

RAPPORTO 2013



Condividere Valori per Creare Valore

Responsabilità Sociale d'Impresa
RAPPORTO 2013

Responsabilità Sociale d'Impresa

FERRERO

www.ferrerocsr.com

FERRERO

Condividere Valori per Creare Valore

Responsabilità Sociale d'Impresa
RAPPORTO 2013



Giovanni, Michele e Maria Franca Ferrero

FERRERO

Anni '60 – Autobus Ferrero per il trasporto dei dipendenti dalle campagne allo stabilimento: il servizio ha permesso a molti agricoltori di garantirsi un lavoro in azienda continuando ad assicurare, allo stesso tempo, la loro presenza nelle campagne.



“Personalmente mi impegno a dedicare ogni mia attività e tutti i miei intenti a questa nostra azienda, affinché essa abbia a proseguire, alla luce dell’esempio dato da mio padre e da mio zio, nel cammino sinora percorso, assicurandovi che mi riterrò soddisfatto solo quando sarò riuscito, con fatti concreti, a garantire a voi e ai vostri figli un sicuro e sereno avvenire”.

Ottobre 1957, Michele Ferrero in una lettera al personale, al momento in cui assunse la guida dell’azienda.

Anno 2012 – Impresa Sociale Ferrero in India (Baramati): ultime fasi della produzione di Tic Tac. Le Imprese Sociali Ferrero coniugano lo spirito imprenditoriale con quello “sociale”: offrono, a chi lavora in alcune delle aree meno favorite dei Paesi emergenti, dignità, opportunità, formazione professionale, creando la cultura del lavoro, fonte di progresso economico e sociale.



Anno 2020 – Implementazione di un piano di azioni energetiche a livello mondiale che soddisfi i bisogni correnti senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri.



Premessa metodologica

Il presente rapporto ha l'obiettivo di illustrare la strategia di responsabilità sociale del Gruppo Ferrero e le relative iniziative mondiali riferite all'anno 2012/2013 (1° settembre 2012 - 31 agosto 2013). Tenuto conto degli obiettivi definiti nei precedenti rapporti, le tematiche di questa quinta edizione sono state selezionate attraverso il costante confronto con le principali parti interessate e in base al loro livello di rilevanza per il Gruppo Ferrero.

Inoltre, il presente rapporto dedica il focus sulle "Grandi Marche" Ferrero a Kinder® Cioccolato e quelli riferiti alla presenza del Gruppo nel mondo a Canada e Russia.

I focus dedicati ad altri prodotti Ferrero, così come ad altri Paesi in cui il Gruppo opera, sono inclusi nel terzo e quarto rapporto, disponibili sul sito www.ferrerocrs.com.

La redazione è stata curata dall'Ufficio Affari Istituzionali, Pubbliche Relazioni e Comunicazione Corporate del Gruppo Ferrero (e-mail: csr@ferrero.com), in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" (versione 3.1, 2011) e al "Food Processing Sector Supplement", entrambi definiti dal GRI (*Global Reporting Initiative*). Sono stati, inoltre, tenuti in considerazione i seguenti riferimenti:

- » "Dieci Principi" del *Global Compact* delle Nazioni Unite (UNGC),
- » ISO (*International Standard Organisation*) 26000:2010 "Guida alla responsabilità sociale",
- » "Linee Guida dell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE) destinate alle Imprese Multinazionali".

Nell'anno in esame:

- » è stata avviata la produzione nei due nuovi stabilimenti in Turchia (marzo 2013) e in Messico (maggio 2013);
- » il Gruppo Ferrero ha acquisito dal Gruppo Stelliferi il 100% del business relativo all'acquisto, lavorazione e commercializzazione di nocciole naturali di elevato standard qualitativo. Ha inoltre costituito, con lo stesso Gruppo, una joint venture societaria nel settore della preparazione e vendita di nocciole tostate in differenti gradi di lavorazione. Quest'ultima è esclusa dal perimetro del presente rapporto.

Tali eventi hanno determinato un impatto riferito esclusivamente ai dati presentati nel capitolo "Le donne e gli uomini Ferrero" che, congiuntamente all'inserimento per la prima volta delle aziende agricole Ferrero nei dati dell'organico puntuale del Gruppo, hanno generato un limite alla comparabilità dei dati con il periodo precedente.

Il livello di applicazione del presente rapporto, in base alle linee-guida GRI, è A+, come confermato dall'*Application Level Check* del GRI.

La revisione del presente rapporto è stata affidata a Deloitte.

Al rapporto di responsabilità sociale è data diffusione anche via internet, all'indirizzo www.ferrerocrs.com, ove sono altresì disponibili i precedenti rapporti CSR, pubblicati nel giugno 2010, giugno 2011, luglio 2012 e luglio 2013. Altri rapporti seguiranno annualmente.



Indice

Lettera del CEO	8
I 4 Pilastri della responsabilità sociale Ferrero	11
1. I nostri prodotti	15
2. La Fondazione Ferrero	51
3. Le Imprese Sociali Ferrero	65
4. Kinder+Sport	77
Il Gruppo Ferrero	89
Le Donne e gli Uomini Ferrero	113
Le pratiche agricole sostenibili	141
Minimizzare l'impatto ambientale	171
Appendice I - Focus su Kinder® Cioccolato	203
Appendice II - Focus su Ferrero in Canada	215
Appendice III - Focus su Ferrero in Russia	229
Appendice IV - Focus su Expo Milano 2015	251
Indicatori GRI	256
Revisione indipendente a cura di Deloitte	266

Lettera del CEO

Grazie all'impegno delle donne e degli uomini di Ferrero, nonché alla fiducia che i consumatori hanno voluto riporre in noi, nell'esercizio commerciale 2012/2013, il Gruppo Ferrero è riuscito a crescere e a rafforzarsi ulteriormente, facendo segnare un aumento delle vendite di oltre il 5% rispetto al periodo precedente. Nonostante una situazione congiunturale del mercato europeo non facile, tale successo è stato possibile anche grazie allo straordinario dinamismo nello sviluppo dei nuovi mercati in Asia, Russia, Stati Uniti, Australia, Canada, Brasile e Argentina.

La nostra capacità produttiva è aumentata e, grazie all'entrata in funzione dei nuovi stabilimenti in Messico e in Turchia, conta oggi 20 siti produttivi. Il Gruppo Ferrero ha dedicato nuovi investimenti, pari a quasi il 6% delle vendite, al potenziamento delle attività industriali e produttive. È stato, in parallelo, mantenuto il forte impegno del nostro Gruppo volto a minimizzare l'impatto ambientale: dal 2009, le nostre emissioni di CO₂, per unità di prodotto derivanti dalle attività produttive, sono diminuite di oltre il 32% e il consumo di acqua di oltre il 26%. Restano per noi imprescindibili i criteri con cui selezioniamo le nostre materie prime: eccellenza nella qualità, rispetto dei diritti umani, sostenibilità. Perseguiamo, infatti, con tenacia il raggiungimento degli sfidanti obiettivi di tracciabilità e sostenibilità delle filiere delle nostre principali materie prime agricole.

I nostri prodotti sono commercializzati in oltre 160 dei Paesi che compongono l'intera comunità internazionale. Operiamo in uno scenario globale in cui i cambiamenti di sistema e competitivi sono divenuti ormai rapidissimi, tanto da metterci continuamente di fronte a sfide difficili ma, al contempo, entusiasmanti, che affrontiamo seguendo tre principi basilari che da sempre guidano l'attività del Gruppo Ferrero:

- offrire prodotti sempre più innovativi;
- dedicare ogni attenzione al soddisfacimento delle esigenze del consumatore;
- rafforzare sempre più il senso etico che è alla base della nostra cultura imprenditoriale.

