

PROGRAMA | PILAR CLIENTES

CLOSER TO OUR MARKETS



BODEGA
TRIVENTO
ARGENTINA

VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF WINERIES —

AN EXTRAORDINARY 2018 VINT



CT
CONCHA Y TORO

2022



VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —

El siguiente informe presenta los avances 2022 del Programa **Closer to Our Markets**, el cual busca generar impacto positivo en los clientes de Viña Concha y Toro. Este programa se implementa de manera conjunta con nuestras oficinas comerciales y de distribución, exportaciones y departamentos comerciales del holding.

ELABORADO POR:

Gerencia de Sustentabilidad
Viña Concha y Toro

Mayo 2023

CONTENIDOS



01

INTRODUCCIÓN

Trayectoria Sustentable

Declaraciones Fundamentales

Modelo Estratégico Descorcha un Futuro Mejor

02

PILAR CLIENTES

Programa Closer to Our Markets

03

PROGRAMA CLOSER TO OUR MARKETS

Metodología General 2022

Etapa 1. Promoviendo Nuestras Acciones

Etapa 2. Escuchar Activamente

Etapa 3. Completar Brechas

04

SATISFACCIÓN DE CLIENTES 2022

05

AVANCES GESTIÓN 2022

Resultados 2022

Conclusiones

Metas 2023

ANEXOS

Fichas de Key Customers

INTRODUCCIÓN

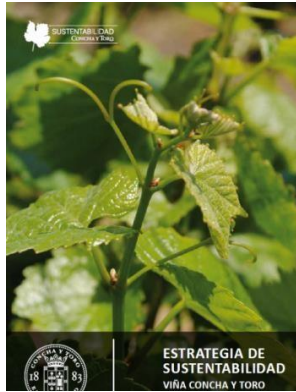


VIÑA CONCHA Y
— FAMILY OF WINERIES

01

TRAYECTORIA SUSTENTABLE

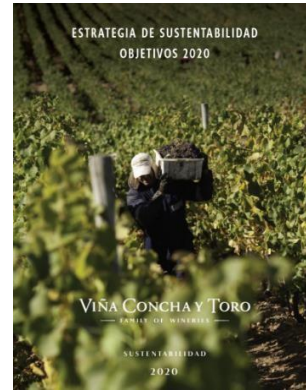
3 ETAPAS



[2012-2015]

PRIMER CICLO EL COMIENZO

Durante 2011 comienza la elaboración de la Estrategia de Sustentabilidad, la cual se lanza en 2012. Metas definidas a 2015 fueron alcanzadas en 93%.



[2016- 2020]

SEGUNDO CICLO APORTE A LA SUSTENTABILIDAD GLOBAL

En 2015, se inicia una nueva etapa con metas más ambiciosas al 2020 e incorporando la alineación con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** de Naciones Unidas. Metas definidas a 2015 fueron alcanzadas en 95%.



[2021- 2025]

TERCER CICLO DESCORCHA UN FUTURO MEJOR

De cara al 2025 se incorpora el enfoque de generación de impactos positivos que nos entrega la certificación como **Empresa B** y la estrategia genera el llamado "Descorcha un Futuro Mejor"

Desde hace más de 10 años, Viña Concha y Toro ha considerado la mirada estratégica en la gestión de la sustentabilidad, guiada por una visión movilizadora y de impacto.

Inicialmente, **retribuyendo en cada botella, lo que la tierra nos ha dado**, agradeciendo por la generosidad de los frutos de la tierra y nuestra gente, por permitirnos prosperar. Con cada paso que emprendimos, buscamos la forma de retribuir.

Hoy, queremos ir más lejos e incorporar a esta premisa nuestro compromiso de **generar impactos positivos netos**. Dejar un legado en nuestro andar y así poder contribuir a un futuro inclusivo, equitativo y regenerativo.

Queremos ser un aporte a la construcción de un futuro mejor para las personas y el planeta. Por ello, queremos hacer la invitación a con la Estrategia de Sustentabilidad Corporativa 2025 "**Descorcha un Futuro Mejor**".

Porque el futuro se forja hoy, con nuestros esfuerzos de cada día, con pequeños pasos hacia la grandeza, con pequeños esfuerzos que nos llevarán a ser una mejor empresa para el mundo.

DECLARACIONES FUNDAMENTALES

La compañía busca consolidarse como un referente internacional en materia de sustentabilidad, más allá de los límites de nuestra industria.

Para ello debemos avanzar tanto en temas ambientales como sociales, generando alianzas virtuosas con nuestros grupos de interés y

destacando por nuestras prácticas para combatir el cambio climático y aportar a la regeneración de nuestro planeta.

Esperamos dejar un legado de un impacto positivo neto en cada ámbito de relación con nuestro entorno y para alcanzar este desafío, se han definido los siguientes elementos de la gestión sustentable.



MISIÓN DE SUSTENTABILIDAD CORPORATIVA

Generar impacto positivo neto para nuestros stakeholders y ser referentes globales en la regeneración de nuestro planeta.



VISIÓN DE SUSTENTABILIDAD CORPORATIVA

Ser líderes en la construcción de un futuro mejor para las personas y el planeta.



Descorcha un Futuro Mejor es el nombre de nuestra Estrategia de Sustentabilidad Corporativa 2025.



RESUMEN DEL MODELO ESTRATÉGICO

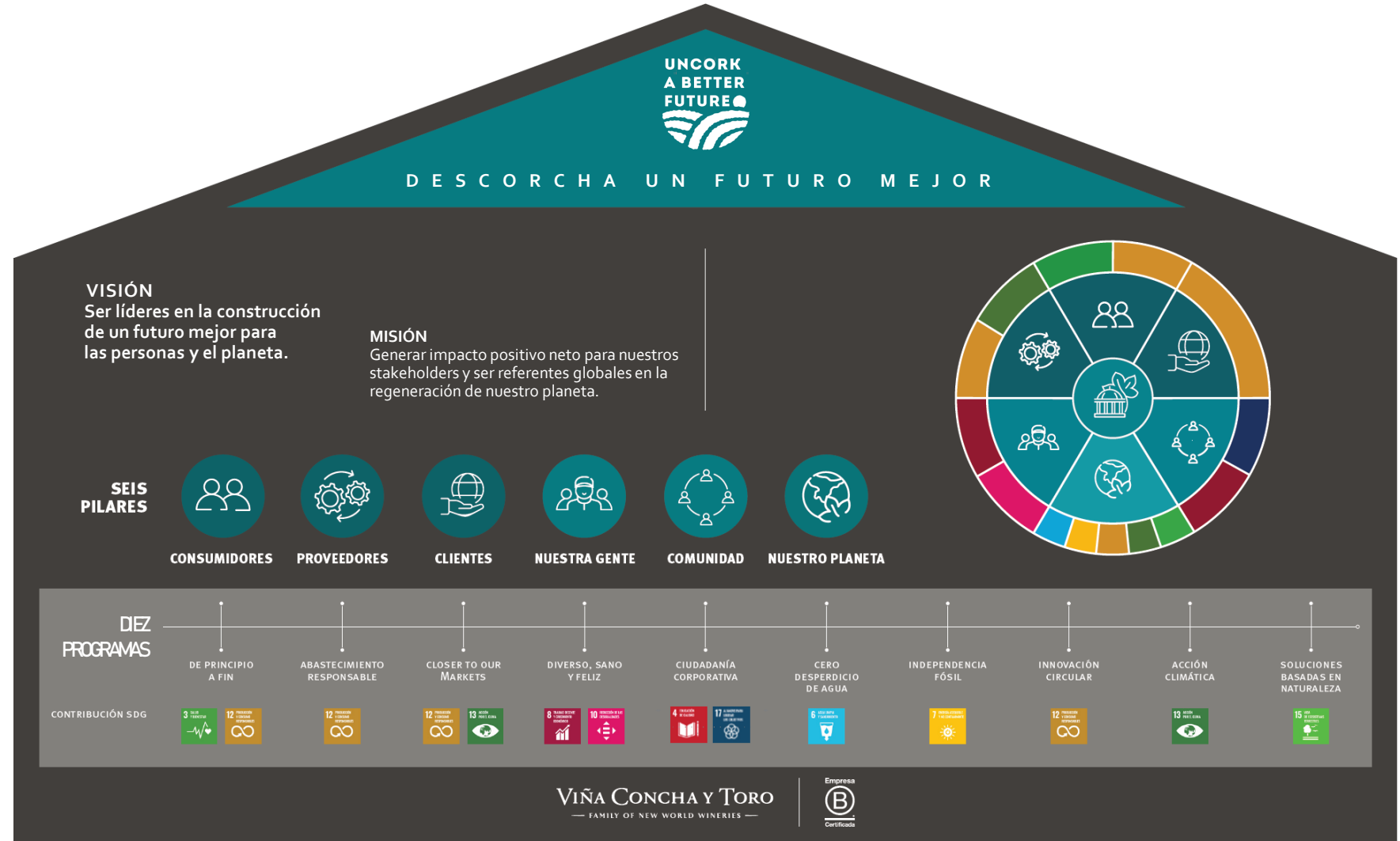
La forma de llevar a la práctica la visión y misión en sustentabilidad es enfocar la generación de impactos positivos a los principales grupos de stakeholders, por ello la estrategia está basada en los principales grupos de interés de la compañía en materia de sustentabilidad.

6 pilares

Representan a los principales stakeholders de la compañía, a quienes buscamos impactar positivamente a través de objetivos definidos al 2025.

10 programas

Programas en los que se focaliza el esfuerzo para generar un impacto positivo, con metas establecidas para el largo plazo.



PILAR CLIENTES

VGT&DG MEXICO • CONCHA Y TORO

02

PROGRAMA CLOSER TO OUR MARKETS



El Programa Closer to Our Markets es la iniciativa central del pilar enfocado en los clientes. Fue diseñado para acercar proactivamente nuestro desempeño en sustentabilidad a nuestros clientes y capturar tendencias pioneras que nos ayuden a transformarnos en referentes globales en sustentabilidad.

Para esto, y junto los equipos de oficinas comerciales y de distribución, buscamos escuchar activamente sus inquietudes de sustentabilidad y mostrar de manera proactiva los avances y desafíos de la compañía. El

objetivo es que nuestros clientes vean en Viña Concha y Toro un aliado estratégico que les permita alcanzar sus metas y compromisos voluntarios en esta materia.

Asimismo, y como una forma de mejorar continuamente su desempeño, la compañía busca identificar aquellos espacios donde aún existen posibilidades de mejora. Para ello, se utilizará el benchmark generado con la industria del retail, la cual destaca por su liderazgo en materias de sustentabilidad.

OBJETIVO CORPORATIVO

Acercar proactivamente nuestro desempeño en sustentabilidad a nuestros clientes y capturar tendencias pioneras que nos ayuden a transformarnos en referentes globales en sustentabilidad.



META 2025

30 de nuestros principales clientes, incorporados al Programa Closer to Our Markets, para transferencia de prácticas de gestión sustentable desde y hacia la compañía.

Año Base 2020:
30 principales clientes del *retail*.

Meta 2025:

30
Cientes principales
Incorporados al programa



IMPACTOS ESPERADOS



CLOSER TO OUR MARKETS

El Programa Closer to Our Markets, busca dar a conocer nuestra gestión y lograr que nuestros clientes se transformen en gatilladores para mejorar nuestras prácticas en sustentabilidad. Estamos abordando la entrega de información directa a nuestros principales clientes a escala global. Se busca generar alineamiento con las iniciativas globales de **30 clientes, principales cadenas del retail a escala global.**



PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES META 12.6

Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sustentabilidad en su ciclo de presentación de informes.

