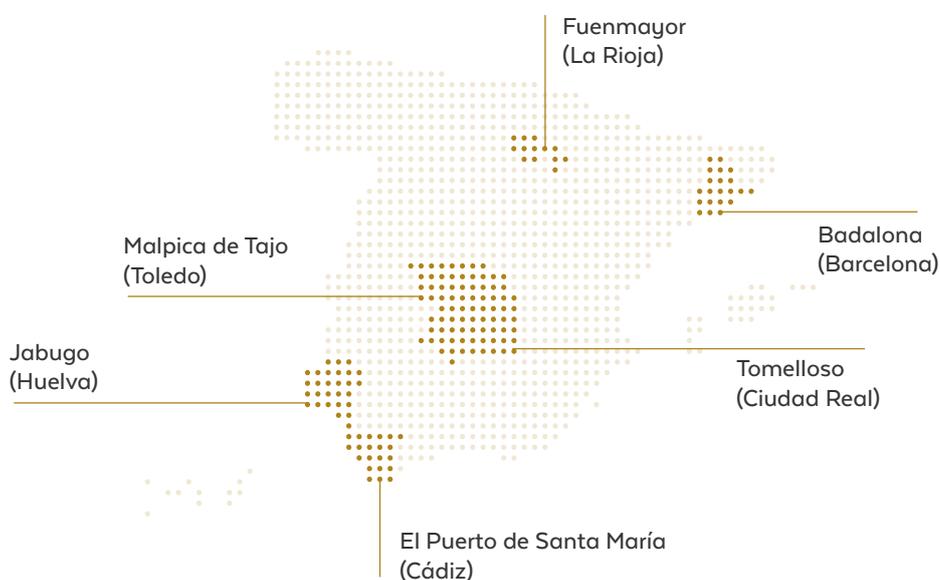


Entrega de Premio “Mejor Proyecto solidario” otorgado por Caixa Bank a la Fundación Osborne.

De España al resto del mundo

PRESENCIA NACIONAL

España



6

Plantas de producción en España



5

Centros de enoturismo



69%

De la facturación en el mercado nacional



94%

De nuestros empleados están en España

NUESTRAS FILIALES



Volumen de Venta Neta **+10%**
Var. 18/19

Beneficio obtenido **+44%**
Var. 18/19

27
Empleados

5
Marcas locales



Volumen de Venta Neta **+51%**
Var. 18/19

Ventas de Vinos y bebidas **+15%**
Var. 18/19

Ventas de Cinco Jotas **+59%**
Var. 18/19

DESCENTRALIZACIÓN EXITOSA DEL ÁREA COMERCIAL

que nos ha permitido capturar mejor las oportunidades que tenemos y ser un referente de “buen hacer” en la industria.

RECONOCIMIENTO DESTACADO COMO “LAS MEJORES CACHAÇAS”

En una votación popular, con más de 40 mil votos, nuestra Compañía fue la que concentró la mayor cantidad de *cachaças* y marcas valoradas.

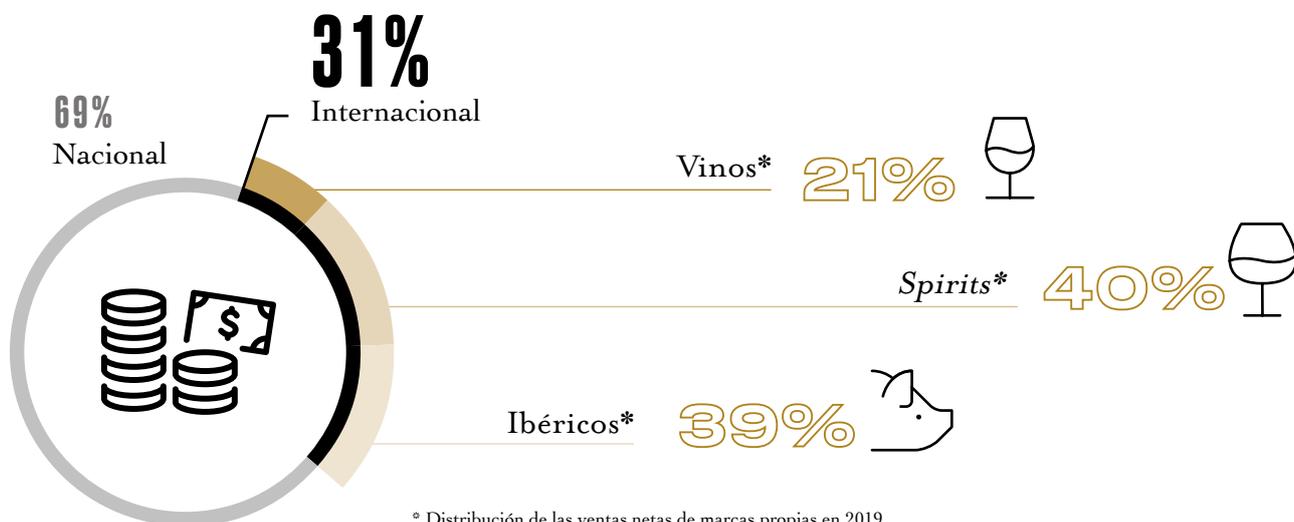
CINCO JOTAS SE CONSOLIDA COMO REFERENTE DE CALIDAD,

incrementando nuestras colaboraciones con chefs locales de prestigio, nuestra posición de referencia en plataformas de *eCommerce* y cadenas gourmet de *retail* y nuestra participación en eventos como la China International Import Expo (CIIE).

MEJORAMOS NUESTRA “RUTA AL MERCADO”,

cerrando acuerdos de distribución para nuestras marcas estratégicas -Nordés, Carlos I y Montecillo- con algunas de las principales compañías de distribución regional y nacional del país.

NUESTRA LLEGADA INTERNACIONAL



* Distribución de las ventas netas de marcas propias en 2019.



MODELO DE GESTIÓN ADAPTADO AL MERCADO



FOCO EN MARCAS ESTRATÉGICAS



PRINCIPALES PAÍSES E HITOS POR NEGOCIO



Bebidas



- Alemania
- Filipinas
- Suiza
- Travel Retail
- Puerto Rico
- México
- Reino Unido

NUESTRAS MARCAS DE BRANDY SIGUEN CRECIENDO Y GANAN CUOTA INTERNACIONAL, con destacados resultados en Alemania, país en el que Carlos I y Veterano siguen ganando cuota con crecimientos del +3% a pesar de las caídas del -10% de la categoría; y México, donde se produce un crecimiento del 5% gracias a nuestras activaciones y el refuerzo del equipo comercial.

NORDÉS MUESTRA UN SÓLIDO CRECIMIENTO INTERNACIONAL, obteniendo unos resultados muy satisfactorios gracias a nuestros embajadores de marca y socios locales que permiten dinamizar y afianzar nuestra presencia en los lugares de referencia en países como Alemania, Reino Unido o Italia.

ÉXITO DE NUESTRAS MARCAS EN EVENTOS DE PRIMERA LÍNEA, como el “COLEGIO DEL BRANDY”, evento para 100 Top Bartenders en Alemania que este año ha sido celebrado también en España; o “Barra México”, el *trade show* de coctelería más importante de Latinoamérica.



Ibéricos



- China
- México
- Travel Retail
- EEUU
- Unión Europea

CINCO JOTAS FORTALECE SU PRESENCIA EN MÉXICO A TRAVÉS DE LA HOSTELERÍA, por medio de la incorporación de nuevos puntos de venta que nos permiten crecer en este canal estratégico. Participamos en eventos de alta gama como lo son Millesime Experience y el Gran Premio de México de F1.