Giovanni Ferrero
CEO Ferrero International

L'innovazione, che vogliamo manifesta nei nostri prodotti quanto la qualità, coniuga metodi moderni con passione antica e permea tutti gli anelli della nostra catena del valore, dalla ricerca e sviluppo fino al prodotto finale.

Ci dedichiamo al consumatore con assoluta autenticità e integrità. Siamo consci e attenti al rapporto di fiducia che lo lega alle nostre marche: ne curiamo la qualità della relazione e la trasparenza nella comunicazione. Ci confrontiamo col consumatore per soddisfarne ogni esigenza: lo consideriamo, infatti, il vero ambasciatore delle nostre "Grandi Marche". Infine il senso etico, che da sempre distingue la nostra azione. Crediamo fortemente nella responsabilità sociale del Gruppo: la realizziamo quotidianamente nella cura del rapporto tra il consumatore e le nostre marche, così come nel rispetto delle persone che lavorano e hanno lavorato con noi, nella tutela dei diritti umani e nella lotta contro il lavoro minorile, nell'approvvigionamento sostenibile delle nostre materie prime, nella protezione dell'ambiente, nella lotta alla corruzione e agli illeciti. Siamo, inoltre, impegnati nel sostenere programmi d'incentivazione all'attività fisica, anche per prevenire l'obesità, specialmente tra i bambini e gli adolescenti, e nel creare posti di lavoro in alcune delle aree meno favorite del Pianeta, dove incentiviamo iniziative educative e assistenziali per i bambini e i ragazzi.

Realizzare quotidianamente la responsabilità sociale, con perseveranza, passione e pazienza, significa per noi continuare a impegnarci per affermarne i valori distintivi anche nel futuro!

Siamo convinti, infatti, che le nostre attività di responsabilità sociale d'impresa, al pari dei valori delle nostre marche, siano un indispensabile fattore di solidità del nostro sviluppo, della nostra crescita.

Buona lettura!

Luglio 2014

Giovanni Ferrero
Chief Executive Officer
Ferrero International

I 4 Pilastri della responsabilità sociale Ferrero



I 4 pilastri della responsabilità sociale Ferrero



Il nostro modello si basa su quattro pilastri:

I NOSTRI PRODOTTI

Sono realizzati con la massima attenzione alle esigenze dei consumatori e alla loro sicurezza, mediante la continua innovazione, l'eccellenza nella qualità, l'originale elaborazione, la freschezza e la forza attrattiva.

LA FONDAZIONE FERRERO

Ha il duplice obiettivo di prendersi cura degli ex-dipendenti Ferrero e di promuovere iniziative culturali e artistiche riguardanti principalmente il territorio albese e piemontese.

LE IMPRESE SOCIALI FERRERO

Sono sorte già in India, Sudafrica e Camerun al fine, da un lato, di creare nuovi posti di lavoro e, dall'altro, di realizzare progetti e iniziative per promuovere l'educazione e la salute dei bambini nelle aree in cui sono situati gli stabilimenti.

KINDER+SPORT

È il programma educativo di Ferrero volto a facilitare e incoraggiare l'attività fisica di bambini e adolescenti, anche al fine di prevenire e combattere la sedentarietà, fattore dell'obesità sia infantile che in età adulta.

Inoltre, l'attività di Ferrero si svolge sempre nella piena salvaguardia dei diritti umani, compresa la lotta al lavoro minorile, rispettando l'ambiente e combattendo la corruzione e gli illeciti.



Copertine degli atti del 1°, 2° e 3° convegno su temi sociali, organizzati ad Alba dal Centro Studi Sociali della P. FERRERO & C., nel 1961, 1962 e 1963.

1. I nostri prodotti



I nostri prodotti

La catena del valore dei nostri prodotti: un percorso di responsabilità.



Il Gruppo Ferrero fa della passione per il prodotto il proprio tratto distintivo e ha come obiettivo principale e primario la soddisfazione del consumatore. Nel perseguire quest'obiettivo, ci **impegniamo** a ricercare sempre e solo la massima **qualità**, senza compromessi e in maniera **incondizionata**, investendo nelle nostre marche a lungo termine.

Le prossime pagine, dedicate ai **nostri prodotti**, parleranno pertanto di qualità, in ogni sua declinazione:

- **qualità delle marche**, intesa quale selezione accurata di tutte le materie prime, non utilizzo di olii e grassi vegetali idrogenati né additivi, realizzazione di gusti raffinati e unici, creazione di prodotti innovativi, porzionatura equilibrata ai fini dell'apporto calorico, confezionamento in grado di preservare la freschezza dell'alimento anche nelle condizioni ambientali più difficili, controllo del prodotto fino al punto vendita, giungendo al ritiro nel periodo estivo;

- **qualità della tracciabilità e della sicurezza**, intesa come controllo continuo dalle materie prime e del prodotto anche con analisi chimico-fisiche, microbiologiche e organolettiche, selezione accurata dei fornitori e svolgimento di ispezioni e *audit* presso gli stessi, certificazione degli impianti produttivi da parte di enti terzi, condivisione e integrazione dei dati relativi al processo di controllo della qualità;

- **qualità delle sorprese**, intesa quale progettazione e produzione di piccoli giocattoli che possano incoraggiare lo sviluppo cognitivo, emotivo, relazionale e motorio, con un livello di sicurezza più alto di quello stabilito per i giocattoli nei singoli Paesi ove essi sono commercializzati, previsione di periodici *audit* e certificazione delle sorprese;

- **qualità della comunicazione**, intesa quale impegno a non indirizzare la pubblicità dei propri prodotti a un pubblico di bambini con età inferiore a 12 anni, monitoraggio dei propri impegni da parte di enti terzi, comunicazione e informazione trasparente al consumatore, oltre le prescrizioni normative relative alle etichette.

Ci impegniamo a garantire la qualità dei nostri prodotti con tale dedizione e passione perché avvertiamo profondamente la responsabilità verso coloro che da sempre sono **al centro della nostra attenzione: i nostri consumatori**.

Grandi Marche in piccole porzioni

Ferrero offre prodotti d'arte pasticceria, tra i più rinomati al mondo, nel rispetto della tradizione artigianale.

Secondo il pensiero della stragrande maggioranza di scienziati e ricercatori, in tema di nutrizione assumono massima rilevanza tre principi:

1. nutrirsi in modo diversificato;
2. assumere alimenti in quantità moderata;
3. praticare una contestuale, costante anche se modesta attività fisica.

Su tali principi poggia la strategia nutrizionale di Ferrero, così riassumibile:

