



CONDIVIDERE VALORI  
PER CREARE VALORE

*Paesaggio delle Langhe.*

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Rapporto 2009/2010

**FERRERO.**



Michele e Maria Franca Ferrero con a destra il figlio Giovanni ed a sinistra il figlio Pietro. Quest'ultimo è improvvisamente mancato il 18 aprile 2011 in Sud Africa, dove si trovava per il rilancio dell'Impresa Sociale Ferrero di Johannesburg.

*Carissimo Pietro:*

*Il Tuo non sarà un destino infranto,  
un progetto incompiuto,  
un sogno dissolto,  
un'opera lasciata a metà.*

*Per Te che hai amato sopra ogni cosa questo Gruppo  
che è stata la Tua prima casa.*

*per Te che hai sempre voluto  
che questa storia di successo non s'interrompesse,  
scriveremo ancora pagine di successo. per Te.*

(Dall'indirizzo di Giovanni Ferrero, Alba, 27 aprile 2011)

CONDIVIDERE VALORI  
PER CREARE VALORE

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Rapporto 2009/2010



## *La vostra fiducia, la nostra passione!*

In un anno di crisi economica mondiale, e di riduzione dei consumi, il Gruppo Ferrero è cresciuto di oltre il 4%.

È segno che i consumatori in tutto il mondo hanno premiato i nostri prodotti perché li hanno riconosciuti come nuovi ed innovativi; è segno che ne è stata apprezzata la qualità e la freschezza, curata su tutta la catena produttiva e commerciale, dalle materie prime al punto vendita; è segno che abbiamo saputo comunicarne proprietà e valori in modo rilevante ed onesto, rispettosi delle culture nelle quali operiamo. Ma è anche segno dell'attenzione continua e crescente che poniamo ai temi della nostra responsabilità sociale d'impresa.

La Ferrero è cosciente che i suoi prodotti devono oggi essere innovativi anche in una nuova dimensione: in un mondo sempre più popolato, con materie prime sempre più scarse e costose, si chiede una sempre maggiore sostenibilità dei prodotti stessi.

Per questo, sono orgoglioso di condividere con voi le iniziative che seguono, miranti a portare lo spirito di innovazione Ferrero anche nella dimensione della sostenibilità dei suoi prodotti e del suo modello di business, del suo modo di lavorare.

## *Responsabilità condivisa lungo tutta la catena produttiva*

Con l'obiettivo di condividere i principi di eccellenza nella qualità e di responsabilità ambientale, etica e sociale lungo tutta la catena produttiva e commerciale, **abbiamo adottato un Codice di Condotta Commerciale**. I principi richiamati nel Codice sono quelli che hanno caratterizzato la nostra storia: un rinnovato impegno per l'approvvigionamento di materie prime di eccellente qualità e nello stesso tempo rispettoso di valori etici, sociali e ambientali; l'applicazione del principio di sostenibilità ambientale, in tutte le sue forme; un particolare accento sull'efficienza dell'intera catena produttiva e commerciale, tramite l'ottimizzazione delle risorse umane, economiche ed ecosostenibili.

In coincidenza col nostro Secondo Rapporto di Responsabilità Sociale, **abbiamo lanciato il piano ABCDE** (A Business Code Dialogue Engagement) che prevede la condivisione del Codice stesso con tutti gli attori interni ed esterni della nostra catena produttiva e commerciale, entro il 2013.

## *Materie prime certificate come sostenibili*

L'impegno verso una maggiore responsabilità etica e sociale, si è concretizzato in un piano per **l'utilizzo di materie prime (tra cui cacao e caffè) certificate come sostenibili**, per attuare una strategia di sostenibilità di tutte le materie prime di cui il Gruppo si approvvigiona.

## *Autosufficienza energetica e da fonte rinnovabile*

Con l'obiettivo di perseguire la massima efficienza ambientale nell'approvvigionamento e nell'utilizzo di energia, abbiamo attivato nel perimetro europeo diversi impianti di cogenerazione ad alta efficienza alimentati da fonti convenzionali o da fonti rinnovabili che rafforzano la capacità Ferrero di autoproduzione energetica.

Il nostro obiettivo è di **rendere tutti gli stabilimenti europei autosufficienti dal punto di vista energetico** entro il 2013, con una quota sempre crescente di energia da fonti rinnovabili.

## *Condivisione e coesione*

Sono 1.551 gli uomini e le donne Ferrero che quest'anno hanno raggiunto il traguardo di oltre 25 anni di esperienza continuativa in azienda; con loro e grazie a loro, il nostro patrimonio di conoscenze cresce e rimane all'interno del Gruppo. Il nostro impegno di responsabilità sociale è certamente un fattore di coesione e forza del Gruppo, come evidenziato anche da uno studio sulla **"fidelizzazione" dei nostri collaboratori**.

## *La Fondazione Ferrero e le "Imprese Sociali" Ferrero*

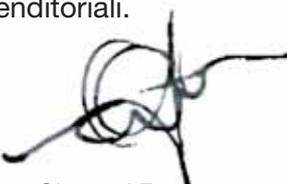
La Fondazione Ferrero opera in favore degli "anziani Ferrero", mira a valorizzare le ricchezze culturali ed artistiche del territorio e soprattutto, sotto la guida di mia madre Maria Franca, ispira e incarna lo speciale spirito imprenditoriale Ferrero.

È con questa ispirazione che Ferrero ha continuato e rafforzato anche recentemente in Sud Africa, India, Camerun le attività delle sue "Imprese Sociali", fortemente sostenute da mio padre Michele, volte a migliorare la qualità della vita in alcune delle aree più bisognose del mondo. Le attività delle "Imprese Sociali" si materializzano in particolare nell'iniziativa **"United Kinder of the World"** che rivolge le risorse generate a beneficio dei bambini e dei ragazzi dei paesi dove operiamo.

**La Fondazione Ferrero e le Imprese Sociali**, fortemente volute dalla mia famiglia, **sono le due braccia del nostro Gruppo tese verso l'impegno etico e sociale**. Esse costituiscono i nostri unici ed insostituibili strumenti per sviluppare direttamente concrete iniziative per le comunità dove operiamo, chiudendo il cerchio delle nostre attività imprenditoriali.

Buona lettura!

6 giugno 2011



Giovanni Ferrero  
CEO Ferrero International



**FERRERO.**

## PREMESSA METODOLOGICA

### A proposito di questo rapporto di responsabilità sociale d'impresa

Questo secondo rapporto ha l'obiettivo di illustrare la strategia di responsabilità sociale e di sostenibilità del Gruppo Ferrero e le relative iniziative, sviluppate in tutto il mondo, riferite al periodo 1° settembre 2009 - 31 agosto 2010. Altri ne seguiranno annualmente.

In vista degli obiettivi prefissati per il 2013 e nel lungo periodo per il 2020, le tematiche di questa seconda edizione sono state selezionate in base al loro livello di rilevanza per il Gruppo e condivise con le principali parti interessate attraverso appositi incontri.

La redazione è stata curata dall'Ufficio di Coordinamento CSR del Gruppo Ferrero (e-mail: [csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com), indirizzo Chaussée de la Hulpe 187, 1170 Bruxelles), in conformità alle linee-guida "Sustainability Reporting Guidelines and Food Processing Sector Supplement" (G3, versione 3.0, 2010) definite dal GRI (Global Reporting Initiative).

Questa seconda edizione condensa tutte le informazioni in una forma più snella rispetto alla precedente versione. Per tutte le parti più descrittive si rimanda quindi al primo rapporto CSR, disponibile via internet (<http://www.ferrero.com/responsabilita-sociale/rapporto/2008-2009/>), pubblicato nel giugno 2010.

Rispetto al contenuto del primo rapporto, segnaliamo come cambiamento significativo, l'entrata in funzione di un nuovo stabilimento a Vladimir (Russia) dal mese di ottobre 2009.

Il livello di applicazione dei parametri del GRI/G3 del presente rapporto è B+.

La revisione del presente rapporto è stata affidata a Deloitte.

Al rapporto di responsabilità sociale è stata data diffusione anche via internet ([www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)).

# INDICE

LETTERA CEO	2
PREMESSA METODOLOGICA	4
INDICE	5
Gli obiettivi	6
I nostri prodotti	8
Ferrero nel mondo	10
La struttura organizzativa del Gruppo	12
Premi e Riconoscimenti	16
<b>CICLO DI VITA DELLA BARRETTA KINDER</b>	<b>18</b>
<b>IL CODICE DI CONDOTTA COMMERCIALE</b>	<b>20</b>
<b>CAPITOLO 1: Rispetto dei diritti umani e delle comunità</b>	<b>27</b>
La Fondazione Ferrero	28
Le Imprese Sociali Ferrero	36
La valorizzazione delle risorse umane	38
<b>CAPITOLO 2: Equilibrio nutrizionale, gusto per la qualità e stile di vita</b>	<b>47</b>
<b>CAPITOLO 3: Per un approvvigionamento sostenibile delle materie prime</b>	<b>61</b>
<b>CAPITOLO 4: La “performance” ambientale del Gruppo</b>	<b>71</b>
Indicatori GRI	85
Revisione indipendente a cura di Deloitte	96

## I NOSTRI OBIETTIVI PER IL 2020

	OBIETTIVI	RIFERIMENTI
	<p>Per i nostri collaboratori e per le comunità in cui operiamo</p>	
1	Potenziamento delle attività della <b>Fondazione Ferrero</b> e delle <b>Imprese Sociali Ferrero</b>	Raggiunto e aggiornato
2	Adozione del <b>Codice di Condotta Commerciale</b> e implementazione lungo la catena produttiva (piano ABCDE)	Entro il 2013
3	<b>Completamento</b> della condivisione del <b>codice etico aziendale</b>	Previsto per il 2010: raggiunto
	<p>Ulteriore potenziamento per la salvaguardia dell'ambiente</p>	
4	Sviluppo di una capacità di <b>autoproduzione energetica</b> pari al fabbisogno di tutti gli stabilimenti produttivi in Europa	Entro il 2013
	Analogo piano d'azione a <b>livello mondiale</b>	Entro il 2020
5	Autoproduzione del <b>30% di energia</b> elettrica da <b>fonte rinnovabile</b> con conseguente <b>riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> pari al 40%</b> (rispetto al 2007)	Entro il 2020
	<b>Riduzione del 30% delle emissioni Greenhouse gas (tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti), nel trasporto e stoccaggio</b>	Entro il 2020
6	Riduzione del <b>consumo idrico</b> per unità di <b>prodotto negli stabilimenti produttivi del 20%</b> (rispetto al 2009)	Entro il 2020
7	Utilizzo negli imballaggi di <b>materiali</b> derivanti da <b>risorse rinnovabili (+10%)</b>	Entro il 2020

	OBIETTIVI	RIFERIMENTI
8	<p><b>Per un approvvigionamento etico e sostenibile</b></p> <p>Approvvigionamento di <b>cacao, olio di palma e caffè certificati come sostenibili</b> per il 100% del nostro fabbisogno</p>	Entro il 2015 e 2020
9	<p><b>Per uno stile di vita più sano dei ragazzi</b></p> <p>Ampliamento di <b>“Kinder+Sport”</b>, il nostro programma per uno stile di vita sano</p>	Entro il 2013
10	<p><b>Per una comunicazione responsabile</b></p> <p>Estensione dell’autoregolamentazione delle <b>pubblicità indirizzate ai bambini</b> a livello globale</p>	Dal 2012

*Dipendenti dell’Impresa Sociale Ferrero a Yaoundé (Camerun), al lavoro.*



**FERRERO.**





## FERRERO NEL MONDO

■ Per essere vicini ai nostri consumatori in tutto il mondo: 40 sedi e presidi operativi

ARGENTINA	DANIMARCA	LUSSEMBURGO	SINGAPORE
AUSTRALIA	ECUADOR	MESSICO	SPAGNA
AUSTRIA	FRANCIA	OLANDA	SRI LANKA
BELGIO	GERMANIA	POLONIA	STATI UNITI
BRASILE	GIAPPONE	PORTOGALLO	SUD AFRICA
CAMERUN	GRECIA	PORTORICO	SVEZIA
CANADA	HONG KONG	REGNO UNITO	SVIZZERA
CINA	INDIA	REP.CECA	TURCHIA
COLOMBIA	IRLANDA	ROMANIA	UCRAINA
CROAZIA	ITALIA	RUSSIA	UNGHERIA

### Gli uomini e le donne Ferrero

Al 31 agosto 2010, l'organico medio del Gruppo è pari a **21.736 persone**.

## ○ I nostri 18 stabilimenti produttivi

ITALIA Alba	1946
GERMANIA Stadtallendorf	1956
FRANCIA Villers Ecalles	1960
ITALIA Pozzuolo Martesana	1965
AUSTRALIA Lithgow	1974
IRLANDA Cork	1975
ECUADOR Quito	1975
ITALIA Balvano	1985
ITALIA S. Angelo dei Lombardi	1985
BELGIO Arlon	1989
POLONIA Belsk	1992
ARGENTINA La Pastora	1992
BRASILE Pocos de Caldas	1994
CANADA Brantford	2006
CAMERUN Yaoundé*	2006
INDIA Baramati*	2007
SUD AFRICA Johannesburg*	2007
RUSSIA Vladimir	2009

\*Impresa Sociale Ferrero

### Il nuovo stabilimento di Vladimir

Il 27 maggio del 2008, con la cerimonia della "prima pietra", il Gruppo Ferrero ha iniziato i lavori per la costruzione dello stabilimento di Vladimir, dotato di un moderno sistema produttivo-logistico di 80.000m<sup>2</sup>, su un terreno di 42 ettari.

Nel novembre 2009, è entrata in funzione la prima linea di produzione di "Kinder Cioccolato" e nel marzo 2010 quella di "Raffaello". Come nella tradizione Ferrero, per i dipendenti sono organizzati un servizio di trasporto al luogo di lavoro e viceversa, ed una mensa aziendale. Da agosto 2010, è stato attivato, inoltre, un servizio di "hot line" a disposizione dei consumatori. La maggior parte dei fornitori di servizi è costituita da aziende locali della regione di Vladimir.



### Prossimi passi:

- Prevediamo, nel settembre 2010, di introdurre la produzione simultanea di Kinder Cioccolato e Kinder Maxi, potenziando la capacità produttiva;
- Nel 2011, la produzione sarà ulteriormente diversificata;
- Sempre nel 2011, **le risorse umane impiegate nello stabilimento saranno circa 1.500.**

## LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA DEL GRUPPO

La struttura societaria del Gruppo, dal 1946 ad oggi, si è evoluta nel tempo, accompagnandone l'espansione mondiale. I punti cardinali che contraddistinguono la storia e la crescita del Gruppo Ferrero sono: **la continuità nella proprietà familiare e la conquista di nuovi mercati, anche mediante la creazione di nuovi stabilimenti, accompagnate dall'alta qualità e dalla costante innovazione dei prodotti.**

Al 31 agosto 2010, il Gruppo risulta composto da oltre 70 società controllate dalla capogruppo Ferrero International s.a., con sede a Lussemburgo (Findel Business Center, Rue de Trèves L-2632), con la forma legale di una società di diritto lussemburghese.

Ferrero International adotta un modello tradizionale di "corporate governance", nell'ambito del quale l'**Assemblea** e il **Consiglio di Amministrazione (CDA)** hanno un ruolo centrale. Al Presidente del CDA non è attribuito un ruolo esecutivo. Il CDA include anche membri non appartenenti alla famiglia Ferrero, tra cui il Vicepresidente. I membri esecutivi del CDA, scelti per le loro qualifiche e competenze, sono sottoposti ad una valutazione meritocratica.

Il **CDA** si avvale dell'attività di comitati gestionali. Inoltre, il **CDA** ha istituito un network di comitati di audit, operanti sia a livello locale presso le principali controllate che a livello di capogruppo, composti in maggioranza da professionisti esterni al Gruppo. Tali comitati di audit svolgono una funzione consultiva e propositiva per il **CDA** in materia di sistema di controllo interno; col loro ausilio, il **CDA** definisce le linee di indirizzo miranti a rafforzare l'efficacia del sistema di controllo interno, anche tramite il costante riferimento alle best practice internazionali.

Il **Comitato Audit** di Ferrero International ha, fra i suoi compiti, anche il monitoraggio sul processo di formazione e revisione del bilancio individuale e consolidato di Gruppo, nonché la supervisione sull'efficacia e sull'efficienza dell'attività degli auditor esterni e della funzione di internal audit.

Il "**Career and Remuneration Committee**" ha come scopo la determinazione della politica retributiva dei "top manager" del Gruppo Ferrero e dei loro piani di carriera. Inoltre, tale Comitato formula proposte e raccomandazioni in tema di relazioni con il personale e formula le proposte di nomina dei consiglieri delle società del Gruppo.

La struttura organizzativa del Gruppo si è ulteriormente evoluta nel corso del 2009, attivando da un lato organismi focalizzati su specifiche categorie, ovvero sulla qualità dei prodotti e sulla loro crescente globalizzazione; e dall'altro, creando unità specifiche integrate che possano guidare attività e risorse con una visione globale, favorendo le sinergie operative e l'ottimizzazione dell'impiego delle risorse umane e dei fattori produttivi in ambito imballaggi, logistica, materie prime, sperimentazione dei prodotti, marketing.

Il Gruppo Ferrero partecipa allo sviluppo delle politiche pubbliche mediante la partecipazione alle Associazioni di categoria e settoriali, a livello nazionale, europeo ed internazionale. Le strutture del Gruppo dedicate alle relazioni istituzionali sono presenti presso le principali sedi operative e a Bruxelles.

Ai fini della determinazione e gestione della politica di Gruppo in materia di CSR, sono stati costituiti due comitati, co-ordinati dal Vice-Presidente: il **Comitato di pilotaggio CSR** e il **Team operativo CSR**. Il Comitato di pilotaggio CSR è composto da direttori e "senior manager" ed ha il compito di definire l'indirizzo e le linee guida di Gruppo sulle attività di CSR. Per la predisposizione del presente rapporto il Comitato si è riunito due volte.

Il Team operativo si occupa della gestione e dell'applicazione della politica di CSR di Gruppo, anche attraverso il coordinamento con i team locali CSR e si riunisce molto spesso a composizione variabile, secondo le tematiche affrontate, ed almeno due volte l'anno con tutti i componenti. Inoltre l'attività dell'ufficio di coordinamento CSR, con sede a Bruxelles (e-mail: [csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com)) è continua e costante.

Tali strutture CSR hanno continuato un percorso di riflessione sui temi più rilevanti di responsabilità sociale, selezionati sulla base dei principi e valori del Gruppo, coinvolgendo le parti interessate e condividendo obiettivi e strategie. In particolare segnaliamo le riunioni per condividere il Codice etico, alla presenza dei nostri principali stakeholders esterni, il 3 marzo 2010 a Bruxelles. Come anticipato nel primo rapporto CSR, il **Codice Etico** Ferrero è stato diffuso a tutti i dipendenti, secondo un piano di condivisione, revisionato esternamente da Deloitte. Sono state organizzate delle sessioni informative ai dipendenti, con riferimento ai principi d'impresa e a tutti i contenuti del codice etico tra cui: le iniziative a favore di un ambiente di lavoro sicuro, e positivo, con riferimento alle procedure interne in caso di violazione del codice riguardanti, tra l'altro, le pratiche contro le discriminazioni e le molestie, la corruzione e il conflitto d'interesse. In concomitanza con tali iniziative, la Ferrero ha inoltre adottato un **Codice di Condotta Commerciale**, il cui testo completo è riportato nelle prossime pagine. Anche quest'anno abbiamo condotto un **percorso di riflessione sui nostri stakeholders e sulle tematiche più rilevanti**, tramite incontri dedicati e con la condivisione di obiettivi e strategie. Il feedback dei nostri stakeholder è per noi materiale prezioso e le considerazioni emerse sono state tenute nel dovuto conto e riprese, ad esempio, nel Codice di Condotta Commerciale. Di seguito i risultati di questo nostro percorso:



Per quanto riguarda l'organizzazione della produzione dolciaria, il Gruppo Ferrero gestisce direttamente tutti i processi "core", ovvero d'importanza centrale, e in particolare:

- ▣ **le attività di ricerca e sviluppo di prodotti, processi e tecniche di produzione, compresi i giocattoli;**
- ▣ **progettazione di impianti/macchinari d'importanza strategica (circa il 50%);**
- ▣ **le attività di produzione e trasformazione;**
- ▣ **le attività di marketing strategico, istituzionali e di sviluppo.**

Inoltre, sono in corso specifiche iniziative di integrazione verticale, in particolare:

- **sulla filiera di produzione agricola di nocciole con l'obiettivo di sviluppare piantagioni proprie al fine di soddisfare parte della domanda;**
- **lo sviluppo di attività di produzione e commercializzazione dell'energia, in modo da coprire in parte i fabbisogni del Gruppo con investimenti in impianti ad alta efficienza e in attività di utilizzo di energie rinnovabili.**

Le seguenti operazioni avvengono inoltre in "outsourcing":

- ▣ **confezionamenti particolari/promozionali per una quota pari a circa 25-30% dei volumi di produzione del Gruppo;**
- ▣ **attività commerciali/di distribuzione in alcuni paesi e/o per prodotti specifici per una quota pari a circa 10-15%;**
- ▣ **alcuni servizi amministrativo-contabili.**

## PRINCIPALI ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA DI CUI FERRERO E' PARTE ATTIVA A LIVELLO INTERNAZIONALE ED EUROPEO

**AEF** - Advertising Education Forum: organizzazione non profit che fornisce informazioni sulla regolamentazione della pubblicità a livello internazionale, con particolare attenzione alla pubblicità diretta ai bambini ([www.aeforum.org](http://www.aeforum.org)).

**AIM** - European Brands Association: associazione europea che raggruppa le industrie di marca ([www.aim.be](http://www.aim.be)).

**CAOBISCO** - European Association of Chocolate, Biscuit & Confectionery Industries: associazione di rappresentanza di circa 2000 aziende dolciarie dell'Unione europea ([www.caobisco.com](http://www.caobisco.com))

**CIAA** - European Federation of Food & Drink Industries: federazione europea che promuove e rappresenta gli interessi del settore alimentare e bevande ([www.ciaa.be](http://www.ciaa.be)).

**EUFIC** - European Food Information Council: organizzazione non profit, sostenuta da aziende del settore alimenti e bevande e dalla Commissione europea, che fornisce informazioni e svolge ricerche sulla sicurezza e la qualità degli alimenti ([www.eufic.org](http://www.eufic.org)).

**IFBA** - International Food & Beverage Alliance: organizzazione composta dalle principali aziende mondiali del settore alimenti e bevande che condividono l'obiettivo di promuovere una dieta equilibrata e stili di vita sani per i consumatori ([www.ifballiance.org](http://www.ifballiance.org)).

**TIE** - Toy Industries Europe: organizzazione che rappresenta gli interessi dei produttori di giocattoli nell'Unione europea ([www.tietoy.org](http://www.tietoy.org)).

**WFA** - World Federation of Advertisers: organizzazione mondiale delle associazioni nazionali e delle imprese del settore pubblicitario ([www.wfanet.org](http://www.wfanet.org)).



## La sicurezza dei nostri giocattoli sin dalla fase di progettazione

### IL CODICE MPG

Lo stringente “Codice MPG<sup>1</sup>” prevede che i “giocattoli Kinder” siano pienamente conformi:

- ❑ all’ultima Direttiva sulla sicurezza dei giocattoli 2009/48/CE;
- ❑ agli standard europei sulla sicurezza giocattoli (EN71);
- ❑ allo standard internazionale ISO 8124 sulla sicurezza giocattoli;
- ❑ agli standard nazionali per alcuni aspetti più restrittivi;
- ❑ ai progetti di modifica di tali standard, anticipando la conformità delle “sorprese Kinder” a future normative;
- ❑ ai requisiti chimici particolarmente severi, mutuati anche da altre normative (es. normative sui cosmetici);
- ❑ alle norme ambientali;
- ❑ ai requisiti di natura volontaria più restrittivi di quelli previsti dallo standard EN 71 (ad esempio riguardo i limiti massimi di migrazione dei metalli pesanti).

L’applicazione del severo Codice MPG, ci ha consentito di non dover procedere a nessun richiamo di prodotti non idonei. Dall’entrata in vigore della vecchia Direttiva sulla Sicurezza dei Giocattoli nel 1998 e grazie all’applicazione del nostro stringente Codice, **33 miliardi di giocattoli sono stati commercializzati in assoluta e totale sicurezza.**

Oltre al controllo sul giocattolo, realizziamo verifiche periodiche presso i fornitori e i confezionatori europei inerenti tutti gli aspetti legati alla sicurezza sanitaria ed effettuiamo controlli quotidiani, nel caso dei fornitori asiatici, direttamente in loco.

Ferrero, inoltre, incarica enti certificatori esterni di effettuare audit – almeno annuali – del “Sistema di Qualità Ferrero” e allo stesso tempo prelievi di prodotto, sia sul mercato che nei magazzini Ferrero, per verificare la costanza della qualità dei “giocattoli Kinder”.

Il Gruppo Ferrero si è dotato anche di un “Codice di condotta” per gli aspetti etici ed ambientali relativi alla produzione dei giocattoli, vincolante anche per i produttori.

Si tratta del “**Ferrero Ethical Social and Environmental Requirements for Suppliers of Kinder Toys**”, che si ispira ai più avanzati codici etici applicabili al settore. Nel 2008, il Gruppo ha deciso di affidare ad un ente esterno la verifica dello stato di implementazione di tale Codice.

Pertanto, il Gruppo Ferrero ha chiesto al **Gruppo SGS**, leader mondiale della certificazione, di predisporre ed attivare un programma di audit dei produttori dei giocattoli Ferrero con riferimento al rispetto dei principi e ai requisiti del suddetto “Codice di condotta”.

Tale programma prevede un monitoraggio annuale e sulla base di tali verifiche, è emerso che alcuni aspetti ritenuti marginali del “Codice di condotta” devono essere ulteriormente migliorati.

Ciò avverrà sicuramente entro la fine del 2010 e nei primi mesi del 2011, con il monitoraggio di SGS.