PARTICIPACIÓN DE CINCO JOTAS EN EVENTOS DESTACADOS COMO LA CEREMONIA DE LOS OSCARS O GASTROTOUR EN NUEVA YORK, gracias a nuestra colaboración en los menús y con las apariciones de reconocidos chefs; siendo noticia principal en medios españoles y participando muy activamente en medios americanos y a nivel global.

CINCO JOTAS FORTALECE SUS LAZOS CON CADENAS DE RETAIL DE PRESTIGIO COMO G.LAFAYETTE Y HARRODS, permitiendo a la marca seguir creciendo en este segmento estratégico.



Vinos



- Alemania
- Canadá
- Holanda
- Travel Retail
- EEUU
- Bélgica

NUESTROS VINOS ACELERAN CRECIMIENTO Y SE POSICIONAN COMO REFERENCIA EN ALEMANIA. Montecillo crece al +15% con nuevos *listings* en restaurantes y tiendas especializadas. Solaz se convierte en la marca N°3 de vinos *premium* españoles, gracias al lanzamiento de Solaz BIO que se posiciona como “Marca” líder BIO en Alemania.

REFORZAMOS LAS COLABORACIONES CON NUESTRO IMPORTADOR Y CUENTAS CLAVE EN EE.UU. Y CANADÁ, en el marco de nuestras acciones frente al impacto de los aranceles de vinos y espirituosas.



LAS SINERGIAS ENTRE NEGOCIOS FAVORECEN EL CRECIMIENTO DE NUESTRAS MARCAS, de la mano de Cinco Jotas cerramos acuerdos con el prestigioso chef español Pizarro para comercializar Nordés, Carlos I y nuestros vinos de Jerez en sus restaurantes.

REFORZAMOS EL ÁREA DE TRAVEL RETAIL/DUTY FREE por medio de la contratación de un nuevo equipo que nos permita fortalecer nuestra presencia en este canal. Asimismo, hemos doblado las activaciones de imagen en aeropuertos españoles con excelentes resultados para nuestras marcas: Cinco Jotas, Carlos I y Nordés.

AUTENTICIDAD Y MAESTRÍA

**Una
historia**

**Úni
ca**

**unas marcas
icónicas**



+2 SIGLOS DE pasión



La historia de Osborne se remonta a finales del siglo XVIII en El Puerto de Santa María, que comenzó con la elaboración y comercialización de vinos de Jerez. Desde sus inicios, de la mano de Thomas Osborne Mann, el joven inglés que llegó a tierras gaditanas y que representa el origen de la saga familiar, aquella empresa ha evolucionado a lo largo de generaciones hasta convertirse hoy en día en un gran Grupo empresarial.



2016



EL COMPROMISO OSBORNE

La Compañía promueve la creación de la Fundación Osborne, dedicada a impulsar la formación, el emprendimiento y el empleo de los jóvenes; así como a preservar y difundir el patrimonio de Osborne.

2019



INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO

Adquirimos una participación en *Galician Original Drinks*, en nuestro afán por seguir innovando y rejuveneciendo nuestro porfolio.

Propósito y valores

NUESTRO PROPÓSITO

Desde los orígenes del negocio a finales del siglo XVIII, una idea empezó a hacerse realidad: descubrir algo muy valioso, darle forma y compartirlo. Persona a persona y familia tras familia, se convirtieron en catalizadores del valor de la autenticidad cultural y social de España convirtiendo la idea original en algo más poderoso, en un sentimiento común capaz

de conectar su esencia con la sociedad a través de las personas.

Nacimos para transmitir la riqueza social y cultural de un país, cuidándola, potenciándola y adaptándola a cada momento en el tiempo para que nunca se pierda el valor de lo auténtico en la sociedad.



Existimos para que las personas disfruten y compartan experiencias auténticas a través de nuestras marcas

NUESTROS VALORES

01 AUTENTICIDAD

Llevamos en nuestro ADN la pureza en el origen, lo que nos ayuda a seguir siendo una empresa auténtica que ofrece experiencias auténticas.

MAESTRÍA

Transformamos nuestro legado sin perder la esencia que lo hace tan valioso, preservando nuestra maestría a través del tiempo para hacer de lo bueno, lo mejor.

02

Queremos estar en los momentos de consumo más relevantes de la vida de nuestros consumidores para generar experiencias memorables

03 ESPÍRITU VISIONARIO

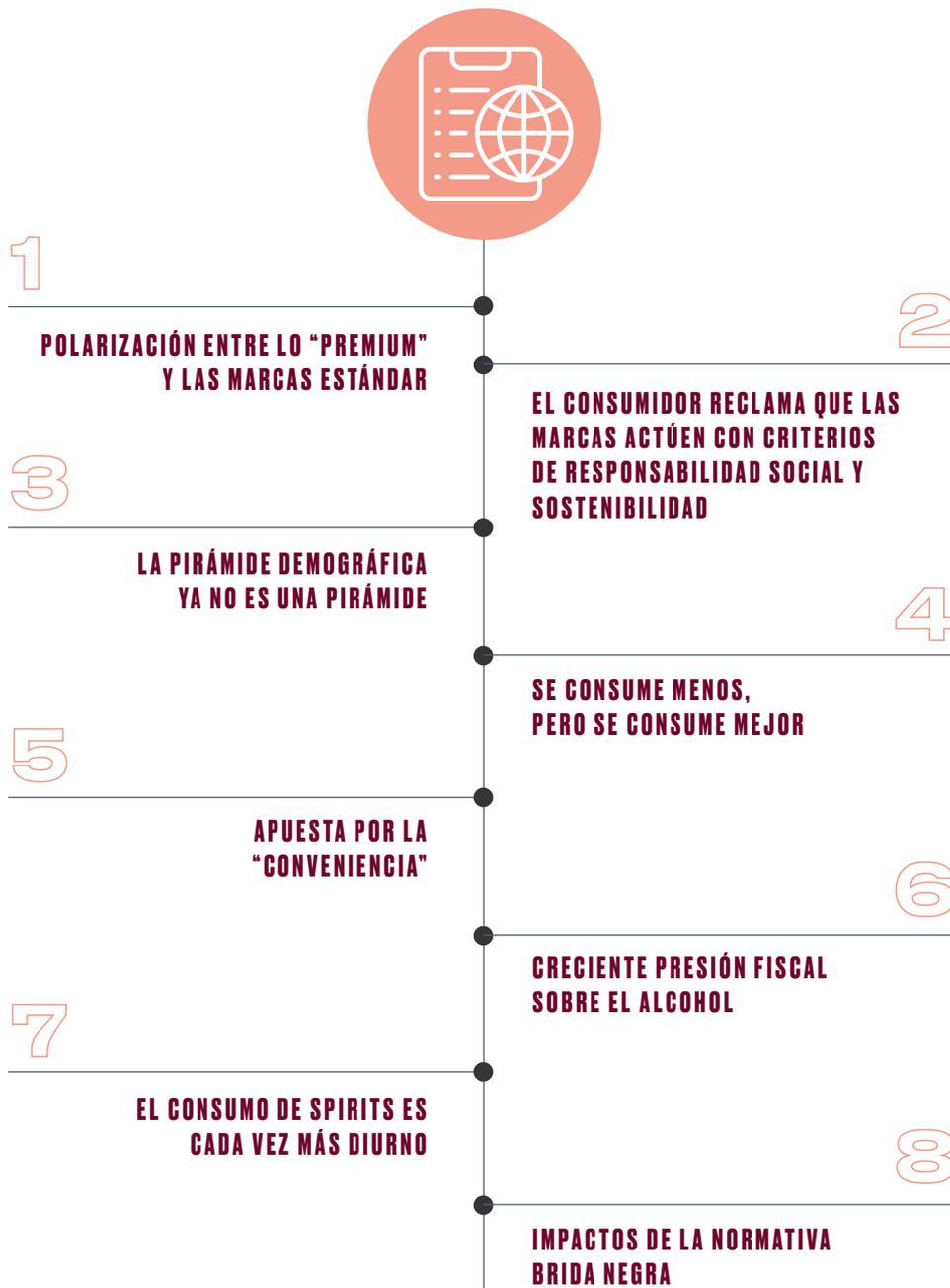
Nacimos de una idea visionaria que nos imprime este espíritu, convertimos la tradición en innovación para seguir explorando todos los caminos posibles.