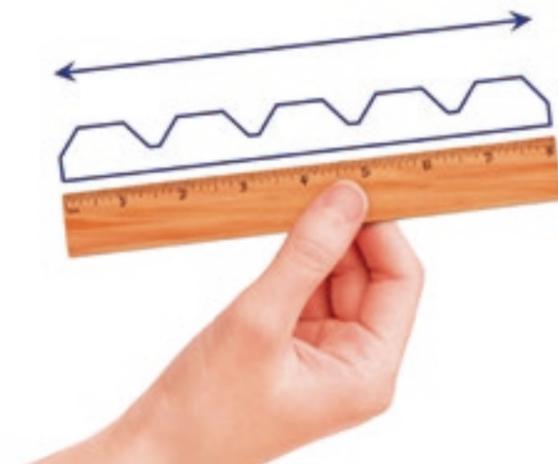
- l'alimentazione è il risultato dell'assunzione di tutti i cibi: quindi, parlare di singoli cibi buoni o cattivi non ha alcun fondamento scientifico;
- la **porzione** è sempre più ritenuta l'elemento decisivo nel controllo dell'apporto alimentare. Ferrero offre da sempre porzioni equilibrate e preimballate di prodotti, dal gusto appagante e di altissima qualità;
- un'alimentazione **varia**, non prescrittiva o punitiva, associata a un sano esercizio fisico, è fondamentale per:
 - sviluppare un positivo equilibrio psicofisico;
 - agevolare momenti di aggregazione familiare e sociale;
 - instaurare e mantenere corrette abitudini alimentari;
- la prima colazione è fondamentale per l'equilibrio nutrizionale generale. L'offerta di prodotti appetibili aiuta a combattere la cattiva abitudine di saltarla e a migliorare quindi la qualità dell'intera dieta;
- la suddivisione dell'assunzione giornaliera in cinque o più occasioni è ormai scientificamente consolidata;
- tra tali cinque occasioni, i due BMEE (*Between Meals Eating Episodes*) quotidiani dovrebbero privilegiare prodotti gustosi e a ridotto apporto calorico per porzione;
- una buona alimentazione si deve associare strutturalmente a un'**attività fisica costante** così da completare i benefici da essa derivanti;
- un'educazione alimentare, con salde basi scientifiche, dev'essere impartita fin dalla prima infanzia allo sviluppo di un approccio consapevole delle proprie abitudini alimentari e della propria dieta;
- l'informazione da fornire ai consumatori dev'essere completa, corretta e obiettiva;



- le ricette semplici, basate sulla tradizione, sono da privilegiare utilizzando ingredienti che già contengono fibre e micro-nutrienti, quali vitamine e minerali, senza doverli aggiungere artificialmente.

La strategia nutrizionale di Ferrero si traduce in pratiche aziendali produttive applicate quotidianamente attraverso stringenti codici interni. È importante richiamarne le principali:

- **selezione accurata**, da un punto di vista qualitativo ma anche etico e ambientale, **di tutte le materie prime utilizzate** a partire da latte, nocciole, cacao, uova e caffè;
- realizzazione di un **carattere gustativo unico** per ogni prodotto, grazie alla miscelazione di diversi zuccheri naturali, grassi e latte di elevatissima qualità, caffè, cacao e nocciole selezionati e tostati direttamente negli stabilimenti Ferrero;
- offerta di **prodotti in piccole porzioni incartate singolarmente**, con una conseguente riduzione del consumo di zucchero e grassi;
- sviluppo ingegneristico interno di impianti di produzione e di processi industriali che conservino il più possibile le **caratteristiche originarie di composizione e di valenza alimentare degli ingredienti**;
- **assoluto non utilizzo di olii e grassi vegetali idrogenati**, apportatori di acidi grassi trans (TFA). Tale esclusione è ormai consolidata da anni, in tutti i prodotti Ferrero;
- **non utilizzo di additivi conservanti**;
- **presenza di fibre e micro-nutrienti**, quali vitamine e minerali, derivati direttamente dalle materie prime utilizzate, senza aggiunte artificiali.



Crediamo profondamente che occorra una maggiore educazione alimentare come parte integrante di uno stile di vita sano!

Non occorrono, anzi sono controproducenti, ulteriori legislazioni o tasse su singoli ingredienti o su categorie di indispensabili componenti della nostra cultura alimentare.

Le piccole porzioni Ferrero imballate singolarmente

Una dieta equilibrata è elemento cardine di uno stile di vita sano: ecco perché Ferrero offre prodotti alimentari di elevatissima qualità, unici e gustosi, disponibili in commercio in porzioni dal moderato contenuto calorico e preconfezionate. Riteniamo, infatti, che:

- le porzioni confezionate singolarmente,
- la presenza di materie prime naturalmente ricche di nutrienti di alta qualità,
- le nostre semplici ricette,
- la qualità organolettica dei prodotti

siano gli elementi chiave per rendere i prodotti Ferrero adatti anche alle occasioni di consumo tra un pasto e l'altro, a metà mattina o a metà pomeriggio. Un regime alimentare realmente equilibrato, infatti, non è quello che semplicemente elimina alcuni cibi, bensì che include, nelle giuste porzioni, quei prodotti che i consumatori amano di più, in modo da facilitare il mantenimento, nel tempo, di abitudini alimentari globalmente corrette e durature.

La porzionatura dei nostri prodotti, inoltre, li rende facilmente integrabili all'interno degli episodi alimentari, nel rispetto delle raccomandazioni di assunzione calorica.

La **suddivisione in porzioni dei prodotti Ferrero** è stata, da sempre, ideata e commercializzata per essere idonea alle diverse necessità nutrizionali dei consumatori. I prodotti della linea Kinder®, ad esempio, ideati e tradizionalmente apprezzati dai bambini e dai ragazzi, continuano a essere predisposti in porzioni singole dal peso compreso tra 5 e 43 grammi, tra i più contenuti della loro categoria.

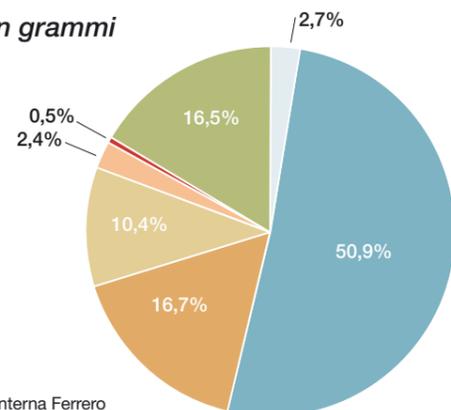
Come si evince dal grafico che segue, **oltre il 70% dei volumi dei prodotti Ferrero commercializzati nel mondo offre porzioni inferiori a 25 g e oltre l'80% porzioni inferiori a 45 g.**

Inoltre, **più del 70% dei volumi dei prodotti Ferrero è offerto in porzioni inferiori a 100 kcal e oltre il 95% in porzioni inferiori a 150 kcal** (come da grafico che segue).



Suddivisione % delle porzioni dei prodotti Ferrero*, in grammi

- ≤ 5 g
- > 5 ≤ 15 g
- > 15 ≤ 25 g
- > 25 ≤ 40 g
- > 40 ≤ 45 g
- > 45 ≤ 70 g
- > 100 ml o g

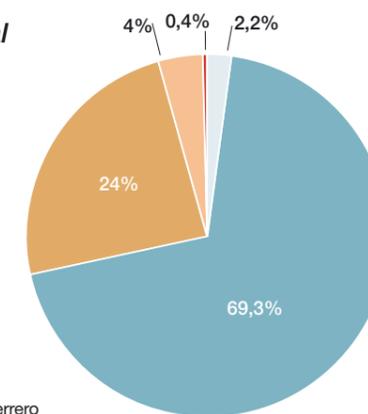


* % dei volumi dei prodotti commercializzati nel mondo, nel periodo 2012/2013. Fonte interna Ferrero

In relazione a Nutella® è stata considerata la porzione da 15g, indicata nella maggior parte dei Paesi in cui è commercializzata.

Suddivisione % delle porzioni dei prodotti Ferrero*, in kcal

- ≤ 10 kcal
- > 10 ≤ 100 kcal
- > 100 ≤ 150 kcal
- > 150 ≤ 200 kcal
- > 200 kcal



* % dei volumi dei prodotti commercializzati nel mondo, nel periodo 2012/2013. Fonte interna Ferrero

I grafici precedenti comprendono tutti i prodotti Ferrero commercializzati nel mondo nell'anno commerciale 2012/2013, con un'esclusione del 3% ca. corrispondente ai formati speciali per ricorrenze, mix di prodotti, mini o maxi e special edition.

Risultati della nostra attività scientifica

Attraverso un **forte impegno nella ricerca scientifica**, Ferrero contribuisce a promuovere buone abitudini alimentari: speciali sforzi sono continuati per la promozione della prima colazione tra i giovani e di moderati consumi alimentari in tutte le fasce di età.