IMPACTO 2025

30

Clientes incluidos en el programa

IMPACTO 2025

100%

Prácticas de clientes implementadas

3 ETAPAS CLAVE

- 01 PROMOVER NUESTRAS ACCIONES**
 Dar a conocer activamente nuestros avances y desafíos en materia de sustentabilidad con nuestros clientes principales
- 02 ESCUCHAR ACTIVAMENTE**
 Conocer las tendencias, requerimientos y desafíos que nos plantean nuestros clientes de manera proactiva y programada.
- 03 COMPLETAR GAPS**
 Esto permitirá identificar tendencias que nuestros clientes adhieran y de las que aún no formemos parte. Permitirá a la compañía mantener el liderazgo y mejorará el posicionamiento sustentable con nuestros principales clientes.



HOJA DE RUTA 2021-2025



20
21



Diseño y lanzamiento del Programa "Closer to Our Markets".
Selección inicial de 30 clientes.

20
23

Implementación interna de "gaps" de prácticas. Iniciar encuentros de seguimiento con clientes.

20
25

Concluir la implementación interna de "gaps" de prácticas. Realizar rondas de balance con clientes del programa.



20
22

Comenzar a realizar encuentros en conjunto con Oficinas Comerciales y de Distribución para promover acciones de la compañía y levantar tendencias de clientes.

20
24

Continuar con los encuentros con clientes, incorporando a las fuerzas de venta y áreas de sustentabilidad respectivas

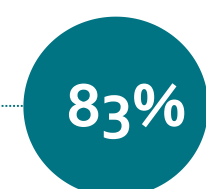


Meta
2025

30 de nuestros principales clientes incorporados al Programa Closer to Our Markets, para transferencia de prácticas de gestión sustentable desde y hacia la compañía.

CLOSER TO OUR MARKETS METAS ANUALES

	ACCIONES	META	KPI	Avance Esperado	Avance Real	% Avance Anual
2021	Desarrollar el programa "Closer to Our Markets" para mantener canal abierto con los principales clientes del <i>retail</i> de la compañía, conociendo sus directrices de sustentabilidad.	Lanzamiento del Programa "Closer to Our Markets"	% Avance	100%	100%	83%
	Selección de clientes principales del <i>retail</i> en conjunto con los distintos mercados.	30 clientes preseleccionados	# de clientes Preseleccionados	30	20	
2022	Realizar encuentros con clientes clave por mercado para identificar las tendencias relevantes de sustentabilidad.	Encuentros con 30 clientes	# de encuentros con clientes	30	20	83%
	Generar "Matriz de Tendencias & Acciones" y desarrollo del Plan de Brechas para implementar aquellas acciones en que la compañía tenga posibilidad de crecimiento. Se trata de buscar e implementar las mejores prácticas de la industria del <i>retail</i> .	Plan de Brechas Tendencias & Acciones elaborado	% elaboración del PB T&A	100%	100%	
2023	Comenzar implementación interna de brechas detectadas y seleccionadas como prioritarias.	100% implementación de brechas	% de Implementación	100%		
	Realizar ronda de seguimiento para mostrar avances a nuestros clientes, respecto a la "Matriz de Tendencias & Acciones"	Encuentros con 30 clientes	# de encuentros con clientes	30		
2024	Avanzar en la implementación de las brechas detectadas que sean seleccionadas para su implementación	100% implementación de brechas	% de Implementación	100%		
	Continuar ronda encuentros para mostrar avances con clientes y sus áreas de sustentabilidad..	Encuentro con 30 clientes	# de encuentros con clientes	30		
2025		100% implementación de brechas	% de Implementación	100%		
	Concluir la implementación de las brechas. Realizar rondas finales de avances con clientes, mostrando los avances en sustentabilidad.	Encuentro con 30 clientes	# de encuentros con clientes	30		



A close-up photograph of a hand pouring red wine from a bottle into a row of glasses on a bar counter. The glasses are arranged in a line, and the wine is being poured into the one on the right. The background is blurred, showing a bar setting.

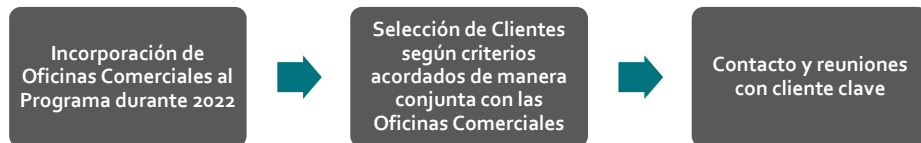
PROGRAMA
CLOSER TO OUR
MARKETS

3 ETAPAS
CLAVE

03

METODOLOGÍA GENERAL 2022

El general del Programa “Closer to Our Markets” contempló 3 pasos en su ejecución:



Para maximizar el impacto en el primer año de funcionamiento del programa, se priorizó la acción en aquellos mercados en donde nuestros principales clientes del retail han sido más activos en solicitudes de información o requerimientos hacia la compañía. Esta selección se realizó considerando las observaciones y necesidades de las Oficinas de Distribución. Durante 2022, se avanzó con 8 de las 13 Oficinas Comerciales.

Una vez seleccionados los mercados, se avanzó en la selección de los clientes considerando 2 criterios centrales:

1. Participación en % de las ventas en CgL, respecto al total de las ventas de Viña Concha y Toro.

2. Recomendación directa desde las oficinas comerciales, tales como: desempeño sustentable del cliente, requerimientos de información o requisitos reiterados en sustentabilidad hacia la compañía.

Como etapa final, a través de las Oficinas Comerciales se realizó el contacto con el cliente con el objetivo de poder mostrar en detalle los avances a la fecha y la Estrategia de Sustentabilidad Corporativa con sus objetivos y metas.

En la Tabla N°1 se presentan los Principales Clientes con los cuales se trabajó durante 2022.

Etapa 1

Incorporación de oficinas comerciales

Durante 2022 se avanzó con 8 de las 13 Oficinas Comerciales y de Distribución.

- VCT Chile
- Concha y Toro UK
- VCT Norway
- VCT Sweden
- VCT Finland
- VCT & DG México
- VCT Asia
- Escalade Wine & Spirits

Etapa 2

Selección de Clientes

Se seleccionaron 20 clientes del retail quienes representaron el 36% del volumen de ventas del holding durante 2021.

36%

Volumen de ventas en CgL

12,4

mill de CgL

Etapa 3

Reuniones de presentación

Se realizaron 18 reuniones con clientes, se logró realizar *benchmark* y análisis de brechas de desempeño respecto a nuestros clientes.

9

Encuestas de Clientes respondidas en 2022

TABLA N° 1 / SELECCIÓN KEY CUSTOMERS 2022

N°	Cliente	Oficina	# CgL 2021	% Ventas total 2021	Contacto
1	Tesco UK	Concha y Toro UK	3.376.537	9,9%	Claire Reaney
2	Walmart (CL)	VCT Chile	1.099.512	3,2%	Andrés Gómez
3	Cencosud (CL)	VCT Chile	940.462	2,7%	Andrés Gómez
4	Mercian (JP)	VCT Japan	787.641	2,3%	Guy Nussey
5	SMU (CL)	VCT Chile	735.627	2,1%	Andrés Gómez
6	Systembolaget (SE)	VCT Sweden	678.584	2,0%	Julián Bellio
7	Morrison's (UK)	Concha y Toro UK	666.882	1,9%	Claire Reaney
8	Sainsbury's (UK)	Concha y Toro UK	618.414	1,8%	Claire Reaney
9	A-Hold Delhaize (BE)	Concha y Toro UK	594.333	1,7%	James Leacy
10	Vinmonopolet (NOR)	VCT Norway	583.434	1,7%	Julián Bellio
11	ASDA (UK)	Concha y Toro UK	564.173	1,6%	Claire Reaney
12	Walmart (MX)	VCT & DG México	394.946	1,2%	Cristián Paut
13	Alko (FI)	VCT Finland	305.936	0,9%	Julián Bellio
14	CostCo (MX)	VCT & DG México	215.040	0,6%	Cristián Paut
15	LCBO (CA)	Escalade Wine & Spirits	194.002	0,6%	Kevin Hoffmann
16	Tottus (CL)	VCT Chile	168.486	0,5%	Andrés Gómez
17	Tesco Ireland (IE)	Concha y Toro UK	168.111	0,5%	James Leacy
18	BCLS (CA)	Escalade Wine & Spirits	123.380	0,4%	Kevin Hoffmann
19	Chedraui (MX)	VCT & DG México	106.078	0,3%	Cristián Paut
20	SAQ (CA)	Escalade Wine & Spirits	99.551	0,3%	Kevin Hoffmann
		COBERTURA EN CgL	12.421.135	37%	

AVANCE 2022

67%

20 de 30 clientes
contactados + benchmark
en sustentabilidad

ETAPA 1

PROMOVIENDO NUESTRAS ACCIONES

HOW DO WE GET "CLOSE"

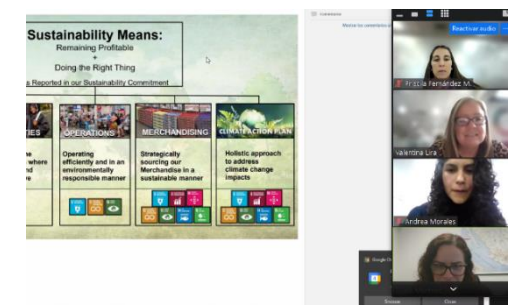
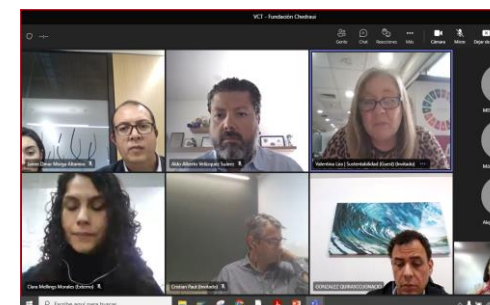
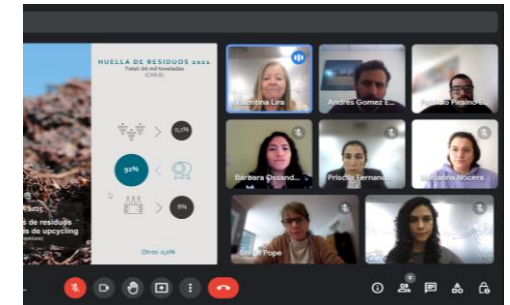
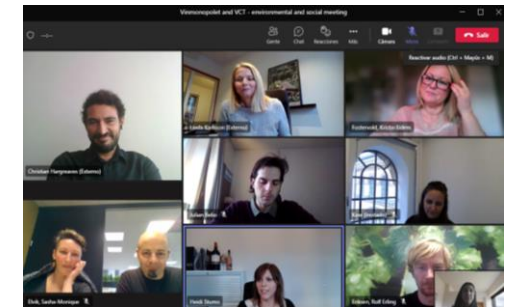
Durante el año 2022 se desarrolló un trabajo conjunto con las oficinas comerciales y de distribución para la selección de clientes clave. Ellas fueron las encargadas de contactar a los clientes y sus respectivas áreas encargadas de los programas de sustentabilidad.