<sup>1</sup> Magic Production Group - società del Gruppo Ferrero interamente dedicata ai giocattoli



## PREMI E RICONOSCIMENTI

*Luglio 2010*

### Alla Ferrero il prestigioso “Winning Italy Award”

Il Gruppo Ferrero è stato insignito del prestigioso **“Winning Italy Award”**, nella prestigiosa cornice di Villa Madama a Roma, il 5 luglio 2010. Il premio è stato ritirato direttamente dai due CEO, Pietro e Giovanni Ferrero dalle mani di Fiona May, sportiva di fama mondiale, alla presenza del Ministro degli Esteri Franco Frattini. “Nell’indice di reputazione delle aziende mondiali - ha ricordato il Ministro - Ferrero occupa la prima posizione. Questo ci inorgogolisce come Italiani. Voi - ha detto il Ministro rivolgendosi ai due fratelli Ferrero - siete davvero portatori di quell’idea che vede l’Italia come Patria dell’alta qualità nei prodotti alimentari. Siete davvero ambasciatori del made in Italy”.



*Aprile 2010*

### Contributo allo sviluppo australiano

Il Gruppo Ferrero è stato premiato per il significativo contributo allo sviluppo economico e culturale in Australia nonché alla diffusione delle attività sportive.

AMBASSADOR



AUSTRALIAN EMBASSY  
ROME

29 April 2010

To Everyone at Ferrero,

On 29 April an event was held at the Australian Embassy in Rome to celebrate the Italian contribution to Australia, in short, to say “Grazie Italia”. I am writing to express my gratitude for Ferrero’s active involvement in the event and also for its invaluable contribution to the Australian economy over recent years.

*Aprile 2010*

## A Ferrero Gran Soleil lo Special Award Innovazione CoolBrands

Ferrero Gran Soleil ha ottenuto l'ambito riconoscimento dello **“Special Award Innovazione”**, “grazie alla sua forza innovativa e per aver saputo creare e mantenere un mix unico tra eccellenza nel gusto e tecnologie di produzione all'avanguardia” da CoolBrands, il programma dei marchi di tendenza del gruppo inglese SuperBrands.

*Marzo 2010*

## Milano Finanza Company Award

Il premio **“Lombard Elite”**, destinato agli imprenditori che si sono distinti per le strategie di crescita, per le storie vincenti di “turnaround” aziendale e per le operazioni di finanza aziendale, è stato assegnato al Gruppo Ferrero, in collaborazione con la PriceWaterhouseCoopers.

Di seguito la motivazione del premio: “Per lo straordinario livello di Corporate Reputation, l'attenzione alla Corporate Social Responsibility, gli investimenti internazionali e l'innovazione di prodotto nell'attenzione continua alla qualità come dimostra il lancio della linea Gran Soleil”.

*Ottobre 2009*

## Gran Premio per l'Innovazione

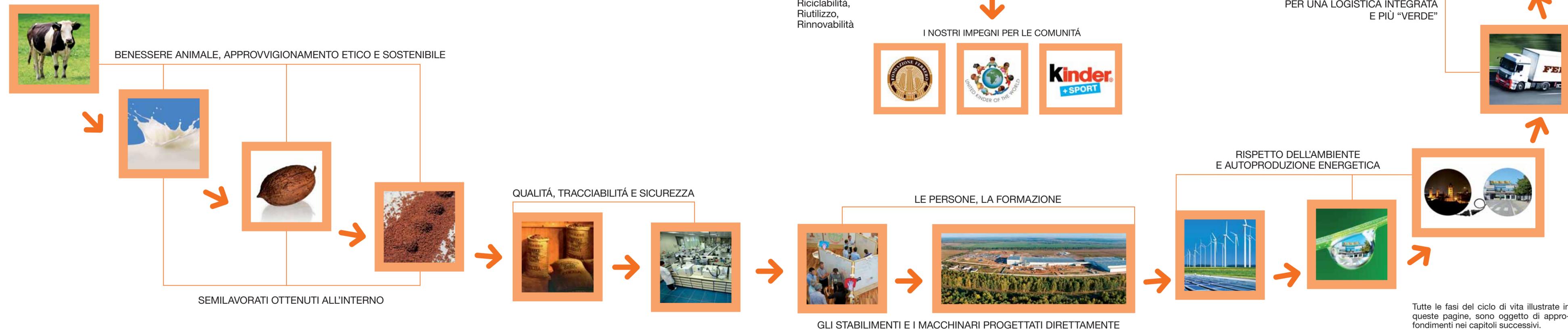
Kinder Cereali e Ferrero Rondnoir sono stati scelti come **“prodotti dell'anno 2010”** in Spagna, per le loro caratteristiche di elevata qualità ed innovazione.

Tale riconoscimento deriva da uno studio condotto su diecimila consumatori da TNS, Istituto di Market Research attivo in 80 paesi.



**FERRERO.**

IL CICLO DI VITA DELLA BARRETTA KINDER: UNA CATENA DI RESPONSABILITÀ!



## IL CODICE DI CONDOTTA COMMERCIALE



**Il Gruppo Ferrero richiede ai propri fornitori, partner commerciali, agenti commerciali, contraenti, distributori, rivenditori e loro dipendenti di:**

- ▣ **condividere i principi Ferrero;**
  - ▣ **aderire agli elevati standard Ferrero che non sono negoziabili.**
- I principi Ferrero sono “Lealtà e Fiducia, Rispetto e Responsabilità, Integrità e Sobrietà, Passione per la Ricerca e l’Innovazione”.**

**“Ci identifichiamo nel motto: “LAVORARE, CREARE, DONARE”.**

**Tali principi guidano la Fondazione Ferrero, le Imprese Sociali Ferrero e tutto il Gruppo Ferrero.**

**“Il vero patrimonio del nostro Gruppo è costituito proprio da questi valori”** (si veda la lettera di Pietro e Giovanni Ferrero, primo rapporto CSR, giugno 2009).

**Il testo integrale dei principi Ferrero è disponibile sul sito [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com).**

**Il presente Codice di Condotta Commerciale si applica alle relazioni “business to business”, in conformità con il Codice Etico Ferrero, anch’esso disponibile sul sito [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com).**

**Il presente Codice è conforme ai Principi di Buone Pratiche Aziendali dell’AIM (Associazione delle Industrie di Marca).**

**Il Gruppo Ferrero ha adottato una strategia di Responsabilità Sociale d’Impresa (CSR) in linea con la definizione europea di CSR:**

**“Per Responsabilità Sociale delle Imprese s’intende l’integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate”** (Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio e al Comitato Economico e Sociale, 22 marzo 2006).

**Nell’acquisto di materie prime, apparecchiature, beni vari, inclusi gli imballaggi, e di servizi, la scelta dei nostri partner commerciali si basa su:**

- ▣ **criteri di qualità e sicurezza,**
- ▣ **principi etici, sociali e ambientali,**
- ▣ **analisi dei costi-benefici.**

**Sosteniamo la libera concorrenza in ogni procedura di acquisto in conformità con il presente Codice di Condotta Commerciale e con il Codice Etico Ferrero.**

## LA STRUTTURA DEL CODICE

Il presente Codice si basa su 5 priorità:

### 1 ECCELLENZA NELLA QUALITÀ E SICUREZZA DEI PRODOTTI

**L'eccellenza nella qualità dei prodotti Ferrero e la loro sicurezza sono la nostra missione.**

La qualità e la sicurezza alimentare dei prodotti Ferrero sono da sempre costantemente presidiate, ottimizzate e oggetto di continua innovazione, attraverso significativi investimenti nella ricerca e sviluppo e nel miglioramento continuo del sistema industriale.

**Il prodotto nasce come specialità**, che ha il potenziale di diventare di largo consumo, attraverso la USP (Unique Selling Proposition), la familiarità e la fiducia del consumatore.

Per ottenere la **massima soddisfazione dei consumatori**, le attività di miglioramento e innovazione coinvolgono e presidiano l'intera filiera, dalla attenta scelta delle materie prime ai processi produttivi, dal packaging alla distribuzione, dal punto di vendita al consumo finale. I partner che intrattengono relazioni commerciali con il Gruppo Ferrero sono tenuti a rispettare il presente Codice.

**Nell'acquisto di materie prime, di apparecchiature, di beni vari inclusi gli imballaggi, e di servizi, la scelta dei nostri partner commerciali si basa su: criteri di qualità e sicurezza, principi etici, sociali e ambientali, analisi dei costi-benefici. Sosteniamo la libera concorrenza in ogni procedura di acquisto** in conformità con il presente Codice e con il Codice Etico Ferrero.

### STRATEGIA FERRERO IN MERITO AGLI ORGANISMI GENETICAMENTE MODIFICATI (OGM)

In Europa, ancora oggi, la maggioranza dei consumatori esprime perplessità sulla presenza di OGM nei prodotti di consumo quotidiano. Costantemente attento alle esigenze dei consumatori, il Gruppo Ferrero si impegna al meglio per non utilizzare intenzionalmente OGM nella catena produttiva e chiede ai propri fornitori e partner commerciali di fornire tutte le informazioni rilevanti sulla presenza di OGM, al meglio delle loro conoscenze.



## 2 IMPEGNO PER LA TUTELA DEI DIRITTI UMANI

Assicuriamo la piena tutela dei diritti umani e sosteniamo il rispetto della Dichiarazione Universale dei Diritti Umani e della Convenzione sui Diritti dell'Infanzia delle Nazioni Unite, delle Convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) e dell'Organizzazione Mondiale della Sanità.

L'impegno nel rispetto dei diritti umani e i nostri principi d'impresa costituiscono le basi della strategia aziendale della nostra attività quotidiana.

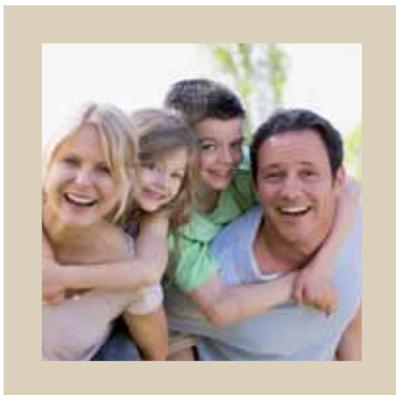
Il nostro impegno si concretizza attraverso:

- ▣ Il rispetto del nostro Codice Etico;
- ▣ L'applicazione del presente Codice di Condotta Commerciale a tutti i nostri partner e lungo tutta la filiera;
- ▣ Il nostro impegno nella responsabilità sociale d'impresa, incluse le politiche applicate a livello globale in tutti i settori rilevanti (vedi [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)).

Il Gruppo Ferrero richiede ai propri fornitori, partner commerciali, agenti commerciali, contraenti, distributori e rivenditori di impegnarsi nel rispetto dei diritti umani e di assicurare che non vengano effettuate discriminazioni, abusi, molestie per ragioni basate su: razza, sesso, età, origine, etnia, abilità fisiche, diversità religiose, politiche, sociali e culturali. In particolar modo il Gruppo Ferrero richiede di tutelare i diritti delle donne in gravidanza.

**Il Gruppo Ferrero richiede a tutti i partner della filiera di impegnarsi affinché non si faccia ricorso al lavoro minorile (a cominciare dalle peggiori forme), al lavoro forzato e al lavoro dei detenuti.**

Le Convenzioni dell'OIL introducono le basi per le leggi nazionali in merito alla fissazione di un'età minima per lavorare. Tale età non deve essere inferiore all'età necessaria per terminare la scuola dell'obbligo e comunque non deve essere inferiore a **15 anni**. In paesi in cui le strutture economiche e formative non sono ben sviluppate, l'età minima può arrivare a **14 anni**. Possono esserci eccezioni dai **12 o 13 anni** per il "lavoro leggero". L'età minima per i lavori pericolosi - lavori che possono compromettere la salute, la sicurezza o la morale del bambino a causa della natura e delle circostanze del suo svolgimento - è **18 anni** per tutti i paesi.



**Ferrero incoraggia qualunque azione che possa far innalzare l'età minima a 15 anni.**

Nei nostri contratti è inserita una clausola standard che assicura che tutti i beni acquistati dai nostri fornitori siano stati ottenuti e lavorati nel pieno rispetto di tutte le leggi vigenti, regolamenti rilevanti, disposizioni locali, oltre a quanto stabilito dalle Convenzioni internazionali.

Qualora possibile, Ferrero accoglie il sostegno dei partner commerciali nella lotta contro il lavoro minorile attraverso il coinvolgimento delle autorità locali competenti.

### 3 TUTELA AMBIENTALE E SOSTENIBILITÀ

Il Gruppo Ferrero richiede ai propri fornitori, partner commerciali, agenti commerciali, contraenti, distributori e rivenditori di **rispettare l'ambiente e assicurare conformità alle leggi ed ai regolamenti rilevanti a livello internazionale nei paesi di produzione e di consegna.**

Il Gruppo Ferrero richiede a tutte le parti coinvolte nella filiera, nei limiti del possibile, di adottare e rispettare:

- ▣ Il principio di precauzione;
  - ▣ Analisi del ciclo di vita del prodotto, imballaggi e rifiuti compresi;
  - ▣ Misure per la riduzione delle emissioni;
  - ▣ Strategie di risparmio energetico, e ove possibile l'uso di fonti di energia rinnovabile;
  - ▣ Disposizioni per una catena logistica rispettosa dell'ambiente;
  - ▣ Programmi per il risparmio idrico;
- fornendo prova della loro applicazione.

Il Gruppo Ferrero incoraggia anche la partecipazione a **ricerche e progetti di innovazione tecnologica** nei settori sopra menzionati, in collaborazione con università, istituti di ricerca ed altre aziende private, in modo da sviluppare sistemi sperimentali per trovare le soluzioni più promettenti lungo tutta la filiera.

Il Gruppo Ferrero richiede in particolar modo ai fornitori ed agli agricoltori di impegnarsi congiuntamente per:

- sostenere lo sviluppo agricolo e rurale;
- applicare buone pratiche agricole quali: "l'applicazione della conoscenza disponibile per l'uso delle risorse naturali in modo sostenibile per la produzione di alimenti sani e sicuri e di prodotti agricoli non alimentari, nel rispetto dell'essere umano per garantire produttività economica e stabilità sociale" (FAO, Buone Pratiche Agricole, giugno 2002);
- garantire l'approvvigionamento sostenibile delle materia prime;
- favorire la protezione degli animali e il rispetto del loro benessere, considerando che "gli animali sono esseri senzienti" (Direttiva europea 86/609). Per l'approvvigionamento delle materie prime del Gruppo Ferrero, tale principio vige soprattutto per le galline e le mucche.



## 4 AMBIENTE DI LAVORO

### ▣ Salute e sicurezza

Il Gruppo Ferrero richiede a tutta la filiera di garantire ai dipendenti **un ambiente di lavoro sano e sicuro**, includendo lo sviluppo di controlli appropriati e di procedure di sicurezza, politiche di manutenzione preventiva e l'uso di strumenti di protezione.

Insieme, lungo tutta la filiera, ci impegniamo a prevenire incidenti, infortuni e malattie legate al lavoro.

### ▣ Libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva

Il Gruppo Ferrero raccomanda ai propri partner lungo tutta la filiera di garantire il diritto dei dipendenti di aderire o meno ai sindacati, senza timori di ripercussioni, anche nel caso in cui fosse vietato da leggi o disposizioni governative.

### ▣ Salari, benefici e orari di lavoro

I nostri partner commerciali di tutto il mondo devono assicurare che i dipendenti lavorino nel rispetto di tutte le leggi vigenti circa il numero di ore e giorni, stipendio minimo, straordinario, orari massimi di lavoro. Se a livello nazionale non è previsto uno stipendio minimo, questo deve poter essere paragonato a quello di aziende locali simili e in conformità con gli standard internazionali riconosciuti dal Gruppo Ferrero.

### ▣ Responsabilità familiari

Il Gruppo Ferrero incoraggia i propri partner a rispettare la responsabilità familiare dei dipendenti garantendo orari di lavoro ragionevoli, permessi specifici, servizio nido e altre forme di assistenza che permettano al dipendente, ove possibile, di trovare un equilibrio tra vita privata e professionale.

## 5 INTEGRITÀ COMMERCIALE

Il Gruppo Ferrero richiede ai propri partner di impegnarsi per evitare comportamenti commerciali impropri e/o vantaggi personali impropri.

Il Gruppo Ferrero non consente comportamenti che prevedano promesse finanziarie dirette o indirette, o altri vantaggi offerti a pubblici ufficiali e/o funzionari o membri delle loro famiglie con l'intento di corrompere.

Il Gruppo Ferrero e i propri partner commerciali devono astenersi da qualunque attività che crei conflitto di interessi.

Il Gruppo Ferrero favorisce ove possibile **i contratti a lungo termine**, al fine di assicurare un'entrata economica più stabile agli agricoltori.

In particolar modo, in relazione agli agricoltori e fornitori, il Gruppo Ferrero:

- fornisce, dove necessario e/o possibile, formazione e assistenza per garantire una migliore qualità dei prodotti agricoli;
- sostiene una politica dei prezzi trasparente dando agli agricoltori un prezzo di riferimento per le materie prime e lasciandoli liberi di scegliere a chi preferiscono vendere il proprio prodotto;
- premia la qualità, incoraggiando gli agricoltori a raggiungere e mantenere elevati standard qualitativi.

### **INDIPENDENZA**

Il principio di indipendenza implica che i partner commerciali riconoscano di essere entità economiche indipendenti, che rispettino il reciproco diritto di definire la propria strategia e politica di gestione, in termini di produzione, distribuzione, vendita, marketing e finanza, inclusa la libertà di decidere indipendentemente se firmare oppure no un accordo.

### **ASSOLUTO RISPETTO DELLE LEGGI SULLA CONCORRENZA**

Il Gruppo Ferrero si impegna a rispettare tutte le leggi sulla concorrenza e l'antitrust vigenti nei singoli paesi. Tutti i partner commerciali agiscono rispettando rigorosamente le leggi vigenti sulla concorrenza.

### **COMMERCIO EQUO**

Il principio del commercio equo implica che i partner di tutta la filiera agiscano in buona fede, rispettando i principi di reciprocità e di massimizzazione del valore, evitando di creare condizioni inique, di ostacolare il commercio, di far ricadere rischi e costi eccessivi sugli altri partner della filiera, rispettando reciprocamente i diritti delle "brand", dei marchi e brevetti e della proprietà intellettuale.

---

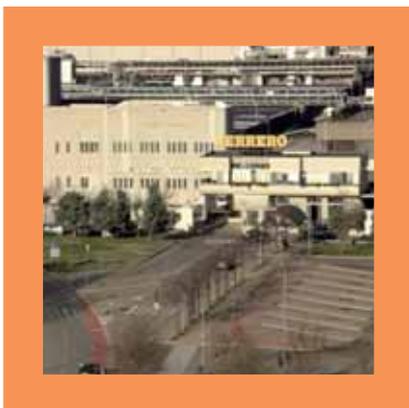
## **PRINCIPI AGGIUNTIVI, APPLICABILI AGLI ACCORDI COMMERCIALI**

### **RECIPROCIÀ**

Il principio della reciprocità indica che ogni partner commerciale deve contribuire alla relazione commerciale, traendo entrambi beneficio. La reciprocità deve essere la base di tutti gli accordi tra i partner commerciali.

### **MASSIMIZZAZIONE DEL VALORE DEI CONSUMATORI**

Tale principio implica che i partner commerciali devono lavorare insieme per offrire al consumatore un maggior valore aggiunto. Insieme, tutti gli attori devono provvedere all'efficienza della filiera e ottimizzare l'uso delle risorse.



### **ACCORDI SCRITTI**

Le condizioni di ogni accordo tra partner commerciali devono essere messe per iscritto e non devono esserci distinzioni tra accordi formali e informali.

In ogni caso, gli accordi scritti devono menzionare tutti i punti convenuti, dalle condizioni generali di vendita alle condizioni di accordo per la distribuzione, promozione o marketing, attività congiunte, revisione dell'accordo e procedure per la cessazione o sospensione del rapporto commerciale. Ogni accordo scritto deve essere conforme alle leggi vigenti e deve essere firmato da tutte le parti.

### **AUDIT E CESSAZIONE DELL'ACCORDO**

Il Gruppo Ferrero si riserva il diritto di verificare la conformità dei fornitori al presente Codice. Il Gruppo Ferrero non si impegna in relazioni commerciali con fornitori che non accettino le condizioni del presente Codice.

Qualora il Gruppo Ferrero venga a conoscenza di qualunque azione o condizione non conforme al presente Codice, il Gruppo chiederà misure correttive e si riserva il diritto di mettere fine all'accordo.



### **ISPEZIONI**

Il Gruppo Ferrero si riserva il diritto di procedere, senza alcun preavviso, ad ispezioni dei fornitori, delle loro pratiche commerciali, della documentazione, dei siti, e di sottoporre i dipendenti a colloqui riservati.

Ogni fornitore deve designare un responsabile anche per il monitoraggio dei siti dei suoi contraenti, utilizzati per la produzione per Ferrero.

In caso di mancata corrispondenza, il Gruppo Ferrero chiederà misure correttive e si riserva il diritto di mettere fine a qualunque accordo.

Il Gruppo Ferrero fa ricorso a terzi per la valutazione della conformità al presente Codice.

Tra i principi richiamati nel Codice di Condotta Commerciale, gli stessi che hanno caratterizzato la nostra storia, emerge un rinnovato impegno per l'approvvigionamento di materie prime di eccellente qualità e nello stesso tempo rispettoso di valori etici, sociali e ambientali; l'applicazione del principio di sostenibilità ambientale, in tutte le sue forme; un particolare accento sull'efficienza dell'intera catena produttiva e commerciale, tramite l'ottimizzazione delle risorse umane, economiche ed ecosostenibili.

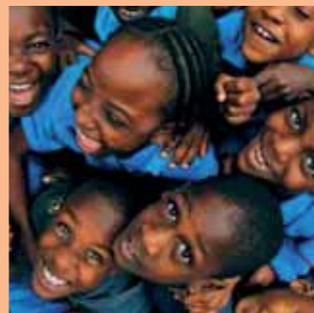
**A seguito dell'adozione del Codice, abbiamo lanciato il piano ABCDE (A Business Code Dialogue Engagement) che prevede la condivisione del Codice stesso, lungo tutta la nostra catena produttiva, entro il 2013.**

## CAPITOLO 1:

Rispetto dei diritti umani  
e delle comunità



*Sede della Fondazione Ferrero, Alba. Foto di Alberto Piovano.*



*Bambini presso l'Impresa Sociale di Yaoundé, Camerun.*



## RISPETTO DEI DIRITTI UMANI E DELLE COMUNITÀ

### LA FONDAZIONE FERRERO

**Lavorare, Creare, Donare** sono i valori guida che caratterizzano la “Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero” e tutto il Gruppo Ferrero.

Nata come Opera Sociale nel 1983, sotto la guida instancabile del suo **Presidente, Signora Maria Franca Ferrero**, la Fondazione opera nei campi del sociale, filantropico, culturale ed artistico, principalmente **a favore degli “anziani” Ferrero**, ovvero i dipendenti in quiescenza dell’azienda, **e dei bambini** (per una più ampia descrizione della Fondazione Ferrero, si veda il primo rapporto CSR ed il capitolo ad essa dedicato ed il sito [www.fondazioneferrero.it](http://www.fondazioneferrero.it)).

Da notare che la Fondazione Ferrero non è una “Granting Foundation” – non eroga cioè finanziamenti o contributi ad altri enti o istituzioni sociali, culturali, o umanitari – bensì una “**Acting Foundation**”: ovvero una realtà che svolge in proprio numerosi progetti ed attività sociali e culturali (questi ultimi specificamente legati a personaggi o contesti albesi o piemontesi). Per il loro svolgimento tali attività necessitano di consistenti risorse finanziarie, erogate a tal fine dal Gruppo Ferrero senza disperderle in tanti rivoli per altre, sia pur benemerite, iniziative.



La sala “Cassiopea” della Fondazione dove si riuniscono gli “anziani” Ferrero.

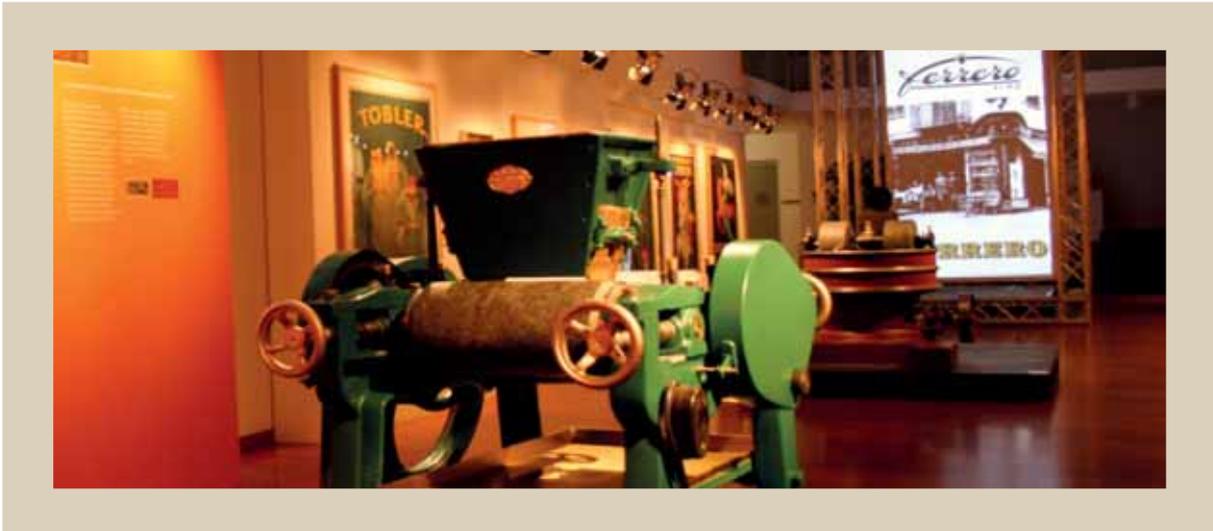
### Progetti culturali

Grande eco ha suscitato la mostra **Il cioccolato, dai Maya al XX secolo**. Organizzata nel 2009 insieme alla Regione Piemonte, e curata dalle studiose Andreina D’Agliano e Fabrizia Lanza, l’esposizione è stata visitata gratuitamente da oltre **33 mila persone**.