Nell'anno 2012/2013, sulla base dei valori aziendali, Ferrero ha supportato studi e ricerche, con *unrestricted grant*, al fine di rispettare l'indipendenza delle valutazioni scientifiche e la libertà intellettuale dei ricercatori.

Alcuni studi sono stati conclusi e altri sono ancora in corso, ma prossimi alla conclusione. Fra essi segnaliamo:

- valutazione degli effetti di diverse tipologie di colazione, che includono o meno prodotti Ferrero, per offrire al consumatore elementi scientifici a supporto delle preferenze gustative;
- specifiche ricerche sulla neutralità relativa a fattori di rischio cardiovascolari o metabolici dell'olio di palma.

Sono ancora in corso studi legati all'impatto metabolico dei prodotti Ferrero, in relazione al loro consumo all'interno dei BMEE e in relazione all'impatto glicemico (Indice Glicemico e Carico Glicemico). Le analisi interinali confermano, ancora una volta, la neutralità metabolica e il ruolo positivo svolto dai prodotti Ferrero. Le conclusioni dei lavori verranno pubblicate nel corso del prossimo esercizio gestionale.

Obiettivi per il 2015

- Rafforzare il nostro coinvolgimento nelle iniziative europee e nazionali che promuovono atteggiamenti virtuosi relativi al binomio alimentazione e salute.
- Sviluppare una **"carta d'identità nutrizionale" dei prodotti Ferrero** per disporre di una valutazione della loro risposta metabolica e, per alcuni di essi, anche degli effetti sull'attenzione e sull'umore.

Qualità e freschezza

Il modello di *business* Ferrero è costruito per garantire la massima freschezza dei prodotti lungo tutta la catena del valore e per evitare ogni spreco. Seguiamo il ciclo di vita del prodotto a partire dall'approvvigionamento delle materie prime e degli imballi sino alla distribuzione del prodotto finito presso i punti vendita e nelle case dei consumatori.

Qual è il nostro obiettivo principale?

Offrire ai consumatori prodotti di altissima qualità ed elevatissima freschezza in tutto il mondo.

Ad esempio, durante il periodo estivo, quando le alte temperature ambientali possono impedire che il prodotto arrivi al consumatore al meglio delle proprie caratteristiche organolettiche, Ferrero sospende la fornitura o ritira i propri prodotti dai canali di vendita. In un'ottica di continuo miglioramento, Ferrero sta procedendo alla definizione di linee guida globali che indichino le temperature soglia di riferimento e le modalità di esecuzione (sospensione o ritiro) per ogni tipologia di prodotto. A tal fine, saranno raccolti dati puntuali di temperatura nei punti vendita e intensificate le attività di monitoraggio della qualità percepita da parte dei consumatori, a comprova del reale percorso affrontato dai prodotti fino all'esposizione sugli scaffali dei punti vendita.

Tracciabilità e sicurezza

Fin dal 1946, quindi dalle origini, Ferrero ha posto la massima attenzione nel selezionare le materie prime e gli ingredienti.

Sono la **qualità** e la **freschezza** di questi ultimi a determinare le caratteristiche organolettiche peculiari dei prodotti; proprio per questo, Ferrero ha sviluppato procedure innovative come quella definita dalla locuzione aziendale **"sacco conosciuto"**

Tale locuzione identifica tutte le attività svolte dai tecnici specializzati Ferrero, quali i controlli e le analisi organolettiche, le operazioni ispettive presso i fornitori, le pratiche per la sicurezza alimentare e per garantire la tracciabilità delle materie prime.

Tutti i fornitori Ferrero nel mondo sono selezionati e valutati a livello di Gruppo con criteri univoci, attraverso una piattaforma elettronica che li collega con i nostri esperti tecnologici alimentari.

Anche in base al Codice di Condotta Commerciale Ferrero, è svolta una costante attività di ispezione direttamente presso i siti produttivi dei fornitori, durante la quale sono eseguiti specifici controlli sulle forniture e sulle analisi previste.

Nella fase di accettazione negli stabilimenti, un apposito protocollo interno di Gruppo, in linea con la moderna analisi del rischio, definisce la tipologia e la frequenza dei controlli chimico-fisici, microbiologici e organolettici da eseguire sui campioni di merce in arrivo.

Oltre a un sistema di rigidi controlli interni, la sicurezza alimentare è garantita anche mediante le verifiche di enti esterni indipendenti e certificati.



Gli assaggi Ferrero

Affinché i prodotti siano conformi agli elevati standard di gusto Ferrero, oltre ai classici test di laboratorio, è realizzata anche un'analisi sensoriale definita “**assaggio**” finalizzata a esprimere un giudizio compiuto sul gusto del prodotto, in tutte le sue sfaccettature, e sull'aspetto estetico e di presentazione.

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”, effettuati dai responsabili delle unità produttive;
4. i test a tela di ragno “*spider 2web*”.

Per un dettaglio su controlli e “assaggi” riferiti a uno dei nostri prodotti storici, si rimanda al Focus dedicato a Kinder® Cioccolato, in appendice al presente rapporto.

L'innovazione

L'innovazione costituisce uno dei fattori principali del successo dei prodotti Ferrero: negli ultimi 50 anni, il Gruppo ha creato **prodotti innovativi** che sono diventati, nel tempo, delle vere e proprie marche mito. L'attività di studio sull'innovazione è condotta da una società *ad hoc* di ricerca e tecnologia che opera all'interno del Gruppo: ad essa sono assegnate risorse e competenze per la ricerca di nuovi prodotti in grado di soddisfare e di dare risposta alle necessità, anche solo latenti, dei consumatori. La società, formata da ricercatori impegnati sia in studi tecnici che nell'individuazione delle moderne esigenze nutrizionali e degli stili alimentari, opera utilizzando nuove materie prime e tecnologie di produzione innovative al fine di creare prodotti unici di grande gusto e qualità, nel rispetto della filosofia e dei valori Ferrero.

Il processo che precede il lancio di un nuovo prodotto è lungo e meticoloso: allo **studio**, alle ricerche e alle prove del prodotto in specifiche aree test fa seguito la sua diffusione in determinati mercati, dov'è **sottoposto all'attenzione del consumatore** monitorandone il grado di apprezzamento. Solo quando il prodotto supera con successo le numerose e lunghe fasi di test cui è soggetto, si passa alla sua produzione industriale.

In questo momento, i ricercatori Ferrero stanno lavorando a **oltre 100 nuovi progetti**, alcuni dei quali sono già pronti per essere lanciati sul mercato. Dietro ogni prodotto, che può apparire semplice alla vista del consumatore, vi è una tecnologia brevettata avanzatissima e unica al mondo che testimonia, in maniera lampante, l'alta passione che Ferrero pone nell'innovazione dei propri prodotti.

Gli standard avanzati dei nostri stabilimenti

Negli stabilimenti utilizziamo un apposito sistema globale integrato “SAP” che garantisce la condivisione e integrazione, all'interno di Ferrero, dei dati relativi al processo di controllo della qualità e la sua gestione centralizzata.

Attualmente, il sistema è operativo nella maggior parte degli stabilimenti Ferrero nel mondo e consente una raccolta e un confronto dei dati in modo sempre più globale e coordinato. In particolare, focalizzandosi sui “pacchetti” specifici della Qualità, il sistema è attivo nei laboratori di 14 dei 20 stabilimenti. Anche le linee produttive lavorano tramite condivisione dei dati di Qualità con il sistema SAP, che è attivo in 12 dei 20 stabilimenti.

Il *rollout* per gli stabilimenti che ne sono ancora sprovvisti è programmato per l'esercizio 2013/2014.