04 COMPROMISO

Desde 1772, nuestro compromiso es con el futuro, con la tierra, con la gente que la trabaja, con los productos que nos ofrecen y con la naturaleza que lo hace posible.

Tendencias y contexto del mercado

Somos una Compañía presente en toda la cadena de valor de los sectores ibéricos, vinos y bebidas espirituosas; de espíritu innovador y en permanente evolución. Estar actualizados acerca de las tendencias de los sectores en los que desarrollamos nuestras actividades es clave para siguiendo una respuesta eficaz a las expectativas de nuestros consumidores y construir marcas generadoras de confianza y experiencias únicas.



Nuestra propuesta de valor

MODELO DE NEGOCIO

Osborne nace en 1772 como un elaborador y comercializador de vinos de Jerez, siendo hoy una de las empresas familiares más antiguas del mundo. Desde su origen, la Compañía ha diversificado progresivamente su actividad y actualmente Osborne opera, dentro del sector de Alimentación y Bebidas, en tres grandes negocios: los licores o bebidas espirituosas, el jamón de bellota 100% ibérico y los vinos de Rioja, Jerez, Oporto y de Tierra de Castilla la Mancha.

Toda la actividad de la Compañía pivota en torno a un propósito –“creamos marcas para que las personas disfruten y compartan lo auténtico”- y a unos valores sólidamente arraigados en la organización –“autenticidad, maestría, compromiso y espíritu visionario”-.



1 elaboración

TRADICIÓN CENTENARIA, ARTESANÍA Y MAESTRÍA

En nuestras bodegas, destilerías y dehesas elaboramos de manera artesanal nuestros productos conservando la tradición y la sabiduría de oficios centenarios.

Bodegas

Situadas en el marco de Jerez, que cuenta con la mejor colección de vinos viejos del marco, en La Rioja, tercera bodega más antigua de Rioja con 150 años y en Toledo, con 736 hectáreas de viñedo; nuestras bodegas son parte del legado de nuestro fundador.

Destilerías

En Tomelloso y Badalona elaboramos las holandas, aguardientes y destilados vínicos con los que producimos nuestros brandis y el centenario Anís del Mono (desde 1870). En Galicia destilamos el albariño de nuestra ginebra Nordés.

La Dehesa

Desde hace más de 140 años y generación tras generación, cuidamos de este ecosistema único para la cría en libertad de cerdos de raza ibérica pura a base de bellota y de otros alimentos disponibles en este ecosistema. Posteriormente, en nuestra bodega Cinco Jotas, situada en Jabugo, elaboramos cada pieza de nuestros ibéricos.

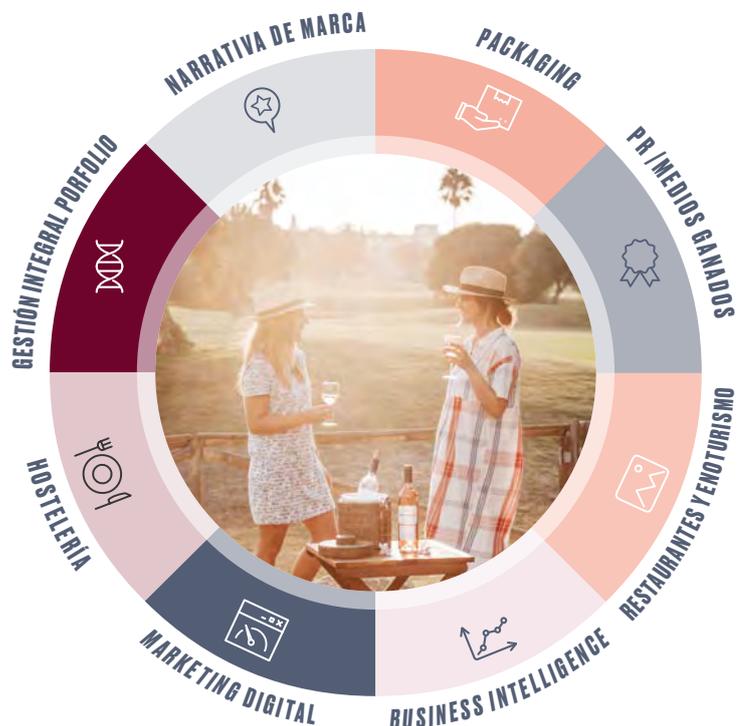
Cadena de valor de Osborne

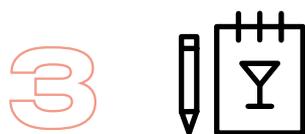
consumidor

NUESTRO MODELO DE CONSTRUCCIÓN DE MARCAS: EL CONSUMIDOR EN EL CENTRO



Con el propósito de crear marcas que te hagan disfrutar y compartir experiencias auténticas, hemos actualizado nuestro modelo de construcción de marcas para seguir siendo capaces de acercar nuestros productos de una forma actual y renovada, sin perder la historia, la calidad y la experiencia que nos caracterizan y que está basado en ocho pilares:





mercado

NUESTRA LLEGADA AL MERCADO: EXCELENCIA EN LA EJECUCIÓN

Con toda nuestra ilusión y pasión ofrecemos nuestros productos con un servicio de máxima calidad, a través de nuestra especialización en los diferentes canales de venta, con una estrategia clara de excelencia en la ejecución en el punto de venta y generación de demanda.

Nuestro ecosistema digital (UVE, Salesforce Marketing Cloud y Salesforce Service) nos ayuda a optimizar la gestión comercial y a anticiparnos a las necesidades del consumidor.



HOSTELERÍA

Construyendo marcas *premium* en un canal estratégico.



ALIMENTACIÓN

Asegurando la excelencia en la ejecución, convertidos en una referencia en la industria.



SOCIOS COMERCIALES

Seleccionando a los mejores *partners* para desarrollar nuestras marcas con visión de largo plazo.



TRAVEL RETAIL

Dando visibilidad a nuestras marcas estratégicas en un escaparate internacional.



E-COMMERCE

Favoreciendo la relación directa con el consumidor a través de herramientas de CRM (*Customer Relationship Management*)



experiencias

EXPERIENCIAS COMPARTIDAS



Restaurantes

Nuestros entornos *premium* pensados para crear momentos de encuentro donde disfrutar, compartir y experimentar nuestras marcas en primera persona.

Restaurantes 5J: Ubicados en Madrid, Barcelona, Sevilla y Baqueira-Beret.

Espacios 5J: Boutique El Corte Inglés Castellana en Madrid, Galerías La Fayette de París, KaDeWe en Berlín, Harrods en Londres y Palacio de Hierro en Ciudad de México.

Restaurantes Osborne: Encuéntralos bajo distintas marcas (La Cocina de San Antón, Quinto Quinta, MilGritos, Toro Tapas) en Madrid, Barcelona, El Puerto de Santa María (Cádiz) y Ronda (Málaga).