Attraverso opere d’arte, argenti, porcellane, manifesti e macchinari industriali, la mostra ha proposto al pubblico lo straordinario cammino fatto dal cioccolato a partire dalla civiltà Maya sino ad arrivare alla linea di produzione degli anni Settanta. Grazie ad un allestimento scenografico e multimediale è stato possibile compiere un **viaggio attraverso la storia e la geografia del cioccolato**, riproducendo, anche grazie alla più sofisticata tecnologia, **la magica atmosfera di una piantagione di cacao**.



La copertina del catalogo della mostra “Il cioccolato dai Maya al XX secolo”.



La raffinatrice della pasticceria Ferrero di Alba del 1943 così come restaurata da Ferrero Ingegneria nel dicembre 2002.

Tra **febbraio e aprile 2010**, l'ovetto Kinder è stato protagonista in Fondazione della mostra *Kinder Art*, già ospitata alla Triennale Bovisa di Milano. Kinder Sorpresa è nato nel 1974, da un'idea semplice, ma geniale: portare ai bimbi la Pasqua tutti i giorni. Dentro l'uovo sono custoditi piccoli oggetti di creatività e di ingegneria, allo scopo di sviluppare la fantasia e l'abilità dei bambini. Questo mix di idee ha prodotto un fenomeno globale, che ci ha spinti a **cercare opere d'arte ispirate a Kinder Sorpresa**. In meno di due mesi sono arrivate **280 segnalazioni**. Con l'aiuto dell'associazione *Artegiovane*, si è formato un comitato, composto dagli esperti di arte contemporanea Francesco Poli, Guido Curto e Giorgina Bertolino, che ha scelto e censito le varie opere secondo criteri di valore artistico. E così è nata **Kinder Art**, una mostra che ha riunito le opere di **21 artisti italiani e stranieri**, realizzando un percorso interessante e ricco di implicazioni per il marchio Kinder: un'esperienza che esplora i legami tra il gioco, la fantasia, l'infanzia e la creazione artistica.

I lavori scelti sono stati realizzati con varie tecniche, dalla scultura al cosiddetto "assemblage", dalle foto alle elaborazioni grafiche digitali, dalla pittura alle installazioni. Sono per lo più lavori di giovani, ma non mancano proposte di artisti di altre generazioni che si sono sbizzarriti con la loro fantasia. C'è anche l'opera di un maestro storico del **Nouveau Réalisme**, **Mimmo Rotella**, un suo «décollage» dove nella stratificazione di manifesti strappati spunta l'immagine di un uovo aperto da cui escono come sorprese una testa di cavallo e un'automobile.



L'opera di Sabrina Rocca, *Construction Site 2008*, acrilico su tela, tecnica mista esposta nella mostra *Kinder Art*.

Tra i numerosi appuntamenti musicali, segnaliamo la collaborazione con l'**Accademia Corale Stefano Tempia di Torino**, fondata nel 1875, prima associazione musicale del Piemonte e accademia corale più antica d'Italia, che ha permesso di organizzare nell'auditorium della Fondazione due concerti, uno per violino e pianoforte, l'altro, a Natale, animato da un coro polifonico e da un gruppo strumentale boliviano.

Nell'ottobre 2009, la Fondazione ha ospitato il **Corpo Bandistico dei ragazzi «Amatori della Musica» di San Filippo del Mela** (Messina) che si è esibito nell'Auditorium della Fondazione e per le vie del centro storico di Alba. Il gruppo musicale nasce nel 1993, nell'ambito dell'Università Popolare Comprensoriale filippese, fondata nel 1978, sotto il patrocinio di quella amministrazione comunale. Il Corpo Bandistico diffonde l'amore per la musica in tutte le sue espressioni, ma soprattutto favorisce l'aggregazione e la solidarietà fra i giovani. Diretto dal Maestro Carmelo Nastasi, che è anche il responsabile del locale «Corso Permanente Musicale», il complesso comprende una settantina di allievi.



*L'esibizione sul palco della Fondazione Ferrero, del Corpo Bandistico «Amatori della Musica» di San Filippo del Mela.*

E' inoltre proseguita la collaborazione con l'**Unione Musicale di Torino** e con **Italy & Usa Alba Music Festival**, rassegna diretta dai musicisti internazionali Giuseppe Nova, Jeffrey Silberschlag, Larry E. Vote.

Nell'ambito delle iniziative culturali condotte in collaborazione con l'amministrazione comunale di Alba, la Fondazione ha ospitato nel 2006 la **corale «La Sonatine» di Arlon** (città belga gemellata con Alba dal 2004), diretta dal maestro Jean Lambert e composta da 50 elementi (fra i 5 e 14 anni). La corale è tornata ad Alba anche durante la Fiera del Tartufo del 2009. Il gemellaggio di Alba con Arlon è nato per sottolineare i legami fra le due città: entrambe di fondazione romana, hanno in comune un passato di resistenza al nazi-fascismo.

Tra le numerose attività sostenute dalla sede del Gruppo Ferrero in **Belgio**, dove è attivo uno stabilimento dal 1989, spicca il sostegno al “Juillet Musical de Saint Hubert” parte del “Festival de Wallonie”, con l’obiettivo di diffondere l’amore per la musica e di mantenere vivo il forte legame con il territorio.

Con la IX edizione dell’**Alba International Film Festival Infinity**, la Fondazione ha ospitato Roger Corman, maestro del cinema americano, che ha prodotto e girato più di 400 film. La serata di inaugurazione del festival, con un dialogo tra Gerry Scotti, Alessandra Comazzi, Gianfranco Bettetini e Giorgio Simonelli, ha proposto un interessante confronto tra quiz e tv di ieri e di oggi.

Sono stati **ospiti del ciclo di conferenze** mensili: Mario Calabresi, direttore de La Stampa per la presentazione del suo libro *“La fortuna non esiste. Storie, uomini e donne che hanno avuto il coraggio di rialzarsi”*; gli astronomi Mario Di Martino e Giovanni De Sanctis; il giornalista sportivo Gian Paolo Ormezzano per un ritratto dei ciclisti Coppi e Bartali; la giornalista Alessandra Comazzi e lo storico Silvano Montaldo per un incontro dedicato alle radici della nostra storia nazionale; Marco Tosatti e il professor Gian Maria Zaccone, direttore scientifico del Museo della Sindone di Torino; Stefano Camerini, ingegnere ambientale ed esperto di inquinamento e riscaldamento globale.

## Progetti sociali

Tra i vari gruppi di attività della Fondazione in cui sono impegnati gli “anziani” Ferrero, ne esiste uno che si dedica ad **attività di protezione civile**. Le persone che ne fanno parte sono state impegnate in diverse attività di volontariato, dal momento che il gruppo è in grado di gestire una cucina da campo da oltre **mille pasti caldi al giorno**. Nel 2009, il gruppo è intervenuto nelle zone colpite dal terremoto in Abruzzo. Quando necessario, questo gruppo si reca anche all’estero.



Il gruppo “protezione civile” degli anziani Ferrero in attività.

La Fondazione offre agli “anziani” Ferrero opportunità di **carattere salutistico, medico, sociale**, e di svolgere attività sul piano motorio, culturale, relazionale, con ulteriori ricadute positive nelle Comunità e sul territorio. Esistono circa **40 gruppi di attività**, in cui gli “anziani” possono cimentarsi avvalendosi di laboratori di sartoria, ceramica, fotografia, ricamo, internet, lingue straniere, disegno e pittura, “nonni e nipoti”, cuochi, pasticceria e molti altri ancora.

Gli “anziani” forniscono, inoltre, sostegno e collaborazione ai progetti culturali della Fondazione, che nel corso del tempo sono divenuti sempre più frequenti e articolati: la realizzazione degli allestimenti per le mostre, l'accoglienza degli ospiti alle mostre, i servizi di sorveglianza, la gestione del “bookshop” durante gli eventi espositivi, ecc.

Frequenti i momenti di aggiornamento dedicati ad approfondire temi del volontariato utili a fornire un aiuto concreto a malati e bisognosi. Coloro che frequentano la Fondazione, oltre a praticare **corsi di attività motoria**, mirata a combattere diverse patologie, usufruiscono di un servizio di assistenza sanitaria di alto livello. Nel 2009-2010, **480 persone** hanno partecipato ai corsi di attività motoria. Esiste inoltre una rete di collaborazioni con **Centri medici specialistici** tra cui: la Fondazione per la Macula di Genova, l'Istituto per la Ricerca e la Cura del Cancro di Candiolo, l'Istituto Europeo di Oncologia di Milano, l'Istituto Nazionale per lo Studio e la Cura dei Tumori di Napoli, l'Istituto Scientifico Universitario San Raffaele di Milano. Nell'anno in esame, il numero di visite mediche svolte presso la Fondazione Ferrero è di **circa 1.300**.

Nei periodi invernali, gli “anziani” Ferrero, a turno, possono usufruire gratuitamente di **alloggi** a Bordighera e Ospedaletti (in Liguria). Sono oltre seicento gli “anziani” che ogni anno si avvalgono di quest'opportunità per mitigare il rigore invernale.



*Corsi di attività motoria per gli “anziani” Ferrero.*

Un'altra interessante attività della Fondazione, consiste nella redazione della rivista aziendale **Filodiretto** che esce quattro volte l'anno e raggiunge oltre ventimila persone in tutto il mondo, tra dipendenti del Gruppo e "anziani". La rivista viene tradotta in quattro lingue (inglese, tedesco, francese e spagnolo) e sulle sue pagine si trova resoconto delle iniziative del Gruppo, delle singole aziende e della Fondazione.

Proseguono le attività in collaborazione con la **Fondazione "Movimento per il Bambino"** della professoressa Maria Rita Parsi che ha portato all'elaborazione di un **codice di comportamento, la Carta di Alba**, per un utilizzo consapevole dei nuovi media da parte dei più piccoli.

Continua inoltre l'attività del **nido aziendale**, funzionante dall'autunno 2009, che ospita sessanta bambini, in età compresa fra i tre mesi e i tre anni, a condizioni particolarmente agevolate per i dipendenti. Una percentuale dei posti è riservata ai bambini bisognosi di Alba, indicati dal Comune (si veda primo rapporto CSR, capitolo Fondazione Ferrero).



*Il nido aziendale ad Alba.*

Dal mese di ottobre 2009, anche il servizio medico della Fondazione presta **attività di consulenza presso l'asilo aziendale** e in particolare: a) consulenza per traumi minori o patologie che non richiedono l'invio del bambino al pronto soccorso; b) organizzazione di un ciclo di incontri con i genitori su grandi temi della pediatria con l'intervento come relatori di medici pediatri dell'Ospedale di Alba e dell'Ospedale Regina Margherita di Torino (2-3 incontri all'anno); c) organizzazione di incontri di formazione per gli educatori professionali e il personale dell'asilo nido a cadenza semestrale, con l'intervento di un medico pediatra ospedaliero.

In occasione delle giornate **FAI (Fondo Ambiente Italiano)** della primavera 2010, il gruppo **"Ricamo Bandera"** della Fondazione è stato invitato ad allestire una mostra dei propri lavori nelle sale del Castello della Manta di Saluzzo. In tal modo, le 50 persone che ne fanno parte hanno festeggiato in modo originale e importante i **10 anni di attività del gruppo**.

I tanti visitatori che si sono succeduti nelle sale hanno apprezzato e dimostrato interesse e curiosità per i preziosi tessuti ricamati a bandiera, così ben ambientati tra gli arredi storici del castello. Dimostrando grande disponibilità, le ricamatrici della Fondazione si sono date il cambio, durante le due giornate, per fornire spiegazioni e chiarimenti ai visitatori e per organizzare dimostrazioni pratiche di ricamo.



*Castello della Manta di Saluzzo, con i ricami del Gruppo Bandiera.*



*Fondazione Ferrero, Alba, Piemonte.*

L'Opera Sociale in Germania, istituita presso lo stabilimento di produzione di Stadtallendorf, si rivolge a **oltre 400 ex collaboratori Ferrero**. La missione dell'Opera Sociale, sull'esempio della Fondazione Ferrero in Italia, è di incoraggiare i pensionati Ferrero tedeschi ad improntare il loro tempo libero a una vita attiva, sana e socialmente utile. Il programma comprende corsi in discipline sportive e attività formative, eventi culturali ed escursioni, così come opportunità di scambi di idee ed esperienze e di impegno sociale.

Le attività del **2009/2010** hanno coinvolto **2.847 presenze**.

## Prossimi passi

Gli anni a venire, **entro il 2015**, vedranno il compimento di alcune collaborazioni e iniziative di studio avviate con le Università di Torino, Pisa e Siena e con i servizi territoriali dell'Asl locale. Si tratta di progetti volti a dimostrare, da un punto di vista altamente scientifico, la validità e la reale efficacia delle iniziative proposte agli "anziani" dalla Fondazione Ferrero. In particolare, si cercherà di quantificare e valutare la positiva influenza che l'attività motoria e le relazioni sociali, costruite in Fondazione, hanno sul rallentamento dei processi di invecchiamento e di decadimento cognitivo della persona anziana.

L'obiettivo è arrivare alla **definizione teorica di un modello sociale** cui si ispiri tutta l'attività della Fondazione, in modo da renderlo eventualmente replicabile in altre sedi.

Nel periodo indicato, la Fondazione Ferrero si è dedicata allo studio preparatorio per la realizzazione della mostra **"Morandi. L'essenza del paesaggio"** in programma per il **16 ottobre 2010**. E' la prima mostra in assoluto mai dedicata ai paesaggi del grande artista bolognese.

E' in corso di preparazione una monografia dedicata all'imperatore romano **Publio Elvio Pertinace** (Alba Pompeia 126 d.C. - Roma 193 d.C) che nasce dal desiderio di onorare la memoria di un grande romano e di un grande albese e di contribuire a meglio illustrare alle generazioni presenti e future il lascito politico di questo personaggio, sinora poco studiato e conosciuto.



Opera Sociale, Stadtallendorf, Germania.  
"Anziani" Ferrero in movimento.



Corso di computer per gli "anziani" Ferrero.

## RISPETTO DEI DIRITTI UMANI E DELLE COMUNITÀ

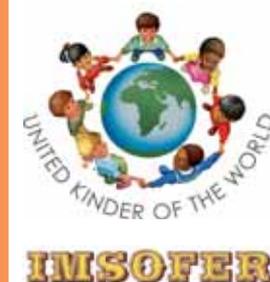
### LE IMPRESE SOCIALI FERRERO

**L'obiettivo delle Imprese Sociali Ferrero è quello di ampliare l'impegno del Gruppo Ferrero teso al miglioramento concreto delle condizioni di vita e di sviluppo delle popolazioni di alcune delle aree più povere del mondo.** Esse poggiano su uno spirito etico ed una concezione imprenditoriale da cui si ricavano le risorse finanziarie per proseguire, in misura sempre maggiore, il loro operato.

Ogni Impresa Sociale accantona, a conclusione di ogni esercizio, un ammontare commisurato alla propria attività produttiva, sulla base di parametri connessi con i volumi prodotti, da destinare esclusivamente a progetti sociali. Tale ammontare viene quindi devoluto al sostegno dei progetti sociali individuati d'intesa tra il Governatore (o altre Autorità Istituzionali) della Regione in cui opera l'Impresa Sociale e la Fondazione Ferrero di Alba.

Le persone assunte dalle Imprese Sociali sono selezionate localmente, anche grazie alla collaborazione con alcune scuole professionali locali. I dipendenti hanno accesso a corsi di formazione tecnico-professionale e manageriale, localmente o in Italia, in funzione dell'incarico, secondo il programma di formazione del Gruppo Ferrero adattato alle specifiche realtà e culture.

Per una più ampia descrizione della missione delle Imprese Sociali si rinvia al primo Rapporto CSR del Gruppo Ferrero ([www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)).



Le Imprese Sociali Ferrero sono presenti, ad oggi:

- ▣ **in Camerun (Yaoundé)**, dove nel giugno del 2004 si è avviato un centro produttivo per la produzione del Kinder Merendero/Joy;
- ▣ **in Sud Africa (Walkerville, Gauteng - Johannesburg)**, dove nell'agosto del 2006, ha avuto inizio l'attività produttiva dell'ovetto Kinder Merendero/Joy. Il sito è stato anche equipaggiato per confezionare Tic Tac;
- ▣ **in India (Baramati, Pune)**, dove nell'agosto del 2007 sono nate le Imprese Sociali e nel novembre del 2009 ha preso avvio la costruzione del nuovo edificio. Quando saranno completati i lavori, questo sarà il sito produttivo più grande delle Imprese Sociali. Ad oggi vi sono impiegate 650 persone, con la prospettiva di giungere a circa 1.000 addetti alla fine del 2013. Oltre alla produzione dell'ovetto Kinder Merendero/Joy, anche a Baramati si confeziona Tic Tac.



*Collaboratori al lavoro nella produzione di Kinder Joy presso le Imprese Sociali di Walkerville (Sud Africa).*

*Bambini presso una scuola del programma Imprese Sociali di Yaoundé (Camerun).*





## LE INIZIATIVE SOCIALI: “UNITED KINDER OF THE WORLD”

Come anticipato nel primo Rapporto CSR, in questa fase di avvio, le ancora limitate dimensioni dell’attività delle Imprese Sociali ci hanno permesso di fornire un piccolo sostegno al miglioramento delle condizioni di vita dei bambini e dei ragazzi:

- ▣ in Camerun, dove lo scorso anno abbiamo avviato un sostegno al potenziamento del reparto pediatrico dell’ospedale **St. Martin De Porres** a Yaoundè, con l’installazione di una sonda ecografica specifica per i bambini e di lettini pediatrici ospedalieri. Lo scorso anno in tale reparto pediatrico sono stati visitati circa 450 bambini al mese, di cui 150 ricoverati;
- ▣ in Sud Africa, dove lo scorso anno abbiamo avviato il finanziamento del progetto “**Love Matters**”, che consiste in una serie di “workshops” settimanali dedicati ai giovani per educarli ad uno stile di vita sano ed impegnato, con particolare attenzione ai temi della salute e della prevenzione dell’AIDS. Tali “workshops” hanno coinvolto 560 ragazzi dai 13 ai 18 anni;
- ▣ in India, nel 2009/10 abbiamo avviato il sostegno a due iniziative: la prima è il “**Centro di accoglienza Don Bosco**” rivolto ai bambini abbandonati delle strade di Mumbai, con lo scopo di accoglierli, proteggerli ed offrire loro un’educazione professionale nelle scuole dei missionari. I locali del Centro sono stati completamente ristrutturati, garantendo, a 75 bambini, un ambiente sano e confortevole. La seconda iniziativa che abbiamo sostenuto è il centro di accoglienza diurno “**Un tetto a Bombay**”, che prevede l’assistenza sanitaria ed aiuta nell’educazione 60 bambine provenienti da famiglie molto povere che vivono nella bidonville di Malad East, alla periferia di Mumbai;
- ▣ nello Sri-Lanka sempre nel 2009/10, abbiamo infine avviato un piccolo sostegno al centro “**La Casa dei bambini di Clarendon**”, un orfanotrofio che accoglie circa 70 bambine e ragazze (da 3 a 18 anni) gestito dalle Suore di Maria Immacolata a Mount Lavinia, vicino a Colombo. La struttura che ospita le ragazze è stata completamente rinnovata.

**Sotto l’insegna “United Kinder of the World” le Imprese Sociali Ferrero trovano specificamente nella salute e nello sviluppo dei bimbi e dei ragazzi il fine ultimo delle loro attività.**

### I NOSTRI OBIETTIVI PER IL 2013, IN LINEA CON QUANTO PREVISTO LO SCORSO ANNO, SONO:

- Completamento del nuovo stabilimento in India, con la creazione di oltre 1.000 posti di lavoro complessivi;
- Diversificazione della produzione in Sud Africa;
- Proseguimento del programma di integrazione culturale e professionale (Corsi di “Ferrerità”) dei nostri dipendenti in Camerun, Sud Africa e India;
- Sostegno ai tre progetti sociali annuali in Sud Africa, Camerun ed India sempre nei settori della salute e dell’educazione dei bambini;
- Valutazione della fattibilità di iniziative sociali e imprenditoriali a favore delle popolazioni di altre zone e aree meno favorite del pianeta.

## RISPETTO DEI DIRITTI UMANI E DELLE COMUNITÀ

### LA VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE

Il patrimonio della Ferrero è costituito dai suoi principi d'impresa e dalle persone che li attuano quotidianamente. Per questo, lo sviluppo professionale e personale dei nostri collaboratori è un fattore chiave per la crescita dell'azienda. **Il nostro obiettivo è la creazione di un ambiente di lavoro positivo per sviluppare ed accrescere capacità e competenze, nel rispetto delle differenze e sulla base di una politica di remunerazione meritocratica.**

Nelle oltre 70 società consolidate del Gruppo, l'organico medio, al 31 agosto 2010, è pari a **21.736 persone** (di cui 1.023 persone operanti presso le "Imprese Sociali Ferrero" e 748 presso le Società Agricole Ferrero in Argentina, Bulgaria, Cile, Georgia e Sud Africa).

Sulla base dei sistemi gestionali di database di Gruppo, si è in grado di fornire gli elementi utili ai fini del presente rapporto, a partire dall'organico puntuale pari a **21.372 persone**, sempre al 31 agosto 2010.

La differenza tra l'organico medio consolidato (21.736 persone) e il dato puntuale (21.372 persone) menzionati, è dovuta alla non considerazione nel dato puntuale delle risorse in distacco, lunga assenza, congedo o aspettativa, non attive nel corso dell'esercizio 2009/2010.

Al 31 agosto 2010:

- ▣ l'organico puntuale del Gruppo è pari a **21.372 persone**, di cui 9.203 donne (43%) e 12.169 uomini (57%), vs. le 21.555 persone al 31 Agosto 2009, con un decremento in particolare nei contratti a tempo determinato.
- ▣ **il 75% del personale Ferrero** pari a 16.017 persone, **si trova in Europa.**

Inquadramento	Al 31/08/2009	Al 31/08/2010	%
Operai	12.993	12.791	60%
Impiegati	6.067	6.035	28%
Quadri e Funzionari	1.724	1.725	8%
Dirigenti	771	821	4%
<b>Totale</b>	<b>21.555</b>	<b>21.372</b>	<b>100%</b>
Tipologia di contratto	Numero	Numero	%
Tempo determinato*	4.095	4.283	20%
Tempo indeterminato	17.460	17.089	80%
<b>Totale</b>	<b>21.555</b>	<b>21.372</b>	<b>100%</b>

Stabilimenti	Nazionalità dei dipendenti Ferrero
Si riportano di seguito le nazionalità dei dipendenti dei nostri principali siti di produzione.	
Stabilimento Alba - Italia	italiani 99,8%
Stabilimento Arlon - Belgio	francesi 55,3% belgi 39,6%
Stabilimento Belsk - Polonia	polacchi 99,2%
Stabilimento Stadtallendorf - Germania	tedeschi 77,7%
Stabilimento Villers Ecalles - Francia	francesi 97,6%

Part time/tempo pieno al 31/08/10	Fasce di Età di tutti i dipendenti al 31/08/10	
	anni	%
Part time 7%	< 30	19%
Tempo pieno 93%	30-50	64%
	>50	17%
	<b>Totale 21.372</b>	

\* Per il 2008/2009: stagionali 11%, stage 1% e contratti a tempo determinato 7%.

Per il 2009/2010: stagionali 13%, stage 1% e contratti a tempo determinato 6%.

## LA FIDELIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE: IL NOSTRO PATRIMONIO.

Esiste un forte legame tra il Gruppo e gli uomini e le donne Ferrero.

Sono diverse le leve che concorrono ad alimentare la fidelizzazione delle persone all'azienda, prima fra tutte il **senso di appartenenza**. La "Ferrerità" è diffusa fra tutti i collaboratori e si esplica tra l'altro nell'attenta cura per il "Prodotto", nello straordinario orientamento alla qualità, nella centralità del consumatore, nella costante tensione all'innovazione che permette la creazione di prodotti dolciari unici e inimitabili, alcuni dei quali sono sul mercato da oltre cinquant'anni.

Le dimostrazioni di questo legame sono tangibili. **Nel 1994, anno dell' alluvione che colpì la città di Alba, i dipendenti lasciarono le proprie case e andarono a lavorare in fabbrica, per recuperare i macchinari e attivandosi perché la produzione potesse riprendere nel minor tempo possibile.**

Questo profondo legame non si evince soltanto dall'evidente impegno che il Gruppo e le persone mostrano reciprocamente, **ma anche dalla durata dei rapporti di lavoro che i dipendenti mantengono con l'azienda. La fidelizzazione**, che oggi in Italia **supera il 25%** della popolazione aziendale **con oltre 25 anni di presenza continuativa in azienda** permette al Gruppo, tra l'altro, di mantenere il proprio patrimonio di conoscenze attraverso le sue persone.

Nel 2010 ulteriori **1.551** persone hanno raggiunto il titolo di "anziani Ferrero" ancora in attività lavorativa: **1.084 in Italia (16%), 146 in Francia (12%) e 321 (7%) in Germania.**

Questo meccanismo di fedeltà è reciproco, basato su un costante impegno del Gruppo in attività finalizzate a garantire alle persone non solo un confortevole e stimolante ambiente di lavoro, ma anche per sostenerle nella loro vita quotidiana ("Kinder Garden", "Ferrero Care", palestre in azienda, ecc.).

Tra queste, a partire dal 2009, sono state avviate, in Italia, ulteriori attività a supporto del progetto "**Ferrero Care**"; fra queste di particolare rilevanza è il progetto "**Una mano per l'asilo**": l'azienda offre ai dipendenti Ferrero un numero significativo di posti riservati, il pagamento totale dell'iscrizione e un sostegno consistente per la retta mensile in base a prestabilite fasce di reddito del nucleo familiare (per una più ampia descrizione si veda il primo rapporto CSR).