Negli stabilimenti ove il sistema SAP non è ancora operativo, esiste comunque una rete di collegamenti con la centrale che consente di garantire la *governance* della qualità: tra tutti i sistemi attivi, va evidenziato il sistema di valutazione giornaliera dei prodotti tramite un giudizio sintetico.

L'eccellenza dei prodotti e la loro sicurezza è garantita da un sistema di procedure interne verificate tramite ispezioni integrate e sistematiche effettuate dalla Direzione centrale di Qualità presso gli stabilimenti e lungo tutta la catena logistica. Tali ispezioni prevedono, in ogni stabilimento del Gruppo, nei magazzini di stoccaggio e presso i Fornitori Conto Terzisti, la verifica degli stringenti capitolati Ferrero di prodotto, di sicurezza alimentare (in linea con i requisiti della norma FSSC/ISO 22000, HACCP) e di sistema (in linea con i requisiti della ISO 9001).

Il sistema è, inoltre, certificato a cura di enti esterni indipendenti. Ferrero si è posta come obiettivo la certificazione di tutti i propri siti produttivi secondo due standard internazionali di massima severità e prestigio, come ISO 9001 e FSSC/ISO 22000.

Quest'obiettivo include in automatico tutte le nuove realtà che, progressivamente, si aggiungono e, in particolare, i due ultimi stabilimenti Ferrero siti in Messico e in Turchia.



Le tabelle seguenti riportano lo stato delle certificazioni di standard aziendale citate e altre attualmente in atto presso i nostri stabilimenti.

In tabella 1 sono indicati gli stabilimenti che dispongono di una certificazione ISO 9001:2008 di Gruppo, ovvero con un unico manuale della qualità e procedure valide per Ferrero nel suo complesso.

In tabella 2 sono riportate le due Imprese Sociali Ferrero che hanno ottenuto questo standard certificativo: Walkerville, in Sudafrica, è stato nel 2012 il primo tra gli stabilimenti delle Imprese Sociali Ferrero a ottenere la certificazione ISO 9001:2008 per la gestione del Sistema Qualità. Lo stesso obiettivo è stato raggiunto, nel 2013, dall'Impresa Sociale Ferrero di Baramati, in India.

In tabella 3 sono indicate le certificazioni ottenute dagli stabilimenti del Gruppo in tema di sicurezza alimentare o di accreditamento dei laboratori d'analisi.

In particolare, gli stabilimenti Ferrero certificati da enti terzi indipendenti, secondo lo standard FSSC 22000, che rappresenta il maggior livello raggiungibile in ambito delle certificazioni sulla sicurezza alimentare, sono 8 (La Pastora, Lithgow, Stadtallendorf, Villiers-Ecalles, Belsk, Cork, Sant'Angelo e Quito). Altri 5 stabilimenti (Alba, Arlon, Brantford, Poços De Caldas, Vladimir) hanno certificazioni di conformità verso schemi specifici sulla sicurezza alimentare quali IFS, HACCP, ISO 22000 e altri standard richiesti da catene di distribuzione, ecc.

Infine, in linea con la strategia aziendale, tutti gli stabilimenti del Gruppo predispongono e mettono in pratica il piano HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Point*), obbligatorio nell'Unione europea.



Tabella 1

Stabilimenti	Certificazioni ISO 9001:2008* a partire dall'anno:
Alba (Italia)	1999
Arlon (Belgio)	1996
Balvano (Italia)	1996
Belsk (Polonia)	2001
Cork (Irlanda)	1994
Pozzuolo (Italia)	1998
Sant'Angelo (Italia)	1999
Stadtallendorf (Germania)	1994
Villiers-Ecalles (Francia)	1997
Vladimir (Russia)	2010
Brantford (Canada)	2011
La Pastora (Argentina)	2000
Lithgow (Australia)	1999
Poços De Caldas (Brasile)	1999
Quito (Ecuador)	1999

* Si sottolinea che, prima dell'anno 2008, gli stabilimenti erano certificati ai sensi della norma ISO 9001 in vigore nell'anno di ottenimento della stessa.

Tabella 2

Imprese Sociali Ferrero	Certificazioni ISO 9001:2008* a partire dall'anno:
Walkerville (Sudafrica)	2012
Baramati (India)	2013

* Si sottolinea che, prima dell'anno 2008, gli stabilimenti erano certificati ai sensi della norma ISO 9001 in vigore nell'anno di ottenimento della stessa.

Tabella 3

Stabilimenti	FSSC 22000 dal	ISO 22000 dal	IFS, COSTCO HACCP dal	ISO 17025 dal
Alba (Italia)			2007	2006
Arlon (Belgio)			2006	
Belsk (Polonia)	2013		2006	
Cork (Irlanda)	2013		2011	
S. Angelo (Italia)	2013		2011	
Stadtallendorf (Germania)	2012		2006	2007
Villiers-Ecalles (Francia)	2012			
Vladimir (Russia)		2013	2010	
Brantford (Canada)			2008	
La Pastora (Argentina)	2011	2008		
Lithgow (Australia)	2011			
Poços De Caldas (Brasile)		2007		
Quito (Ecuador)	2013		2010	

Casi di non conformità

ISO 9001:2008 Certificazione del Sistema di Qualità Ferrero

Nel 2012/2013, sono stati eseguiti 10 *audit* da parte di Enti di Certificazione esterni che hanno interessato gli stabilimenti di Poços De Caldas, Belsk, Cork, Quito, Pozzuolo, Baramati, Walkerville e la Direzione Qualità di Gruppo (3 volte): non sono state riscontrate “Non conformità” ma solamente alcune raccomandazioni di miglioramento.

IFS – International Food Standard

Nel 2012/2013, le verifiche condotte per verificare la conformità a questo standard certificativo presso gli stabilimenti di Alba, Arlon, Belsk, Cork e Stadthallendorf hanno messo in evidenza un livello di conformità, denominato “*Higher Level*” con una votazione media pari a 97,64%.

Ultime novità

1. Lo stabilimento dell’Impresa Sociale Ferrero di Baramati, in India, ha ottenuto la certificazione del sistema di gestione qualità ai sensi della norma ISO 9001:2008.
2. In linea con gli obiettivi, cinque stabilimenti europei (Stadthallendorf in Germania, Villers-Ecalles in Francia, Belsk in Polonia, Cork in Irlanda e S. Angelo in Italia) hanno conseguito la certificazione FSSC 22000 e altri due (Alba in Italia e Arlon in Belgio) hanno avviato le pratiche per tale traguardo.

Obiettivi per il 2015 e 2020

1. Implementare un centro **unico di raccolta reclami dal mercato** dove confluiscono, in modo univoco e strutturato, tutte le segnalazioni dei consumatori, costituendo una banca dati mondiale, entro il 2015. Il progetto è nel pieno della sua realizzazione con il coinvolgimento di tutte le componenti aziendali interessate; in particolare, il Dipartimento Aziendale che si occupa dello sviluppo dei sistemi informatici ha messo a punto un piano di implementazione del pacchetto informatico unico aziendale, denominato GCC (Gestione Contatti Consumatori).
2. Estendere la **certificazione di sicurezza alimentare FSSC/ISO 22000 a tutti gli stabilimenti** del Gruppo entro il 2015. Per le Imprese Sociali Ferrero l’obiettivo, che comprende la certificazione ISO 9001 e la Certificazione di Sicurezza alimentare FSSC/ISO 22000, è posto entro il 2016. I due schemi di certificazione definiti come standard aziendale (ISO 9001 e FSSC/ISO 22000) stanno seguendo puntualmente il piano di implementazione (per i dettagli vedere capitolo precedente) e sono propedeutici all’unificazione completa di tutti i poli produttivi nell’ambito di un unico Sistema Qualità di Gruppo.