El objetivo fue reforzar los vínculos con el cliente, más allá del ámbito comercial y conectar con ellos en sus necesidades de alianzas para la consecución de sus metas en sustentabilidad. Los pasos realizados fueron:

- Contacto:** La oficina comercial o de distribución contacta directamente al cliente seleccionado con el propósito de dar a conocer el programa "Closer to our Markets" e invitarlo a sostener la primera reunión bilateral.
- Coordinación de reuniones:** La oficina comercial o de distribución coordinó la fecha y modalidad de reunión. Como parte del staff Viña Concha y Toro asistieron: representantes de la Gerencia de Sustentabilidad quienes exponen el desempeño en Sustentabilidad de la

compañía y representantes comerciales. Por parte del cliente también asistieron representantes comerciales y de las áreas de sustentabilidad del cliente.

- Ejecución de reuniones:** Las reuniones se ejecutaron en modalidad online o presencial. Durante la reunión se desplegó el desempeño en sustentabilidad de Viña Concha y Toro. En ocasiones, el cliente también realizó presentaciones sobre su desempeño. Además, el objetivo de la reunión fue identificar posibles brechas de temas que la compañía no estuviera abordando.
- Seguimiento:** Se generaron reuniones adicionales con clientes que lo solicitaron. Estas son adicionales a las realizadas como primer contacto con el cliente.



ETAPA 2

ESCUCHAR ACTIVAMENTE

WHAT ARE OUR CUSTOMERS DOING

El objetivo de esta etapa de trabajo interno es conocer las tendencias, requerimientos y desafíos que nos plantean nuestros clientes de manera proactiva y programada. Se trata de identificar áreas de oportunidad y generar soluciones que respondan a necesidades que la compañía no esté abordando.

El *benchmark* realizado con 20 clientes incluyó principalmente aspectos ambientales y sociales. Se realizó a través de reuniones con los clientes seleccionados y análisis de la información pública desplegada por los clientes en sus sitios web, reportes de sustentabilidad y plataformas de compromisos globales como Pacto Global, Science Based Targets entre otros.

Los resultados permitieron identificar y agrupar las 9 áreas de mayor interés para nuestros clientes (Trends), detallando en 19 iniciativas generales, las cuales se agrupan en la Tabla N°2 – “Listado de Tendencias 2022”. Cada una de estas iniciativas están ligadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, los cuales están siendo utilizados como marco general de referencia, con diferencias en exhaustividad del seguimiento. En cada una de las reuniones realizadas con clientes se logró profundizar en objetivos, metas y expectativas. De manera descriptiva se identificó la profundidad con la que cada tema se aborda y cómo los temas se transforman en requisitos para sus proveedores.

Durante las reuniones se logró conocer si el cliente está avanzando en estas materias y, de ser así, en qué grado de profundidad lo aborda. En la Tabla N°3 - “Matriz de Iniciativas 2022”, se presentan las iniciativas más utilizadas por los clientes participantes durante 2022.

TABLA N° 2. LISTADO DE TENDENCIAS 2022











TRENDS		INITIATIVE
Sustainable Development Goals		Alignment to Sustainable Development Goals - United Nations
Climate Change		Carbon Footprint
		Science Based Targets
		CDP - Carbon Disclosure
		TCFD - Climate Financial Disclosure
Water		Internal Initiatives
Energy		Internal Initiatives
Biodiversity		Internal Initiatives
Circular Economy		Recycling - Internal Initiatives
		Food Waste - Internal Initiatives
Responsible Sourcing		Responsible Sourcing Programs
		Suppliers - Internal Initiatives
		Sustainable Packaging
Business Ethics		Diversity, Equity and Inclusion Programs
		Ethics Initiatives
		Human Rights Actions
Community	 	Entrepreneurship - Internal Initiatives
		Community Relations Programs
		Responsible Consumption Programs

TABLA N° 3. MATRIZ DE INICIATIVAS 2022

TRENDS	INITIATIVE	Coverage of Trends
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	85%
Climate Change	Carbon Footprint	100%
	Science Based Targets	50%
	CDP	40%
	TCFD	55%
Water	Internal Initiatives	45%
Energy	Internal Initiatives	80%
Biodiversity	Internal Initiatives	35%
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	90%
	Food Waste - Internal Initiatives	65%
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	80%
	Suppliers - Internal Initiatives	70%
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	75%
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	100%
	Ethics Initiatives	100%
	HR Actions	75%
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	30%
	Community Relations Programs	85%
	Responsible Consumption Programs	75%

De acuerdo a la cobertura de las tendencias por parte de los clientes se pueden distinguir:

INICIATIVAS CONSOLIDADAS
Son abordadas por el 100% de los principales clientes. Temas que se deben desplegar a nuestros clientes, ya que nuestras metas aportan al cumplimiento de sus metas individuales. (3)

INICIATIVAS EN DESARROLLO
Son abordadas por el 70% o más de los clientes y se visualizan creciendo y ganando adherencia. Avanzar en ellas es hoy una ventaja, ya que a corto plazo pueden transformarse en exigencias. (9)

INICIATIVAS EMERGENTES
Son abordadas por menos del 70% de nuestros clientes. Los clientes declaran que avanzarán dependiendo de qué tan críticas sean para alcanzar sus compromisos voluntarios. (7)

De la Matriz de Iniciativas 2022 podemos observar 2 tendencias predominantes:

CAMBIO CLIMÁTICO y ÉTICA EMPRESARIAL

Existen 3 iniciativas que son abordadas por el 100% de los clientes:

- Huella de carbono.** Cuentan con medición y metas de reducción de emisiones que incorporan a su cadena de abastecimiento. 50% de ellos ya cuenta con Science Based Targets (Objetivos Basados en la Ciencia).
- Programas de diversidad, equidad e inclusión.** Todos con un foco interno de implementación. A la fecha no se han transformado en requisitos a clientes.
- Ética empresarial.** Por una parte, el foco es evitar situaciones de fraude y corrupción y por la otra es garantizar que los proveedores se guíen por los Principios de Derechos Humanos en la Empresa de Naciones Unidas (evitar mano de obra infantil, discriminación, inclusión, entre otros).

INICIATIVA DESTACADA OBJETIVOS BASADOS EN CIENCIA (SBTs).

- Las empresas tienen un importante rol de combatir el cambio climático mediante el establecimiento de objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) que se alineen con las trayectorias de reducción que limitan el aumento de la temperatura global a 1.5°C o muy por debajo de 2°C en comparación con las temperaturas preindustriales. A estos objetivos se les denomina Objetivos Basados en la Ciencia o Science Based Targets (SBTs).
- Science Based Targets es una iniciativa conjunta de CDP, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el Instituto de Recursos Mundiales (WRI) y World Wildlife Fund (WWF).
- Para garantizar su rigor y credibilidad, los SBTs deben cumplir con una serie de criterios relacionados con su ambición, duración e inclusión de fuentes internas y de la cadena de valor.



50%

Key Customers alineados a la
Iniciativa Science Based Targets

TABLA N° 4. MATRIZ DETALLADA DE TENDENCIAS CLIENTE 2022

TRENDS	INITIATIVE	CLIENTES																			
		1. Walmart Chile (CL)	2. Cencosud (CL)	3. SMU (CL)	4. Tottus (CL)	5. Systembolaget (SE)	6. Alko (FI)	7. Vinmonopolett (NOR)	8. Tesco UK	9. Sainsbury's UK	10. ASDA	11. Morrison's	12. A-Hold Delhaize (BE)	13. Tesco Ireland (IE)	14. SAO (CA)	15. L'ECBO (CA)	16. BCLLS (CA)	17. Walmart (MX)	18. CostCo (MX)	19. Chedrau (MX)	20. Mercian Kinn Group (JP)
Sustainable Development Goals	Alignment to Sustainable Development Goals - United Nations	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Climate Change	Carbon Footprint	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Science Based Targets	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	CDP - Carbon Disclosure	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	TCFD - Climate Financial Disclosure	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Water	Internal Initiatives	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Energy	Internal Initiatives	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Biodiversity	Internal Initiatives	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Food Waste - Internal Initiatives	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Suppliers - Internal Initiatives	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Sustainable Packaging	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Ethics Initiatives	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Human Rights Actions	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Community Relations Programs	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Responsible Consumption Programs	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
TOTAL		17	10	12	12	14	12	10	16	18	16	16	18	17	9	10	9	18	15	8	10
% Coverage of Initiatives by customers		89%	53%	63%	63%	74%	63%	53%	84%	95%	84%	84%	95%	89%	47%	53%	47%	95%	79%	42%	53%
Management Level		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

En la Tabla N°4 se despliegan las iniciativas que están siendo abordadas por cada uno de nuestros clientes.

De acuerdo a la cobertura individual de los temas, se puede observar que hay distintos grados de avance entre los clientes, los cuales pueden categorizarse en 3 niveles de gestión:

PIONEERS

Aquellos clientes que incorporan más del 70% de las iniciativas consultadas dentro de su gestión de la sustentabilidad, con niveles de profundidad significativo en sus requerimientos y con avances destacados en uno o más ámbitos. Activamente buscan incorporar a su cadena de abastecimiento en las iniciativas. Algunos cuentan con plataformas estandarizadas para reporte de gestión de sus proveedores. Generan prácticas pioneras y son fuente de aprendizaje para la compañía. (10)

ADVANCED

Clientes que actualmente abordan entre el 50 y 70% de las tendencias analizadas durante 2022. En general, cuentan con iniciativas en estados iniciales o en ámbitos acotados. Cuentan con programas de proveedores que aún están creciendo en alcance, en algunos casos la categoría “vinos” aun no se encuentra incluida. Se interesaron por conocer la experiencia de la viña participando en programas de las grandes cadenas del retail, interesados de trabajar de manera conjunta en sustentabilidad. (7)

IN PROGRESS

Clientes cuya gestión de la sustentabilidad cubre menos del 50% de las iniciativas analizadas. Sus iniciativas están iniciando, con pocos años de vigencia, aún no generan requerimientos específicos para sus proveedores. (5)

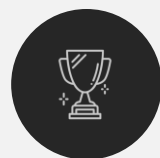
De la Matriz Detallada de Tendencias por Cliente de la Tabla N° 4, es posible observar que la mayoría de nuestros clientes (50%) cubre más del 70% de las iniciativas analizadas, lo que demuestra un alto nivel de desempeño y exigencia.

Esto se traduce en mayores requerimientos para la cadena de abastecimiento. Existen grandes empresas de retail que cuentan con plataformas especiales para que los proveedores desplieguen su desempeño en los ámbitos sociales, ambientales y de gobernanza. Por ejemplo:

MANUFACTURE 2030

PLATAFORMA MANUFACTURE 2030

Esta plataforma constituye un mecanismo estandarizado de reporte, mediante el cual múltiples clientes hoy se encuentran recabando información de su cadena de abastecimiento. TESCO, ASDA, Morrisons, Aldi, Coop, Sainsbury's, Waitrose, M&S son algunos de quienes la utilizan hoy. La viña va entregando su información en esta plataforma, disponibilizando su desempeño.



20
22

Viña Concha y Toro es reconocido como **GIGA-GURÚ** máximo reconocimiento a proveedores por su gestión climática

INICIATIVA DESTACADA CLIENTE "PIONEER" - WALMART

- Walmart diseñó una iniciativa llamada 'Project Gigatón', que busca reducir o evitar mil millones de toneladas métricas (una gigatonelada) de emisiones de gases de efecto invernadero en su cadena de abastecimiento.
- Busca reconocer a sus proveedores de alto desempeño en reducción de emisiones de CO₂.
- El año 2020 Viña Concha y Toro es invitada a ser parte del Proyecto Gigatón en Chile a través del reporte de sus propias metas de reducción de emisiones de GEI.
- En 2022, Viña Concha y Toro es catalogado como Giga Gurú a partir del año 2023. Giga Gurú es la máxima categoría de reconocimiento a proveedores.