Enoturismo

En nuestras bodegas y centros productivos damos a conocer nuestras viñas, las dehesas centenarias y el respeto y pasión por la tradición en la elaboración de nuestros productos.

Bodega 5J en Jabugo (Huelva).

Bodegas Osborne en El Puerto de Santa María (Cádiz).

Bodegas Montecillo en Fuenmayor y Navarrete (La Rioja).

Bodegas Osborne en Malpica de Tajo (Toledo).

Destilería Anís del Mono en Badalona (Barcelona).

Nuestros principios de Gobierno Corporativo

ESTRUCTURA DE GOBIERNO

Somos una Compañía pionera en la incorporación de buenas prácticas de gobierno corporativo, unas obligatorias por ley y otras como guías de buen funcionamiento. Así, los órganos de gobierno con los que contamos nos ayudan a gestionar de forma eficaz todos los aspectos corporativos y operacionales que puedan surgir en el seno de nuestra Compañía.

Consejo de Administración

COMISIÓN DE AUDITORÍA Y CUMPLIMIENTO

COMISIÓN DE NOMBRAMIENTOS Y RETRIBUCIONES

D. Ignacio Osborne Cologan
Presidente

Dña. Sofía Osborne Coloma
Vicepresidenta **P**

D. Fernando Terry Osborne
Consejero Delegado **V** **S**

D. Tomás Osborne Gamero-Cívico
Vocal y Presidente de Honor **V**

D. Enrique Osborne Sanz-Magallón
Vocal y Vicesecretario

D. Rafael Osborne Fernández
Vocal **V**

Dña. Blanca Osborne Fernández de Peñaranda
Vocal **P**

D. Jorge Osborne Cologan
Vocal **V**

Dña. Beatriz Osborne Osborne
Vocal **V**

D. Fernando Osborne Blanco
Vocal **V**

D. Francisco Ballester Almadana
Vocal **V**

Dña. Adela Lario Rivas
Secretaria no consejera

Comisión de Auditoría y Cumplimiento **P** Comisión de Nombramientos y Retribuciones **V**

Presidente **P** Secretario **S** Vocal **V**

Estructura de gestión

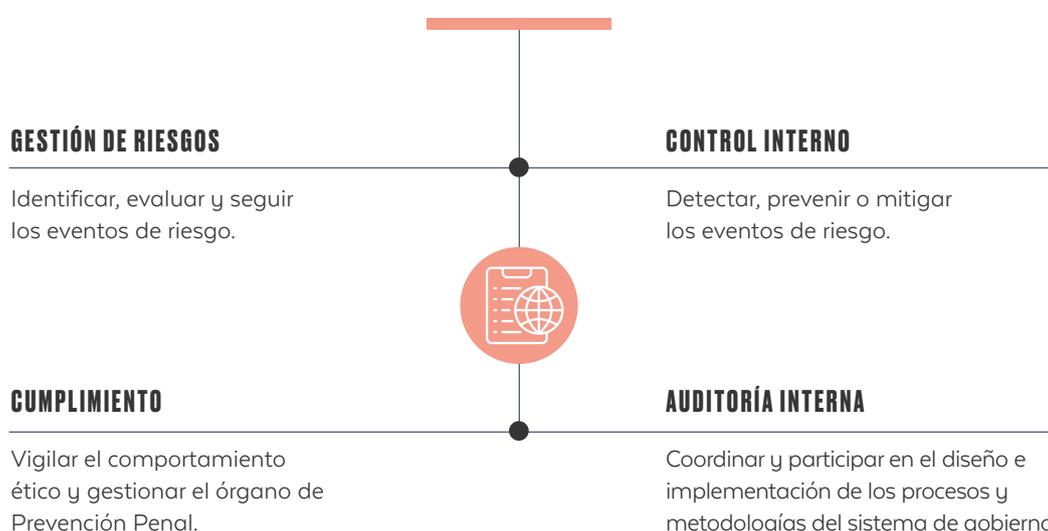
COMITÉ DE DIRECCIÓN



Comisión de Auditoría y Cumplimiento ● Comisión de Nombramientos y Retribuciones ●
 Presidente **P** Secretario **S** Vocal **V**

SISTEMA DE GOBIERNO

El Consejo de Administración de Osborne ha diseñado e implantado un amplio programa de Gobierno Corporativo, Gestión de Riesgos y Cumplimiento (Programa GRC) que establece los principios básicos de comportamiento y el conjunto de procesos y estructuras para gestionar y supervisar las actividades de la organización con el fin de lograr sus objetivos, fundamentado en los siguientes pilares:



Nuestro porfolio

Nuestras marcas contienen la historia, la calidad y la experiencia que nos caracterizan

Estructuramos nuestras marcas en seis grupos en función de sus características y posibilidades de cara a establecer las líneas de acción necesarias para el desarrollo de cada una de ellas, potenciando el valor de nuestros productos *premium*, trabajando sobre la internacionalización de los mismos, apoyándonos en la innovación para la mejora de nuestros procesos y productos, y acercando nuestro porfolio de marcas contemporáneas a un público que busca un consumo responsable y de calidad.

Estratégicas



De prestigio



Tradicionales



Innovación y desarrollo de porfolio



Marcas asociadas



Brasil



Una obra de arte, piezas únicas e inigualables

CINCO JOTAS

+4%

VENTA JAMÓN 5J
MERCADO NACIONAL
RESPECTO A 2018

- Cinco Jotas es excelencia, talento y pasión. Experiencia de marca exclusiva.
- Excelencia en calidad reconocida mundialmente:
 - Elaboración artesanal en Jabugo, con talento, maestría y pasión.
 - El producto procede de animales de raza 100% ibérica, alimentados con bellotas y criados en libertad.
 - Garantizamos el bienestar animal y cuidamos la biodiversidad de la dehesa contribuyendo a preservar el ecosistema.
 - Reconocido como alimento cardiosaludable por diversos estudios médicos.
- Nº1 en reconocimiento e imagen de la marca en España y liderando la categoría en mercados foco en internacional.

- Excelencia también en su *packaging*, reconocido internacionalmente en 2019:
 - Best Awards Plata Maleta con jamón Cinco Jotas experiencia Dehesa.
 - Pentawards Oro Maleta con jamón Cinco Jotas Experiencia Dehesa.
 - Pentawards Plata Edición limitada Baul Grand Tour con jamón Cinco Jotas.
- Marca líder mundial en el segmento súper *premium*, asociada con la alta gastronomía vía *partners* internacionales (50 Best, Basque Culinary Center y chefs de prestigio internacional).
- Su crecimiento viene dado por la maximización del valor y no por el incremento de volumen.
- Presente en una selección de los mejores restaurantes y tiendas gourmet internacionales.