3. Raggiungere l’**integrazione degli audit/ispezioni 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. Inoltre, il presidio di tutta la filiera tramite *audit*, ispezioni e altre metodologie è in pieno sviluppo attraverso varie iniziative. Tra queste, vanno ricordate per l’esercizio 2012/2013 la costituzione di presidi della qualità posizionati in tutti i mercati del mondo, definiti *Country Quality Managers*. Questi presidi rappresentano ruoli “chiave” per la qualità sui mercati paragonabili ai responsabili qualità degli stabilimenti.
4. Ottenere, a livello mondiale, una **certificazione ISO con unico manuale e procedure validi per tutto il Gruppo**: in tal modo, i nostri stabilimenti nel mondo costituiranno i reparti di un unico “stabilimento virtuale globale,” sempre entro il 2020.



Le sorprese Kinder®: il valore del gioco e la sicurezza



L'**attività ludico-ricreativa** svolge un ruolo molto importante nello sviluppo del bambino: risponde alle **esigenze fondamentali della crescita** dal punto di vista psicologico, affettivo ed emotivo.
Il gioco è infatti la lente con cui i bambini sperimentano il loro universo e il mondo degli altri aiutandoli nel loro percorso di crescita.

Art. 31 della Convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti dell'Infanzia (20 novembre 1989)

1. Gli Stati parti riconoscono al fanciullo il diritto al riposo e al tempo libero, a dedicarsi al gioco e ad attività ricreative proprie della sua età e a partecipare liberamente alla vita culturale e artistica.
2. Gli Stati parti rispettano e favoriscono il diritto del fanciullo di partecipare pienamente alla vita culturale e artistica e incoraggiano l'organizzazione, in condizioni di uguaglianza, di mezzi appropriati di divertimento e di attività ricreative, artistiche e culturali.

Per questo, **da oltre 40 anni, Kinder®** unisce ad alcuni suoi prodotti dedicati ai ragazzi piccole sorprese con cui giocare, **guidata dalla consapevolezza del grande valore che il gioco rappresenta nella loro vita e nel loro sviluppo.**

Per svolgere al meglio questo compito, nel 2013 è stata creata *Kinder Surprise Company*, una Divisione del Gruppo Ferrero dedicata alla creazione e produzione dei piccoli giocattoli Kinder® la cui visione ne spiega in maniera inequivocabile ruolo e obiettivi:

VISION:

**Creare esperienze di gioco straordinarie,
in formati sorprendentemente piccoli che generano grandi emozioni.**

Ciò implica, da parte dell'Azienda, una cura e un'attenzione particolare su tutta la filiera produttiva, dalla progettazione alla commercializzazione finale.

Il gioco visto da Kinder®

Da sempre, ciascuna sorpresa è studiata con grande cura da un team dedicato, attraverso la collaborazione con psicologi specializzati nello sviluppo cognitivo, emotivo, relazionale e motorio dell'infanzia, che lavora secondo 4 principi:

1. **Miglioramento delle abilità del bambino**
2. **Varietà**
3. **Esperienza a 360°**
4. **Universalità**

1. Miglioramento delle abilità del bambino

Le sorprese Kinder® sono pensate per incoraggiare lo sviluppo di specifiche attitudini del bambino. In particolare:

Sviluppo cognitivo	Il processo con cui si montano le sorprese stimola il pensiero logico e la sequenzialità delle azioni ed esorta l'esperienza del <i>problem-solving</i> unita alla curiosità.
Sviluppo emotivo	L'emozione derivante dall'esperienza di raggiungere un obiettivo (montare la sorpresa) e dall'interazione con piccoli giochi studiati per essere attraenti per i bambini, che stimolano la fantasia.
Sviluppo relazionale	L'interazione del bambino con gli amici e i genitori, favorita dalle esperienze di gioco proposte, lo aiuta a socializzare e a creare momenti gioiosi da condividere.
Sviluppo motorio	L'assemblaggio della sorpresa richiede una buona coordinazione mani-occhi, stimolando l'immaginazione, la logica e la manualità.

2. Varietà: 5 aree di gioco

Ogni anno, un team di esperti sviluppa nuove giocabilità, miranti a stimolare la crescita dei bambini nella sua completezza.
Nascono le 5 aree di gioco dei prodotti con sorpresa, intorno alle quali è articolato un ampio e bilanciato assortimento arricchito anche da sorprese dedicate specificatamente a bambine e bambini.



3. Esperienza a 360°

Le sorprese Kinder® rappresentano una vera esperienza di gioco a 360°, fatta di divertimento, valori educativi e giocabilità anche su piattaforma digitale.



4. Universalità

Le sorprese sono ideate per soddisfare i bambini di tutto il mondo, diversi per cultura, genere o età. La più grande soddisfazione è creare dei piccoli giochi che esprimano valori universali e che divertano il mondo intero.

Il patto di fiducia con il consumatore

Per il Gruppo Ferrero, l'attenzione al consumatore non è solo un valore, ma una pratica quotidiana, che ha il suo fondamento in un senso di responsabilità che va ben oltre i propri obiettivi commerciali. La dedizione verso i consumatori costituisce da sempre la premessa e la base della politica aziendale del Gruppo.

Le ricerche

Mettendo in pratica questi principi, anno dopo anno è aumentato il numero di ricerche sui consumatori svolgendo indagini qualitative, quantitative, comportamentali e organizzando sessioni di gioco attivo con l'obiettivo di conoscerli al meglio e scoprirne necessità e desideri.

Anche durante le diverse fasi di progettazione delle sorprese, l'Azienda conduce test con genitori e bambini per verificare la rilevanza dell'idea di gioco e affinarne il *design*.

Ogni anno, l'assortimento è completamente rinnovato e sono sviluppate più di 100 nuove sorprese per garantire la massima varietà a standard qualitativi elevati e regalare emozioni sempre nuove e diverse.

La sicurezza

La *Kinder Surprise Company* ha implementato un codice interno per la progettazione e la produzione delle sorprese Kinder®. Tale codice interno prevede che le sorprese Kinder®, oltre a rispettare l'impianto normativo di tutti i Paesi ove sono commercializzate, rispettino regole più stringenti.

In sintesi, il "codice interno per la progettazione e la produzione delle sorprese" (denominato "Codice MPG" nelle precedenti edizioni di questo rapporto) contiene:

- norme sui giocattoli;
- *policy* e regole volontarie molto restrittive, con l'obiettivo di garantire l'elevatissima sicurezza delle sorprese Kinder®.

Adesione alle norme obbligatorie

Il codice interno prevede che tutte le sorprese Kinder® siano conformi alle norme obbligatorie direttamente applicabili ai giocattoli e agli standard internazionali e nazionali sui giocattoli ai quali le prime rinviano:

Norme obbligatorie cui il Gruppo si attiene

- Direttiva 2009/48/CE sulla sicurezza dei giocattoli;
- Standard europei sulla sicurezza giocattoli (EN71);
- Standard internazionali sulla sicurezza giocattoli (ISO 8124);
- Standard sui giocattoli sovranazionali (MERCOSUR);
- Standard nazionali di tutti i Paesi ove le sorprese sono commercializzate, in particolare quelli del Canada e dell'Australia che contengono alcuni requisiti più restrittivi di quelli previsti dallo standard ISO e standard EN 71.

Oltre le norme di legge: una rigorosa policy interna

Il codice interno contiene una *policy* e regole volontarie molto restrittive che garantiscono l'elevatissima sicurezza delle sorprese Kinder® e prevede che i piccoli giocattoli rispettino regole ancora più severe di quelle previste dalle norme vigenti in tutti i Paesi ove sono commercializzate:

- non sono ad esempio utilizzati magneti, tattoo, spugnette anti-stress, armi giocattolo e giocattoli raffiguranti armi, bolle di sapone, giocattoli con funzione "gomma per cancellare";
- si pone particolare attenzione e cautela a taluni componenti delle sorprese, ad esempio le ventose, che non si devono staccare dal giocattolo;
- sono reinterpretate in maniera restrittiva alcune norme applicabili anche ai giocattoli.