TABLA N° 5
ACCIONES CON CLIENTES 2023

		ACCIONES A SEGUIR
PIONEERS		
100% a 70%		<p>Grupo de clientes donde es prioritario avanzar en difusión directa y bilateral, ya que las metas de la compañía aportan directamente al logro de sus metas voluntarias.</p> <p>Analizar la posibilidad de completar las brechas en torno a sus requerimientos, verificando la factibilidad interna de implementar de dichas acciones.</p> <p>Realizar al menos 2 encuentros de seguimiento y alineación durante el año.</p>
ADVANCED		
69% a 50%		<p>Realizar reuniones de continuidad para profundizar en el desarrollo y evolución de las iniciativas de la compañía.</p> <p>Compartir anualmente el Informe de Gestión Anual de la Estrategia de Sustentabilidad para mantener al día los avances y compartir prácticas.</p> <p>Buscar transformarnos en proveedores destacados en la implementación de nuevas iniciativas que comiencen a abordar.</p> <p>Realizar 1 encuentro al año.</p>
IN PROGRESS		
Menor a 50%		<p>Compartir el Informe de Gestión Anual de la Estrategia de Sustentabilidad y abrir espacio de intercambio de buenas prácticas con el cliente en el caso que lo solicite.</p> <p>Envío del documento 1 vez al año.</p>

ETAPA 3

COMPLETAR BRECHAS *WHAT ARE WE MISSING*

El objetivo de esta etapa es identificar tendencias que nuestros clientes adhieran y de las que aún no formemos parte. Esto, permitirá a la compañía mantener el liderazgo y mejorará el posicionamiento sustentable con nuestros principales clientes.

En el gráfico adjunto se presentan las brechas de gestión que existen entre Viña Concha y Toro y los requisitos de cada cliente, diferenciando los énfasis ambientales y sociales de su gestión.

De este análisis es posible visualizar que la compañía se encuentra en buen pie respecto a los requisitos de gestión e información que solicitan la mayoría de ellos (17) y sólo en 3 casos se presentaron brechas importantes.

Ellos corresponden a los monopolios nórdicos. En los 3 casos, corresponde a temas asociados al ámbito social: (1) Responsible Sourcing y (2) Business Ethics. En este caso, se generan brechas, ya que la compañía no se encuentra abordando los temas de la forma en que ellos están solicitando los

requerimientos. Por ello, a pesar de que el tema se encuentra abordado respecto a otros clientes, en el caso de los monopolios se genera una brecha de gestión, ya que sus requisitos van más allá de lo actualmente abordado.

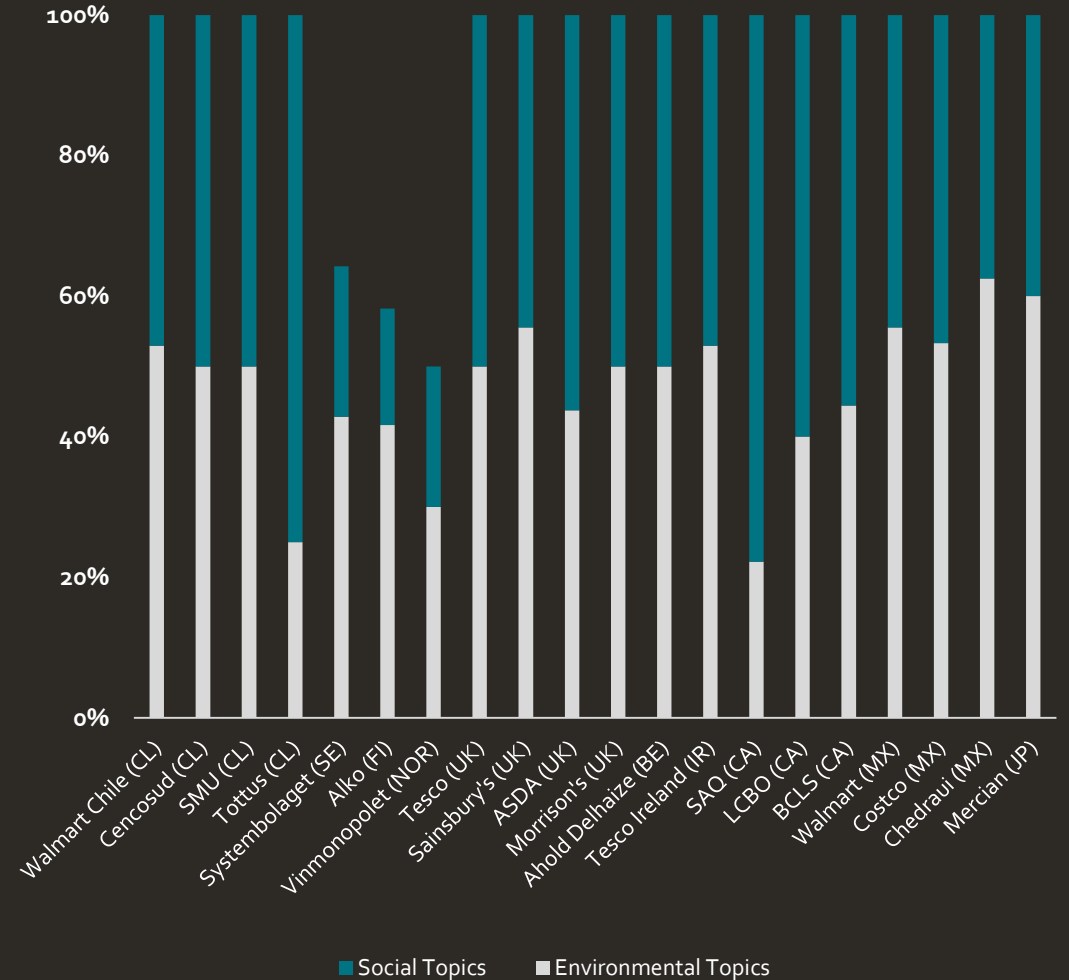
1. RESPONSIBLE SOURCING

Involucra a proveedores de uva. Los requisitos solicitados abordan iniciativas como elaboración de auditorías de cumplimiento en temas como: prohibición de mano de obra infantil, trabajo forzoso, trabajadores ilegales, salarios justos, etc.

2. BUSINESS ETHICS

Se refiere a la aplicación de los Principios de Derechos Humanos en la Empresa, aplicados a la compañía. Mecanismos de prevención y remediación para materias como trabajadores temporeros, condiciones laborales, discriminación, salarios justos, igualdad y equidad, entre otros.

ANÁLISIS DE BRECHAS
Viña Concha y Toro v/s Key Customers



MONOPOLIOS NÓRDICOS

Para los monopolios nórdicos, la compañía cumple con los requisitos ambientales a cabalidad, no así en los elementos sociales. Esto le impide optar a la clasificación de "Sustainable Choice", visible en góndola.

Chile Certified Sustainable Wine of Chile

	Counting risk	Certification	Risks after certification
Agro Chemicals			
Biodiversity			
Energy and climate impact			
Reuse and recycling			
Water Use			
Child Labour			
Corruption and ethical business behavior			
Decent Wages			
Discrimination			
Equal rights and treatment for women and men			
Forced labour or unethical recruitment practices			
Freedom of Association and Collective Bargaining			
Occupational Health and Safety			
Protecting employees from heat and dehydration			
Workers right			
Working hours			
Young Workers			

Systembolaget

Four criteria to become a Sustainable choice (wine)

✔	ENVIRONMENT The product must be certified with certification covering relevant environmental requirements on cultivation and production*. The certification logotype must be visible on the packaging.	✔
✘	SOCIAL RESPONSIBILITY Approved outcome in Systembolaget's sustainability analysis for all social sustainability indicators in the risk analysis*** or Product certification* that covers the social sustainability indicators in the entire supply chain in an equivalent manner.	✔
	PACKAGING The product's primary packaging must have a lower climate impact compared to heavy glass bottles. The following packaging is approved: Cardboard packaging, Bag-In-Box, pouches, aluminum cans, PET plastic bottles, returnable glass bottles and lighter glass bottles**	
	TRACEABILITY Information about the actual producer and growers who have contributed to the production of at least 2/3 of the volume of the product (if more than ten parties are relevant, the ten that represent the largest volume must be specified).	

Para los monopolios nórdicos, la certificación bajo el Código de Sustentabilidad de Vinos de Chile, no es garantía de que se cumplan los requisitos sociales solicitados por los monopolios, especialmente en los ámbitos de mano de obra infantil y salarios justos. Estos temas son considerados de "alto riesgo" en Chile por parte de los monopolios.

Los monopolios consideran válidas solo algunas certificaciones sociales, las que se muestran en la tabla adjunta.

Existen marcas que han podido demostrar buen desempeño en este ámbito. En el caso de Cono Sur, la alternativa fue obtener la certificación FOR LIFE, la cual se encuentra vigente hasta hoy. Con ella, se cumplen los requisitos sociales y se obtiene la denominación de "Sustainable Choice".

Certification/Market	Sweden	Norway	Finland	CyT
Certified Sustainable Wine of Chile	✔	✔	✔	✔
Fairtrade/Fair for Life/For Life	✔	✔	✔	X
SA8000	✔	✔	✔	X
Global Gap	✔	-	-	-
Smeta 6.1 (4 pillars)	✔	-	-	-
Amfori BSCI audit (A or B, <2 years old)	✔	-	-	X
B-Corp	X	-	-	✔
ROC	-	-	-	X
CCSW	✔	✔	✔	N/A

Top Chilean brands with at least 1 "Hållbart Val" SKU

Brand	Hållbart Val
1 Casas Patronales	YES
2 Viña Maipo	NO
3 Casillero del Diablo	NO
4 Gato Negro	YES
5 Rosie	NO
6 Adobe	YES
7 Cono Sur	YES
8 Bombus	YES
9 Frontera	NO
10 Sibaris	NO

Otra alternativa planteada como válida por los monopolios es la realización de una auditoría ética y social a la compañía y su cadena de abastecimiento (productores) bajo el estándar AMFORI, ex-BSCI.

AMFORI es un esquema de verificación de requisito sociales, el cual valida temas asociados al cumplimiento de los Derechos Humanos en la Empresa para toda la cadena de abastecimiento. Esta verificación se realiza en terreno y otorga un reconocimiento con vigencia de 2 años. El foco central es el cumplimiento de los proveedores de uva.



20
23

Este es el único gap en el que se debe trabajar, ya que es el único requisito de clientes que no se encuentra cubierto.

SATISFACCIÓN DE CLIENTES

2022

04



ENCUESTA IPSOS

SATISFACCIÓN DE CLIENTES 2022

Con el objetivo de conocer los niveles de satisfacción y lealtad de los clientes de Viña Concha y Toro en relación al servicio recibido en las distintas etapas de interacción, la compañía realiza anualmente una encuesta de satisfacción a través de su departamento de Corporate Customer Service.

Como parte de su certificación como Empresa B, la compañía busca de manera permanente mejorar sus procesos. Por ello, esta encuesta se lleva a cabo con la finalidad de:

1. Conocer la evaluación de la imagen de Viña Concha y Toro entre sus clientes.
2. Determinar fortalezas y debilidades en los atributos de servicio.
3. Generar indicadores que permitan ver la evolución del servicio y cada uno de los procesos a través del tiempo.
4. Determinar un indicador de lealtad en base a la Satisfacción Inicial, Recomendación y Recompra.

En el estudio 2022, medido en los meses de marzo y abril, el cuestionario incorporó una lógica de proceso desde el punto de vista del cliente, además de la incorporación de conceptos como calidad, venta y postventa.