+21%

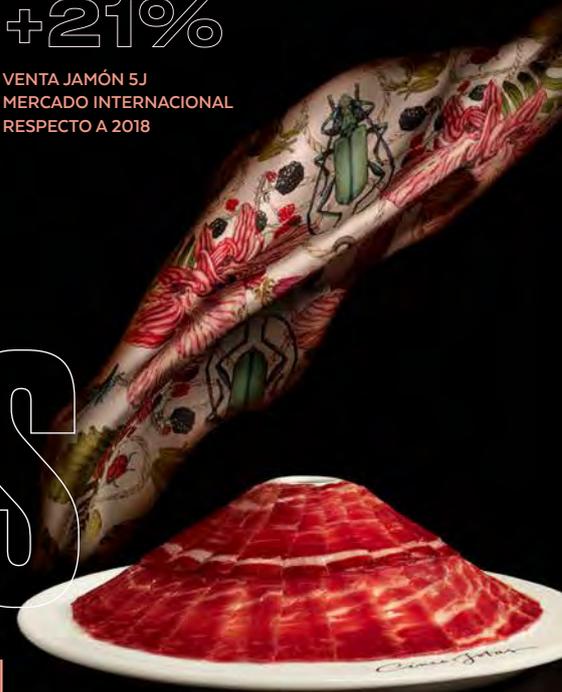
VENTA JAMÓN 5J
MERCADO INTERNACIONAL
RESPECTO A 2018

IBÉRICOS

El sabor único de la mejor tradición

SÁNCHEZ ROMERO CARVAJAL

- Garantía de calidad en todas sus piezas.
- Marca histórica en la categoría con una sólida implantación en España.
- Elaborada de forma tradicional y artesanal desde 1879 en Jabugo, origen único y símbolo de la máxima calidad y excelencia.
- Ostenta la máxima categoría de la Norma del Ibérico: la brida negra, que identifica a los productos de cerdos 100% ibéricos que se han alimentado con bellotas en la montanera y criados en libertad en la dehesa.



+8%

VENTA NETA IBÉRICOS
RESPECTO A 2018



Una ginebra premium que homenajea a su tierra

NORDÉS

- Nuestra ginebra, de origen gallego y botella icónica, se convirtió en 2018 en la primera ginebra *premium* en España (>20 euros) siete años después de su lanzamiento y cuenta con un posicionamiento de marca diferenciador y relevante por su sabor único reconocido internacionalmente en 2019:
 - *Gold medal Concours Mondial de Bruxelles.*
 - Medalla de oro mejor ginebra premios AEPEV.
- Gran salud de marca, con una rotación en 2019 en hostelería que duplica la de sus competidores y con potencial de crecimiento por incremento de distribución.
- La marca se encuentra inmersa en ambiciosos planes de internacionalización, con crecimientos de doble dígito.
- Enfocada en países de alto potencial por la dimensión, valor y crecimiento de la categoría como Reino Unido, Alemania o Italia.

Una apuesta original, innovadora y de calidad para los que buscan nuevas experiencias

AMPERSAND

- La apuesta de Osborne por el segmento *millennial* y la innovación.
- Tras el nacimiento de la referencia original, Ampersand Cítricos, la marca ha lanzado con éxito Ampersand Fresa, Ampersand Melón y Ampersand Arándanos. En los próximos meses se lanzará Ampersand Mango-Chili.

BRANDS
GINS

+24%

**VENTA NETA
RESPECTO A 2018**

+30%

**VENTA NETA MERCADO
NACIONAL RESPECTO
A 2018**

+4%

**VENTA NETA MERCADO
INTERNACIONAL
RESPECTO A 2018**



+2%

VENTA NETA EN
MERCADO NACIONAL
RESPECTO A 2018

El líder mundial de la categoría del brandy Solera Gran Reserva de Jerez

CARLOS I

- 130 años de historia, un proceso artesanal, una elaboración transmitida de generación en generación.
- Un brandy de gran complejidad aromática y calidad excepcional reconocidas internacionalmente.
- Innovación con nuevas ediciones de la marca, Carlos I 1520, Carlos I PX y Carlos I Amontillado.
- En 2019, única marca en crecimiento constante de su categoría en España y líder en Alemania.
- En los próximos meses se lanzará Carlos I 130 aniversario, una edición ultra-premium elaborada con el brandy de dos botas centenarias.



Una marca de brandy con un gran valor añadido para el Grupo Osborne

1866

- Un líquido de extraordinaria calidad elaborado con un sistema de criaderas y solera de 16 escalas y con una vejez promedio de 12 años.
- La marca de brandy de mayor valor añadido para el Grupo Osborne.
- Internacionalización prevista en el curso del Plan Estratégico 2019-2021, con un enfoque de marca de lujo.



PREMIUM
BRANDY

BRANDY Y OTRAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS

Líder absoluto en España del segmento Solera Reserva de Brandy de Jerez

MAGNO

- Marca centenaria de Osborne con la mayor presencia de su categoría en la mente de los consumidores gracias a su distribución en el canal hostelero.
- Marca con gran valor en términos de contribución para el grupo Osborne.
- La marca cuenta con una edición *premium*, Alma de Magno, que compite en el segmento Solera Gran Reserva.



38%
VOLUMEN DE VENTA EN MERCADO INTERNACIONAL

Pilares de nuestra Compañía

VETERANO Y 103

- Veterano, una marca única en España respaldada por el Toro de Osborne, icono de la historia de la publicidad. Entre sus principales mercados están España y Alemania.
- Son importantes generadores de *cash-flow* para la Compañía, que permiten financiar nuevos proyectos.



+2%

VOLUMEN DE VENTA EN
MERCADO NACIONAL
RESPECTO A 2018

La tercera bodega más antigua de la Rioja

BODEGAS MONTECILLO

- En 2020 la marca Montecillo cumplirá 150 años de incesante pasión por el auténtico Rioja.
- Más de 200 premios y reconocimientos internacionales de prestigio en los últimos 10 años (66 premios desde el 2017) avalan el trabajo enológico.
- Presencia en España y en múltiples mercados internacionales: Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Alemania, países escandinavos, China...
- En 2020 ampliaremos y premiumizaremos la gama con el relanzamiento de añadas históricas y nuestra marca icono Viña Monty, así como el lanzamiento de una edición limitada conmemorativa del 150 aniversario.



+12%

VOLUMEN DE VENTA EN
MERCADO NACIONAL
RESPECTO A 2018



Innovación en el mundo del vino

BODEGAS EN MALPICA DE TAJO

- Un proyecto enológico pionero en Europa.
- Solaz, una marca capaz de combinar los distintos variedades de uva producidos en su propio viñedo.
- Vinos que combinan carácter y elegancia procedentes de viñedos en propiedad (736 hectáreas con múltiples variedades) e instalaciones de vanguardia.



Historia de la Compañía

VINOS DE JEREZ

74%

VOLUMEN DE VENTA EN
MERCADO INTERNACIONAL

- El vino de Jerez es la categoría originaria de Osborne, desde su nacimiento en 1772.
- Osborne es reconocida como la propietaria de la mejor colección de vinos viejos de Jerez en el mundo.
- Tesoro de la familia y auténtica joya enológica premiada internacionalmente en 2019 con 37 premios.
- En 2019 se ha lanzado un nuevo *packaging* de los vinos viejos de Jerez acorde con una marca exclusiva, premiado en el concurso internacional de diseño Pentawards por su excelencia y creatividad.



**Marca icónica,
reconocida
por su calidad
excepcional
única, su
historia
centenaria y su
inconfundible
imagen**

ANÍS DEL MONO



- El anís español más *premium*. Una marca centenaria e icónica que en 2020 cumplirá 150 años.
- Una historia única desde su creación por Vicente Bosch, un visionario que incorporó la estética de las mejores botellas de perfumes de París a la botella y que aportó su particular visión de la teoría de la evolución de Darwin a la etiqueta, convirtiendo a la marca Anís del Mono en un icono.
- La destilería Anís del Mono, patrimonio histórico.

+34%

**VENTA NETA EN MERCADO
INTERNACIONAL
RESPECTO A 2018**

S
E
B
O
G
L
Y
S
I
M
A



ESPÍRITU VISIONARIO

Nuestra

es

tra

te

gia

Legado y futuro

El propósito de Osborne es crear marcas para que las personas disfruten y compartan lo auténtico, transmitiendo la riqueza social y cultural de un país, cuidándola, potenciándola y adaptándola a cada momento en el tiempo para que nunca se pierda el valor de lo auténtico en la sociedad.