Le regole volontarie: linee guida

La progettazione delle sorprese Kinder®

Nella progettazione delle sorprese, *Kinder Surprise Company* osserva delle “Linee Guida” per evitare che i bambini possano farsi male usando in modo improprio i giocattoli.

Tali “Linee Guida” si traducono in specifici accorgimenti sulla morfologia delle sorprese, attuati ricorrendo a tutti o ad alcuni di essi, a seconda delle sorprese e delle relative necessità.

Esse sono:

- l’assenza di forme sferiche e ovoidali;
- la presenza di fori;
- l’assenza di parti troppo piccole;
- la tridimensionalità e l’articolazione delle sorprese e delle loro parti;
- il “pre-montaggio” di parti troppo piccole;
- il non utilizzo del colore marrone cioccolato.



L’approvazione dei prototipi delle sorprese Kinder®

L’approvazione dei prototipi delle sorprese Kinder® segue una rigorosa procedura approfondita in modo qualificato con esperti del settore:

- **In-house development:** le sorprese Kinder® sono sviluppate interamente da *Kinder Surprise Company*.
- **Studio psicologico:** psicologi studiano l’interazione dei bambini con le sorprese Kinder® intervengono nell’indirizzo della loro creazione affinché ogni sorpresa preveda elementi ludici che aiutino lo sviluppo motorio e cognitivo dei bambini.
- **Age grading evaluation:** *Kinder Surprise Company* fa esaminare le sorprese Kinder® da psicologi e organismi internazionali per assicurarsi che esse siano conformi alle “linee guida” in materia di classificazione di età dei giocattoli redatte dal CEN (Comitato Europeo di Normalizzazione).
- **Controllo medico:** *Kinder Surprise Company* sottopone i prototipi di tutte le sorprese Kinder® ad approvazione preventiva di un esperto medico otorinolaringoiatra, che in qualche caso suggerisce delle modifiche alle quali *Kinder Surprise Company* procede sempre. Nessuna sorpresa è prodotta se non sussiste la piena approvazione dello specialista medico.
- **Safety Assessment:** *Kinder Surprise Company* effettua il preventivo esame di “sicurezza allargata” di tutte le sorprese Kinder® in fase progettuale. Tale esame consiste nel verificare se le sorprese, anche in considerazione del prevedibile abuso da parte del bambino, comportino rischi “ulteriori”, vale a dire rischi non previsti dalle norme tecniche, il cui rispetto in singoli casi potrebbe non essere sufficiente a garantire la sicurezza della sorpresa.



Qualora la rigorosa procedura di approvazione dei prototipi evidenzi la sussistenza anche minima di rischi, la sorpresa è opportunamente modificata.

Nell’adempiere così a un obbligo previsto dalla nuova normativa sulla sicurezza dei giocattoli 2009/48/CE, che ha introdotto l’obbligo del “Safety Assessment” per i giocattoli, l’approccio di *Kinder Surprise Company* è fortemente responsabile e approfondito.



Al fine di addivenire a una soglia elevatissima di sicurezza, *Kinder Surprise Company* impone, per le proprie sorprese, il rispetto di requisiti più restrittivi di quelli previsti dallo standard EN 71 sulla “sicurezza dei giocattoli”, specie per gli aspetti chimici, con particolare riferimento al quantitativo di migrazione dei metalli pesanti (infatti, il limite accettato dal codice interno è inferiore a quello accettato dallo standard EN 71, già cautelativo al riguardo).

Anche per quanto riguarda i requisiti meccanici, *Kinder Surprise Company* ha implementato, per le proprie sorprese, un’applicazione più restrittiva dello standard previsto in ambito internazionale (ISO 8124) sulla “sicurezza dei giocattoli”: essa consiste nel prevedere che il superamento dei “test di abuso” previsti da tale standard (test di caduta, torsione e trazione), che simulano comportamenti che i bambini adottano durante il gioco,

avvenga soltanto se la loro esecuzione non crea la rottura del giocattolo e delle sue parti; diversamente, lo standard internazionale ammette la rottura del giocattolo, purché non si tratti di parti taglienti.

Quindi, l'applicazione del codice interno garantisce la robustezza della sorpresa e delle sue parti.

“Sorpresa prodotta con materiale molto resistente (PA6) in quanto il polipropilene o l'ABS non supererebbero i test meccanici”



Tale robustezza è raggiunta soltanto mediante l'utilizzo di materiali selezionati e resistenti al punto da consentire il superamento dei test di abuso.

Ulteriori test molto restrittivi, effettuati da *Kinder Surprise Company* su base volontaria, sono:

- “cross cut test” per valutare il distacco della vernice;
- test sulla resistenza alla saliva e al sudore per verificare che nessun colorante possa essere trasferito dai giocattoli colorati alla bocca, alle mucose o alla pelle.

Garanzia di uno standard globale

Kinder Surprise Company garantisce il totale rispetto del “Codice interno per la progettazione e la produzione delle sorprese” durante l'intero ciclo produttivo delle sorprese *Kinder*®. Pertanto, tutte le sorprese *Kinder*® immesse sul mercato sono conformi a quanto previsto dal predetto codice interno.

Ciò avviene indipendentemente dal luogo di produzione della sorpresa e dalla sua destinazione ai singoli mercati. Si tratta, dunque, di un approccio “globale” al tema della sicurezza, che si ispira ai più rigorosi standard internazionali di sicurezza e di controllo qualità, spesso superandoli.

Le misure attivate in tale direzione possono essere così sintetizzate:

- numero “selezionato” di produttori, che sono approvati e monitorati da *Kinder Surprise Company*;
- accettazione dei capitoli di produzione di *Kinder Surprise Company* da parte di tali produttori;
- ricorso a una *Green List* interna, aggiornata all'incirca ogni anno, che consente la più cautelativa scelta possibile dei materiali da utilizzare per la produzione delle sorprese;
- intervento e monitoraggio di *Kinder Surprise Company* nell'acquisto delle materie prime.

Controlli/qualità

Il Dipartimento qualità di *Kinder Surprise Company* effettua **costanti controlli di qualità** durante tutto il processo produttivo delle sorprese, secondo specifiche procedure molto accurate e ispirate alle più evolute pratiche del settore.

Kinder Surprise Company ha aderito, su base volontaria, a **programmi di audit** proposti dagli organismi notificati, correlati al rispetto dei regolamenti dei rispettivi marchi di qualità (marchio “Giocattoli Sicuri” in Italia, “Marque NF” in Francia, marca “Calidad Comprobada” in Spagna, “SP Mark” in Svezia).

Tali programmi prevedono, a seconda dei casi:

- periodici *audit* del “sistema qualità Ferrero” dedicato ai giocattoli;
- prelievi sul mercato e nei magazzini della Ferrero affinché anche terze parti indipendenti, oltre all'Assicurazione Qualità Ferrero, verifichino, dall'esterno e con i necessari test, la costanza della qualità delle sorprese *Kinder*® per tutta la produzione.

Certificazioni

Kinder Surprise Company fa certificare le proprie sorprese da 6 organismi europei, “notificati” alla Commissione europea e autorizzati dalle autorità nazionali, e, dove richiesto, da organismi extra europei attraverso certificazioni locali.



La produzione: crescere insieme alle comunità locali

Le sorprese *Kinder*® sono prodotte principalmente in Europa, Cina e India.