Además, se focalizó en aquellos clientes de mayor interés para Viña Concha y Toro, con la finalidad de conocer con mayor profundidad sus opiniones.

Dentro del concepto de IMAGEN, se consideran diversas dimensiones, las cuales complementan desde diversos ángulos el concepto que los clientes observan de la empresa y sus productos. Ellos son:

- Calidad
- Accesibilidad (Facilidad y disponibilidad para el contacto)
- Sustentabilidad
- Asesoría (Competencia técnica en la entrega de servicios)
- Adaptabilidad (Se adecúa a las necesidades del cliente)
- Agilidad (Entrega rápida, cero errores)

DIMENSIONES EVALUADAS



Calidad
Cumplimiento de despacho
Servicio de Venta
Servicio de Postventa
Tasa de problemas
Benchmarking
Imagen

TÉCNICA



Estudio Cuantitativo

Encuestas online, vía correo electrónico a un listado de clientes entregado por Viña Concha y Toro.

GRUPO OBJETIVO



Clientes seleccionados por Concha y Toro que realizaron alguna compra durante el 2021 y que pertenecen a distintos grupos de acuerdo a tamaño, volumen de venta, zona geográfica y otras variables.

MUESTRA



Se realizaron 124 encuestas con tasa de respuesta de 42%. Se respondieron 52 encuestas, entre el 14 de marzo y el 24 de abril, con cobertura internacional.

Dentro de los atributos más destacados por los clientes de la compañía se encuentran:

1. La calidad de sus productos
2. La accesibilidad, facilidad y disponibilidad para contactar a la compañía, y
3. La preocupación por la sustentabilidad que los clientes aprecian en la compañía.

Cabe destacar que en el caso de "Sustentabilidad", ninguno de los

encuestados estuvo en desacuerdo con dicha afirmación y el 58% estuvo de acuerdo con la apreciación de que la compañía se preocupa por la sustentabilidad.

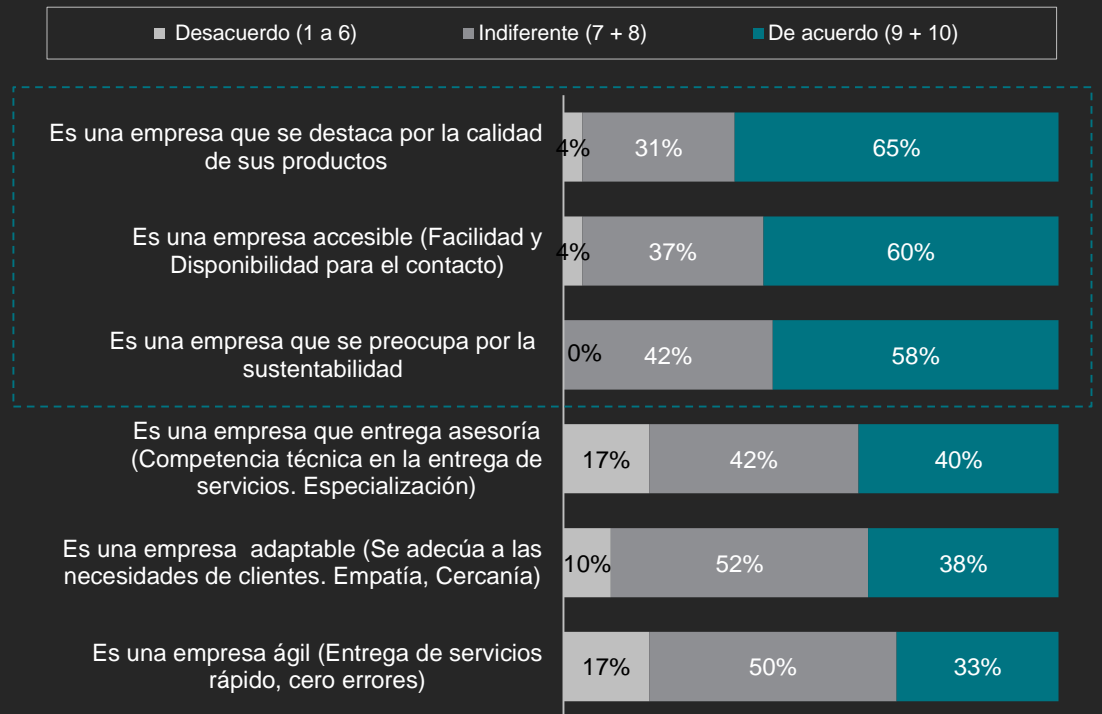
En términos de la evolución en el tiempo, es un factor que se ha mantenido en el tiempo y que esperamos crezca en el futuro a través de la implementación de programas como Closer to Our Markets.

% DE ACUERDO (9 + 10)

	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
	Base 52	Base 105	Base 119	Base 132	Base 144	Base 111	Base 108
Calidad	65%	-	-	-	-	-	-
Accesibilidad	60%	62%	62%	53%	71%	63%	69%
Sustentabilidad	58%	60%	60%	59%	65%	60%	58%
Asesoría	40%	52%	46%	40%	51%	52%	51%
Adaptabilidad	38%	43%	21%	39%	55%	46%	45%
Agilidad	33%	41%	42%	36%	49%	43%	47%

EVALUACIÓN DE IMAGEN

¿Podría decir qué tan de acuerdo se encuentra con cada una de estas frases?



AVANCES
GESTIÓN 2022

VIÑA CONCHA Y TORO



05



RESULTADOS 2022



Avance Programa
Closer to our Markets
2022

83%

En 2022, se logró concretar encuentros con 20 de los 30 clientes esperados (67% avance).

Por otra parte, se logró realizar la Matriz de Tendencias Consolidadas de Clientes, la que permite visualizar dónde están las brechas con clientes hoy (100%). Ello, permitirá a la viña, avanzar en las mejoras que permitan completar las brechas, generándose ámbitos de oportunidad. Estas mejoras se encuentran principalmente en los ámbitos sociales.

Con ello, se tiene que el avance general de este pilar durante 2022 fue de 83%.

Con este análisis se establecen las acciones a abordar durante 2023, ya que se cuenta con una completa mirada a los requisitos principales de clientes y dónde existen oportunidades de mejora.



CONCLUSIONES

Las reuniones realizadas en el año 2022 fueron fructíferas en términos del objetivo planteado. Los clientes expresaron agradecimiento a la compañía por haber generado de manera voluntaria una instancia para compartir prácticas y buscar alineamiento como mecanismo para apoyarlos en el logro de sus metas.

A través de nuestras oficinas comerciales se recibió valioso feedback entregado por los clientes sobre el desempeño de Viña Concha y Toro en materia de sustentabilidad, el cual en muchos casos no era conocido de manera cercana.

Los temas más abordados por los clientes clave (según *benchmark* interno) durante el período 2021-

2022 son: Huella de Carbono, Ética Empresarial y Diversidad, Equidad e Inclusión, temas en los que la compañía ha avanzado, pero que se deben seguir profundizando.

Es necesario durante el año 2023, dar seguimiento al vínculo generado durante el 2022 para trazar esquemas de trabajo específicos (junto a las áreas comerciales).

Respecto a las brechas que se presentan con algunos clientes, es necesario definir los pasos a seguir para entregar una solución definitiva a dichas brechas. Durante el año 2023 el trabajo en el cierre de brechas estará enfocado en este tema.



METAS 2023

PROGRAMA CLOSER TO OUR MARKETS

01. Comenzar implementación interna de brechas detectadas y seleccionadas como prioritarias.
02. Realizar ronda de seguimiento con 30 clientes clave para mostrar avances respecto a la implementación de la “Matriz de Tendencias & Acciones”



ANEXOS





GENERAL INFORMATION

Country or region: Chile
 Commercial Office: VCT Chile
 Website: www.walmartchile.cl
 Report: https://www.walmartchile.cl/wp-content/uploads/2022/12/REPORTE_2021.pdf

MAJOR INITIATIVES:

- Reducing Food Waste
- Gigaton Project
- Entrepreneurship: Transfórmate Program



CERTIFICATIONS / COMMITMENTS / TRENDS:



Contact (Walmart Chile)
 Stefanie Pope – Gerente de Valor Compartido y Sustentabilidad
stefanie.pope@walmart.com

Contact (VCT Chile)
 Andrés Gómez – Subgerente de Ventas Retail
andres.gomez@vctchile.com

Contact (CyT)
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	WALMART CHILE INITIATIVES	Walmart Chile (CL)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declarados	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1, 2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	Ok Walmart Global	✓	✓
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✓	✓
	TCFD	Ok Walmart Global	✓	✓
Water	Internal Initiatives	No	✗	
Energy	Internal Initiatives	* 78% supermercados operan con sistemas de iluminación LED.	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	Reforestemos Chile (Nestlé+Walmart Chile + P&G)	✓	✓
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Reciclaje	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	Iniciativas internas (donaciones de alimentos)	✓	✓
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Programa Interno Abastecimiento Responsable	✓	✓
	Suppliers - Internal Initiatives	Gigaton Project	✓	✓
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Desafío Global de Walmart para que todos los empaques de sus Marcas Propias sean 100% reciclables al 2025	✓	✓
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Política de Diversidad e Inclusión Agentes de Equidad - Programas internos	✓	✓
	Ethics Initiatives	Ética y Anticorrupción + Código de Conducta	✓	✓
	Human Rights Actions	Internal Initiatives	✓	✓
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Programa Transfórmate	✓	✓
	Community Relations Programs	Plan de Relacionamento Comunitario Tiendas Melipilla, Puente Alto, Valparaíso y San Pablo	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	No declarado	✗	
TOTAL			17	17
% Coverage of Initiatives			89%	
Management Level			1	

GAPS
100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: Chile
 Commercial Office: VCT Chile
 Website: www.cencosud.com
 Report (Memoria Anual Integrada):
http://s2.q4cdn.com/740885614/files/doc_financials/2021/ar/Memoria-Cencosud-2021-Pagina-Web.pdf

MAJOR INITIATIVES:

- Reducing plastic from vegetables packaging
- Electric delivery vehicles
- Diversity & Inclusion: Cenco Women Mentoring Program
- Supply Chain and Sustainable Supply (Our Producers Program)

CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (Cencosud – Cencosud -Jumbo Chile)
 Soledad Bernat – Líder de Sostenibilidad Supermercados
soledad.bernat@cencosud.cl

Contact (VCT Chile)
 Andrés Gómez- Subgerente de Ventas Retail
andres.gomez@vctchile.com

Contact (CyT)
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	CENCOSUD INITIATIVES	Cencosud (CL)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Ok	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok	✓	✓
	Science Based Targets	No	✗	
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✗	
	TCFD	Ok	✓	✓
Water	Internal Initiatives	No	✗	
Energy	Internal Initiatives	No declarado	✗	
Biodiversity	Internal Initiatives	Compromiso con la Biodiversidad Declaración de Biodiversidad	✓	✓
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	No declarado	✗	
	Food Waste - Internal Initiatives	Programa Rescate de Alimentos Declaración sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos	✓	✓
	Responsible Sourcing Programs	Política de Proveedores + Certificaciones: RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil)	✗	
Responsible Sourcing	Suppliers - Internal Initiatives	Programa 500K (Disminución HdC) Supermercados Chile	✗	
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Compromiso Packaging Responsable	✓	✓
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Pilar Personas Política de Diversidad e Inclusión	✓	✓
	Ethics Initiatives	Código de ética Código de Conducta del Directorio	✓	✓
	Human Rights Actions	Declaración Sobre el Respeto y Promoción de los Derechos Humanos	✓	✓
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	No declarado	✗	
	Community Relations Programs	Política de Vínculo con las Comunidades	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	No declarado	✗	
TOTAL			10	10
% Coverage of Initiatives			53%	
Management Level			2	