È interessante menzionare l'apertura in Italia di una palestra aziendale presso la Business Unit, aperta gratuitamente per i dipendenti durante la pausa pranzo e nelle ore serali.

A questi vanno aggiunte iniziative di formazione, di "job rotation" internazionale, di creazione di "induction" strutturate per i neo inseriti in azienda a tutti i livelli manageriali, come ad esempio "Capire Ferrero" per i neolaureati e "Ferrerità" che è un corso sui valori aziendali applicati ai processi e pratiche di business e di ricerca, in modo da assicurare alle persone che lavorano in azienda un percorso di crescita strutturato.

Nel periodo in esame, non abbiamo avuto esperienza di astensioni dal lavoro o manifestazioni rivendicative nei confronti dell'azienda, restando limitate le occasioni di sciopero alle proclamazioni di carattere nazionale o di categoria.

## FERRERO FRANCIA

Nella maggior parte delle sedi del Gruppo continuano ad essere sviluppate simili iniziative a favore dei dipendenti, ispirate ai principi aziendali.

Ferrero Francia ha attuato un progetto che raggruppa all'interno diverse iniziative collegate al **benessere del dipendente e della sua famiglia**. I principali ambiti in cui il progetto opera sono:

**La famiglia.** Sono stati costruiti e resi operativi, vicino alla sede della fabbrica ed alla sede sociale, due Miniclub per bambini. Queste strutture sostengono la famiglia nella gestione dei figli durante le ferie scolastiche e i mercoledì (giornate in cui le scuole francesi sono chiuse). Con la stessa finalità, è stato siglato un accordo con l'asilo nido di Mont Saint Aignan, per garantire l'accesso all'asilo nido ai figli dei dipendenti Ferrero, senza costi a carico degli stessi. Ferrero Francia prevede, inoltre, 3 borse di studio superiore annuali e **3 borse di studio all'estero per figli** dei dipendenti.

**L'assistenza sociale.** Il progetto "Bilancio Salute" permette ai dipendenti di età superiore ai 45 anni di sottoporsi ad una serie di esami medici completi e gratuiti. Per gli ex collaboratori, Ferrero Francia sostiene il "GIS": un'associazione che si occupa di mantenere legami con i pensionati e promuove attività culturali, sociali e umanitarie a loro favore.

**Il benessere al lavoro.** È stata costruita ed inaugurata nel maggio del 2010 una mensa aziendale, che unisce qualità dei pasti e costi ridotti; nel contempo è stata ampliata la sala fitness, che permette ai dipendenti di praticare un'attività fisica regolare.

Ulteriori iniziative previste:

- 1 la giornata di scambio, che si terrà il 13 aprile 2011, tra i bambini dei mini-club e i bambini dell'associazione "Loisirs Pluriel" che raggruppa 11 associazioni locali con l'obiettivo di svolgere incontri ed attività di condivisione tra bambini abili e meno abili;
- 2 le terapie laser anti-tabacco, che si terranno in uno specifico centro a prezzo ridotto, per sostenere i dipendenti nella loro scelta di smettere di fumare;
- 3 i programmi di sedute dietiste, per favorire la buona salute fisica dei collaboratori.



## LE RELAZIONI INDUSTRIALI

### L'esperienza dei Comitati Aziendali Europei (CAE)

La nuova direttiva sui Comitati Aziendali Europei (2009/38/CE), che ha modificato in alcune parti sostanziali la precedente del 1994, dovrà essere recepita entro il 5 giugno del 2011.

L'accordo costitutivo del CAE Ferrero è stato firmato nel 1996 su base volontaria in base all'art. 13 della direttiva del '94. Il Gruppo ha anticipato da tempo alcuni dei principi e delle regole fissati dalla nuova direttiva, ad esempio: la presenza di rappresentanti sindacali nazionali e dell' **EFFAT (European Federation of Food, Agriculture and Tourism Trade Unions)**, il funzionamento del CAE, la formazione congiunta e la presenza di un esperto.

Uno dei principi fondamentali della nuova direttiva è costituito dal rafforzamento dell'interazione tra i livelli di rappresentanza nazionali (e locali) dei lavoratori e quello europeo rappresentato dal CAE.

Il CAE Ferrero ha sentito questa esigenza di interazione come una priorità indispensabile per il proseguimento e rafforzamento della propria esperienza. Questa priorità si accompagna alla necessità di migliorare la comunicazione locale sulle attività svolte dal CAE Ferrero e all'obiettivo di favorire, nella continuità della condivisione dei valori, l'inevitabile ricambio dei membri.

Per questo, nell'autunno del 2010, **avvieremo un progetto di formazione che ha ricevuto il sostegno della Commissione Europea** e che prevede la realizzazione di sei seminari nazionali congiunti ed uno finale europeo. I seminari nazionali inizieranno nel gennaio 2011 sino a marzo; dal 13 al 15 aprile è previsto il seminario conclusivo a Dresda.

L'obiettivo dei seminari nazionali è quello di coinvolgere, paese per paese, i rappresentanti nel CAE e le rappresentanze negli stabilimenti. Un percorso di conoscenza delle basi legali e delle ragioni di funzionamento dei comitati europei, di ricostruzione degli oltre quindici anni di funzionamento del CAE Ferrero e di approfondimento del tema della flessibilità degli orari e dei contratti di lavoro.

**Ad oggi, il CAE é espressione di circa il 75% dei lavoratori del Gruppo nel mondo e della quasi totalità di quelli operanti sul territorio europeo.**



## UN AMBIENTE DI LAVORO SICURO: IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SALUTE E SICUREZZA

La salvaguardia e promozione della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro rappresentano una priorità per il Gruppo Ferrero in ogni sua attività e in ogni paese in cui opera.

Da sempre il Gruppo Ferrero si è impegnato ad identificare ed eliminare le situazioni di rischio e a migliorare dove ancora possibile le condizioni degli ambienti di lavoro, attraverso un coinvolgimento attivo di tutti i collaboratori.

In tutti gli stabilimenti del Gruppo vengono realizzate costanti attività di formazione ed informazione sui temi di salute, sicurezza e prevenzione.

*A titolo esemplificativo possono essere citate le esperienze condotte da **Ferrero Canada**: è stato recentemente previsto l'invio di una newsletter a tutti i dipendenti contenente articoli sulla sicurezza ed è stata istituita la "settimana della salute e della sicurezza" in cui vengono concentrate attività riguardanti tali temi, anche con il coinvolgimento di centri sportivi, cliniche mediche e servizi di ambulanze.*

**Nel corso del 2010**, come anticipato nel primo rapporto CSR, è stata inoltre realizzata una iniziativa di formazione congiunta nell'ambito del CAE, intitolata "**dalla sicurezza al benessere organizzativo**": durante le due giornate di formazione, manager aziendali e rappresentanti dei lavoratori hanno avuto modo di confrontarsi sulla gestione della sicurezza nell'impresa, con particolare riguardo alla formazione e comunicazione ai fini della prevenzione.

**Confrontando la situazione degli stabilimenti in Europa con i dati ufficiali europei (fonte EUROSTAT dati aggregati 2007 settore aziende manifatturiere alimentari, bevande e tabacco) emerge che la frequenza degli infortuni riscontrata è costantemente al di sotto della media europea per il settore corrispondente.**



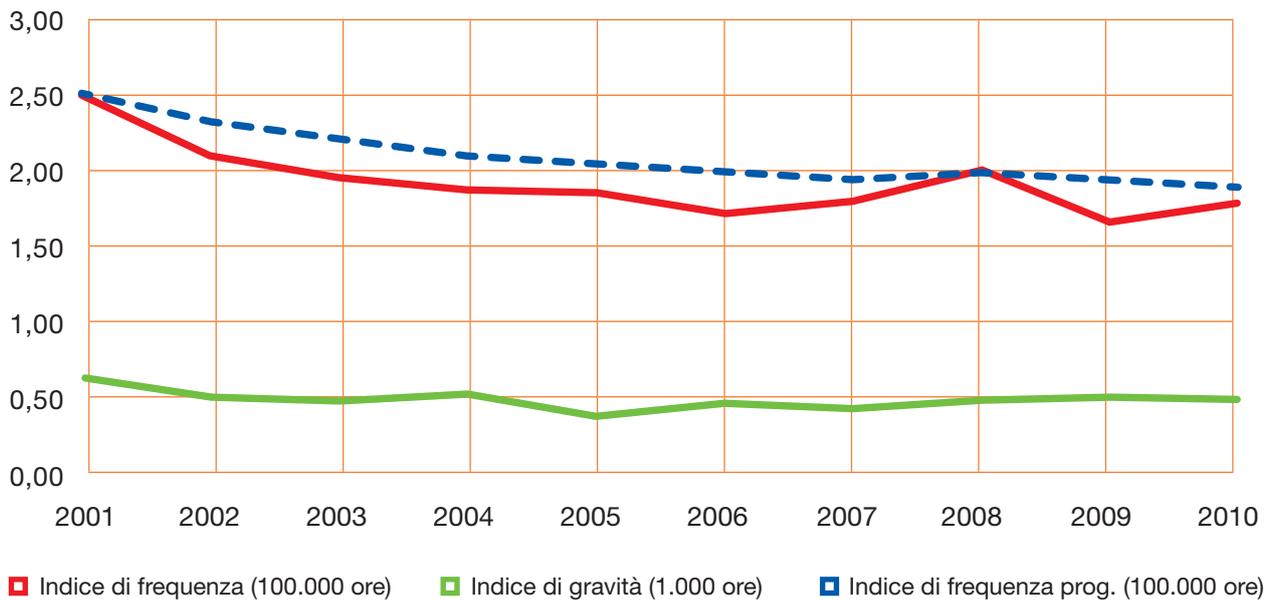
Personale all'opera nella produzione di Kinder Joy, rispettivamente negli stabilimenti di Baramati (India) e Yaoundè (Camerun).

Il grafico che segue, mette in evidenza gli indici di frequenza e di gravità degli infortuni, presso i nostri stabilimenti europei.

## STABILIMENTI IN EUROPA

### Stabilimenti in Italia, Arlon, Stadtallendorf, Villers Ecalles, Cork, Belsk

anno	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Indice di frequenza	2,51	2,11	1,94	1,85	1,84	1,72	1,80	1,97	1,67	1,79
Indice di frequenza progressivo	2,51	2,31	2,18	2,09	2,04	1,98	1,95	1,95	1,92	1,91
Indice di gravità	0,55	0,45	0,40	0,43	0,34	0,36	0,34	0,39	0,41	0,40



#### INDICE DI FREQUENZA (IF):

Rappresenta, nel periodo considerato, il numero totale di infortuni per 100.000 ore lavorate

#### INDICE DI GRAVITA' (IG):

Rappresenta, nel periodo considerato, il numero totale di assenza per 1.000 ore lavorate

## FORMAZIONE

**Nell'esercizio commerciale 2009-2010, Ferrero Learning Lab ha organizzato 157 eventi formativi che hanno visto la partecipazione di quasi 3000 persone.**

Anno	Numero Sessioni	Numero Partecipanti	Tipologia di progetti formativi
2006-2007	58	965	20
2007-2008	91	1433	21
2008-2009	100	1500	23
2009-2010	157	2707	25

A titolo di esempio, nell'esercizio commerciale 2009-2010, 231 "Senior Manager & Above" hanno preso parte ad attività formative Learning Lab per un totale di circa 22 ore medie annue pro-capite di formazione; per i 1055 impiegati, quadri e funzionari le ore pro-capite annue sono state circa 54.

L'offerta formativa è in continuo aggiornamento seguendo, e a volte anticipando, le necessità emerse dal continuo evolversi del "business". Quest'anno, i corsi offerti sono stati arricchiti ed aggiornati tenendo conto del nuovo modello di competenze trasversali di Gruppo.

La formazione costituisce un fondamentale elemento di supporto ai cambiamenti organizzativi implementati ed in corso di implementazione nei vari stabilimenti italiani, europei ed extraeuropei. **Ferrero GEIE Learning Lab garantisce che il piano formativo di Gruppo sia adattato alle diverse realtà.** Oltre ad interventi in aula, attraverso una formazione di tipo "esperienziale", il piano di supporto prevede modalità di "actionlearning" che, accanto al rinforzo di conoscenze specialistiche legate ai nuovi ruoli gestionali e tecnici, promuove il lavoro per processi e l'applicazione di logiche di team interfunzionali.

**Novembre 2009**

**Cerimonia di premiazione del Master Michele Ferrero**



**L'Auditorium del Centro Ricerche del Gruppo Ferrero ha ospitato la cerimonia di premiazione per la consegna dei diplomi e dei premi legati alla seconda edizione del Master post universitario di secondo livello, in Scienza e Tecnologia dell'Alimentazione e Nutrizione Umana, intitolato a Michele Ferrero.**

I quattro migliori frequentatori hanno ricevuto una borsa di studio e alle due migliori tesi finali sono stati assegnati dei premi in denaro.

### **Diversi programmi di formazione e progetti sono stati promossi e realizzati da Ferrero Learning Lab.**

Tra i più importanti ricordiamo Capire Ferrero, Ferrero Academy (giunta alla 17° edizione con una partecipazione annuale di 363 colleghi), Finance Young Graduate Programme e Ferrero **Sales Academy**, Nutrition for Soremartec e Library for Operations .

Nel primo rapporto di responsabilità sociale è possibile trovare la descrizione dettagliata dei programmi di formazione Ferrero. Tra le novità segnaliamo:

**Sales Academy** è il programma di formazione che verrà completato e lanciato ufficialmente a febbraio 2011. Questo programma prevede complessivamente 20 corsi di formazione che rispondono ai fabbisogni formativi e di sviluppo della Forza Vendite Ferrero nel mondo.

Obiettivo dell'attività formativa è quello di creare consapevolezza sui valori nutrizionali dei nostri prodotti per fornire ai non addetti ai lavori un inquadramento scientifico di base sui temi inerenti i principi di nutrizione, gli aspetti di legislazione alimentare, il movimento e gli stili di vita.

#### **Library Operations**

Library Operations è l'ambizioso progetto cui Ferrero GEIE Learning Lab lavora dalla fine del 2007, i cui obiettivi sono di raccogliere e sistematizzare il 'Sapere' e il 'Sapere fare' del mondo Ferrero per rendere fruibile e quindi trasferire questo prezioso bagaglio di esperienze e conoscenze.

La Library Operations è un progetto in continuo divenire: sono stati progettati 26 moduli, 23 dei quali sono già stati erogati in diversi stabilimenti del Gruppo.

**Il nostro obiettivo è quello di veicolare questo prezioso sapere presso un sempre maggior numero di colleghi e di raggiungere così' velocemente uomini e donne degli stabilimenti più recenti del Gruppo.**

## **“DIVERSITY MANAGEMENT”**

Al fine di promuovere la gestione delle diversità culturali, Ferrero ha organizzato uno speciale programma in Europa ed in Asia. Lo scorso esercizio commerciale sono state realizzate le prime due edizioni pilota, una a Lussemburgo (11-12 gennaio 2010) a cui hanno partecipato 18 persone, una a Singapore (12-13 aprile 2010) dove hanno partecipato 16 colleghi provenienti da diverse aziende della Ferrero Asia.

Durante le giornate di formazione ci si è focalizzati sulla consapevolezza delle differenze culturali nel fare business, ponendo l'accento sulle competenze di leadership necessarie per lavorare efficientemente in Cina.

Per i colleghi asiatici è stato importante approfondire le differenze culturali con l'Europa e le caratteristiche delle aziende familiari italiane.

I principali contenuti del corso sono stati:

- ▣ “Cross-cultural leadership e cultural intelligence”
- ▣ Sviluppo dei talenti nei mercati emergenti
- ▣ “Leadership e organizational culture”
- ▣ Sviluppo Personale

## COMUNICAZIONE INTERNA

Anche per il 2010, sono state aperte nuove sezioni e arricchiti i contenuti di “myFerrero”, l’intranet di Gruppo, al cui interno convergono informazioni, conoscenze, esperienze e dati provenienti da tutte le funzioni aziendali. Da segnalare che il numero di utenti abilitati era pari a circa 5.000, ad inizio del 2006 e che ora **è salito a circa 8.000**.

Ogni mese circa 5.600 utenti distinti hanno acceduto almeno una volta al portale “myFerrero”.

## INTERCULTURA

Da sei anni il Gruppo Ferrero collabora con Intercultura, associazione internazionale di volontariato impegnata nella promozione e nell’organizzazione di scambi ed esperienze interculturali per ragazzi delle scuole secondarie. Ogni anno, il Gruppo finanzia borse di studio annuali e/o estive per figli di dipendenti che scelgono di arricchirsi culturalmente trascorrendo un periodo di vita e di scuola presso un paese straniero, ospiti di una famiglia locale. Nel periodo 2009/2010 sono state erogate 6 borse di studio.

## Prossimi passi - entro il 2013

- ▣ Lo sviluppo di progetti di analisi del “**clima interno**” per l’individuazione di azioni di miglioramento;
- ▣ Sviluppo di ulteriori iniziative di “**Diversity Management**” a partire dalla formazione manageriale;
- ▣ Iniziative/percorsi di sostegno all’inserimento dei giovani in azienda e corretta integrazione con aspetti di “**Work life Balance**”. Nell’esercizio 2009-2010 i giovani neo-laureati neo-inseriti nel Gruppo sono stati più di 100. La maggior parte di loro ha già seguito il programma Capire Ferrero, e, i neo assunti in azienda Italia fanno già parte del progetto Ferrero Care;
- ▣ Estensione delle **iniziative sociali e delle iniziative per la tutela della salute e sicurezza**.



Catena di produzione Ferrero.

## CAPITOLO 2:

Equilibrio nutrizionale,  
gusto per la qualità e stile di vita



## EQUILIBRIO NUTRIZIONALE, GUSTO PER LA QUALITÀ E STILE DI VITA

L'approccio alla nutrizione in Ferrero si basa su una valutazione integrale dell'alimentazione e non sulla semplice somma del valore calorico dei singoli nutrienti. Assumono per noi massima rilevanza i seguenti tre principi:

- ▣ **la fondamentale regola della varietà alimentare;**
- ▣ **il valore culturale, e non solo biochimico, della nutrizione;**
- ▣ **la costante analisi degli orientamenti dei consumatori.**

**Per questo, in Ferrero formuliamo i prodotti attraverso rigorose ricerche di carattere interdisciplinare, con un'attenzione estrema alla loro porzione, per renderli facilmente integrabili nella dieta giornaliera.**

Siamo impegnati nel contribuire a:

- ▣ ridurre negative abitudini nutrizionali come **saltare la prima colazione,**
- ▣ minimizzare la frequente inappetenza senile, attraverso **la formulazione di prodotti dal gusto appagante e unico.**

Tali obiettivi si realizzano attraverso costanti e rilevanti investimenti, volti tra l'altro a:

- approfondire **l'impatto metabolico dei prodotti** attraverso rigorose sperimentazioni, utilizzando i più significativi indicatori del metabolismo degli zuccheri (Indice Glicemico) e del soddisfacimento dell'appetito (Grelina), e promuovendo apporti alimentari per i BMEEs (*Between Meals Eating Episodes*) in armonia con l'apporto nutrizionale giornaliero;
- utilizzare **micronutrienti di origine naturale** all'interno di processi industriali "*mild*" (non intensivi) che li preservino;
- utilizzare processi che **evitino l'impiego di grassi parzialmente o totalmente idrogenati** (peraltro senza incremento del tenore di grassi saturi) **e di conservanti;**
- ricorrere a dolcificanti sintetici solo in gruppi merceologici specifici (*sugar free*), sempre privilegiando, nei limiti tecnologici attuali, il ricorso a **componenti naturali.**

Ferrero non utilizza i **grassi idrogenati** e quindi i suoi prodotti **non contengono gli acidi grassi trans (TFA) da tale origine. Ferrero inoltre non utilizza additivi e conservanti.**

Ferrero, inoltre, ha sempre perseguito, in modo prioritario, **lo sviluppo di prodotti contenenti fibre, vitamine e minerali apportati naturalmente dalle materie prime.**



## LA FORMULAZIONE DEI PRODOTTI E LA GIUSTA PORZIONATURA

Ferrero partecipa attivamente alle iniziative europee e nazionali volte alla riformulazione dei prodotti alimentari e persegue nella sua strategia a favore della riduzione delle porzioni, sempre attribuendo massima importanza alla qualità e al gusto dei prodotti.

Già dal 1976, Ferrero propone i prodotti della linea Kinder **in porzioni incartate singolarmente** con un peso tra 12,5 e 43 grammi.

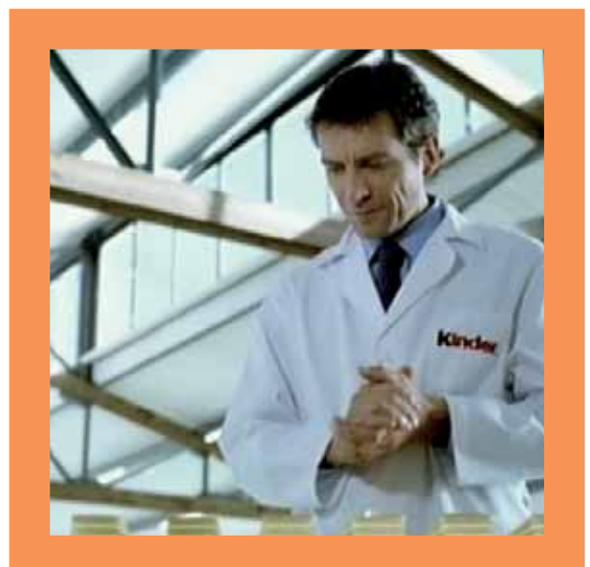
Nel corso del 2010, il Gruppo ha continuato ad attuare gli impegni assunti nel 2009 nell'ambito della **“Piattaforma europea per la dieta, l'attività fisica e la salute”**, in quattro aree tematiche:

- ▣ la formulazione e la giusta porzionatura dei prodotti;
- ▣ l'informazione nutrizionale corretta e l'educazione alimentare dei consumatori;
- ▣ la promozione dell'attività fisica e dello sport;
- ▣ la comunicazione pubblicitaria responsabile.

Ogni area tematica sarà oggetto di una dettagliata “relazione di monitoraggio” da presentare alla **Commissione europea, Direzione Generale Salute e Consumatori, nel gennaio 2011**.

A proposito delle iniziative intraprese da Ferrero in tale ambito, segnaliamo che nel corso del 2010 sono stati “testati” sul mercato, in vista del loro lancio, alcuni prodotti nuovi e alcuni prodotti modificati, che sono:

- uno snack Kinder ridotto nella porzione e nel valore energetico;
- uno snack Kinder con minor zucchero e grassi saturi;
- due prodotti “pralina” ridotti nella porzione e nel valore energetico;
- un prodotto “praline summer substitute” con una quantità ridotta di grassi saturi.



Concentriamo **la nostra attività di ricerca sull'approfondimento dell'impatto metabolico dei prodotti dolciari**, analizzandone il valore ed il ruolo svolto nell'ambito di un approccio equilibrato alla nutrizione.

In particolare, i nostri studi:

- ▣ sottolineano l'importanza della prima colazione, evidenziando le problematiche derivanti dall'abitudine di saltare la prima colazione anche considerando le prestazioni dei bambini a scuola;
- ▣ affrontano il problema del senso di sazietà dopo il consumo di alimenti tra i pasti principali;
- ▣ analizzano la biodisponibilità di antiossidanti del tè.



## I NOSTRI OBIETTIVI ENTRO IL 2015

- Proseguire la nostra partecipazione alle **iniziative europee** (es. "Piattaforma europea per la dieta, l'attività fisica e la salute") e **nazionali** in corso, volte alla riformulazione dei prodotti alimentari e soprattutto attinenti alla riduzione delle porzioni;
- Continuare l'**attività di ricerca e studio dell'impatto metabolico dei prodotti dolciari** in un approccio equilibrato alla nutrizione;
- Continuare l'**attività di ricerca e studio del contributo che i micronutrienti o alcuni costituenti funzionali delle materie prime** possono fornire per migliorare il benessere e la prevenzione, quando presenti significativamente su base naturale;
- Sviluppare attività di ricerca per l'identificazione e lo studio del possibile utilizzo di **una più ampia varietà di materie prime che presentino vantaggi nutrizionali e ridotto impatto ambientale**.

## SICUREZZA ALIMENTARE E GUSTO PER LA QUALITÀ

Il **“sacco conosciuto”**: così’ definiamo le nostre materie prime quando approdano negli stabilimenti, se corrispondono agli stringenti criteri Ferrero di tracciabilità, sicurezza e qualità. Un apposito protocollo interno infatti, definisce la frequenza dei controlli e le analisi organolettiche, chimico-fisiche e microbiologiche da eseguire sui campioni prelevati direttamente in accettazione negli stabilimenti.

Con l’obiettivo di integrare al meglio i dati di Gruppo relativi al processo di qualità e per rafforzare una gestione centralizzata di tale processo, utilizziamo un nostro **apposito sistema globale integrato**.

Tale sistema, denominato SAP-QM (Quality Management), è **operativo presso gli stabilimenti europei con una copertura del 90%**, in anticipo rispetto agli obiettivi del primo rapporto CSR.

Il confronto e la raccolta dei dati di qualità avviene quindi in modo sempre più globale e coordinato.

Anche in base al nuovo Codice di Condotta Commerciale, svolgiamo **controlli e operazioni di audit direttamente presso i nostri fornitori e sulle relative analisi** che sono tenuti ad eseguire sul materiale fornito.

La sicurezza industriale e alimentare in Ferrero è garantita sia da un sistema di procedure interne, costantemente revisionate e aggiornate, sia mediante certificazioni a cura di Enti esterni indipendenti.

Tutti i fornitori di Ferrero nel mondo sono selezionati e valutati a livello di Gruppo dalla “Qualità Centrale” con criteri univoci, anche attraverso una piattaforma elettronica che collega tutti i fornitori con i competenti uffici del Gruppo.