01 MARCAS EXCELENTES

Nuestro negocio es y será un negocio de valor, basado en marcas excelentes propias y asociadas cuyos pilares son la calidad y la autenticidad en el origen. Promoveremos el crecimiento sostenido gracias a la consolidación de nuestras marcas en España y su desarrollo en los principales mercados exteriores.



EXPERIENCIAS MEMORABLES

Estaremos en momentos de consumo relevantes de la vida del consumidor para generar experiencias memorables.



02



03 CONSUMIDOR EN EL CENTRO

Nuestra propuesta de valor coloca al consumidor en el centro, y así tomaremos las decisiones necesarias para conocerlo mejor, ofrecerle las mejores experiencias y capturar nuevas tendencias y hábitos de consumo.

04 SOSTENIBILIDAD

Ejerceremos nuestro compromiso a través de políticas activas de Sostenibilidad.

Plan Estratégico 2019-2021

Nuestro Plan Estratégico 2019-2021 define la hoja de ruta más inmediata a seguir, estableciendo nuestras prioridades como Compañía e identificando las principales oportunidades y retos a los que nos enfrentamos.

Líneas de acción

PREMIUMIZACIÓN

- Nuestro objetivo es desarrollar marcas *premium* que aportan valor y prestigio a toda la Compañía, mientras seguimos ofreciendo productos que enamoren por su historia, calidad y experiencia de consumo donde somos expertos: bebidas, alimentación gourmet y restauración.
- Queremos guiar a nuestros consumidores hacia un consumo de calidad más responsable educándoles sobre el proceso de producción, historia, forma de consumo...

DIVERSIFICACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

- Queremos desarrollar distribuciones de marcas asociadas con un rol complementario a nuestro porfolio actual y con potencial de crecimiento, basándonos en nuestro modelo de innovación interno y de construcción de marca y buscando alianzas estratégicas que potencien el crecimiento de segmentos objetivo.
- Nos apoyamos en la innovación a través de Galician Original Drinks (GOD) como incubadora del sector de espirituosas.
- Queremos desarrollar nuestras marcas a nivel global en mercados clave (Alemania, China, EE.UU., Reino Unido, Italia, *Travel Retail*, México y Filipinas), mediante embajadores de marca y otras palancas de marketing, poniendo especial foco en el canal de hostelería, con el apoyo de equipos propios o de alianzas estratégicas y con un claro objetivo: un tercio de nuestro negocio en los mercados internacionales en 2021.
- Buscamos desarrollar nuevos canales de comunicación y distribución que nos permitan interactuar directamente con los consumidores.



EFICIENCIA OPERATIVA

- Trabajamos día a día para alcanzar los máximos niveles de calidad y eficiencia a la hora de operar en toda nuestra cadena de valor. Para ello, buscamos medidas que nos ayuden a aumentar la eficiencia en el uso de recursos de nuestros procesos productivos, de construcción de marca y comercial, para reflejar nuestra filosofía "Un negocio, Un equipo, Un Osborne".
- Adicionalmente, nos apoyamos en nuestros proyectos de innovación y digitalización para llevar a cabo una gestión más eficiente tanto a nivel interno como en el servicio al cliente.

PERSONAS

- Fomentamos entre las personas que formamos Osborne una filosofía de trabajo en equipo, sentimiento de pertenencia e innovación.
- Apostamos por el empleo estable, integrador y de calidad, que ofrezca oportunidades de desarrollo profesional y que posibilite que cada persona pueda aportar lo mejor de si mismo en su día a día en nuestra Compañía. La formación, la comunicación y la promoción interna articulan nuestro modelo de competencias, diseñado para potenciar el desarrollo de nuestros profesionales.

Avances del año

En nuestro primer año de recorrido con el Plan Estratégico 2019-2021 los principales avances obtenidos han sido los siguientes:



Evolución positiva del peso de las marcas premium

En 2019 el desarrollo de nuestras marcas premium, la innovación y nuestras marcas asociadas han contribuido con 8 MM € en ventas incrementales. Asimismo, hemos consolidado un modelo propio de construcción de marcas que nos permite maximizar su notoriedad y consideración por parte de los consumidores.

Entrada de nuevas marcas de terceros y mejoras en mercados relevantes

Hemos ampliado nuestro porfolio con la incorporación de marcas de terceros como Disaronno y Tía María. A nivel internacional, en 2019 hemos llevado el primer jamón con hueso a China y hemos continuado impulsando nuestras marcas premium en los mercados estratégicos: China, Alemania, EEUU, Reino Unido y canal *Travel Retail*.

Mejoras en la eficiencia operativa de nuestra cadena de valor

2019 ha sido un año muy relevante en materia de implantación de proyectos de innovación

y digitalización en nuestra Compañía. Gracias a herramientas como UVE, Captio, Salesforce Marketing Cloud o Service conseguimos mejorar en la eficiencia de nuestros procesos; y en nuestras plantas impulsamos planes de eficiencia productiva para seguir mejorando en el uso de energía y recursos.

Por otra parte y en línea con nuestra estrategia de eficientar el uso de nuestros recursos productivos, durante el ejercicio 2019 hemos vendido un secadero de jamones y paletas situado en la localidad de Jabugo.

Apertura de un nuevo canal de comunicación y aumento de la satisfacción de nuestros empleados

Los resultados obtenidos en la Encuesta de Clima Laboral realizada en 2019 han mejorado significativamente, destacando el aumento en la satisfacción con aspectos como el orgullo de pertenencia y el compromiso sostenible. Nuestro nuevo canal de comunicación interno DirectOs nos ayuda a continuar mejorando la respuesta a las necesidades y expectativas de todos nuestros profesionales.

Gestión para el desarrollo sostenible

La consecución de nuestros objetivos como compañía no sería posible sin nuestro firme compromiso por llevar a cabo una gestión enfocada en el desarrollo sostenible de nuestras actividades, respetando el entorno en que nos desenvolvemos y fomentando relaciones de confianza, estables y duraderas con nuestros grupos de interés.

Los aspectos más relevantes para nuestra compañía en el ámbito económico y en materia de gobierno, medio ambiente y social surgidos de nuestro primer análisis de materialidad y su vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 (ODS) son los siguientes:



Económico



Procuramos un desarrollo económico sostenible de nuestro negocio, apoyando las metas marcadas por los ODS en materia de desarrollo tecnológico, sistemas de comercio multilateral universales, creación de alianzas estratégicas y la promoción de prácticas éticas y transparentes en las empresas.



Gobierno



Trabajamos en la constitución de alianzas eficaces para alcanzar las metas y objetivos de desarrollo sostenible, en la elaboración de indicadores que nos permitan medir nuestro progreso en esta materia y en la aplicación de la innovación para lograr tecnologías y modelos de producción más sostenibles.



Ambiental



Nuestras operaciones se basan en la gestión sostenible de los recursos naturales y la protección del medio ambiente. Para ello desarrollamos proyectos de eficiencia energética, uso de energías renovables y de mejora de la protección de la biodiversidad y la conservación de ecosistemas en nuestras dehesas y viñedos.



Social



En Osborne tenemos un firme compromiso con el empleo estable y de calidad y el desarrollo de las poblaciones locales, manteniendo nuestra vinculación a los territorios por medio de nuestra cadena de suministro, respetuosa con un modelo de producción y de consumo sostenibles.



TORO SWAROVSKI

La figura escultórica del Toro de Swarovski comenzó en 1975 en el taller de Swarovski en Austria. Este monumento monumental, que mide más de 2 metros de altura, está cubierto por un total de 20.000 cristales Swarovski. El artista que diseñó esta obra es Jesús de la Cruz. El Toro de Swarovski se convirtió en un símbolo de la vida y la felicidad. Este es un símbolo de la vida y la felicidad. Este es un símbolo de la vida y la felicidad.