GAPS
100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: Chile

Commercial Office: VCT Chile

Website: www.smu.cl

Report: <https://www.smu.cl/wp-content/uploads/2022/04/Memoria-Integrada-SMU-2021.pdf>

MAJOR INITIATIVES:

- Inclusion and Diversity Model



CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (SMU Chile)

Marcela Salas – Gerente de Sostenibilidad

masalaso@smu.cl

Contact (VCT Chile)

Andrés Gómez – Subgerente de Ventas Retail

andres.gomez@vctchile.com

Contact (CyT)

Valentina Lira – Sustainability Director

valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	SMU INITIATIVES	SMU (CL)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1,2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	No	✗	
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✗	
	TCFD	2021 realizaron primera evaluación: Análisis de Riesgos en base al marco TCFD	✓	✓
Water	Internal Initiatives	Charlas Uso eficiente de agua a proveedores	✗	
Energy	Internal Initiatives	Sistema de Gestión Energía ISO 50001 y suministro con Energía Renovable	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	No	✗	
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Gestión de residuos	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	Programa No desperdicio de Alimentos, Miembro de Red de Alimentos	✓	✓
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Programa de Abastecimiento Responsable	✓	✓
	Suppliers - Internal Initiatives	Gestión de Proveedores, Desarrollo de proveedores locales	✓	✓
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	No Declarado	✗	
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	ONU Mujeres, 'Miembro de Red Más Activa y miembro de mesa de Personas en Accion Empresas	✓	✓
	Ethics Initiatives	Código de ética y Conducta	✓	✓
	Human Rights Actions	No declarado	✗	
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Programa: Conectando Emprendedores	✓	✓
	Community Relations Programs	Programa Buen Vecino y alianzas con Fundaciones (Teletón)	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	No Declarado	✗	
TOTAL			12	12
% Coverage of Initiatives			63%	
Management Level			2	

GAPS
100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: Chile
 Commercial Office: VCT Chile
 Website: <https://tottus.falabella.com/tottus-cl/page/nuestra-empresa>
 Report: <https://tottus.falabella.com/tottus-cl/page/reportes-sostenibilidad>

MAJOR INITIATIVES:

- Great Place to Work (GPTW) – 2021



CERTIFICATIONS / COMMITMENTS / TRENDS:



Contact (Cencosud – Tottus Chile)
 Ivonne Palma – Subgerente de Sostenibilidad
iepalma@tottus.cl

Contact (VCT Chile)
 Andrés Gómez – Subgerente de Ventas Retail
andres.gomez@vctchile.com

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	TOTTUS INITIATIVES	Tottus (CL)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared (3,8,12,13)	✓	✓
	Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1,2 and 3)	✓
Water	Science Based Targets	Se unirán en 2025	✗	
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✗	
	TCFD	No	✗	
Energy	Internal Initiatives	No	✗	
Biodiversity	Internal Initiatives	Sistemas de iluminación LED en todas las construcciones, remodelaciones y ampliaciones.	✓	✓
	Internal Initiatives	No	✗	
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Acuerdo de Producción Limpia (APL) Cero Residuos a Eliminación,	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	Alianza de colaboración con la Red de Alimentos en Chile	✓	✓
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Programa Adicional de Comercio Justo para miembros de Sedex, SMETA	✓	✓
	Suppliers - Internal Initiatives	Programa de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)	✗	
Business Ethics	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	2020 diseñamos un plan de gestión de packaging para nuestras Marcas Propias	✗	
	Diversity, Equity and Inclusion Programs	2020 Política de Diversidad e Inclusión!	✓	✓
Community	Ethics Initiatives	Código de Integridad con colaboradores de oficina de apoyo y de tiendas	✓	✓
	Human Rights Actions	Gestión de Riesgos y Derechos Humanos	✓	✓
	Entrepreneurship - Internal Initiatives	https://www.sanmonexperiencia.com/organizaciones/primera-trucha-alimentada-con-proteina-de-insectos/1249704	✓	✓
	Community Relations Programs	Programa ¡Crecer Sano con Tottus!	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	Contribuir al bienestar de colaboradores, clientes y comunidades inspirando mejores hábitos de alimentación	✓	✓
TOTAL			12	12
% Coverage of Initiatives			63%	
Management Level			2	

GAPS
100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: Sweden
 Commercial Office: VCT Nordic
 Website: <https://www.systembolaget.se/>
 Report: <https://www.omsystembolaget.se/ansvarsredovisning>

MAJOR INITIATIVES:

- Green Choice symbols in tenders
- Climate-smarter packaging
- Social Initiatives in the supply chain (growers)



CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (VCT Nordic)
 Julian Belio– VCT Nordic Director
andres.gomez@vctchile.com

Contac (VCT Nordic)
 Linda Karlsson
lkarlsson@vctsweden.com

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	SYSTEMBOLAGET INITIATIVES	Systembolaget (SE)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1, 2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	Committed (2022)	✓	✓
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✗	
	TCFD	Not declared	✗	
Water	Internal Initiatives	SDG 6	✓	✓
Energy	Internal Initiatives	Strategic sustainability goal that we should be a circular and fossil-free business by 2030	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	Not declared	✗	
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Internal Initiatives: Recicling 2.0, recycling used work clothing, paper carrier bags,	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	No	✗	
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Sustainable Supply Chain 'Suppliers Code of Conduct	✓	✗
	Suppliers - Internal Initiatives	Suppliers as a key stakeholder	✓	✗
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Sustainable Choice Initiative	✓	✗
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Internal Initiaves: https://www.omsystembolaget.se/hallbarhet/manniska-och-samhalle/	✓	✓
	Ethics Initiatives	Systembolaget Trnsparency Program, Ethics and Sustainability Committee	✓	✗
	Human Rights Actions	Human Right Due Dilligence	✓	✗
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	No	✗	
	Community Relations Programs	Internal Initiatives	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	Responsible Consumption Programs (Responsibility Report 2021)	✓	✓
TOTAL			14	9
% Coverage of Initiatives			74%	
Management Level			1	

GAPS
64%



GENERAL INFORMATION

Country or region: Finland
 Commercial Office: VCT Nordic
 Website: <https://www.alko.fi/en/>
 Report: <https://www.alko.fi/en/alko-inc/about-alko/publications>

MAJOR INITIATIVES:

- Green Choice symbols in tenders
- Sustainability in products (light wight bottles)



CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (VCT Nordic)
 Julian Belio– VCT Nordic Director
andres.gomez@vctchile.com

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	ALKO INITIATIVES	Alko (FI)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1, 2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	No	✗	
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✗	
	TCFD	No	✗	
Water	Internal Initiatives	SDG 6 The electricity	✓	✓
Energy	Internal Initiatives	purchased by Alko's 176 stores via lease agreements comes from renewable energy sources	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	No	✗	
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	ODS 12 Internal Initiatives Recycling	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	No	✗	
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	"Water" program, shade and rest in cooperation with La Isla Network and Bonsucro (caña de azúcar)	✓	✗
	Suppliers - Internal Initiatives	Procurement terms and conditions for supplier cooperation as part of our responsibility-related cooperation	✓	✗
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Green Choice Symbols	✓	✗
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Internal DEI Initiaves	✓	✓
	Ethics Initiatives	Ethical Symbol for products, Ethical Principles	✓	✗
	Human Rights Actions	Human Right Due Dilligence	✓	✗
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	No	✗	
	Community Relations Programs		✗	
	Responsible Consumption Programs	Responsible Consumption Programs	✓	✓
TOTAL			12	7
% Coverage of Initiatives			63%	
Management Level			2	

GAPS
58%



VINMONOPOLET

GENERAL INFORMATION

Country or region: Norway

Commercial Office: VCT Nordic

Website: <https://www.vinmonopolet.no/>

Report: <https://www.vinmonopolet.no/content/om-oss/styring-og-ledelse/arsrapporter>

MAJOR INITIATIVES:

- Ensuring decent and good work
- Human Rights
- Ethical Trade

CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (VCT Nordic)
Julian Belio– VCT Nordic Director
andres.gomez@vctchile.com

Contact (CyT):
Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	VINMONOPOLET INITIATIVES	Vinmonopolet (NOR)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared (3, 8, 12 13 17)	✓	✓
	Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1,2 and 3)	✓
Water	Science Based Targets	No	✗	
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✗	
	TCFD	No	✗	
	Internal Initiatives	Not declared	✗	
Energy	Internal Initiatives	Not declared	✗	
Biodiversity	Internal Initiatives	No	✗	
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	ODS 12 Interanal Initiatives Recycling	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	No	✗	
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	"Water" program, shade and rest in cooperation with La Isla Network and Bonsucro (caña de azúcar)	✓	✗
	Suppliers - Internal Initiatives	Suppliers as a key stakeholder	✓	✗
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	3 innovation: •50% rPET / •Recyclable innerbag BIB / •Recyclable pouch	✓	✗
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Pillar: A good Inclusive Workplace	✓	✓
	Ethics Initiatives	Ethical Principles and Practices	✓	✗
	Human Rights Actions	Human Right Due Dilligence	✓	✗
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	No	✗	
	Community Relations Programs	Not declared	✗	
	Responsible Consumption Programs	Responsible Consumption Programs'SDG 3	✓	✓
TOTAL			10	5
% Coverage of Initiatives			53%	
Management Level			2	

GAPS

50%



GENERAL INFORMATION

Country or region: UK
 Commercial Office: Concha y Toro UK
 Website: www.tescopl.com/
 Report: <https://www.tescopl.com/media/759057/tesco-annual-report-2022.pdf>

MAJOR INITIATIVES:

- Incubator Program
- Reducing Food Waste
- Carbon Neutral by 2035



CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (Concha y Toro UK)
 Claire Reaney –Head of Service
creaney@cyt-uk.com

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	TESCO UK INITIATIVES	Tesco (UK)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1,2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	Targets Set	✓	✓
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✓	✓
	TCFD	Ok	✓	✓
Water	Internal Initiatives	No	✗	
Energy	Internal Initiatives	Source 100% of our electricity from renewable sources by 2030	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	No	✗	
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Recycling Initiatives https://www.tescopl.com/sustainability/documents/policies/our-reducing-food-waste	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	https://www.tescopl.com/media/759057/tesco-annual-report-2022.pdf	✓	✓
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Stakeholders initiatives for responsible sourcing	✓	✓
	Suppliers - Internal Initiatives	Suppliers as a key stakeholder	✓	✓
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Internal Initiatives	✓	✓
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Internal and External Initiatives	✓	✓
	Ethics Initiatives	Compliance, Ethics Committee	✓	✓
	Human Rights Actions	Declared	✓	✓
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Incubator Programme	✓	✓
	Community Relations Programs	"Serving our Communities" Statement	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	Not declared	✗	
TOTAL			16	16
% Coverage of Initiatives			84%	
Management Level			1	

GAPS
100%

Sainsbury's

GENERAL INFORMATION

Country or region: UK
 Commercial Office: Concha y Toro UK
 Website: <https://www.sainsburys.co.uk/>
 Report: <https://about.sainsburys.co.uk/sustainability>

MAJOR INITIATIVES:

- Net Zero in its own operations by 2035
- To promote Biodiversity
- Reduce plastic packaging by 50% by 2025

CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (Concha y Toro UK)
 Claire Reaney –Head of Service
creaney@cyt-uk.com