## LA QUALITA' DEI NOSTRI STABILIMENTI E LE RELATIVE CERTIFICAZIONI

La tabella seguente riporta lo stato delle certificazioni dei nostri stabilimenti e relativi obiettivi:

Stabilimenti	ISO 9002:1994	ISO 9001:2000	ISO 9001:2000	ISO 9001:2008	ISO 22000	ISO 17025	IFS	FSSC	
	dal	dal	di Gruppo Europa dal	dal	dal	dal	dal	dal	
Alba Italia	1999	2003	2005	<b>2008</b> (di Gruppo)		<b>2006</b>	<b>2007</b>		
Arlon Belgio	1996	2003					<b>2006</b>		
Balvano Italia	1996	2004							
Belsk Polonia	2001	2003						<b>2006</b>	
Cork Irlanda	1994	2004						<b>2011</b>	
Pozzuolo Italia	1998	2002							
S. Angelo dei Lombardi Italia	1999	2004							
Stadtallendorf Germania	1994	2003						<b>2007</b>	<b>2006</b>
Villers Ecalles Francia	1997	2003					2011		
Vladimir Russia				<b>2010</b>		<b>2010 (*)</b>			
Brantford Canada				previsto nel 2011/2012					
La Pastora Argentina	2000	2003		<b>2010</b>	2008			previsto ad agosto 2011	
Lithgow Australia	1999	2003							
Pocos de Caldas Brasile	1999	2002		<b>2010</b>	2007				
Quito Ecuador	1999	2000		<b>2010</b>					

(\*): certificazione nazionale Russa Gost

Naturalmente, tutti gli stabilimenti del Gruppo dispongono e mettono in pratica un piano HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points), ormai obbligatorio nell'Unione europea.

Gli stabilimenti Ferrero certificati da enti terzi indipendenti, come indicati nella tabella, secondo standard di sistemi di gestione della sicurezza alimentare, sono attualmente nove a cui ne aggiungeremo due nel 2011 (Cork e Villers Ecalles). I nove stabilimenti sono: Alba, Arlon, Belsk, Stadtallendorf (con certificazione IFS); La Pastora, Pocos de Caldas (con certificazione ISO 22000); Brantford, Lightow e Quito (con certificazione HACCP verificata da terzi).

Evidenziamo questa attività di certificazione specifica di sicurezza alimentare, in quanto la norma ISO 9001 si applica a tutto il settore manifatturiero e non è fortemente focalizzata sugli aspetti di sicurezza alimentare.

## I NOSTRI OBIETTIVI ENTRO IL 2015 E 2020

- 1 Implementare un **centro unico di raccolta reclami** dal mercato, dove confluiscano, in modo univoco e strutturato, tutte le segnalazioni dei consumatori, costituendo una banca dati mondiale, entro il 2015.
- 2 Raggiungere l'**integrazione degli "audit di sicurezza alimentare"** per tutti i *co-packer* (conti-lavoro) e i magazzini della "Supply-Chain", in modo da avere una copertura completa, entro il 2020.
- 3 Estendere la **certificazione di sicurezza alimentare ISO 22000 - FSSC** a tutti gli stabilimenti del Gruppo (si veda la tabella relativa alla certificazione degli stabilimenti).
- 4 Ottenere, a livello mondiale una certificazione ISO con unico manuale e procedure validi per tutto il Gruppo Ferrero: in tal modo, i nostri stabilimenti nel mondo costituiranno i reparti di un unico **"stabilimento virtuale globale"**, entro il 2020.

## POLITICA PER LA FRESCHEZZA DEI PRODOTTI

Il modello di business Ferrero è costruito per garantire sempre la freschezza dei prodotti e per evitare al massimo gli sprechi. Seguiamo il ciclo di vita del prodotto, sino al momento del consumo, compreso l'impatto degli imballaggi.

Eseguiamo un costante monitoraggio presso i rivenditori e **ritiriamo, a prezzi di mercato, i prodotti che non presentino le migliori condizioni al tatto, alla vista e all'olfatto, anche se la data di scadenza non è ancora stata raggiunta.** Ciò avviene in particolare in condizioni di clima caldo, come in estate, quando la produzione dei prodotti termosensibili viene sospesa. La nostra gestione degli stock privilegia costantemente la freschezza dei prodotti rispetto ai volumi consegnati ai rivenditori. Il nostro consumatore deve sempre poter trovare prodotti freschi sugli scaffali!

## LE ULTIME NOVITA' DEL CONTROLLO QUALITÀ

- 1 Il **portale intranet Ferrero** è stato esteso ai responsabili della qualità di tutti gli stabilimenti del Gruppo. Ciò consente un'efficace e capillare diffusione delle informazioni e delle procedure di qualità.
- 2 La procedura di valutazione del rischio sulle materie prime acquistate in tutto il mondo è effettuata centralmente da un **"Comitato di tecnici della Direzione Qualità di Gruppo"**, affinché tutte le materie prime rispondano ai medesimi, severi standard qualitativi.
- 3 Il **Gruppo di Lavoro Internazionale sulla Sicurezza Alimentare** opera coinvolgendo a livello mondiale tutte le strutture locali. Ciò permette di monitorare efficacemente le nuove sfide alla sicurezza degli alimenti, incluse quelle derivanti dalla "globalizzazione" dei mercati, sia per le materie prime che per gli imballaggi.
- 4 Nel perimetro temporale del presente rapporto, circa **250 ispettori hanno valutato "la Qualità Percepita" dei prodotti** (sia per quanto riguarda l'aspetto organolettico sia in merito alla freschezza) in oltre 500.000 punti vendita nel mondo.

## GLI ASSAGGI FERRERO

Come già descritto in dettaglio nel primo rapporto CSR, affinché i nostri prodotti siano conformi agli elevati standard di gusto Ferrero, **oltre ai classici test di laboratorio, realizziamo anche un'analisi sensoriale, da noi definita "assaggio"**, finalizzata ad esprimere un giudizio compiuto sull'aspetto estetico, sull'odore e sul gusto del prodotto.

Le attività di analisi includono:

- 1** gli assaggi delle materie prime, di cui si tiene conto nella fase di accettazione;
- 2** gli assaggi di linea sui semilavorati e prodotti finiti, di cui si tiene conto nella fase di produzione;
- 3** gli assaggi di "direzione";
- 4** i test a tela di ragno "spider web".

Annualmente nel Gruppo vengono effettuati oltre 400 mila assaggi, con una media mensile di 33.900 test e un panel di 1.700 assaggiatori. **Gli assaggi "di Direzione" sono effettuati settimanalmente dai responsabili delle unità produttive, con lo scopo principale di diffondere all'interno del Gruppo la "cultura dell'assaggio"**.

## CASI DI NON CONFORMITÀ

- a "ISO 9001: 2008":** Certificazione del sistema qualità Ferrero

Nel 2009-2010, negli stabilimenti del Gruppo sono stati eseguiti 7 controlli: le "Non Conformità" riscontrate rispetto ai requisiti della norma sono state inferiori al **3%**.

- b IFS: International Food Standard**

Nel 2009-2010, le verifiche condotte sulla "certificazione di prodotto", presso gli stabilimenti di Belsk, Stadtallendorf, Arlon, ed Alba hanno evidenziato un livello di corrispondenza pari a **97/100**.



## LA SENSIBILIZZAZIONE E L'EDUCAZIONE ALIMENTARE ATTRAVERSO IL COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ

Nel 2010, Ferrero ha continuato a sostenere il **Progetto EPODE** (acronimo francese che sta per **“Insieme per prevenire l'obesità infantile”**- [www.epode.fr](http://www.epode.fr)) in 4 paesi europei (Francia, Belgio, Spagna, Grecia), nonché il Network Europeo di EPODE (EEN), contribuendo al finanziamento delle attività del team di coordinamento.

Dal 2008, la metodologia EPODE ha ispirato molti programmi di educazione alimentare e di promozione dell'attività fisica, a partire da **EPODE (Francia), VIASANO (Belgio) e THAO (Spagna)**.

Successivamente, è stato lanciato in **Grecia (13 città) il programma PAIDEIATROFI, nei Paesi Bassi (6 città) il programma JOGG e in Scozia (8 comunità) il programma “HEALTHY WEIGHT COMMUNITIES”**.

Ferrero ha partecipato attivamente alle attività di EPODE nei diversi paesi, e alle riunioni dei gruppi di lavoro preposti. Nell'ambito del progetto, la misurazione dell'indice di massa corporea (BMI) dei bambini coinvolti ha fornito dati molto utili e incoraggianti, inducendo a portare avanti lo sviluppo della metodologia EPODE.

Nel novembre 2010, la seconda relazione tecnica e finanziaria del Network europeo di EPODE sarà sottoposta all'**Agenzia Esecutiva per la Salute e i Consumatori (EAHC) della Commissione europea**.

Il nostro obiettivo per il 2011 è quello di **confermare il sostegno al programma EPODE in Francia, Belgio, Spagna e Grecia nonché al Network europeo di EPODE (EEN)**.

STATO	PROGRAMMA	CITTÀ E PERSONE COINVOLTE	SITO WEB	ANNO	CONTRIBUTO FERRERO
Francia	EPODE	226 città attivate per 1 milione di persone coinvolte	<a href="http://www.epode.fr">www.epode.fr</a>	2006/11	500.000€
Belgio	VIASANO	15 città attivate per circa 300.000 persone coinvolte	<a href="http://www.viasano.be">www.viasano.be</a>	2007/11	400.000€
Spagna	THAO	44 città e 10 comunità autonome attivate, 2.688.449 persone coinvolte	<a href="http://www.thaoweb.com">www.thaoweb.com</a>	2008/11	300.000€
Grecia	PAIDEIATROFI	13 città	<a href="http://www.paideiatrofi.org">www.paideiatrofi.org</a>	2009/11	150.000€
Unione Europea	EUROPEAN EPODE NETWORK	4 Stati membri	<a href="http://www.epode-european-network.com">www.epode-european-network.com</a>	2007/10	450.000€

Il totale dell'investimento Ferrero 2006-2011 (compreso il supporto al Network) è pari a 1.800.000€

## PER LA PROMOZIONE DELL'ATTIVITÀ FISICA

**Kinder+Sport** è il progetto sviluppato da Ferrero per promuovere uno stile di vita sano attraverso la diffusione dello sport come pratica quotidiana, soprattutto fra i bambini.

Si riportano alcuni dati interni relativi alle attività di Kinder + Sport, inerenti al 2009-2010:

- ❑ **17 paesi coinvolti** (EXTRA EU: Cina e Russia);
- ❑ oltre **7 milioni** di ragazzi partecipanti;
- ❑ **7.000 set sportivi** installati nelle scuole e nei club;
- ❑ oltre 400 eventi sportivi promossi in tutta Europa;
- ❑ **21 campioni testimoni** per la promozione degli eventi sportivi e di uno stile di vita sano;
- ❑ **21 federazioni nazionali** sponsorizzate;
- ❑ **3 comitati olimpici** (CONI - Italia, DOSB - Germania, MOB - Ungheria);
- ❑ oltre **1 milione di visitatori** sul sito Kinder +Sport;
- ❑ investimento totale annuo Ferrero: **12 milioni** .



Particolarmente rilevante è la ricerca avviata nel 2008/2009 in collaborazione con l'Istituto di medicina dello sport di Torino, insieme alla Federazione Italiana di Pallavolo (FIPAV), al Ministero dell'Istruzione, al CONI e alle istituzioni locali, con l'obiettivo di misurare gli effetti di medio/lungo termine (5anni) sui bambini delle scuole coinvolte dal progetto Kinder+Sport mini volley.

**L'investimento totale Ferrero per questa ricerca è di 250.000 nel periodo 2009/2013.**

Per quanto riguarda, in particolare, l'anno scolastico 2009-2010, sono state coinvolte nel progetto di ricerca 16 classi del primo anno di **scuola secondaria**, per un totale di 319 studenti (155 ragazzi e 164 ragazze). Gli studenti sono stati sottoposti a valutazioni fisico-motorie e test, al fine di misurare il loro stato di salute ed efficienza fisica. I dati raccolti sono utilizzati come riferimento per le analisi future.

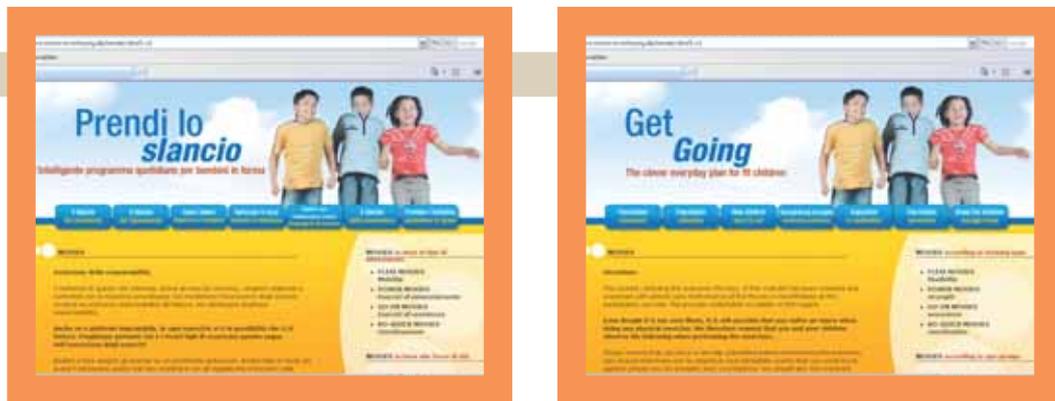
Attraverso appositi questionari rivolti alle famiglie e ai bambini stessi, contenenti domande sullo sport praticato dai bambini e, più in generale, sul loro stile di vita, sono stati raccolti anche dati qualitativi. Secondo i primi risultati dell'indagine, circa il 70% delle famiglie dichiara che i figli hanno partecipato alle attività sportive a scuola e oltre il 60% dichiara che il loro bambino vorrebbe continuare a praticare sport regolarmente.

**I primi risultati completi dello studio saranno disponibili nell'anno scolastico 2014-2015**, quando i primi bambini che avranno completato il ciclo di formazione primaria, saranno "monitorati" durante il primo anno di scuola secondaria.

## Un'iniziativa tedesca per un'alimentazione sana e una maggiore attività fisica

Il Ministero Federale per l'Alimentazione, l'Agricoltura e la Tutela dei Consumatori (BMELV) e il Ministero della Salute (BMG) tedeschi hanno premiato, lo scorso marzo, con il logo "Inform" il sito web "**Get going**", disponibile in quattro lingue, per il sostegno che questo fornisce agli obiettivi e gli sforzi di tale campagna nazionale sullo stile di vita. **Ferrero Germania sostiene tale iniziativa dal 2008.**

Il fondatore del sito [www.komm-in-schwung.de](http://www.komm-in-schwung.de) (disponibile anche in altre lingue) è il Prof. Stephan Martin, un'internista, endocrinologo e diabetologo, Direttore Medico del West German Diabetes and Health Centre di Düsseldorf. Il Prof. Martin è anche Presidente del Consiglio di Amministrazione della fondazione "Motivation for lifestyle changes". Per maggiori informazioni: [www.in-form.de](http://www.in-form.de).



## LASCIAMO PARLARE LE ETICHETTE

Sulla base del proprio impegno di autoregolamentazione assunto nel 2008, nel 2010 **Ferrero ha raggiunto la piena attuazione delle raccomandazioni CIAA (Confederazione delle Industrie Agro Alimentari europee) in materia di etichettatura nutrizionale, per tutti i prodotti Kinder e Nutella nei 27 Stati membri dell'Unione Europea.**

Tale impegno prevedeva l'inserimento:

- a** sul fronte della confezione: dell'"Energy Logo" previsto dalla raccomandazione CIAA (apporto energetico in valore assoluto e % GDA per porzione);
- b** sul retro della confezione: dei valori per porzione di energia, proteine, carboidrati (di cui zuccheri), grassi (di cui grassi saturi), fibre e sodio, nonché % GDA per porzione di energia, zuccheri, grassi, grassi saturi e sodio.

## PER UNA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA RESPONSABILE

Dal 2009, in ottemperanza alle autoregolamentazioni già sottoscritte, Ferrero **non indirizza le pubblicità dei propri prodotti alimentari ad audience composte in maggioranza da bambini sotto i 12 anni, nei 27 paesi UE, in Australia, Canada e Brasile.**

Nel corso del 2010, il Gruppo Ferrero si è impegnato per l'applicazione della **“Politica IFBA (International Food and Beverage Alliance)” di autoregolamentazione delle pubblicità indirizzate ai bambini** (telesive, su stampa e via internet) da applicare a livello globale a partire dal gennaio 2012.

Nel giugno del 2010, tale strategia è stata ulteriormente ampliata: i membri IFBA si sono infatti impegnati a non indirizzare comunicazioni commerciali relative ai loro prodotti alimentari nelle scuole elementari, salvo i casi di specifica richiesta o accordo con le amministrazioni scolastiche per scopi educativi.

Per la prima volta nel novembre 2009, è stata presentata all'**Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS)**, una relazione sui progressi delle iniziative adottate dall'IFBA, a sostegno della **“Strategia globale su dieta, attività fisica e salute”** della stessa OMS.

Tale relazione documenta il lavoro che le aziende aderenti ad IFBA - tra cui anche Ferrero - hanno realizzato per adempiere agli impegni presi nelle seguenti cinque aree: innovazione e riformulazione dei prodotti; informazione nutrizionale al consumatore; pubblicità e marketing ai bambini; dieta bilanciata e attività fisica; partnership pubblico-private.

Tale primo rapporto ha costituito l'inizio di un dialogo strutturato tra IFBA e OMS che continuerà con analoghe iniziative.

Il successivo rapporto sarà presentato all'OMS nel marzo 2011.

## DENTRO IL MONITORAGGIO DELLE PUBBLICITÀ

Nel 2009, **IFBA ha affidato ad “Accenture Media Management”(Accenture) l'incarico di verificare il rispetto da parte dei propri membri della politica globale di autoregolamentazione delle pubblicità indirizzate ai bambini in televisione, sulla stampa e su internet.**

L'attività di monitoraggio è stata ripetuta nel 2010 su un campione casuale di messaggi pubblicitari delle imprese in onda tra il 1° aprile e il 30 giugno 2010.

Il tasso di conformità globale delle aziende componenti IFBA per la pubblicità televisiva **“risulta pari al 96%”**; la percentuale di rispetto per la pubblicità su stampa e su internet è pari al 100% del campione analizzato.

**In aggiunta nel 2010, la “European Advertising Standards Alliance” (EASA)** ha effettuato un controllo della conformità delle comunicazioni commerciali contenute nei siti web aziendali di alcune aziende componenti la WFA, tra cui Ferrero, rispetto al **“Regolamento-quadro per una comunicazione pubblicitaria responsabile in ambito alimentare”** adottato dalla Camera di Commercio Internazionale (ICC - *International Chamber of Commerce*), nonché (dove applicabile) con i codici o regolamenti locali e / o settoriali che ne derivano.

Il campione esaminato da EASA ha incluso un totale di 352 siti web aziendali in 8 paesi.

**Per quanto riguarda Ferrero, su un totale di 35 siti web esaminati negli 8 paesi presi in esame, non è stata riscontrata alcuna violazione.**

## APPLICAZIONE DELLE AUTOREGOLAMENTAZIONI PUBBLICITARIE

Come già descritto nel primo rapporto CSR, il Gruppo Ferrero aderisce dal 1° gennaio 2009 all'EU Pledge (per maggiori informazioni si veda il sito [www.eu-pledge.eu](http://www.eu-pledge.eu)) con l'obiettivo di autoregolamentare le pubblicità (televisive, stampa e internet) indirizzate ai bambini al di sotto dei 12 anni.

Nel gennaio 2010 anche **in Messico, Ferrero ha sottoscritto il "Pledge di autoregolamentazione" delle pubblicità alimentari indirizzate ai bambini**, che prevede la pubblicazione entro il 31 dicembre 2010 dei relativi impegni individuali.

Nel corso del 2010, Accenture ha **effettuato il monitoraggio dell'applicazione del "Pledge UE", da parte delle 11 aziende firmatarie**, finalizzato a controllare in maniera indipendente il rispetto da parte delle imprese associate degli impegni di autoregolamentazione sottoscritti:

- in materia di pubblicità dei prodotti alimentari dirette ai bambini in TV, stampa e internet in Grecia, Ungheria, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo e Spagna;
- in materia di comunicazioni commerciali dei prodotti alimentari nelle scuole primarie: in Belgio, Italia, Slovacchia e Regno Unito.

Il monitoraggio 2010 del Pledge UE ha, inoltre, analizzato l'impatto dell'autoregolamentazione sull'effettiva esposizione dei bambini agli spot televisivi dei prodotti alimentari commercializzati dalle imprese associate al Pledge, verificandone le variazioni dal 2005 e rispetto al 2009.

Di seguito i risultati:

- ▣ **tassi di compliance elevati:** quasi il 100% per tutti i mezzi di comunicazione e 92% per la comunicazione nelle scuole;
- ▣ **una sostanziale riduzione dell'esposizione dei bambini alle pubblicità** di tutti i prodotti dei membri del Pledge UE: -30% nel 2009, -36% nel 2010 (rispetto al 2005);
- ▣ **una riduzione molto significativa dell'esposizione dei bambini** alle pubblicità dei prodotti che non soddisfano i criteri nutrizionali fissati dalle imprese: -56% complessivo nel 2009, -60% nel 2010 (rispetto al 2005).

L'obiettivo di Ferrero per il 2010 è stato quello di **ottimizzare il tasso di conformità delle pubblicità Ferrero al Pledge UE e di attuare le misure interne necessarie per affrontare i casi di non conformità** dovuti alla variabilità delle audience tra il momento della programmazione delle pubblicità e quello della loro effettiva messa in onda.

**La percentuale individuale di conformità Ferrero nei paesi monitorati nel 2010 è risultata compresa tra il 95,04% e il 100%.**



## PER LA PROMOZIONE DI UN APPROCCIO CRITICO ALLA PUBBLICITÀ

Anche nel 2010, Ferrero ha continuato a sostenere il programma Media Smart, in tutti i paesi in cui esso è attivo: Regno Unito, Germania, Olanda, Francia, Ungheria, Svezia e Portogallo, con l'obiettivo di aiutare i bambini a sviluppare un approccio critico verso i messaggi pubblicitari (per una descrizione dettagliata del programma si rinvia al primo rapporto CSR disponibile su [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)).

“Link” ai programmi nazionali di Media Smart:

**Belgio** - [www.raadvoordereclame.be](http://www.raadvoordereclame.be)

**Finlandia** - [www.mediasmart.fi](http://www.mediasmart.fi)

**Francia** - [www.pubmalin.fr](http://www.pubmalin.fr)

**Germania** - [www.mediasmart.de](http://www.mediasmart.de)

**Olanda** - [www.mediarakkers.nl](http://www.mediarakkers.nl)

**Portogallo** - [http://www.mediasmart.com.pt/media\\_smart.1.html](http://www.mediasmart.com.pt/media_smart.1.html)

**Regno Unito** - [www.mediasmart.org.uk](http://www.mediasmart.org.uk)

**Svezia** - [www.mediasmart.se](http://www.mediasmart.se)

**Ungheria** - [www.mediatudor.hu](http://www.mediatudor.hu)

L'obiettivo per il 2010 prevedeva di ampliare la copertura geografica del programma Media Smart così come la portata nei paesi in cui è già stato avviato. Oggi, Media Smart è attivo in 33.463 scuole europee.

## “BUSINESS 4 LIFE”

Ferrero UK è divenuta membro del programma “Business 4 Life”.

Promosso dall'Associazione britannica della pubblicità, “Business 4 Life” raggruppa aziende che utilizzano attivamente le proprie competenze di comunicazione e di marketing **per incoraggiare stili di vita sani**, collaborando all'azione di comunicazione del *Department of Health* denominata “*Change 4 Life*” nonché ad altre campagne governative analoghe.

Maggiori informazioni sul programma “Business 4 Life” sono disponibili su: [www.business4life.co.uk](http://www.business4life.co.uk)

## CAPITOLO 3:

Per un approvvigionamento  
sostenibile delle materie prime



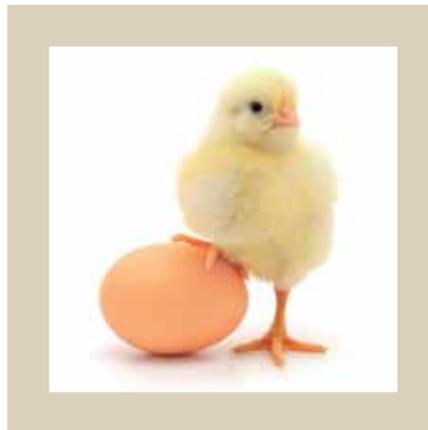
## PER UN APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE DELLE MATERIE PRIME

Il Gruppo Ferrero preferisce, da sempre, instaurare **rapporti commerciali diretti di lunga durata**, con i produttori e fornitori di materie prime, basati sul dialogo e sulla trasparenza.

Il nuovo **Codice di Condotta Commerciale di Gruppo** stabilisce, tra l'altro, chiari requisiti riguardanti l'elevata qualità e freschezza delle materie prime nel pieno rispetto dei principi etici e di sostenibilità (per il testo completo del Codice di Condotta Commerciale si veda la parte introduttiva al presente rapporto). Il Codice è correlato da un piano di condivisione, da attuare entro il 2013, con gli attori interni ed esterni della catena produttiva, denominato **piano ABCDE** (A Business Code Dialogue Engagement), che ci consentirà di rafforzare ulteriormente le relazioni del Gruppo con i fornitori di materie prime.

Anche attraverso il piano ABCDE, il Gruppo Ferrero promuoverà, congiuntamente ai fornitori di materie prime ed agli agricoltori, l'impegno a favore:

- ▣ delle **buone pratiche agricole**, così definite: "l'applicazione della conoscenza disponibile per l'uso delle risorse naturali in modo sostenibile per la produzione di alimenti sani e sicuri e di prodotti agricoli non alimentari, nel rispetto dell'essere umano per garantire produttività economica e stabilità sociale" (FAO, Buone Pratiche Agricole, giugno 2002);
- ▣ della **protezione degli animali** e il rispetto del loro benessere, considerando che "gli animali sono esseri senzienti" (come definiti dalla Direttiva europea 86/609). Per l'approvvigionamento delle materie prime del Gruppo Ferrero, tale principio vige soprattutto per le galline e le mucche.