TORO SWAROVSKI

The Swarovski Bull figurine, known as the Toro de Swarovski, is the most internationally recognized figurine ever. It was designed by Jesús de la Cruz in 1975. The Toro de Swarovski is covered in 20,000 Swarovski crystals. It is a symbol of life and happiness. It is a symbol of life and happiness. It is a symbol of life and happiness.



COMPROMISO

os boor ne

en 2019

Un modelo sostenible

NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

Protección del medio ambiente y de la biodiversidad

En Osborne contamos con sistemas de gestión específicos que nos ayudan a mitigar los impactos de nuestras actividades sobre el medio ambiente.

Nuestro compromiso con la sostenibilidad se ha reforzado este 2019 con la firma de la primera financiación sindicada sostenible del sector bodeguero.



Cadena de valor sostenible

En Osborne mejoramos la eficiencia en el uso de nuestras materias primas mediante el aprovechamiento de las grasas y huesos del cerdo para comida animal, reutilizando la sal destinada a salazón o aprovechando los subproductos que se envían para destilación u otros destinos.

En nuestras plantas se reutilizan o se reciclan casi todos los desechos que no se gestionan como residuos, los subproductos.

En cuanto a los residuos, son gestionados en su totalidad por gestores autorizados y con diversos tratamientos finales.

Energía y cambio climático

Gracias al mayor uso de energías renovables, las medidas de eficiencia energética y el uso de fuentes de energía menos contaminantes, conseguimos reducir nuestra intensidad de emisiones de CO₂ en toda la cadena de valor.

18.256 Mwh

Consumo total de electricidad en 2019
-2% s/2018

0,032 kgCO₂eq/€

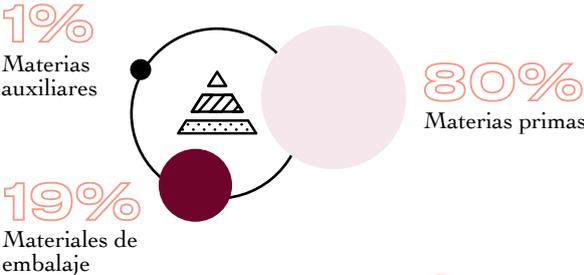
Intensidad de emisiones en 2019
-4% s/2018

ENERGÍA RENOVABLE

7% de la electricidad consumida es de origen renovable



TIPOS DE MATERIALES UTILIZADOS



GESTIÓN DE SUBPRODUCTOS

+56% Subproductos enviados a otros destinos respecto a 2018



GESTIÓN DE RESIDUOS GENERADOS



0,76% Residuos Peligrosos

Nuestros empleados

EN EL CENTRO DE NUESTRAS DECISIONES

Atracción y retención del talento

Trabajamos con el objetivo de hacer de Osborne una de las mejores compañías donde trabajar. Nuestra función de Recursos Humanos es gestionada a través de unos criterios de actuación comunes, situando a nuestros empleados en el centro de las decisiones. Nos esforzamos para que nuestros colaboradores desarrollen su trabajo en el mejor entorno laboral posible, garantizando su bienestar. Hemos puesto en marcha una multitud de iniciativas destinadas a mantener el equilibrio entre la vida laboral y personal, captar y retener el mejor talento y ofrecer más y mejores oportunidades.



99,61%

de la plantilla que presta sus servicios en territorio nacional está sujeta a Convenio Colectivo

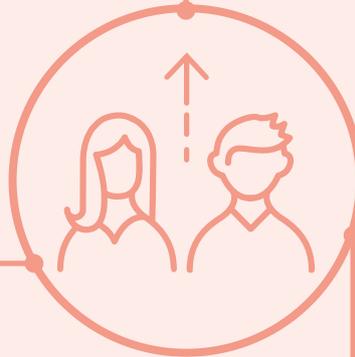


26.587,58

Remuneración media (€)

31.653,04

-16% BRECHA SALARIAL BRUTA
(2 P.P. INFERIOR S/2018)



La experiencia Osborne: formación y desarrollo

Los programas de formación en marcha están dirigidos a facilitar el pleno desarrollo laboral de nuestros profesionales y permitirles disfrutar de las oportunidades de promoción interna en el seno de nuestra Compañía.



11.813

Horas de formación
x3 s/2018



402

Empleados formados

Seguridad y salud de nuestros empleados

Nuestro afán por seguir mejorando las condiciones de seguridad y salud de nuestros empleados se ha visto reconocido en 2019 con la obtención del certificado de nuestro Sistema de Gestión de la Seguridad y la Salud bajo el estándar ISO 45001 de forma unificada para toda la Compañía.



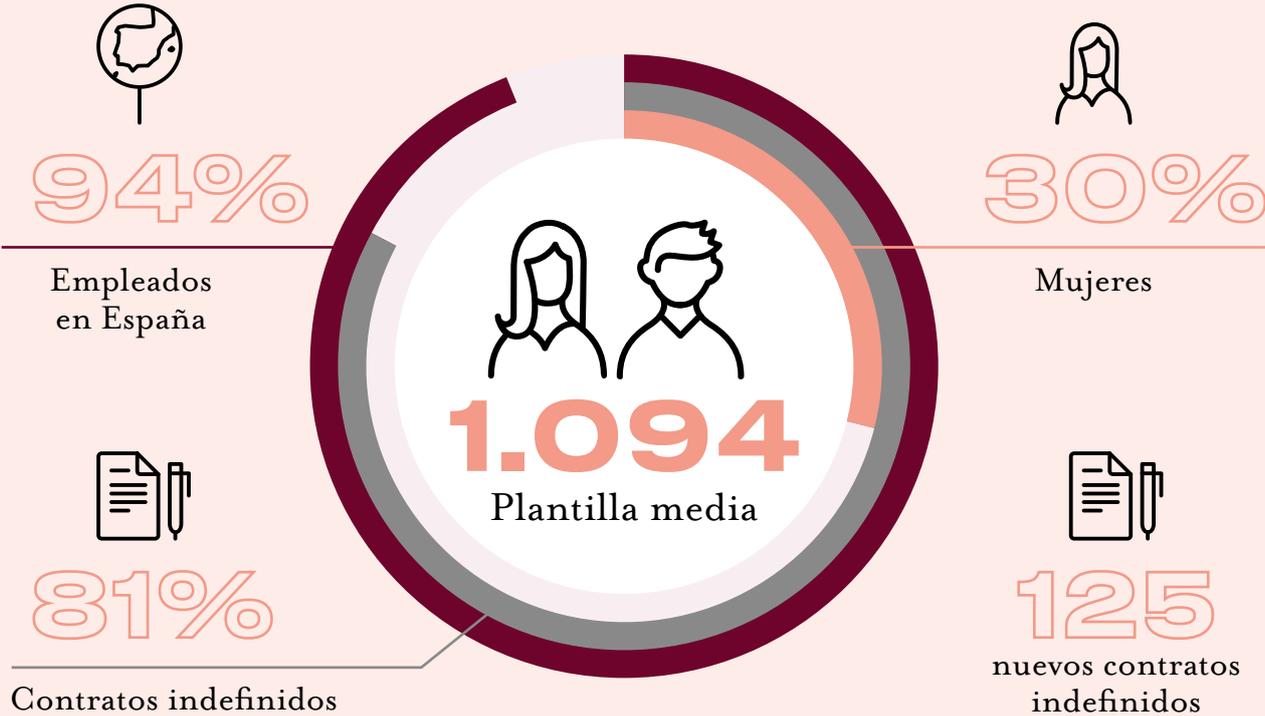
-71%

en la última década en nuestro índice de Incidencia



55

Programas de formación en S&S durante 2019



ENCUESTA DE CLIMA LABORAL



EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO



COMUNICACIÓN INTERNA



Mejora en Valores e Innovación
Destaca la mejora en los resultados de las categorías de Valores e Innovación.