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	SAINSBURY'S INITIATIVES	Sainsbury's (UK)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1, 2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	Targets Set	✓	✓
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✓	✓
	TCFD	Ok	✓	✓
Water	Internal Initiatives	Better for the planet: Minimise Water Use (Water Neutral by 2040)	✓	✓
Energy	Internal Initiatives	Renewable energy + LED lighting to 100 per cent of our supermarket estate	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	Better for the Planet (pillar): Sustainable Sourcing and Biodiversity Initiative	✓	✓
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Better for the Planet (pillar): Increase recycling + Reduce packaging	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	Better for the Planet (pillar): Food Waste initiative	✓	✓
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Better for the Planet (pillar): Sustainable Sourcing and Biodiversity Initiative	✓	✓
	Suppliers - Internal Initiatives	Supplier Engagment Program (SBT, CDP, Food Waste initiatives)	✓	✓
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Better for the Planet (pillar): Reduce packaging	✓	✓
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Skills Opportunities for Everyone 'an inclusive place to work and shop	✓	✓
	Ethics Initiatives	Ok https://www.about.sainsburys.co.uk/suppliers/fairly-traded	✓	✓
	Human Rights Actions	Better for Everyone: Championing Human Rights	✓	✓
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Not declared	✗	
	Community Relations Programs	Better for Everyone: Community and partnerships	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	Wellbeing and mental health Program	✓	✓
TOTAL			18	18
% Coverage of Initiatives			95%	
Management Level			1	

GAPS
100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: UK
 Commercial Office: Concha y Toro UK
 Website: <https://www.asda.com>
 Report: https://corporate.asda.com/media-library/document/asda-esg-report-summary-2022/_proxyDocument?id=00000182-3fbb-d424-a1fa-7ffb288f0000

MAJOR INITIATIVES:

- To become an end to end net zero carbon emissions business
- Be the retailer of choice for the UK's innovative suppliers

CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (Concha y Toro UK)
 Claire Reaney –Head of Service
creaney@cyt-uk.com

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	ASDA INITIATIVES	ASDA (UK)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1, 2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	Committed	✓	✓
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✗	
	TCFD	No	✗	
Water	Internal Initiatives	No	✗	
Energy	Internal Initiatives	Better Planet Initiatives	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	ADSA -Syngenta Greenhead project	✓	✓
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Better Planet: Waste Initiatives	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	Better Planet: Food Waste Commitment	✓	✓
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	100% bananas more sustainably sourced 100%	✓	✓
	Suppliers - Internal Initiatives	To ask 150 of our strategic supplier partners to make climate commitments for the products they sell us before the end of 2022.	✓	✓
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Packaging Strategy: 85% own Asda brands packaging is recyclable at home	✓	✓
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Diversity and Inclusion strategy	✓	✓
	Ethics Initiatives	Ethic and compliance strategy	✓	✓
	Human Rights Actions	Better Busineses : HR initiatives	✓	✓
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Partnership with Enactus UK	✓	✓
	Community Relations Programs	Local Community Support	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	Wellbeing program	✓	✓
TOTAL			16	16
% Coverage of Initiatives			84%	
Management Level			1	

GAPS
100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: UK
 Commercial Office: Concha y Toro UK
 Website: <https://www.morrisons-corporate.com>
 Report: <https://www.morrisons-corporate.com/globalassets/corporatesite/corporate-responsibility/sustainability-performance-reports/sustainability-report-2021.pdf>

MAJOR INITIATIVES:

- Net Zero by 2040

CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (Concha y Toro UK)
 Claire Reaney –Head of Service
creaney@cyt-uk.com

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	MORRISON'S INITIATIVES	Morrison's (UK)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1, 2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	Targets Set	✓	✓
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✗	
	TCFD	Ok	✓	✓
Water	Internal Initiatives	Our Planet- Global Resources - Water	✓	✓
Energy	Internal Initiatives	Our Planet - Climate Crisis - Energy Efficiency Initiatives	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	No	✗	
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Our Planet - Rethinking how to use our plastics	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	Our Planet - Reducing Food Waste	✓	✓
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Working with Suppliers Internal Initiative	✓	✓
	Suppliers - Internal Initiatives	Working with Suppliers Internal Initiative	✓	✓
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Reducing plastics of its own brands packaging by 2050	✓	✓
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Our People - Our Colleagues Diversity & Inclusion Programs	✓	✓
	Ethics Initiatives	Ethical Trading Policy and Ethical Trading Code	✓	✓
	Human Rights Actions	Our People: Respecting the Human Rights	✓	✓
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	No	✗	
	Community Relations Programs	Our People - Our Communities Supporting	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	Wellbeing programs / Help our customers live healthier lives	✓	✓
TOTAL			16	16
% Coverage of Initiatives			84%	
Management Level			1	

GAPS
100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: Belgium
 Commercial Office: VCT Europe
 Website: <https://www.aholddelhaize.com/>
 Report: <https://www.aholddelhaize.com/sustainability/>

MAJOR INITIATIVES:

- Ahold Delhaize is to reach net-zero carbon emissions across all operations by 2040 (scope 1 and 2).
- To become net-zero businesses across the brands' entire supply chains, products and services no later than 2050 (scope 3)

CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (VCT Europe)
 James Leacy – Commercial Director
creaney@cyt-uk.com

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	AHOLD DELHAIZE INITIATIVES	Ahold Delhaize (BE)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared (2,3,5,8,10,12,14,15)	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1, 2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	Targets Set	✓	✓
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✓	✓
	TCFD	Ok	✓	✓
Water	Internal Initiatives	No	✗	
Energy	Internal Initiatives	To build and remodel stores in the most energy efficient way by installing LED lighting and retrofitting refrigeration systems	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	Deforestation and Conservation Eliminating deforestation in our supply chain	✓	✓
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Ellen McArthur Foundation Member	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	Ahold's aim to lower Food Waste by 50% in 2030 Página 58, Reporte	✓	✓
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Ahold Delhaize and our brands aim to achieve zero deforestation and conversion by 2025 through 100% sustainable sourcing of different products	✓	✓
	Suppliers - Internal Initiatives	Our Growth Drivers: Farmers and Suppliers	✓	✓
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Reduce the use of plastic and other packaging materials, decrease the weight of packaging	✓	✓
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	In Focus: Diversity & Inclusion Diversity and Inclusion Strategy	✓	✓
	Ethics Initiatives	Code of Ethics www.aholddelhaize.com	✓	✓
	Human Rights Actions	In Focus: Ethics and Human Rights	✓	✓
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Ahold sponsors the course "Future-proof entrepreneurship"	✓	✓
	Community Relations Programs	Engaging with our Stakeholders: Partnerships with local community organizations and charities	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	Healthy Products Página 73 (Reporte)	✓	✓
TOTAL			18	18
% Coverage of Initiatives			95%	
Management Level			1	

GAPS
100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: Ireland
 Commercial Office: VCT Europe
 Website: <https://tescoireland.ie>
 Report: <https://tescoireland.ie/sustainability/overview/>

MAJOR INITIATIVES:

- Net zero target of 2035 for our own operations

CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (VCT Europe)
 James Leacy – Commercial Director
creaney@cyt-uk.com

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	TESCO IRELAND INITIATIVES	Tesco Ireland (IR)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1, 2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	Targets Set Tesco Group	✓	✓
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✓	✓
	TCFD	Tesco Group	✓	✓
Water	Internal Initiatives	No	✗	
Energy	Internal Initiatives	SDG 7: Reflecting the progress we've made to source 100% of our electricity from renewable sources.	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	SDG 15: Life on land, reflecting our ambition to achieve zero net deforestation in our supply chain by 2020	✓	✓
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Plastic Pledge Tesco Ireland 2021 - Achievements	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	Partnership with FoodCloud + Internal Initiatives	✓	✓
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Our suppliers and ethical trading	✓	✓
	Suppliers - Internal Initiatives	Suppliers as a key stakeholder	✓	✓
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Internal Initiatives	✓	✓
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Inclusion and Diversity Council + Other Initiatives	✓	✓
	Ethics Initiatives	Code of Business Conduct https://tescoireland.ie/media/3342/code-of-business-conduct.pdf	✓	✓
	Human Rights Actions	HRDD - Tesco PLC	✓	✓
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Only Tesco UK	✗	
	Community Relations Programs	Tesco Community Fund	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	Good health and wellbeing internal Initiatives	✓	✓
TOTAL			17	17
% Coverage of Initiatives			89%	
Management Level			1	

GAPS
100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: Canada

Commercial Office: Escalade Wine and Spirits

Website: www.saq.com

Report: <https://www.saq.com/en/content/about-us/responsibility>

MAJOR INITIATIVES:

- Lightweight glass
- Sales Ethics

CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (Escalade Wine & Spirits)

Kevin Hoffmann– Escalade VP

khoffman@escaladews.ca

Contact (CyT):

Valentina Lira – Sustainability Director

valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	TESCO IRELAND INITIATIVES	Tesco Ireland (IR)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1,2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	Targets Set Tesco Group	✓	✓
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✓	✓
	TCFD	Tesco Group	✓	✓
Water	Internal Initiatives	No	✗	
Energy	Internal Initiatives	SDG 7: Reflecting the progress we've made to source 100% of our electricity from renewable sources.	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	SDG 15: Life on land, reflecting our ambition to achieve zero net deforestation in our supply chain by 2020	✓	✓
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Plastic Pledge Tesco Ireland 2021 - Achievements	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	Partnership with FoodCloud + Internal Initiatives	✓	✓
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Our suppliers and ethical trading	✓	✓
	Suppliers - Internal Initiatives	Suppliers as a key stakeholder	✓	✓
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Internal Initiatives	✓	✓
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Inclusion and Diversity Council + Other Initiatives	✓	✓
	Ethics Initiatives	Code of Business Conduct https://tescoireland.ie/media/3342/code-of-business-conduct.pdf	✓	✓
	Human Rights Actions	HRDD - Tesco PLC	✓	✓
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Only Tesco UK	✗	
	Community Relations Programs	Tesco Community Fund	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	Good health and wellbeing internal Initiatives	✓	✓
TOTAL			17	17
% Coverage of Initiatives			89%	
Management Level			1	

GAPS

100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: Canada

Commercial Office: Escalade Wine and Spirits

Website: www.saq.com

Report: <https://www.saq.com/en/content/about-us/responsibility>

MAJOR INITIATIVES:

- Lightweight glass
- Sales Ethics

CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (Escalade Wine & Spirits)
Kevin Hoffmann– Escalade VP
khoffman@escaladews.ca

Contact (CyT):
Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	SAQ INITIATIVES	SAQ (CA)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Not declared	✘	
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1, 2 and 3)	✔	✔
	Science Based Targets	No	✘	
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✘	
	TCFD	No	✘	
Water	Internal Initiatives	No	✘	
Energy	Internal Initiatives	No	✘	
Biodiversity	Internal Initiatives	No	✘	
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Glass Recycling Program	✔	✔
	Food Waste - Internal Initiatives	No	✘	
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Suppliers Code of Ethics and Conduct	✔	✔
	Suppliers - Internal Initiatives	Sustainable Supply Policy	✔	✔
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Encouraging suppliers to use lighter bottles	✔	✔
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Code of Ethics and Conduct for Employees	✔	✔
	Ethics Initiatives	Social Responsibility: Sales Ethics	✔	✔
	Human Rights Actions	No	✘	
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Not declared	✘	
	Community Relations Programs	SAQ X BAO, a nourishing alliance	✔	✔
	Responsible Consumption Programs	Internal Initiatives	✔	✔
TOTAL			9	9
% Coverage of Initiatives			47%	
Management Level			3	