## I NOSTRI INGREDIENTI PRINCIPALI

La provenienza geografica e le modalità di approvvigionamento delle materie prime utilizzate dal Gruppo costituiscono i parametri fondamentali delle nostre scelte. I nostri due criteri di selezione sono quindi: **l'eccellenza nella qualità** ed il **rispetto dei diritti umani e della sostenibilità**.

Nell'anno 2008/2009 il totale delle materie prime da noi utilizzate ammontava a 925.000 tonnellate a fronte di **932.784 tonnellate utilizzate nel 2009/2010**.



## DALLA FAVA DI CACAO AL CIOCCOLATO

Il nostro obiettivo è quello di approvvigionarci, entro il 2020, di **cacao sostenibile per il 100% del fabbisogno di Gruppo**, avendo sempre massima cura per i requisiti di qualità, nel rispetto delle aspettative dei nostri consumatori.

Al fine di creare le migliori condizioni per raggiungere tale obiettivo e considerata l'estrema complessità della filiera del cacao (con oltre un milione e mezzo di singoli contadini, innumerevoli intermediari, difficoltà logistiche e situazione geo-politica dei paesi produttori), continuiamo a supportare un **approccio collettivo a livello settoriale**. Ciò consente di promuovere la sostenibilità della filiera del cacao, in stretta collaborazione con i paesi produttori e con tutti gli altri attori industriali coinvolti.

A livello mondiale, siamo membri attivi delle seguenti Organizzazioni:

- **World Cocoa Foundation (WCF)** ([www.worldcocoafoundation.org](http://www.worldcocoafoundation.org)), fondata nel 2000 dalle aziende del settore, con l'obiettivo di migliorare il benessere della comunità in cui viene coltivato il cacao, con particolare attenzione al reddito dei contadini, all'educazione e all'organizzazione delle comunità e al rispetto dell'ambiente, anche attivando partnership con ONG e istituzioni;
- **International Cocoa Initiative (ICI)** ([www.cocoainitiative.org](http://www.cocoainitiative.org)), fondata nel 2002 in partnership con altre organizzazioni dolciarie, i Sindacati e le ONG per monitorare e sostenere l'impegno dell'eliminazione delle peggiori forme di lavoro minorile e lavoro forzato nella produzione di cacao e dei prodotti derivati. L'ICI mira ad accrescere la consapevolezza dei produttori, supportando programmi di sensibilizzazione e di educazione basati sulla condivisione delle esperienze sul campo.

Aderiamo inoltre al **“Protocollo Harkin-Engel”**, firmato nel 2001, con l'obiettivo di ridurre le peggiori forme di lavoro minorile nei paesi dell'Africa occidentale, nonché al **“Framework di azione per l'applicazione del Protocollo”**, firmato nel 2010, che favorisce specifici progetti di sostegno ed introduce iniziative a favore delle famiglie e dei bambini che vivono nelle comunità produttrici di cacao della Costa d'Avorio e del Ghana.

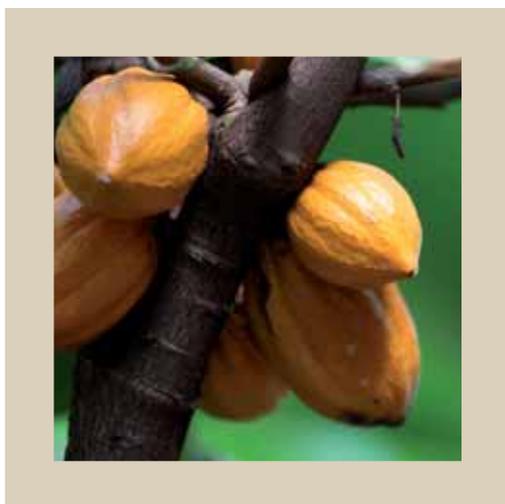
Oltre a tali iniziative a livello mondiale, il Gruppo Ferrero è direttamente impegnato in **progetti specifici di partnership locale**, al fine di garantire **assistenza e formazione** agli agricoltori, anche tramite l'assegnazione di un premio economico per la qualità delle fave di cacao, con l'obiettivo principale di rilanciare le economie locali e generare benefici sociali ed economici. In **Costa d'Avorio**, abbiamo avviato progetti per l'approvvigionamento di **cacao certificato da Rainforest Alliance** ([www.rainforest-alliance.com](http://www.rainforest-alliance.com)) in partnership con Touton ([www.touton.fr](http://www.touton.fr)). Anche in **Ghana e in Nigeria** continua il nostro impegno, in collaborazione con **Source Trust** ([www.sourcetrust.com](http://www.sourcetrust.com)), teso all'approvvigionamento di cacao tracciabile e al miglioramento delle condizioni di vita delle comunità locali coinvolte dalla filiera. In **Ecuador**, la **Fondazione Maquita Cushunchic Como Hermanos - MCCH** ([www.fundmcch.com.ec](http://www.fundmcch.com.ec)) continua ad essere il nostro principale fornitore di fave di cacao.

Nel 2009/2010, circa 10.000 soci (di cui 2.500 nel cacao) hanno beneficiato di un sostegno, da parte del Gruppo Ferrero, pari al 20% delle donazioni complessive, per il completamento di una nuova struttura di selezione, smistamento e classificazione del cacao, nella fase antecedente all'esportazione.



Nel 2010, sono stati avviati nuovi progetti per l'approvvigionamento di cacao certificato UTZ ([www.utzcertified.org](http://www.utzcertified.org)) in **Africa Occidentale** e nuovi progetti seguiranno negli altri paesi produttori di cacao.

Complessivamente nel 2009/2010, circa il 10% del cacao Ferrero proviene da fonti tracciabili e certificate come sostenibili. L'insieme di tali **ed ulteriori nuove iniziative ci consentirà di approvvigionarci del 100% di cacao sostenibile, entro il 2020.**



## LE NOCCIOLE

Ferrero è tra i maggiori utilizzatori al mondo di nocciole, **provenienti perlopiù dall'Italia e dalla Turchia**. Per preservarne al massimo la qualità, **sono stati sviluppati processi di tostatura e impianti con tecnologie esclusive**, che permettono di esaltare l'aroma e il gusto di questo nostro ingrediente di base.



Nell'anno in esame, la Ferrero ha **dedicato particolare attenzione alle relazioni con i fornitori di nocciole provenienti dalla Turchia**. I temi trattati riguardano gli elevati standard di qualità e sicurezza e alcuni aspetti etici, sociali ed ambientali. Abbiamo intensificato gli scambi con le Autorità nazionali per un affinamento delle attività svolte sul campo in ottemperanza delle Convenzioni internazionali contro lo sfruttamento del lavoro minorile e a favore di un approvvigionamento ecosostenibile. I risultati di tale processo possono essere riassunti nel documento che segue, sottoscritto da Ferrero e da tutti i fornitori turchi.

Nel corso del 2011, prevediamo di intensificare il nostro impegno in tal senso anche all'interno delle Associazioni di categoria e settoriali a livello europeo ed internazionale.

**FERRERO®**

**OLTAN**  
EXPORT - IMPORT



STELLİFERİ FİNDİK  
ve Gıda Sanayi A.Ş.

**progida BALSU**

**GÜRSOY**  
SINCE 1933  
GÜRSOY TARIMSAL ÜRÜNLER GIDA SAN.VE TIC. A.Ş.

**yavuz**  
Hazelnut Products

**P&P**  
POYRAZ POYRAZ

**SABİR**  
SABİRLAR Ltd. Şti.  
SABİR HAZELNUT

Per quanto riguarda la **coltivazione, la raccolta e la vendita** delle nocciole, le aziende indicate e il Gruppo Ferrero si impegnano a:

- ▣ **assicurare l'eccellenza della produzione**, secondo standard di **freschezza, qualità e sicurezza**;
- ▣ **sostenere le buone pratiche agricole rispettose dell'ambiente e della biodiversità**, limitando l'utilizzo di agenti chimici ed incoraggiando pratiche ecosostenibili;
- ▣ **rispettare e far rispettare dai propri fornitori, condizioni di lavoro ed economiche pienamente conformi a tutte le normative vigenti**, ai regolamenti e alle leggi locali, oltre che alle **Convenzioni internazionali applicabili**;
- ▣ **evitare il ricorso a qualsiasi forma di lavoro minorile**, a cominciare dalle forme più gravi, e di lavoro forzato;
- ▣ **sostenere la stabilità del reddito degli agricoltori** anche attraverso l'applicazione, ove possibile, di specifici meccanismi commerciali (ad esempio contratti a lungo termine);
- ▣ **incoraggiare politiche di prezzo equo e trasparente** per entrambe le parti nel rispetto del **"Principio di Indipendenza"** secondo il quale: i partner commerciali riconoscono di essere entità economiche indipendenti e rispettano il reciproco diritto di definire la propria strategia e politica di gestione, in termini di produzione, distribuzione, vendita, marketing e finanza, inclusa la libertà di decidere indipendentemente se firmare o meno un accordo.

Nel 2006, Ferrero ha creato la **“Hazelnut Business Development” (HBD)**, con l’obiettivo di **stabilire delle partnership a lungo termine con coltivatori, avviare progetti di sviluppo con Governi locali, istituzioni finanziarie e investitori privati. Numerose sono le attività svolte in Cile, Argentina, Georgia e Sudafrica** e per una loro descrizione si rinvia al primo rapporto CSR ([www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)).

Negli obiettivi nel primo rapporto CSR, avevamo previsto entro il 2013 il lancio, in Georgia, del progetto finalizzato ad ottenere certificati di riduzione dell’anidride carbonica in atmosfera. Questi devono essere generati seguendo le metodologie elaborate nell’ambito degli accordi del **protocollo di Kyoto** del 1997. Di seguito le caratteristiche principali del progetto e le novità emerse nell’anno 2009-2010:

- ▣ **La società del Gruppo Ferrero Agrigeorgia ha iniziato il processo di validazione del primo progetto agroforestale a livello internazionale.** La metodologia adottata prevede che la realizzazione e la gestione della piantagione di nocciole, nell’ovest della Georgia, siano effettuate ottimizzando i livelli di CO<sub>2</sub>.
- ▣ Il progetto genererà circa 550.000 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq codificate in **crediti di carbonio “VER (Voluntary Emission Reductions)” secondo lo standard “CarbonFix”**. Agrigeorgia garantirà che il 10% della superficie totale su cui opera sia gestita come area di conservazione naturale dove l’impegno maggiore sarà quello di valorizzare e preservare la biodiversità vegetale e animale. Le condizioni lavorative dei dipendenti Agrigeorgia saranno costantemente monitorate come indicatore del progetto per tutta la sua durata che sarà di 50 anni.

**Prossimi passi: la validazione esterna** del progetto è prevista tramite l’ente tedesco **TÜV SÜD entro la fine del 2011**; successivamente lo schema verrà esteso anche ad altre aree dove opereranno “aziende agricole” del Gruppo, con particolare interesse al contesto africano.



## OLIO DI PALMA

Ferrero ha sviluppato un'esclusiva tecnica di frazionamento dell'olio di palma che consente di mantenere intatte le qualità organolettiche del prodotto, aumentandone la cremosità e, allo stesso tempo, **evitando il ricorso ai grassi idrogenati**.

Come già anticipato nel primo rapporto CSR, non acquistiamo olio di palma dall'Indonesia, teatro di estese deforestazioni, ma dalla Malesia (e quasi esclusivamente dalla Malacca) e dalla Papua Nuova Guinea.

Dal 2005, Ferrero si è resa parte attiva della **“Round Table on Sustainable Palm Oil”** ([www.rspo.org](http://www.rspo.org)), Organizzazione che rappresenta i consumatori, i trasformatori e rivenditori di olio di palma, oltre che banche, investitori e associazioni ambientaliste e di sviluppo sociale.

I principali obiettivi perseguiti dalla RSPO sono:

- ▣ la sospensione delle attività di deforestazione selvaggia legate alla coltivazione della palma da olio;
- ▣ un sistema di tracciabilità e di certificazione credibile.

Continua l'impegno di Ferrero nell'ambito della **campagna “Deforestazione zero”** diretta a fermare la distruzione delle foreste del Sud Est Asiatico legata all'espansione delle coltivazioni di palma da olio. Nel corso del 2011, il Gruppo Ferrero, insieme agli altri firmatari, continuerà a promuovere tale campagna con l'obiettivo, tra l'altro, di far convergere tutte le singole iniziative verso il traguardo comune di un approvvigionamento sostenibile dell'olio di palma, entro il 2015.

Nel primo rapporto CSR, avevamo anticipato che **il nostro obiettivo è quello di approvvigionarci, entro il 2015, di olio di palma certificato come sostenibile per il 100% del nostro fabbisogno**. Più nel dettaglio, è nostra intenzione approvvigionarci di olio di palma, ove possibile, segregato e/o certificato sostenibile.

In vista di tale obiettivo, nei prossimi anni prevediamo di approvvigionarci secondo le quantità indicate nella seguente tabella di marcia:

Quadro temporale	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
%Olio di palma certificato come sostenibile	Oltre il 10%	25-30%	30-50%	50-70%	100%

L'olio di palma certificato come sostenibile corrisponde alle seguenti caratteristiche:

- ▣ produzione secondo gli stringenti criteri della RSPO;
- ▣ provenienza da Malesia, Papua Nuova Guinea, Brasile (e Centro America) in quanto aree attualmente ritenute maggiormente rispettose delle Convenzioni internazionali applicabili in materia di diritti umani e di salvaguardia dell'ambiente e della biodiversità.

Rivestono importanza fondamentale nel raggiungimento di tali obiettivi le condizioni geopolitiche dei paesi coinvolti e le conseguenti condizioni commerciali.

## IL LATTE

Il Gruppo si approvvigiona di latte proveniente da fornitori scrupolosamente selezionati ed estremamente affidabili, in aree a vocazione lattiera, con caratteristiche di freschezza ideali per garantire l'ottima qualità di un prodotto così delicato e prezioso, in particolare per i bambini.

I rapporti di lunga durata ci consentono di realizzare nel tempo un programma di sviluppo e crescita reciproca, sviluppando una filiera corta e sostenibile.

Come anticipato nel primo rapporto CSR, continuiamo a sostenere il **“progetto di filiera integrata”**, che mira a fidelizzare tutta la filiera, dall'allevatore al produttore dei semilavorati (latte intero e scremato in polvere e burro anidro), corrispondendo un prezzo adeguato e senza fattori speculativi. Ciò è possibile attraverso appositi accordi con alcuni nostri fornitori (tra cui **In.al.pi** e **Mittelelbe GmbH**) che ci consentono di incrementare le quantità di materie prime ad origine locale e più vicine ai siti produttivi.

**In anticipo rispetto a quanto previsto nel primo rapporto di responsabilità sociale, ci prefiggiamo di raggiungere il 30% dell'approvvigionamento di prodotti derivati dal latte da filiera integrata entro la fine del 2012.**

Stabilimenti in Europa <b>origine Unione europea</b>	Quito (Ecuador) <b>origine Ecuador/Argentina/Colombia</b>	
La Pastora (Argentina) <b>origine Argentina/Uruguay</b>	Brantford (Canada) <b>origine Canada e Usa</b>	
Pocos de Caldas (Brasile) <b>origine Brasile</b>	Lithgow (Australia) <b>origine Australia</b>	

## CAFFÈ

Ferrero utilizza principalmente caffè di qualità Arabica, proveniente dal Sud America. **Il nostro obiettivo è quello di approvvigionarci unicamente di caffè certificato come sostenibile entro il 2015.** Si tratta di una certificazione di prodotto e di processo, ovvero rispettosa di principi etici e sociali connessi alle condizioni di coltivazione, raccolta e selezione del caffè e in ottemperanza agli stringenti requisiti di qualità applicati dal Gruppo.



## LO ZUCCHERO

Ferrero è impegnata da decenni con cooperative agricole e produttori di zucchero situati principalmente in Germania, Francia, Polonia, Belgio, Irlanda e Canada. In particolare, in Germania ed in Italia intratteniamo relazioni con gli stessi fornitori da circa 40 anni.

Recenti accordi comunitari a sostegno dei Paesi in via di Sviluppo hanno facilitato l'approvvigionamento da Paesi terzi e il Gruppo Ferrero ha messo in atto procedure di selezione di nuovi produttori in varie regioni del mondo sulla base degli stringenti criteri di qualità ed ecosostenibilità applicati da sempre.

Lo zucchero che acquistiamo può essere indicativamente ripartito nel seguente modo: 80% zucchero da bietola e 20% zucchero di canna raffinato.

In accordo con quanto previsto dalla strategia di Gruppo sul non utilizzo di Organismi Geneticamente Modificati - OGM (si veda la parte dedicata al Codice di Condotta Commerciale nella parte introduttiva del presente rapporto), **il Gruppo si approvvigiona esclusivamente di zucchero non derivante da OGM**. Come previsto nel primo rapporto CSR, nel 2010 il Gruppo ha confermato la propria iscrizione al registro "**Bonsucro™ - Better Sugar Cane Initiative**" ([www.bonsucro.com](http://www.bonsucro.com)). L'obiettivo di tale iniziativa internazionale è quello di definire gli indicatori globali per la sostenibilità nella produzione di zucchero da canna. I soci fondatori, tra cui Ferrero, tendono ad identificare i criteri di una certificazione che comprovi i miglioramenti economici, ambientali e sociali dell'intera filiera.



## LE UOVA

Il Gruppo Ferrero utilizza unicamente uova europee e provenienti da Italia, Germania, Francia e Svezia. Con molti dei nostri fornitori abbiamo stabilito delle relazioni professionali da **oltre 20 anni**. Per quanto riguarda il benessere delle galline e le condizioni dell'allevamento, il Gruppo si sta adoperando per anticipare l'applicazione delle disposizioni della nuova Direttiva europea, con particolare riguardo all'utilizzo di uova provenienti da galline allevate "a terra". Le nuove disposizioni entreranno in vigore a partire dal gennaio 2012.

**Nel frattempo, la Ferrero attua il concetto di benessere degli animali, utilizzando, ove possibile, uova di galline allevate a terra.** Abbiamo previsto un progressivo aumento di tale fornitura, nei limiti della disponibilità sul mercato di uova di eccellente qualità e garantite come corrispondenti ai requisiti di massima freschezza e sicurezza.



Di seguito una tabella riepilogativa dei principali obiettivi descritti.

Materie prime	Obiettivi	Scadenze
OLIO DI PALMA	100% certificato sostenibile	2015
CACAO	100% certificato sostenibile	2020
CAFFÉ	100% certificato sostenibile	2015
LATTE	30% da filiera integrata	2012

## CAPITOLO 4:

La “performance” ambientale  
del Gruppo



## LA PERFORMANCE AMBIENTALE DEL GRUPPO

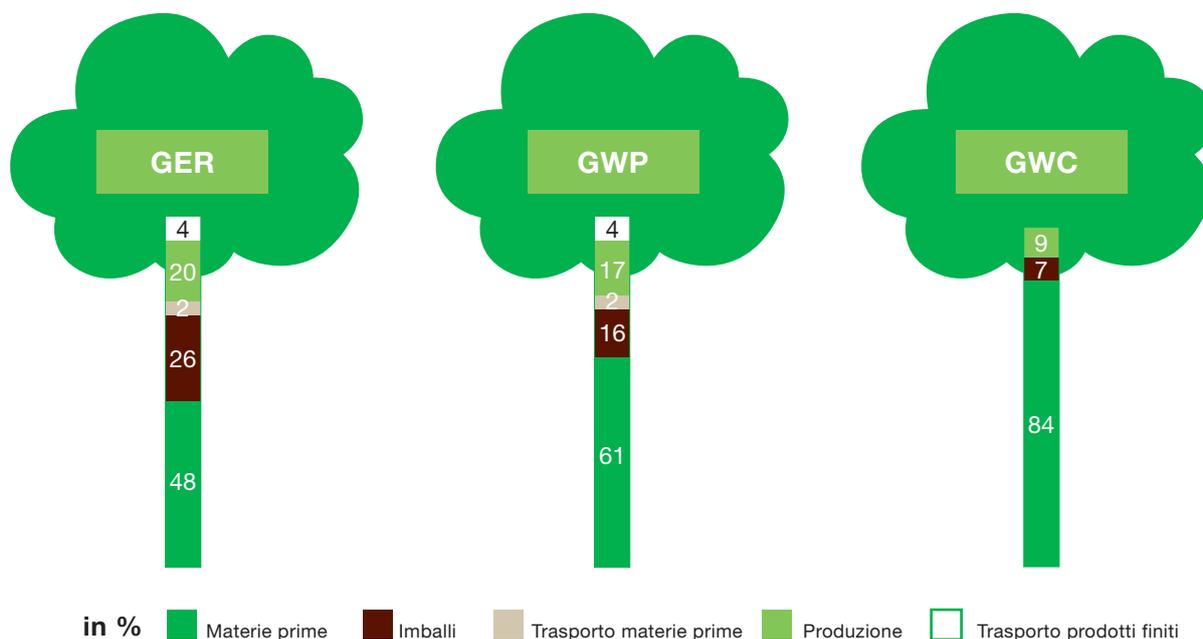
Da anni, misuriamo l'impatto ambientale di tutte le nostre attività in linea con gli standard internazionali applicabili.

Nel 2009, abbiamo lanciato il progetto **"Sustainable Operations & SCI"** per comparare e misurare l'impatto ambientale del Gruppo, lungo tutta la catena del valore<sup>1</sup>.

Sulla base di queste approfondite analisi, abbiamo messo a punto **tre indicatori d'importanza fondamentale che consentono di misurare l'impatto ambientale dell'intero Gruppo Ferrero:**

- ❑ **Gross Energy Requirement (GER):** energia totale estratta dall'ambiente;
- ❑ **Global Warming Potential (GWP):** contributo al riscaldamento globale del pianeta dei gas serra impiegati direttamente e indirettamente in kg di CO<sub>2</sub> equivalenti;
- ❑ **Global Water Consumption (GWC):** volumi di consumo idrico diretto e indiretto.

Il grafico che segue riporta i valori di tali indicatori ripartiti sulla base del loro impatto percentuale sull'intera catena del valore:

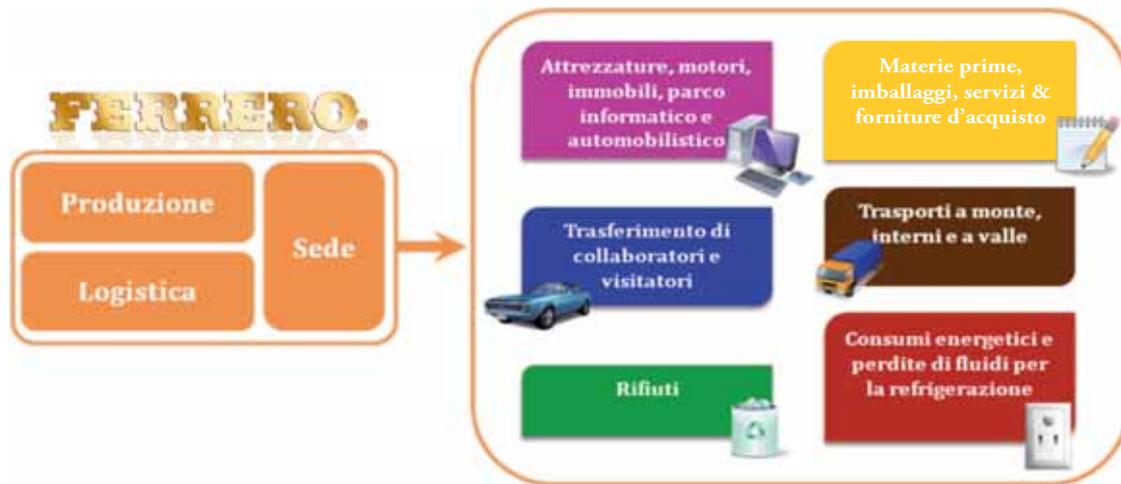


Perimetro dei dati: materie prime e imballi strategici per il Gruppo, 15 stabilimenti, magazzini a gestione diretta e trasporti gestiti dalla "logistica", calcolati con metodi allineati agli standard ISO di settore. L'incidenza del trasporto degli imballi rispetto agli altri fattori è trascurabile. Per i dettagli sul trasporto dei prodotti finiti, si vedano i paragrafi successivi.

Tali risultati sono ulteriormente dettagliati nel seguito del presente rapporto, evidenziando le performance operative e relativi target al 2020 su tutte le aeree coinvolte.

<sup>1</sup> Per le metodologie utilizzate, si veda la scheda tecnica alla fine del presente rapporto.

Ferrero Francia, durante l'anno commerciale 2009-2010, ha portato a termine un progetto di “**carbon footprinting**” che misura le emissioni dirette ed indirette generate dalle attività di produzione, logistiche e di sede. In base ai risultati di questo studio, che evidenziano **emissioni** pari a **320.000 teqCO<sub>2</sub>**, Ferrero Francia compare tra le realtà del settore con emissioni più limitate rispetto a registrazioni sino ad un massimo di **9.500.000 teqCO<sub>2</sub>**.



## LA PERFORMANCE AMBIENTALE DEI NOSTRI STABILIMENTI

I quindici stabilimenti che rientrano nel perimetro di analisi sono quelli situati in Europa, Americhe e Oceania (per la lista completa degli stabilimenti si veda la parte introduttiva del presente rapporto).

Di questi, dieci hanno progressivamente implementato, nel corso dell'ultimo decennio, **un sistema di gestione ambientale, che è stato certificato secondo la norma ISO 14001:2004**. In tutti gli stabilimenti esistono consolidate modalità di gestione e controllo degli aspetti ambientali, con definizione e allocazione delle relative responsabilità.