Conectando pasado, presente y futuro

NUESTRO COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

Osborne y el desarrollo local

En Osborne tenemos un firme compromiso con el desarrollo de los territorios en los que llevamos a cabo nuestras actividades, apostando por la contratación de la población local para generar oportunidades de empleo en los mismos y fomentando la contratación de proveedores locales en nuestros procesos de compras de cara a impulsar la generación

de un impacto positivo de nuestras actividades sobre la economía de los entornos en los que nos desarrollamos, las comunidades anejas y el territorio.

99%

Trabajadores locales en
plantas productivas



87%

Contratación
local en España



Nuestras Relaciones Institucionales

Por medio de nuestras relaciones institucionales con asociaciones, patrocinios y apoyos de diferente naturaleza somos capaces de seguir apoyando actividades realizadas por las comunidades locales en las que operamos, acercar nuestras marcas a los consumidores y visibilizarlas en diferentes ámbitos tanto a nivel local como sectorial.

Presencia en medios de comunicación

Todas las acciones que llevamos a cabo de fomento del desarrollo local, las actividades de patrocinio y nuestra presencia en asociaciones empresariales, además de producir un impacto positivo en las comunidades a las que apoyamos, tienen un retorno a nivel comunicativo para la marca Osborne que medimos año tras año para detectar áreas de mejora.



REDES SOCIALES

391,9 mil

Seguidores
Facebook

77,9 mil

Seguidores
Instagram

772 mil

Visualizaciones Osborne
TV Channel (YouTube)

31 mil

Seguidores
LinkedIn Osborne

14.990

Usuarios únicos web
corporativa al mes



MEDIOS TRADICIONALES

38

Apariciones en
televisión (La1, La2,
Antena3, LaSexta;
entre otras)

6.175

Apariciones en
medios

34,2MM€

Valor publicitario

1,76MM€

Impactos a
espectadores

1,4MM€

APORTACIÓN A FUNDACIONES Y ENTIDADES
sin ánimo de lucro

Fundación Osborne



La Fundación Osborne, como canalizadora de las acciones de Responsabilidad Social Corporativa de nuestra Compañía, dedica su actividad a dos grandes objetivos: la promoción de la formación y emprendimiento de los jóvenes y la preservación y divulgación del patrimonio histórico de Osborne.

Actualmente, desde Osborne aportamos anualmente a la Fundación 75.000 euros entre donaciones y convenios de colaboración.

Promoción de la formación y emprendimiento de los jóvenes

La Fundación Osborne se ha apoyado desde su nacimiento en otras instituciones con objetivos similares como son: Fundación Princesa de Girona, Fundación Telefónica, Fundación para la Investigación de la Universidad de Sevilla (FIUS), Catedra de Emprendimiento de la Universidad de Cádiz, Fundación Exit, Fundación Santa María la Real, Caritas, Fundación SAFA, entre otras. Desde su fundación hasta ahora han sido muchas y muy diferentes las acciones llevadas a cabo. Con más de 1.000 jóvenes que de una manera u otra se han beneficiado de estos acuerdos, más 688 publicaciones relacionadas con la actividad de la Fundación, apariciones en medios de

comunicación audiovisual, que han supuesto más de 70 millones de visualizaciones y un valor publicitario superior a los 2.100.000 euros (Fuente: KantarMedia), pudiendo afirmar que la Fundación goza del reconocimiento de las instituciones, asociaciones y medios de comunicación. Durante el ejercicio 2019, la Fundación ha recibido

el premio nacional otorgado por Caixabank al mejor Proyecto Solidario por su colaboración con Caritas, Fundación ONCE y la Universidad de Cádiz para promover la formación de los jóvenes orientada a favorecer su empleabilidad, fomentando la cultura del emprendimiento y la innovación.

Preservación y divulgación del patrimonio histórico de Osborne

En cuanto al segundo objetivo vinculado a la preservación, conservación, accesibilidad y exhibición del Patrimonio de la familia Osborne, la Fundación ha creado un espacio expositivo de más de 2.000 metros cuadrados denominado Toro Gallery, que recibe miles de visitantes cada año. El museo se levanta sobre una Bodega construida en el año 1849, rehabilitada para este uso, donde los materiales tradicionales

como la madera, la piedra y el albero han sido reacondicionados para este nuevo uso.



CIFRAS

75.000 €
Aportación anual entre donaciones y convenios de colaboración

+1.000
jóvenes han sido beneficiados

2.000 m²
Toro Gallery: espacio expositivo creado por la Fundación

+688
publicaciones relacionadas con la actividad de la Fundación

6.175
Apariciones en medios

OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA FUNDACIÓN EN 2019



COLABORACIÓN CON LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

como jurado en la evaluación de los premios ATREBT 2019, cuyo objetivo es la búsqueda de talento y ayuda al emprendimiento entre jóvenes universitarios de la provincia de Cádiz.



ORGANIZACIÓN DE LA EXPOSICIÓN

Homenaje a Jose Tejada Prieto by Rocío Tejada.



TOROLAB

Participación junto con la cátedra e emprendedores de la Universidad de Cádiz en TOROLAB, primera factoría de soluciones innovadoras basadas en el conocimiento universitario de la provincia de Cádiz.



MÚSICA REINA SOFÍA: MÚSICA CLÁSICA

Fundación Osborne apoya la tesis de fin de carrera de un alumno de la escuela superior de Música Reina Sofía: Música Clásica maridado con vinos de Jerez.



PRÁCTICAS

Fundación Osborne ofrece prácticas a los alumnos de hostelería de la Fundación Tomillo en establecimientos de restauración de Osborne.



PROYECTOS INCLUSIÓN SOCIAL

Ayuda a la inserción laboral de jóvenes de la provincia de Cádiz en riesgo de exclusión social a través de un proyecto formativo de hostelería y cocina, en colaboración con la Fundación SAFA y Cáritas.

II FERIA DE EMPLEO CÁDIZ

Participación Ponencia II Feria de Empleo de la Cámara de Cádiz.



PREMIO EXCELENCIAS GOURMET

Fundación Osborne obtiene el 'Premio Excelencias Gourmet 2018' por su proyecto de Enoturismo Accesible.



RETOLABORAL FUNDACIÓN OSBORNE

en colaboración con Cajasol y Diario de Cadiz: Encuentro profesional del sector de la hostería y del Turismo.



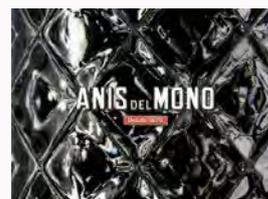
VISITAS INCLUSIVAS

Proyecto de visitas inclusivas a las bodegas con la Fundación ONCE.



FUNDARTE

Ciclo de Exposiciones en la sede de la Fundación.



150° ANIVERSARIO DE ANÍS EL MONO

- Edición Libro 150 Aniversario Anís del Mono.
- Exposición 150 Aniversario Anís del Mono. Museo de Badalona.

Editado en Mayo 2020

Diseño y maquetación: Laura Hoyal
Imprime: Comfot, S.L.

Este documento constituye un resumen
ejecutivo del Informe Integrado 2019,
el cual está disponible en www.osborne.es

Impreso en España
© Grupo Osborne, S.A.

OSBORNE
1772