GAPS

100%

LCBO

GENERAL INFORMATION

Country or region: Canada
 Commercial Office: Escalade Wine and Spirits
 Website: www.lcbo.com
 Report: <https://www.lcbo.com/content/lcbo/en/corporate-pages/about/annual-report-business-plan-intro.html>

MAJOR INITIATIVES:

- Spirit of Inclusion Initiative



CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:

- Community impact strategy: For the Good of Ontario



Contact (Escalade Wine & Spirits)
 Kevin Hoffmann– Escalade VP
khoffman@escaladews.ca

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	LCBO INITIATIVES	LCBO (CA)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Not declared	✗	
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1,2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	No	✗	
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✗	
	TCFD	No	✗	
Water	Internal Initiatives	Rainwater is collected and circulated into dedicated plumbing distribution lines for use in flush water and landscape irrigation	✓	✓
Energy	Internal Initiatives	Reducing Waste and Energy	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	No	✗	
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Ontario Deposit Return Program (ODRP)	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	Not declared	✗	
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Creating Responsible Supply Chains https://www.lcbo.com/content/lcbo/en/sustainability.html?cid=banner_i	✓	✓
	Suppliers - Internal Initiatives	Not declared	✗	
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Lightweight Glass program	✓	✓
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Spirit of Inclusion Initiative	✓	✓
	Ethics Initiatives	LCBO Business Code of Conduct	✓	✓
	Human Rights Actions	Not declared	✗	
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Not declared	✗	
	Community Relations Programs	Fundraising & Community Impact	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	FLOW x Diageo x LCBO Holiday Moderate Consumption Campaign	✓	✓
TOTAL			10	10
% Coverage of Initiatives			53%	
Management Level			2	

GAPS
100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: Canada
 Commercial Office: Escalade Wine and Spirits
 Website: <https://www.bcliqorstores.com/>
 Report <https://www.bcliqorstores.com/>

MAJOR INITIATIVES:

- Corporate Social Impact Strategy



CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (Escalade Wine & Spirits)
 Kevin Hoffmann– Escalade VP
khoffman@escaladews.ca

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	BCLS INITIATIVES	BCLS (CA)	Concha y Toro	
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Not declared	✗		
	Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1,2 and 3)	✓	✓
		Science Based Targets	No	✗	
		CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✗	
	TCFD	No	✗		
Water	Internal Initiatives	Not declared	✗		
Energy	Internal Initiatives	BCLIQUOR undertook several major and minor retrofits which saw their carbon footprint reduced.	✓	✓	
Biodiversity	Internal Initiatives	Not declared	✗		
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Doing our Part Together Recycling Campaign https://www.bcliqorstores.com/social-	✓	✓	
	Food Waste - Internal Initiatives	Support BC Food Banks	✓	✓	
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Not declared	✗		
	Suppliers - Internal Initiatives	Not declared	✗		
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	https://www.bcladb.com/files/Climate%20Change%20Accountability%20Report%202021_final.pdf	✓	✓	
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Do you Proud Campaign	✓	✓	
	Ethics Initiatives	https://www.bcladb.com/files/Climate%20Change%20Accountability%20Report%202021_final.pdf	✓	✓	
	Human Rights Actions	Not declared	✗		
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Not declared	✗		
	Community Relations Programs	Charitable Fund (Coin donation) Program	✓	✓	
	Responsible Consumption Programs	Why another Campaign	✓	✓	
TOTAL			9	9	
% Coverage of Initiatives			47%		
Management Level			3		

GAPS
100%

GENERAL INFORMATION

Country or region: México
 Commercial Office: VCT & DG México
 Website: <https://www.walmart.com.mx/>
 Report: <https://informes.walmex.mx/2021/index.html>

MAJOR INITIATIVES:

- Mitigation of Climate Change
- Gigaton Project
- Natural Capital Conservation



CERTIFICATIONS / COMMITMENTS / TRENDS:



Contact (VCT & DG México)
 Aldo Velásquez – Director de Ventas
avelazquez@vctdgm.com

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	WALMART MÉXICO & CENTROAMÉRICA INITIATIVES	Walmart (MX)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1, 2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	Targets Set Walmart Global	✓	✓
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✓	✓
	TCFD	Ok Walmart Global	✓	✓
Water	Internal Initiatives	https://www.walmartmexico.com/responsabilidad-corporativa/medio-ambiente	✓	✓
Energy	Internal Initiatives	Meta: Electrificar para 2040 la flota logística	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	Internal Initiatives https://www.walmartmexico.com/responsabilidad-corporativa/medio-ambiente	✓	✓
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Estrategia de Economía Circular	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	https://www.walmartmexico.com/responsabilidad-corporativa/medio-ambiente	✓	✓
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Proveeduría Responsable	✓	✓
	Suppliers - Internal Initiatives	1. Project Gigaton 2. México Open Call 2023 Initiative	✓	✓
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Empaques Sustentables	✓	✓
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Estrategia de Diversidad, Equidad e Inclusión	✓	✓
	Ethics Initiatives	Código de Conducta https://www.walmartmexico.com/conocenos/etica	✓	✓
	Human Rights Actions	Declaración Walmex sobre los DD.HH	✓	✓
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Not declared	✗	
	Community Relations Programs	Voluntariados y Donativos	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	Not declared	✓	✓
TOTAL			18	18
% Coverage of Initiatives			95%	
Management Level			1	

GAPS
100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: México
 Commercial Office: VCT & DG México
 Website: www.costco.com.mx
 Report: <https://www.costco.com.mx/sustentabilidad-costco>

MAJOR INITIATIVES:

- Developing sustainable brands: Kirkland Signature



CERTIFICATIONS / COMMITMENTS / TRENDS:



Contact (VCT & DG México)
 Aldo Velásquez– Director de Ventas
avelazquez@vctdgm.com

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	COSTCO INITIATIVES	Costco (MX)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	OK ' https://www.costco.com/sustainability-introduction.html	✓	✓
	Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1, 2 and 3)	✓
Climate Change	Science Based Targets	No	✗	
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✓	✓
	TCFD	Costco Global	✓	✓
Water	Internal Initiatives	Internal Initiatives https://www.costco.com.mx/ahorro	✓	✓
Energy	Internal Initiatives	Internal Initiatives https://www.costco.com.mx/ahorro	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	Not declared	✗	
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Internal Initiatives https://www.costco.com.mx/ahorro	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	https://mobilecontent.costco.com/live/resource/img/static-us-landing-pages/2c-Communities.pdf	✓	✓
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Costco Global - Internal Initiatives Marca Sustentable https://www.costco.com.mx/marca_sustentable	✓	✓
	Suppliers - Internal Initiatives	Costco Global https://www.costco.com/sustainability-introduction.html	✓	✓
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Not declared	✗	
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Diversity at Costco	✓	✓
	Ethics Initiatives	Costco Global Costco Confidential Ethics Hotline for Suppliers CostCo Global - HR Disclosure	✓	✓
	Human Rights Actions	' https://www.costco.com/disclosure-regarding-human-trafficking-and-anti-slavery.html	✓	✓
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Not declared	✗	
	Community Relations Programs	Donativos a la comunidad ' https://www.costco.com.mx/Responsabilidad_Social	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	Not declared	✓	✓
TOTAL			15	15
% Coverage of Initiatives			79%	
Management Level			1	

GAPS
100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: México
 Commercial Office: VCT & DG México
 Website: <https://www.chedraui.com.mx/>
 Report:

MAJOR INITIATIVES:

- Managing Food Waste
- Becoming a community partner
- Food donations

CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (VCT & DG México)
 Aldo Velásquez– Director de Ventas
avelazquez@vctdgm.com

Contact (CyT):
 Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	CHEDRAUI INITIATIVES	Chedraui (MX)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1, 2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	No	✗	
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✗	
	TCFD	No	✗	
Water	Internal Initiatives	Internal Initiatives https://www.grupochedraui.com.mx/en/sustentabilidad/index.html	✓	✓
Energy	Internal Initiatives	Internal Initiatives https://www.grupochedraui.com.mx/en/sustentabilidad/index.html	✓	✓
Biodiversity	Internal Initiatives	No	✗	
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Internal Initiatives https://www.grupochedraui.com.mx/en/sustentabilidad/index.html	✓	✓
	Food Waste - Internal Initiatives	Not declared	✗	
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Not declared	✗	
	Suppliers - Internal Initiatives	Not declared	✗	
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Not declared	✗	
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	Comité de Diversidad e Inclusión	✓	✓
	Ethics Initiatives	Código de ética https://www.grupochedraui.com.mx/en/codigo_de_etica/index.html	✓	✓
	Human Rights Actions	Not declared	✗	
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Not declared	✗	
	Community Relations Programs	Proyectos Sustentables en las comunidades https://www.grupochedraui.com.mx/en/sustentabilidad/index.html	✓	✓
	Responsible Consumption Programs	Not declared	✗	
TOTAL			8	8
% Coverage of Initiatives			42%	
Management Level			3	

GAPS
100%



GENERAL INFORMATION

Country or region: Japan

Website: <https://www.kirinholdings.com/en/>

Report: https://www.kirinholdings.com/en/purpose/csv_purpose/

TRENDS:

- Value Creation Model
- Promoting a shift to responsible renewable energy

CERTIFICATIONS / COMMITMENTS /TRENDS:



Contact (VCT Europe)
Guy Nussey – Commercial Director Asia
guy.nussey@vctwinegroup.com.sg

Contact (CyT):
Valentina Lira – Sustainability Director
valentina.lira@conchaytoro.cl

TOPICS	INITIATIVE	MERCIAN INITIATIVES	Mercian (JP)	Concha y Toro
Sustainable Development Goals	Alignment to SDG	Declared	✓	✓
Climate Change	Carbon Footprint	Ok (Scope 1, 2 and 3)	✓	✓
	Science Based Targets	Targets Set	✓	✓
	CDP	OK (Climate, Water and Supplier)	✓	✓
	TCFD	Ok	✓	✓
Water	Internal Initiatives	Water Source Forestation Activities	✓	✓
Energy	Internal Initiatives	RE-100 - Kirin Group	✗	
Biodiversity	Internal Initiatives	Afforestation , FSC, Rainforet alliance - Kirin Group	✗	
Circular Economy	Recycling - Internal Initiatives	Plastic Policy 2019 (R100 bottles) - Kirin Group	✗	
	Food Waste - Internal Initiatives	No	✗	
Responsible Sourcing	Responsible Sourcing Programs	Not Mercian	✗	
	Suppliers - Internal Initiatives	Not Mercian	✗	
	Sustainable Packaging - Internal Initiatives	Not Mercian	✗	
Business Ethics	Diversity, Equity and Inclusion Programs	"Increasing diversity" (Employees pillar)	✓	✓
	Ethics Initiatives	Equipo de Trabajo Sedex para la Industria Japonesa de Alimentos y Bebidas	✓	✓
	Human Rights Actions	Human Right Due Dilligence	✓	✓
Community	Entrepreneurship - Internal Initiatives	Not declared	✗	
	Community Relations Programs	Community Engagement Initiatives - Kirin Group	✗	
	Responsible Consumption Programs	Support for Health Science Business Dept and Alcohol Consumption	✓	✓
TOTAL			10	10
% Coverage of Initiatives			53%	
Management Level			2	

GAPS

100%



VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF WINERIES —



VIÑA CONCHA Y TORO

— FAMILY OF NEW WORLD WINERIES —

TRIVENTO
ARGENTINA



PROGRAMA CLIENTES | CLOSER TO OUR MARKETS



CT
CONCHA Y TORO