Parallelamente al progetto “Sustainable Operations & SCI”, nel corso del 2009 è stata costituita un'unità “Sostenibilità ambientale” che si occupa degli stabilimenti, attraverso:

- ▣ il presidio delle attività di misurazione e gestione degli aspetti ambientali;
- ▣ il coordinamento delle azioni di miglioramento continuo;
- ▣ la supervisione dei sistemi di gestione ambientale, anche attraverso lo svolgimento di audit periodici in campo;
- ▣ la programmazione di interventi di formazione sui temi ambientali.

## CONTRO LO SPRECO E PER LA GESTIONE DEGLI SCARTI

I principali tipi di scarti derivanti dalle attività produttive sono: scarti di processo, scarti da imballaggi, scarti derivanti da attività di manutenzione e scarti di laboratorio.

Negli stabilimenti produttivi trovano **applicazione consolidata attività e strategie volte al recupero degli scarti prima della loro trasformazione in rifiuti**: in quest'ottica, sono attivati canali per il riutilizzo degli scarti di processo (materie prime secondarie) come sottoprodotti per la produzione di mangimi animali ed è consolidata la raccolta differenziata degli altri scarti, che vengono così avviati ad attività di recupero esterno. Laddove possibile, alcuni tipi di scarti / rifiuti vengono sottoposti a riduzione volumetrica prima del conferimento (per i valori di riferimento si veda la tabella alla fine del capitolo).



## LA NOSTRA STRATEGIA DI RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

Le caratteristiche delle emissioni in atmosfera degli stabilimenti sono quelle legate alla **lavorazione delle materie prime** vegetali ad uso alimentare, alla produzione di energia elettrica e termica e quelle connesse al processo produttivo.

Per il contenimento delle sostanze presenti nelle emissioni (principalmente polveri alimentari e composti organici volatili) sono applicate le **tecnologie di abbattimento** più appropriate, quali: filtri, cicloni, scrubber a umido.

Sono oggetto di particolare attenzione anche le **emissioni accidentali** di gas refrigeranti che hanno impatto ambientale sia in termini di potenziale ozono lesivo (ODP) sia di effetto serra: viene posta specifica attenzione alla prevenzione di queste emissioni sia tramite azioni di manutenzione preventiva sia attraverso la sostituzione degli impianti di produzione del freddo più datati, orientando le scelte dei fluidi refrigeranti verso quelli a minore impatto ambientale. Sono poi utilizzati, laddove possibile, per la produzione di freddo, sistemi ad assorbimento che utilizzano disponibilità di energia termica e fluidi refrigeranti a basso impatto ambientale. (Per i valori di riferimento si veda la tabella alla fine del capitolo).

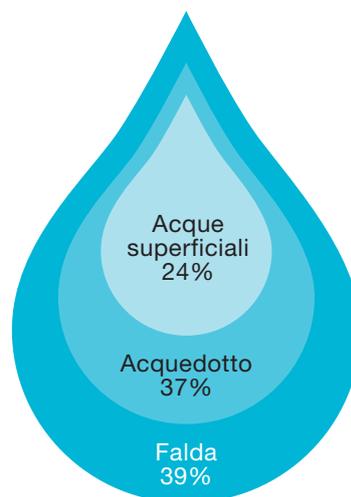
## LA NOSTRA STRATEGIA PER IL RISPARMIO IDRICO

Nei nostri processi produttivi, utilizziamo l'acqua, dopo specifici trattamenti, come:

- ▣ materia prima,
- ▣ per usi tecnici nelle linee di processo (come vettore termico),
- ▣ per usi tecnologici (ad es. nei sistemi di lavaggio),
- ▣ per usi civili.

Le fonti di approvvigionamento sono: prelievi da acque superficiali, acquedotti pubblici e acqua di falda.

### Approvvigionamento idrico per fonte



\*Dati interni: 15 stabilimenti del Gruppo

Per la riduzione del consumo idrico, applichiamo **diverse tecniche di risparmio**, tra cui l'impiego di sistemi di lavaggio cleaning in process (CIP) e l'installazione di erogatori ad azionamento automatico. È consolidata, negli stabilimenti produttivi, l'adozione di impianti di raffreddamento a torri evaporative, che, grazie al ricircolo di acqua, consente una riduzione dei prelievi idrici. Sono inoltre state avviate azioni di **analisi dei sistemi di distribuzione dell'acqua**, con l'obiettivo, a breve termine, di razionalizzare i consumi e eliminare eventuali perdite.

Le caratteristiche delle acque reflue sono quelle tipiche della produzione alimentare da materie prime di prevalente origine vegetale, con un rapporto COD/BOD5 dell'ordine di 1,6÷2, e **l'assenza di sostanze tossiche o inibenti**.

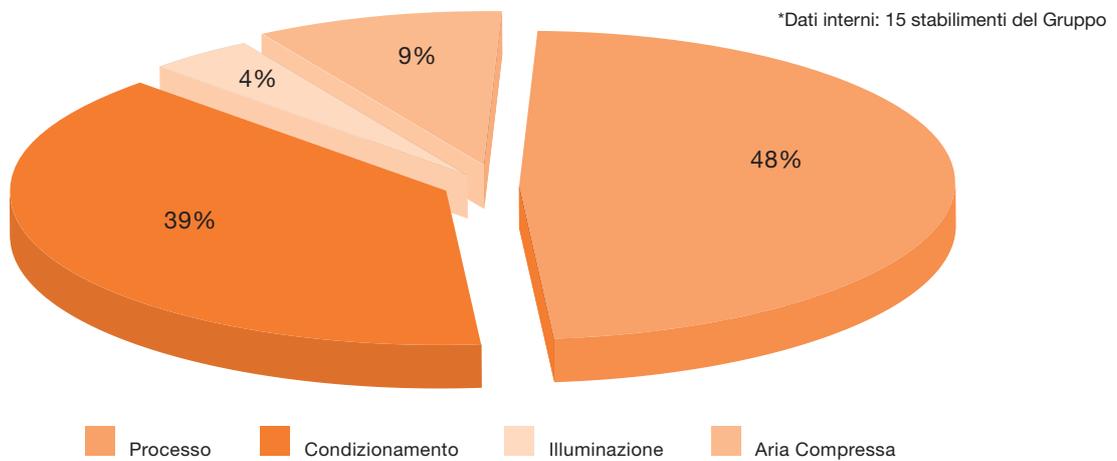
Negli stabilimenti le acque reflue vengono convogliate, tramite reti fognarie differenziate per tipologia, a impianti di trattamento interni o esterni.

(Per i valori di riferimento si veda la tabella alla fine del capitolo).

## LA NOSTRA STRATEGIA ENERGETICA

Le due principali forme di energia utilizzate negli stabilimenti produttivi Ferrero sono: l'**energia elettrica e termica**. La prima è la sola forma di energia indiretta utilizzata. Il mix di generazione elettrica (fonti fossili/fonti rinnovabili) è specifico ed estremamente variabile per ogni paese e per ogni singola società di produzione. L'utilizzo dell'energia elettrica è legato alle linee di processo, ai sistemi di condizionamento, ai sistemi di produzione di aria compressa e all'illuminazione: la ripartizione degli usi energetici tra queste utenze è rappresentata nella figura seguente.

### Principali utilizzi dell'energia elettrica in uno stabilimento tipo



L'energia termica è utilizzata, in grande prevalenza, per il processo produttivo, cui si affiancano impieghi di condizionamento dei locali.

Sono da tempo messe in atto **iniziative di risparmio energetico e di miglioramento dell'efficienza negli usi energetici**: procedure di gestione dell'energia, uso di motori ad alta efficienza ed inverter, illuminazione dei locali con lampade ad alta efficienza, coibentazione delle tubazioni che trasportano fluidi in temperatura, recupero di energia termica da impianti di processo e di servizio, realizzazione di edifici o interventi su strutture esistenti in applicazione dei criteri di efficienza energetica.

Nel corso del 2010 sono stati completati i check-up energetici di tre stabilimenti europei: questo ha consentito di conoscere in dettaglio la distribuzione dei flussi energetici negli stabilimenti e di identificare le più promettenti aree di miglioramento dell'efficienza energetica.



## L' AUTO-PRODUZIONE ENERGETICA

Nel 2007, è stata costituita la società di Gruppo denominata **“Energhe”** con l'**obiettivo di perseguire la massima efficienza ambientale nella produzione, gestione e utilizzo dell'energia**, a testimonianza del nostro costante impegno per il miglioramento dei propri processi industriali. Per quanto riguarda la realizzazione di impianti di autoproduzione elettrica, l'interesse continua ad essere rivolto esclusivamente all'autoproduzione da impianti di cogenerazione ad “alta efficienza” o a fonti rinnovabili, al fine di ottenere una riduzione dei consumi di fonti fossili (gas naturale) e conseguentemente di emissioni di gas ad effetto serra. Alla data di stesura del presente rapporto, sono già stati realizzati impianti di generazione per una potenza elettrica complessiva pari a circa 65 MW. Con riferimento all'anno 2009, grazie agli investimenti effettuati, **il 35% del fabbisogno elettrico complessivo degli stabilimenti è stato autoprodotta, di cui quasi l'1% da fonti rinnovabili; analogamente per il fabbisogno termico, il 46% è stato autoprodotta da impianti di cogenerazione.** Complessivamente, **l'energia (elettrica + termica) autogenerata è stata pari al 41% di quella totale consumata.**

La tabella seguente riporta la potenza elettrica in MW, suddivisa per paese e per fonte, degli impianti attualmente in esercizio:

### Elenco degli impianti realizzati presso i siti produttivi

	Cogenerazione a gas naturale	Cogenerazione a biomasse liquide	Fotovoltaico
Italia	25*	8,4	1,3
	6,3		
Germania	13		0,6
Polonia	5,7		
Belgio	4,2		
<b>Totale per fonte</b>	<b>54,2</b>	<b>8,4</b>	<b>1,9</b>
<b>Totale</b>	<b>64,5</b>		

\* 51% della potenza installata, pari alla quota di partecipazione di Ferrero nella società Albapower, la cui produzione elettrica e termica viene primariamente utilizzata per lo stabilimento di Alba.

### Auto-produciamo la nostra energia e ne consumiamo meno

Nel grafico seguente si riporta il consumo effettivo di energia primaria e il consumo potenziale senza gli impianti di autoproduzione: la riduzione è pari al 12% (valutato rispetto a standard produttivi non cogenerativi).

### Consumo annuo di energia primaria, 2009 (MWh)



Per la conversione dei dati del grafico: 1 MWh = 3,6 GJ

## Auto-produciamo la nostra energia, ne consumiamo meno, e riduciamo le emissioni

Il beneficio ambientale è riportato nel grafico seguente che mostra la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> (dirette e indirette) per effetto dell'autoproduzione (-12%) **in assetto cogenerativo ad elevata efficienza.**



## Auto-produciamo la nostra energia, ne consumiamo meno, riduciamo le emissioni e utilizziamo fonti rinnovabili

Entro il **2013**, abbiamo previsto l'entrata in servizio di ulteriori impianti di generazione:

- ▣ a **gas naturale** per una potenza di 4 MW (in Italia e Australia);
- ▣ a **biomasse liquide** per una potenza di 9,6 MW (in Italia);
- ▣ a **biogas** per una potenza di circa 3 MW (in Italia e Germania);
- ▣ **eolici** per una potenza di 9 MW (in Italia e Polonia).

Entro il 2013 la capacità complessiva di autoproduzione del Gruppo Ferrero sarà pari a circa 90 MW elettrici, dei quali il 30% da fonte rinnovabile.

Sono attualmente in fase di valutazione ulteriori opportunità d'investimento nel **settore eolico in Italia e in Polonia**, a conferma dell'interesse del Gruppo per questa fonte di energia rinnovabile, con sviluppi attesi complessivi di oltre 30 MW, entro il 2020.

La realizzazione di impianti di cogenerazione ad alta efficienza o da fonti rinnovabili unitamente agli interventi volti all'incremento dell'efficienza dei nostri processi produttivi, comporteranno un ulteriore beneficio in termini di riduzione dei consumi e conseguentemente delle emissioni di CO<sub>2</sub>.

Per quanto riguarda le **attività di ricerca**, continua il nostro impegno, in collaborazione con università e partner industriali, nel progetto di valutazione e confronto delle diverse tecnologie per la valorizzazione energetica dei sottoprodotti dei nostri processi industriali.

Per quanto concerne lo sviluppo futuro delle attività di Energie, l'interesse continuerà ad essere rivolto agli impianti di cogenerazione ad alta efficienza come pure alle fonti rinnovabili (in particolare eolica e biomasse), oltreché fotovoltaico in funzione degli sviluppi tecnologici raggiunti. (Per ulteriori informazioni si rimanda al primo rapporto CSR).

Grande interesse sarà rivolto ancora agli **interventi di efficienza energetica**, considerati di fondamentale importanza per effetto delle opportunità offerte dagli sviluppi tecnologici.

Seguiamo inoltre con molta attenzione gli ultimi sviluppi della ricerca nel campo degli olii vegetali non in competizione con il settore alimentare (Jatropha, alghe).

Oltre a confermare gli obiettivi al 2013, **il Gruppo si prefigge entro il 2020 l'autoproduzione (da impianti di cogenerazione o da fonte rinnovabile) del 100% dell'energia elettrica consumata da tutti i 15 stabilimenti, di cui da fonte rinnovabile almeno il 30% dell'energia elettrica autoprodotta**, con un conseguente ulteriore beneficio ambientale per effetto della riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>. (Per ulteriori dati si veda la tabella a fine capitolo).

## LA NOSTRA STRATEGIA SUGLI IMBALLAGGI

In Ferrero, **gli imballaggi sono considerati parte integrante della "ricetta di prodotto"**, soprattutto per la loro funzione di protezione e garanzia della qualità dell'alimento.

Il grafico che segue indica il consumo di materiali da imballo suddivisi per categoria per peso:



Per quanto riguarda le relative percentuali di materiale riciclato utilizzato i dati non sono ancora consolidati a livello di Gruppo, ed alcune percentuali sono legate ai paesi di provenienza del materiale. Ad esempio, per il vetro di vasetti e bicchieri di Nutella, in Italia si utilizza circa il 10% di materiale post-consumo, tale percentuale sale fino al 25-30% in Germania grazie ad un differente sistema di raccolta e riciclo. Tuttavia, considerando i principali materiali utilizzati da Ferrero è possibile indicare una stima che riportiamo qui accanto:

Materie Prime Imballi	% da riciclato
Cartone Compatto e Microonda	35
Cartone Ondulato	80
PET	15
Vetro	10

## Per i nostri consumatori

Nell'ottica di aiutare ed educare il consumatore sugli imballi e sulla loro dismissione, **Ferrero ha deciso di sviluppare ed adottare entro il 2013 un'etichetta da apporre sul packaging che identifichi i materiali di ogni componente di imballo**, in modo da permettere al consumatore di effettuare correttamente la raccolta differenziata secondo le indicazioni locali.

## IMBALLAGGI: RISULTATI RAGGIUNTI ED OBIETTIVI

Tramite apposite strutture interne dedicate, il Gruppo Ferrero ha introdotto un **nuovo ed avanzato approccio** per promuovere e favorire sin dalle fasi preliminari di progettazione, lo sviluppo di **soluzioni di imballaggi maggiormente rispettose dell'ambiente nell'intero ciclo di vita<sup>2</sup>**. Nel corso dell'ultimo anno sono state attivate numerose iniziative per lo sviluppo e la progettazione della componente "packaging" che seguono **la strategia Ferrero delle "5R"** (come anticipato nel primo rapporto CSR):

**R - Rimozione:** ad inizio 2009 è stato eliminato un componente interno di imballo del Kinder Cereali con conseguente risparmio di circa 9 tons/annue di cartoncino;

**R - Riduzione:** nell'arco del 2009 su alcuni formati di astucci di Tic Tac è stato modificato il materiale plastico principale, con conseguente risparmio di materiale di quasi 1800 tons/annue di plastica;

**R - Riciclabilità:** dal 2008 la Ferrero ha optato per il graduale utilizzo di rPet (Pet da rigenerato). Nel 2009 l'utilizzo di rPet è stato pari a 1000 q.li ed è già previsto, in linea con l'obiettivo di aumentare l'uso di materiale riciclato, il graduale passaggio di tutti gli imballaggi secondari in rPet, compatibilmente con esigenze tecniche e garanzia di sicurezza alimentare;

**R - Riutilizzo:** oltre ai tradizionali bicchieri Nutella, nuove idee di "riutilizzabilità" sono in fase di studio per altre tipologie di packaging;

**R - Rinnovabilità:** con l'obiettivo di utilizzare maggiormente materiali da fonte rinnovabile, nel corso del 2009 in Germania la scatola da 26 praline del "Die Besten" in materiale plastico è stata sostituita da una scatola cartotecnica con l'ulteriore risparmio di materiale di circa 380 tons/annue.

<sup>2</sup> Le principali linee di azioni seguite sono: attività di misurazione e gestione degli aspetti ambientali (Progetto Sustainable Operations & SCI, analisi LCA di prodotto); programmazione di interventi di formazione sui temi ambientali; introduzione di uno strumento operativo per indirizzare in ottica di eco-sostenibilità il lavoro dei progettisti tecnici per tutti gli sviluppi di nuovi packaging; coordinamento delle azioni di miglioramento sui progetti esistenti.

**Per il 2020, il Gruppo si impegna ad:**

- ▣ aumentare l'uso di materiali derivanti da risorse rinnovabili del 10 % (base dati 2009);
- ▣ utilizzare il 40% di carta per il packaging da foreste certificate, redigendo una nuova policy sull'acquisto sostenibile di carta e cartone.

In merito ai rifiuti post-consumo, Ferrero é membro attivo, contribuisce economicamente e partecipa ad alcuni gruppi di lavoro italiani ed internazionali sul tema della prevenzione, per esempio in Italia dove, come membro del Gruppo Prevenzione presso il Conai (Consorzio Nazionale Imballaggi), opera insieme ad altre aziende e consorzi di filiera.

## COSI' PROGETTIAMO LE NOSTRE INFRASTRUTTURE ED I NOSTRI MACCHINARI

Anche nelle fasi di **progettazione di infrastrutture e di macchinari** il nostro obiettivo è la sostenibilità; abbiamo infatti intrapreso alcune iniziative in tal senso. Sulla base delle iniziative già avviate, prevediamo di:

- ▣ implementare un “tool informatico” per la valutazione delle performance ambientali di macchinari in fase di progettazione, con possibilità di stimolare anche eventuali configurazioni alternative ottimizzanti;
- ▣ impiegare strumenti di analisi e software di simulazione che consentano l'ottimizzazione del dimensionamento in ambito automazione (progettazione robot, motori brushless,...);
- ▣ implementare un “tool informatico” che permetta la valutazione della classe energetica dei fabbricati/infrastrutture secondo le norme internazionali;
- ▣ esaminare un modello standard/di riferimento di fabbricato a ridotto impatto ambientale che consenta anche un più efficiente dimensionamento delle “utilities”;
- ▣ sviluppare studi tecnico/tecnologici orientati alla minimizzazione degli scarti dovuti al funzionamento dei macchinari (scarti di processo).

**Tali iniziative ci consentiranno di raggiungere i seguenti obiettivi entro il 2020:**

- riduzione dell'impatto ambientale dei nuovi macchinari ed edifici rispetto alle performance attuali pari al 10%;
- conseguimento della certificazione europea di eco-compatibilità per i nuovi edifici di significativa importanza;
- inserimento dei criteri di eco-compatibilità nei capitolati di acquisto di nuovi impianti/macchinari.

## PER UNA CATENA LOGISTICA INTEGRATA ED ECO-SOSTENIBILE

La nostra missione é quella di raggiungere i consumatori con prodotti di elevatissima qualità e freschissimi, offerti attraverso una catena logistica rispettosa dell'ambiente.

A tale scopo, nel perimetro temporale del presente rapporto, sono state attivate le seguenti iniziative di:

- ▣ misurazione degli impatti ambientali, come descritto precedentemente;
- ▣ **ottimizzazione del network tra gli stabilimenti ed i centri di stoccaggio** - come ad esempio in Italia, Penisola Iberica e Germania dove abbiamo ottenuto una riduzione di circa 15% dei Km percorsi. Ulteriore esempio: in Polonia abbiamo ottenuto una **riduzione di 64 T<sub>eq</sub>CO<sub>2</sub>** attraverso la diminuzione e l'avvicinamento al sito produttivo di punti di stoccaggio.

In Francia, inoltre, abbiamo spostato un magazzino troppo decentrato rispetto alle destinazioni di business, con l'obiettivo di ridurre i Km percorsi;

- ▣ **sviluppo del network ferroviario, che al 2010 ha raggiunto il 5.6% dei trasporti intragruppo globali.**

È in corso una valutazione su scala globale dei possibili flussi ferroviari e sinergie attuabili all'interno ed esterno del Gruppo;

In Francia abbiamo trasportato **50 milioni di vasetti di Nutella via treno in 5 anni!**;

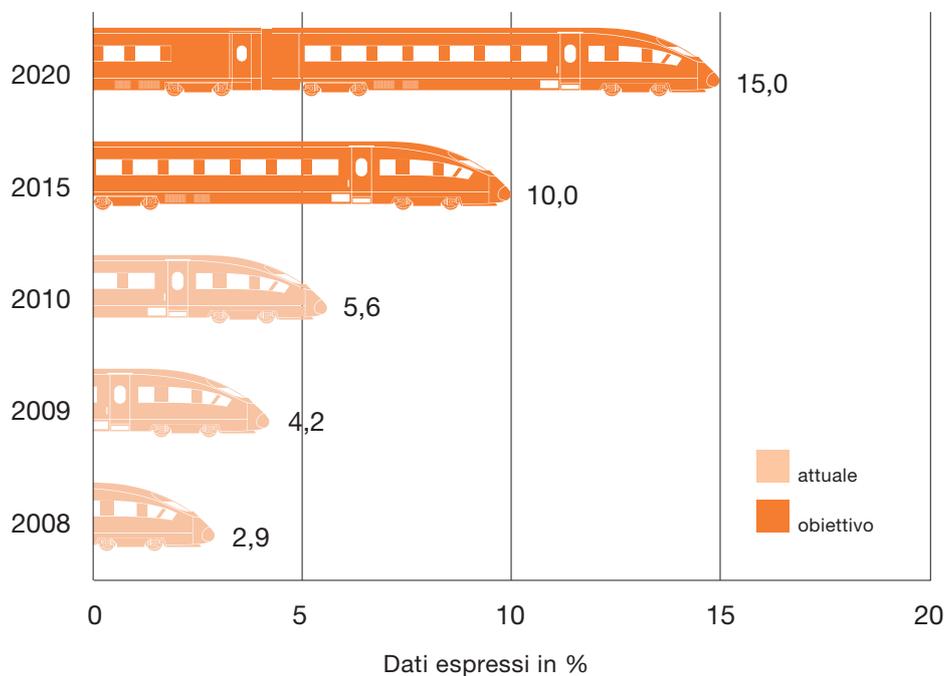
- ▣ **acquisto sostenibile di energia da fonti rinnovabili** (in Francia già in opera per tutti i magazzini gestiti direttamente).



## Gli obiettivi di miglioramento della prestazione ambientale stabiliti per la supply chain sono i seguenti, entro il 2020:

- **riduzione del 30% delle emissioni GHG (TeqCO<sub>2</sub>) dirette ed indirette che originano da attività di trasporto e stoccaggio** (contribuisce a questa riduzione lo studio sul miglioramento della saturazione di carico, che coinvolgerà in maniera continuativa nel corso degli anni successivi l'intero Gruppo, partito dall'iniziativa attuata per il trasporto di prodotti tra la Germania e la Russia, che ha portato una riduzione del 28% di emissioni di CO<sub>2</sub> attraverso un consistente aumento della saturazione dei mezzi);
- **utilizzo intermodale per trasporti intragruppo** al 10% per il 2015 e al 15% per il 2020;
- **certificazione ISO 14000 per tutti i siti di stoccaggio** gestiti direttamente;
- **utilizzo di energia da fonte rinnovabile o da impianti di cogenerazione ad alta efficienza per tutti i magazzini** gestiti direttamente.

### Trasporto Intragruppo Intermodale



Per trasporto intragruppo intermodale intendiamo quello tra i siti produttivi e i primi punti di stoccaggio, corrispondente all'abbinamento di trasporto terrestre, ferroviario, e/o fluviale, nel perimetro dei 15 stabilimenti produttivi.

## CONCLUSIONI ED OBIETTIVI

Nella tabella che segue sono riportati gli indicatori di prestazione relativi a tutti gli aspetti ambientali degli stabilimenti produttivi, descritti nel presente capitolo<sup>3</sup>.

Parametro	Unità di misura	Valore
Consumo di energia elettrica*	MWh/t	0,73
Consumo di energia termica**	MWh/t	1,00
Emissioni di CO <sub>2</sub> dirette connesse al consumo energetico	tCO <sub>2</sub> /t	0,134
Consumo idrico	m <sup>3</sup> /t	4,96
di cui da acque superficiali		24%
di cui da falda		39%
di cui da acquedotto		37%
ODP connesso a consumo di gas refrigeranti	g <sub>R11eq</sub> /t	0,33
Emissioni di CO <sub>2</sub> equivalenti connesse a consumo di gas refrigeranti	tCO <sub>2eq</sub> /t	0,021
Scarichi idrici	m <sup>3</sup> /t	2,61
Produzione di scarti	kg/t	50,27
Percentuale di recupero scarti / rifiuti		90,2%
perimetro: 15 stabilimenti		

\*Consumo di energia elettrica: 2,63 GJ/t;

\*\* Consumo di energia termica: 3,6 GJ/t

Nell'anno in esame, non ci sono stati significativi sversamenti.

**Gli obiettivi di miglioramento della prestazione ambientale** stabiliti per gli stabilimenti produttivi sono:

- ▣ **certificazione ISO 14001** di tutti gli stabilimenti produttivi entro il 2020;
- ▣ svolgimento dei **check-up energetici** in tutti gli stabilimenti entro il 2020;
- ▣ **riduzione del consumo idrico** per unità di prodotto del 20% nel 2020 rispetto al 2009;
- ▣ **riduzione del consumo di energia elettrica** per unità di prodotto del 5% nel 2020 rispetto al 2009;
- ▣ **riduzione del consumo di energia termica** per unità di prodotto del 5% nel 2020 rispetto al 2009.

Per tutti gli altri obiettivi ambientali si rimanda ai paragrafi del presente capitolo.

<sup>3</sup> I dati contenuti nel presente capitolo, ad eccezione di quanto indicato nella premessa metodologica, si riferiscono all'anno solare 2009 ed alla produzione dei 15 stabilimenti.

### SCHEDA TECNICA SUI DATI AMBIENTALI DEL PRESENTE CAPITOLO

I dati contenuti nel presente capitolo, ad eccezione di quanto indicato nella premessa metodologica, si riferiscono all'anno solare 2009. Gli argomenti affrontati dal gruppo di lavoro Ferrero sono: materie prime strategiche per il Gruppo; packaging maggiormente rilevanti per il Gruppo; quindici stabilimenti produttivi in Europa, Americhe e Oceania, si veda la sezione "Ferrero nel mondo" per la lista completa degli stabilimenti; i magazzini per le materie prime, imballi e prodotti finiti a gestione diretta; i trasporti gestiti direttamente dalla logistica di Gruppo.

Nell'arco dei prossimi tre esercizi si prevede un'estensione del perimetro di analisi per: 1) tutte le famiglie di materie prime e imballi utilizzati dal Gruppo; 2) coinvolgimento dei principali partner industriali e altre società del Gruppo; 3) tutti gli stabilimenti; 4) trasporti e punti di stoccaggio non gestiti direttamente dalla direzione Supply Chain.

## INDICATORI GRI

Revisione indipendente  
a cura di Deloitte

## INDICATORI GRI-G3

Di seguito è presentata una sintesi dei principali contenuti del Rapporto di Responsabilità Sociale d'Impresa 2009/2010, secondo lo schema GRI-G3 del "Sustainability Reporting Guidelines and Food Processing Sector Supplement" (versione 3.0, 2010). Per ogni indicatore sono riportati: una descrizione sintetica del contenuto, il riferimento alla pagina del rapporto e il livello di copertura, secondo la seguente legenda: **T** se la copertura è totale, **P** se è parziale, **NC** se non è stato coperto, **NA** se non è applicabile (considerata la tipologia di attività svolta o la localizzazione dei siti aziendali).

INDICATORI PROFILO ORGANIZZAZIONE		LIVELLO DI COPERTURA	PAGINA
<b>1. Strategia e analisi</b>			
1.1	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	T	2-3
1.2	Descrizione dei principali impatti, rischi e opportunità	T	2-3; 6-7; 13; 20; 48-49, 51; 62; 72; 76-77; 79-82
<b>2. Profilo dell'organizzazione</b>			
2.1	Nome dell'organizzazione	T	12
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	T	8-9
2.3	Struttura operativa dell'organizzazione, considerando principali divisioni, aziende operative, controllate e joint-venture	T	12-14
2.4	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	T	12
2.5	Numero di paesi nei quali opera l'organizzazione, nome dei paesi nei quali l'organizzazione svolge la maggior parte della propria attività operativa o che sono particolarmente importanti ai fini delle tematiche di sostenibilità richiamate nel report	T	10-11
2.6	Assetto proprietario e forma legale	T	12
2.7	Mercati serviti	T	10-11
2.8	Dimensione dell'azienda (numero dipendenti, fatturato netto, quantità prodotti serviti)	T	8-11; 38
2.9	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione	T	4; 11
2.10	Riconoscimenti / premi ricevuti nel periodo di rendicontazione	T	16-17

3. Parametri del report			
PROFILO DEL REPORT			
3.1	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite	T	4
3.2	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	T	4
3.3	Periodicità di rendicontazione	T	4
3.4	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti	T	4
OBIETTIVO E PERIMETRO DEL REPORT			
3.5	Processo per la definizione dei contenuti del report	T	12-13
3.6	Perimetro del report (paesi, divisioni, controllate, impianti in leasing, joint venture, fornitori)	T	4
3.7	Dichiarazione di qualsiasi limitazione specifica dell'obiettivo o del perimetro del report	T	84
3.8	Informazioni relative a joint venture, controllate, impianti in leasing, attività in outsourcing ed altre entità che possano influenzare la comparabilità tra periodi	T	10-11; 14
3.9	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo, incluse assunzioni e tecniche sottostanti le stime applicate al calcolo degli indicatori e alla compilazione delle altre informazioni del report	T	38; 72; 84
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e motivazioni di tali modifiche	T	4
3.11	Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione	T	4; 84
INDICE CONTENUTI GRI			
3.12	Tabella esplicativa dei contenuti del report che riporti il numero di pagina o del sito internet di ogni sezione	T	86-95
3.13	Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'assurance esterna del report	T	4; 96-97
4. Governance, impegni, coinvolgimento degli stakeholder			
GOVERNANCE			
4.1	Struttura di governo dell'organizzazione, inclusi i comitati che rispondono direttamente al più alto organo di governo, responsabili di specifici compiti come la definizione della strategia o il controllo organizzativo	T	12
4.2	Indicare se il Presidente del più alto organo di governo ricopre anche un ruolo esecutivo (in tal caso, indicare le funzioni all'interno del management e le ragioni di questo assetto)	T	12
4.3	Per le organizzazioni che hanno una struttura unitaria degli organi di governo, indicare il numero di componenti che sono indipendenti e/o non esecutivi	T	12

4.4	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo	T	12-13
4.5	Legame tra compensi dei componenti del più alto organo di governo e la performance dell'organizzazione (inclusa la performance sociale e ambientale)	T	12
4.6	Attività in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interesse	T	12
4.7	Processi per la determinazione delle qualifiche e delle competenze dei componenti del più alto organo di governo per indirizzare la strategia dell'organizzazione in funzione degli aspetti economici, sociali e ambientali	T	12
4.8	Missioni, valori, codici di condotta, principi rilevanti per le performance economiche, ambientali e sociali sviluppati internamente e stato di avanzamento della loro implementazione	T	13; 20
4.9	Procedure del più alto organo di governo per controllare le modalità di identificazione e gestione delle performance economiche, ambientali e sociali dell'organizzazione, includendo i rischi e le opportunità rilevanti e la conformità agli standard internazionali, ai codici di condotta e ai principi dichiarati	T	12
4.10	Processo per la valutazione delle performance dei componenti del più alto organo di governo, in particolare in funzione delle performance economiche, ambientali, sociali	T	12
<b>IMPEGNO IN INIZIATIVE ESTERNE</b>			
4.11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	T	2-3; 20-25; 62; 81
4.12	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relative a performance economiche, sociali e ambientali	T	15; 20; 22; 33; 59
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali	T	14
<b>COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER</b>			
4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	T	13
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	T	12-14
4.16	Approccio dell'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder	T	11; 13; 14-15; 18-19; 20-25; 28-35; 37; 40-41; 49; 51; 53; 55-58; 60; 64-66; 68-70; 81
4.17	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha reagito alle critiche emerse, anche in riferimento a quanto indicato nel report	T	6-7; 12-13; 21; 37; 59; 63; 66; 68; 69; 77; 80

INDICATORI DI APPROVVIGIONAMENTO		LIVELLO DI COPERTURA	PAGINA
DMA SC	Politiche e sistemi di gestione e verifica	T	2-3; 6-7; 15; 20-25; 62; 70
FP1	Percentuale del volume di acquisti effettuati da fornitori che operano in conformità alla politica di approvvigionamento dell'azienda	P	15; 20; 26; 66
FP2	Percentuale del volume di acquisti per i quali è stata verificata la conformità con standard produttivi di responsabilità credibili e riconosciuti a livello internazionale, distinti per standard	P	15; 20; 22; 26; 64-65; 68-70

INDICATORI ECONOMICI		LIVELLO DI COPERTURA	PAGINA
DMA EC	Politiche e sistemi di gestione e verifica	T	2-3; 6-7; 28; 31; 36-37; 77
<b>Performance economica</b>			
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito	NC	
EC2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità per le attività dell'organizzazione dovuti ai cambiamenti climatici	P	2-3; 67; 76-77
EC3	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico	NC	
EC4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	NC	
<b>Presenza sul mercato</b>			
EC5	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative	P	24; 36; 38
EC6	Politiche, pratiche e percentuali di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	P	11; 64; 69-70
EC7	Procedure di assunzione di persone residenti dove si svolge prevalentemente l'attività e percentuale dei senior manager assunti nella comunità locale	P	36; 38
<b>Impatti economici indiretti</b>			
EC8	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente "per pubblica utilità"	T	28; 31; 36-37; 77

INDICATORI AMBIENTALI		LIVELLO DI COPERTURA	PAGINA
DMA EN	Politiche e sistemi di gestione e verifica	T	2-3; 6-7; 72-74; 76-77; 79; 82; 84
<b>Materie prime</b>			
EN1	Materie prime utilizzate per peso e volume	T	63
EN2	Percentuali dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato	T	80
<b>Energia</b>			
EN3	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	T	72; 77; 84
EN4	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	P	72; 77; 84
EN5	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza	T	76-77; 81
EN6	Iniziative per fornire prodotti e servizi ad efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguenti riduzioni del fabbisogno energetico come risultato	T	76-77; 80-81
EN7	Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute	T	77; 80; 82
<b>Acqua</b>			
EN8	Prelievo totale di acqua per fonte	P	75; 84
EN9	Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua	T	75
EN10	Percentuale e volume totale dell'acqua riciclata e riutilizzata.	P	75
<b>Biodiversità</b>			
EN11	Localizzazione e dimensione dei terreni o acque posseduti, affittati, o gestiti in aree protette o in aree ad elevata biodiversità esterne alle aree protette	NA	
EN12	Descrizione dei maggiori impatti di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità di aree protette o aree ad elevata biodiversità esterne alle aree protette.	P	62; 66-68
<b>Emissioni, scarichi, rifiuti</b>			
EN16	Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso	T	72-73; 78; 84
EN17	Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra significative per peso	T	84
EN18	Iniziative per ridurre le emissioni di gas ad effetto serra e risultati raggiunti	T	72-74; 78; 80-82; 84
EN19	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono per peso	T	74; 84

EN20	NO,SO, e altre emissioni significative nell'aria per tipologia e peso	NA	
EN21	Acqua totale scaricata per qualità e destinazione	P	84
EN22	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento	P	74; 84
EN23	Numero totale e volumi di sversamenti significativi	T	84
<b>Prodotti e servizi</b>			
EN26	Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto	T	72-74; 76-77; 80-82
EN27	Percentuale dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato per categoria	P	79-80
<b>Conformità</b>			
EN28	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale	NC	
<b>Trasporti</b>			
EN29	Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale	P	82-83

INDICATORI SOCIALI		LIVELLO DI COPERTURA	PAGINA
<b>INDICATORI PRATICHE DI LAVORO</b>			
DMA LA	Politiche e sistemi di gestione e verifica	T	2-3; 6-7; 36; 38-39; 41-42; 44-46
<b>Occupazione</b>			
LA1	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologie, tipo di contratto e distribuzione territoriale	T	38
LA2	Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, sesso e area geografica	NC	
<b>Relazioni industriali</b>			
LA4	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	T	41
LA5	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative, specificando se tali condizioni siano incluse o meno nella contrattazione collettiva	NC	
FP3	Percentuale del tempo di lavoro perso a causa di vertenze, scioperi e/o serrate, per paese	T	39

Salute e sicurezza sul lavoro			
LA7	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica	P	43
LA8	Programmi di educazione, formazione, consulenza, prevenzione e controllo dei rischi attivati a supporto dei lavoratori, delle rispettive famiglie o della comunità, relativamente a disturbi o malattie gravi	P	24; 42
Formazione e istruzione			
LA10	Ore medie di formazione annue per dipendente, per categoria di lavoratori	P	44
LA11	Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione/aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fase finale delle proprie carriere	P	36; 39; 41; 44-45; 73
Diversità e pari opportunità			
LA13	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	P	38
LA14	Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne a parità di categoria	NC	

INDICATORI DIRITTI UMANI		LIVELLO DI COPERTURA	PAGINA
DMA HR	Politiche e sistemi di gestione e verifica	T	2-3; 6-7; 13; 15; 20; 62;64; 66
Pratiche di investimento e approvvigionamento			
HR1	Percentuale e numero totale di accordi significativi di investimento che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una relativa valutazione	T	13; 15; 20; 22; 62; 66
HR2	Percentuale dei principali fornitori e appaltatori che sono sottoposti a verifiche in materia di diritti umani e relative azioni intraprese	T	15; 20-22; 26; 64
Non discriminazione			
HR4	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	P	13; 22; 45
Libertà di associazione e contrattazione collettiva			
HR5	Identificazione delle attività in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti	T	13; 20; 24; 41

Lavoro minorile			
HR6	Identificazione delle operazioni con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure adottate per contribuire alla sua eliminazione	T	13; 20; 22; 62; 64; 66
Lavoro forzato			
HR7	Attività con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligato e misure intraprese per abolizione	T	13; 20; 22; 62; 64; 66

INDICATORI SOCIETÀ		LIVELLO DI COPERTURA	PAGINA
DMA SO	Politiche e sistemi di gestione e verifica	T	2-3; 6-7; 28; 31; 34; 36-37
Collettività			
SO1	Natura, obiettivi e efficacia di qualsiasi programma e attività che valuta e gestisce gli impatti delle operazioni su una determinata comunità	T	28; 31-34; 36-37; 55-56; 58; 62; 64; 72
FP4	Natura, ambito ed efficacia di qualsiasi programma e pratica che promuovano l'accesso a stili di vita sani; la prevenzione di malattie croniche, la disponibilità di alimenti sani, nutrienti ed accessibili che migliorino il benessere delle comunità svantaggiate	T	48-49; 55-57
Corruzione			
SO2	Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione	P	13
SO3	Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anti-corruzione dell'organizzazione	T	13
SO4	Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione	P	13
Contributi politici			
SO5	Posizioni sulla politica pubblica, partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche e pressioni esercitate	T	12; 48
Conformità			
SO8	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	NC	

INDICATORI RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO		LIVELLO DI COPERTURA	PAGINA
DMA PR	Politiche e sistemi di gestione e verifica	T	2-3; 6-7; 48-49; 51; 53; 57-58
<b>Salute e sicurezza dei consumatori</b>			
PR1	Fasi del ciclo di vita dei prodotti per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati per promuoverne il miglioramento e percentuale delle principali categorie di prodotti soggetti a tali procedure	T	15; 20- 21; 48-49; 51-54
FP5	Percentuale dei volumi di produzione realizzati in stabilimenti certificati da un ente terzo indipendente secondo standard di sistemi di gestione della sicurezza alimentare riconosciuti a livello internazionale	P	52
FP6	Percentuale dei volumi di vendita totale di prodotti di consumo con ridotto contenuto di grassi saturi, acidi, grassi trans, sodio e zuccheri aggiunti	P	48-49
FP7	Percentuale dei volumi di vendita totale di prodotti di consumo che contengono ingredienti arricchiti di sostanze nutritive (fibre, vitamine, minerali, fitochimici o additivi alimentari funzionali)	P	48
<b>Etichettatura di prodotti e servizi</b>			
PR3	Tipologia di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalla procedure e percentuale di prodotti e servizi significativi soggetti a tali requisiti informativi	T	57
FP8	Politiche e pratiche di comunicazione ai consumatori su ingredienti e informazioni nutrizionali che vanno oltre quanto previsto dai requisiti di legge	T	57
<b>Marketing communication</b>			
PR6	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	T	58-60
PR7	Numero totale di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti all'attività di marketing incluse pubblicità, promozione e sponsorizzazione	T	58-59
<b>Conformità</b>			
PR9	Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi	NC	

INDICATORI BENESSERE DEGLI ANIMALI		LIVELLO DI COPERTURA	PAGINA
DMA AW	Politiche e sistemi di gestione e verifica	T	23; 62; 70
<b>Allevamento e genetica</b>			
FP9	Percentuale e totale degli animali allevati e/o sottoposti al processo di trasformazione distinti per specie e razza	NA	

## Zootecnica

FP10	Politiche e pratiche, distinte per specie e razza, relative alle alterazioni fisiche e all'utilizzo di anestetici	NA	
FP11	Percentuale o totale degli animali allevati e/o sottoposti al processo di trasformazione, distinti per specie e razza, in base al tipo di ricovero	NA	
FP12	Politiche e pratiche sull'utilizzo di antibiotici, anti-infiammatori, ormoni e/o trattamenti stimolatori della crescita, distinti per specie e razza	NA	
<b>Trasporto, movimentazione e macellazione</b>			
FP13	Numero totale di casi di non conformità con leggi e regolamenti, nonché adesione a standard volontari relativi alle pratiche di trasporto, movimentazione e macellazione di animali terrestri	NA	

## Di seguito una lista, non esaustiva, di riferimenti ad alcuni dei nostri STAKEHOLDER

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tutti gli stakeholder lungo la catena del valore</li> <li>• Bambini</li> <li>• Consumatori</li> <li>• Dipendenti</li> <li>• Famiglia</li> <li>• Identificazione degli stakeholder e aree chiave</li> <li>• Istituzioni</li> <li>• Comunità locali</li> <li>• Media</li> <li>• ONG</li> <li>• Comunità scientifica</li> <li>• Federazioni sportive e scuole</li> <li>• Fornitori</li> <li>• Associazioni di Categoria</li> <li>• Sindacati</li> </ul>	<p>2,18-19, 20-25, 53</p> <p>3, 15, 22, 28, 33, 36-37, 40, 50, 55, 56, 57-60, 66</p> <p>2, 11, 13, 19-20, 20-26, 55, 57, 63, 68</p> <p>3, 13, 39, 42, 44-45</p> <p>13, 24, 28, 39-40, 56</p> <p>13</p> <p>13, 22, 49, 55, 57, 58, 64, 81</p> <p>11, 28-35, 37, 40, 57, 59, 60</p> <p>13, 58 - 60</p> <p>13, 14, 64, 67, 68, 70, 80</p> <p>13, 23, 32, 56, 58, 79</p> <p>13, 56, 57, 60</p> <p>13,15, 51, 64-66, 68-70</p> <p>13,14, 57, 58</p> <p>13, 41-42</p>
---	---

## Di seguito una lista, non esaustiva, di riferimenti ad alcune importanti tematiche, sollevate anche da alcuni stakeholder (come indicato a pagina 12 e 13)

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obiettivi chiave per il 2020 identificati</li> <li>• Strutture interne dedicate alla CSR, frequenza e identificazione degli argomenti</li> <li>• Argomenti sollevati degli stakeholder, presi in considerazione nel Codice di Condotta Commerciale</li> <li>• Argomenti chiave e problematiche sollevate dagli stakeholder interni</li> <li>• Ferrero pubblica la propria strategia in merito agli OGM, con riferimento alle problematiche sollevate dagli stakeholder</li> <li>• La salute dei bambini e le iniziative Ferrero in alcuni dei paesi più poveri</li> <li>• Responsabilità di prodotto</li> <li>• Impegno nei confronti dei bambini attraverso l'autoregolamentazione sulla pubblicità</li> <li>• L'impegno della Ferrero di approvvigionarsi di cacao certificato come sostenibile per far fronte ai bisogni dei consumatori</li> <li>• Contro lo sfruttamento minorile nell'approvvigionamento delle nocciole</li> <li>• Approvvigionamento sostenibile dell'olio di palma</li> <li>• Origine del latte</li> <li>• Auto-produzione energetica da fonti rinnovabili</li> <li>• Imballaggi con materiali rinnovabili e strategia di rimozione, riduzione, riciclabilità, riutilizzo e rinnovabilità degli imballaggi</li> <li>• Logistica efficiente</li> </ul>	<p>2-3, 6-7</p> <p>12</p> <p>13</p> <p>13</p> <p>21</p> <p>37</p> <p>49, 55, 57-60</p> <p>59</p> <p>63</p> <p>66</p> <p>68</p> <p>69</p> <p>77</p> <p>80</p> <p>82-83</p>
--	---



Deloitte ERS  
Enterprise Risk Services S.r.l.  
Via Tortona, 25  
20144 Milano  
Italia  
Tel: +39 02 83322611  
Fax: +39 02 83322612  
[www.deloitte.it](http://www.deloitte.it)

## RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL RAPPORTO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Agli Azionisti della  
Ferrero International S.A.

1. Abbiamo effettuato la revisione limitata del rapporto di responsabilità sociale d'impresa (di seguito il "rapporto di sostenibilità") del Gruppo Ferrero (di seguito il Gruppo) al 31 agosto 2010. La responsabilità della redazione del rapporto di sostenibilità in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines and Food Processing Sector Supplement" definite nel 2010 dal GRI - *Global Reporting Initiative*, indicate nel paragrafo "premessa metodologica", compete agli amministratori della Ferrero International S.A., così come la definizione degli obiettivi in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti. Compete altresì agli amministratori della Ferrero International S.A., l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare, così come l'implementazione e il mantenimento di adeguati processi di gestione e di controllo interno relativi ai dati e alle informazioni presentati nel rapporto di sostenibilità. E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione in base al lavoro svolto.
2. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri per la revisione limitata indicati nel principio "International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" ("ISAE 3000"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board*. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili ("Code of Ethics for Professional Accountants" dell'*International Federation of Accountants*), compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una limitata sicurezza, inferiore rispetto a una revisione completa, che il rapporto di sostenibilità non contenga errori significativi. Un incarico di revisione limitata del rapporto di sostenibilità consiste nell'effettuare colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel rapporto di sostenibilità, analisi del rapporto ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze probative ritenute utili. Le procedure effettuate sono riepilogate di seguito:
  - comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo "i nostri prodotti" del rapporto di sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 agosto 2010, sul quale Deloitte S.A. ha emesso la relazione della società di revisione, in data 24 febbraio 2011;
  - analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel rapporto di sostenibilità. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
    - interviste e discussioni con il personale della Direzione del Gruppo Ferrero, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del rapporto di sostenibilità, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del rapporto di sostenibilità;

Bologna Milano Roma Torino Padova

Sede Legale: Via Tortona, 25 - 20144 Milano - Capitale Sociale: Euro 17.449,00 i.v.  
Codice Fiscale/Registro delle Imprese Milano n. 05059250158 - R.E.A. Milano n. 1105593  
Partita IVA: IT 05059250158

Member of Deloitte Touche Tohmatsu



ISO 9001:2008  
FS550166

- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del rapporto di sostenibilità, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel rapporto di sostenibilità;
- analisi della conformità delle informazioni qualitative riportate nel rapporto di sostenibilità alle linee guida identificate nel paragrafo 1 della presente relazione e della loro coerenza interna, con particolare riferimento alla strategia, alle politiche di sostenibilità e all'identificazione degli aspetti significativi per ciascuna categoria di stakeholder;
- analisi del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate e alla completezza dei soggetti coinvolti, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal rappresentante legale della Ferrero International S.A., sulla conformità del rapporto di sostenibilità alle linee guida indicate nel paragrafo 1, nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

La revisione limitata ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella di una revisione completa svolta secondo l'ISAE 3000, e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di una revisione completa.

Per quanto riguarda i dati e le informazioni relative al rapporto di sostenibilità dell'esercizio precedente presentati a fini comparativi, si fa riferimento alla nostra relazione emessa in data 11 giugno 2010.

3. Sulla base di quanto svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il rapporto di sostenibilità del Gruppo Ferrero al 31 agosto 2010 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida "*Sustainability Reporting Guidelines and Food Processing Sector Supplement*" definite nel 2010 dal GRI - *Global Reporting Initiative* come descritto nel paragrafo "premessa metodologica".

Milano, 14 giugno 2011

DELOITTE ERS – ENTERPRISE RISK SERVICES S.r.l.



**Franco Amelio**

Socio

Corporate Responsibility Services



## Dichiarazione

# Verifica del livello di applicazione GRI

Il Global Reporting Initiative (GRI) dichiara che **Ferrero** ha presentato il proprio "CONDIVIDERE VALORI PER CREARE VALORE" (2010) al dipartimento GRI Report Services, il quale è giunto alla conclusione che il Report possiede i requisiti del Livello di Applicazione B+.

I Livelli di Applicazione GRI indicano in che misura il contenuto delle linee guida GRI-G3 è stato utilizzato nel Report di Sostenibilità. La Verifica conferma il set e il numero delle informazioni previste per lo specifico Livello di Applicazione sono stati rendicontati nel Report e che l'Indice dei Contenuti GRI fornisce una valida rappresentazione delle informazioni richieste, come descritto nelle linee guida GRI-G3.

I Livelli di Applicazione non rappresentano un parere né sulla performance di sostenibilità della società dichiarante, né sulla qualità delle informazioni contenute nel Bilancio di Sostenibilità.

Amsterdam, 13 luglio 2011

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Nelmara Arbex", is written over a light blue circular graphic element.

Nelmara Arbex  
Deputy Chief Executive  
Global Reporting Initiative



Il "+" è stato aggiunto al Livello di Applicazione in quanto Ferrero ha sottoposto (una parte) del presente bilancio ad assurance esterna. Il GRI accetta il giudizio dell'organizzazione che redige il Report per la scelta dell'Assurance Provider e per la definizione dell'obiettivo dell'attestazione.

*Il GRI è un'organizzazione multi-stakeholder pioniera nello sviluppo del framework di rendicontazione di sostenibilità più utilizzata al mondo e si adopera per il suo continuo miglioramento e applicazione a livello globale. Le linee guida GRI forniscono i principi e gli indicatori che le organizzazioni possono utilizzare per misurare e rendicontare la loro performance economica, ambientale e sociale. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)*

**Disclaimer:** Laddove la rendicontazione di sostenibilità include link esterni, compreso eventuale materiale audiovisivo, la presente dichiarazione riguarda soltanto il materiale sottoposto al GRI al momento della verifica in data 29 giugno 2011. GRI esclude esplicitamente che la presente dichiarazione sia applicata a cambiamenti successivi.

**Ferrero**

Ufficio di Coordinamento CSR  
Chaussée de la Hulpe 187  
1170 Bruxelles

**Belgio**

[csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com)  
[www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)