Questo dislocamento geografico, anche lontano dai nostri consueti poli produttivi, ha consentito la creazione di moltissimi posti di lavoro in Paesi emergenti.

I principi che guidano la relazione di Ferrero con loro sono “formare e costruire”, ovvero trasferire 40 anni di esperienza aziendale e instaurare con loro una relazione diretta basata sulla conoscenza, lo scambio e la crescita.

Infatti, perseguendo il progresso tecnologico dei processi produttivi, si contribuisce all'accrescimento della competenza industriale, specie dei Paesi emergenti.

Un continuo accrescimento del *know-how*

Prima

- Lo stampaggio a iniezione era il processo tradizionale utilizzato per la produzione della maggior parte degli articoli in plastica.
- Nella produzione delle sorprese, il processo tradizionale prevedeva lo stampaggio a iniezione e la successiva pitturazione manuale.

Ora

- La continua spinta al miglioramento ha consentito un'evoluzione del design delle sorprese. Ciò permette di sostituire la pitturazione manuale con un innovativo sistema di stampaggio.
- Tale innovazione garantisce la riduzione del quantitativo di vernici e solventi utilizzati in produzione e dispersi nell'ambiente.

Requisiti etici, sociali e ambientali per i fornitori

Il Gruppo Ferrero ha predisposto e implementato un “codice di condotta” per i fornitori di tutto il mondo, relativo agli aspetti etici e ambientali della produzione delle sorprese.



Ciò consente da un lato di mantenere gli alti standard qualitativi desiderati, ma anche di continuare a condividere *know-how* e competenze con i nostri fornitori.

Il Codice, noto come “Requisiti Etici Sociali e Ambientali per i fornitori di giocattoli Kinder®”, si ispira ai più avanzati codici etici internazionali ed è altrettanto rigoroso e dettagliato.

Sintesi dei requisiti etici, sociali e ambientali per i fornitori di giocattoli Kinder®

- I produttori delle sorprese devono essere preventivamente sottoposti ad un accurato *audit*, che ha per obiettivo la verifica del rispetto dei diritti fondamentali previsti nel “Codice etico”.
- Il lavoro minorile non è permesso.
- Gli impianti di produzione, l'ambiente di lavoro e i servizi (mensa, dormitori, servizi igienici) devono essere conformi a tutte le normative locali in materia di igiene del lavoro e prevenzione degli infortuni.
- I dipendenti hanno diritto di fondare un sindacato o aderire a uno esistente e di eleggere liberamente le loro rappresentanze.
- Non è ammessa alcuna discriminazione dei lavoratori sulla base di razza, nazionalità, religione, disabilità, sesso, età, orientamento sessuale, appartenenza sindacale o affiliazione politica e la pratica disciplinare deve essere effettuata secondo legge.
- Deve essere garantito ai lavoratori un salario uguale o superiore al salario minimo legale (locale/nazionale), sia per il lavoro ordinario che per quello straordinario, che deve essere regolato in conformità alla normativa locale e alle relative prassi.
- I produttori delle sorprese devono rispettare la normativa ambientale nazionale e locale in tema di prevenzione dell'inquinamento ambientale, gestione delle sostanze chimiche e dei rifiuti.



Ferrero ha sviluppato un programma di valutazione del grado d'implementazione del “Codice di condotta”, incaricando due organismi “terze parti” (SGS e UL) di procedere ogni anno a **ispezionare tutti i produttori di sorprese Kinder®** al fine di garantire l'applicazione e il rispetto dei requisiti etici che rappresentano valori imprescindibili per il Gruppo.

Le ispezioni effettuate da tali organismi confermano che il comportamento dei produttori di sorprese è in linea con lo spirito e i principi fondamentali del “Codice di condotta”, che non sussistono “non conformità” riguardo al rispetto dei diritti umani e degli altri importantissimi contenuti di tale codice e che non è mai utilizzato in nessun caso e per nessun motivo il lavoro minorile.

Tutto ciò rassicura ampiamente circa il rispetto delle condizioni di lavoro da parte dei fornitori di sorprese e consente altresì a Ferrero di onorare precisi impegni assunti con alcuni licenzianti, che sui temi etici sono particolarmente sensibili.

Una comunicazione responsabile

Per un'azienda, essere socialmente responsabile significa adottare, volontariamente, pratiche e comportamenti che vadano oltre il rispetto delle prescrizioni di legge; per Ferrero, significa sottoscrivere una serie di auto-regolamentazioni, in particolare sull'etichettatura nutrizionale e sulla pubblicità, e partecipare a programmi che promuovano l'attività fisica e comportamenti alimentari corretti, nella convinzione che tali azioni arrecheranno benefici tangibili al contesto sociale in cui l'azienda opera.

A livello globale, Ferrero partecipa all'**International Food & Beverage Alliance** (IFBA) (<https://ifballiance.org>). L'IFBA è un'associazione che raggruppa le principali aziende del settore alimentare, operanti su scala mondiale, impegnate a portare avanti ambiziosi programmi di autoregolamentazione relativi alla formulazione e alle porzioni dei prodotti alimentari, all'informazione nutrizionale dei consumatori, alle pubblicità dirette ai bambini e alla promozione dell'attività fisica.

A livello europeo, Ferrero è membro di numerose associazioni: **FoodDrinkEurope** (associazione europea dell'industria delle bevande e dell'agroalimentare), **Caobisco** (associazione del settore dolciario), **European Brands Association** (AIM), **World Federation of Advertisers** (WFA).



Inoltre, insieme ad altre aziende del settore, Ferrero partecipa a iniziative di auto-regolamentazione relative, tra l'altro:

- alla pubblicità responsabile rivolta ai bambini ("**EU Pledge**": www.eu-pledge.eu);
- alla promozione di pratiche leali nelle relazioni commerciali tra operatori della filiera agroalimentare, nell'ambito della "**Supply chain initiative**" (www.supplychaininitiative.eu).

Dal 2006, nell'ambito della Piattaforma Europea per la dieta, l'attività fisica e la salute, Ferrero ha anche assunto una serie di impegni individuali nei confronti della Commissione Europea, in particolare:

- sull'etichettatura;
- sulla pubblicità;
- sulla promozione dell'attività fisica, attraverso il Programma "Kinder+Sport";
- sulla diffusione di stili di vita globalmente corretti, attraverso il supporto al programma "**EPODE**" (*Ensemble prévenons l'obésité des enfants*) www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3492853).

Al fine di rafforzare la propria credibilità, interna ed esterna, ogni anno Ferrero sottopone gli impegni sottoscritti di auto-regolamentazione a monitoraggi certificati da parte di enti terzi e indipendenti.



Monitoraggio della pubblicità

A livello globale

A livello globale, Ferrero applica la “IFBA Policy” sulla pubblicità diretta ai bambini, in base alla quale il Gruppo **non indirizza la pubblicità dei propri prodotti in televisione, sulla stampa o via internet a un pubblico costituito prevalentemente da bambini con meno di 12 anni**. Coerentemente con quanto fatto a livello europeo, dal 1 Gennaio 2013, Ferrero ha rafforzato anche a livello globale il proprio impegno riducendo la soglia d’audience per la pubblicità televisiva dal 50% al 35% di bambini sotto i dodici anni. Inoltre, data la crescente importanza della sfera digitale, **Ferrero ha deciso di includere nel campo di applicazione dei propri impegni anche i siti web aziendali**.

I risultati del monitoraggio effettuato esternamente da Accenture confermano l’andamento positivo degli ultimi cinque anni (<https://ifballiance.org/sites/default/files/AccentureMonitoringReportIFBA201March2014-1.pdf>).



In particolare, per il monitoraggio della pubblicità televisiva condotto nel 2013¹, Accenture ha analizzato oltre mezzo milione di spot, scelti indipendentemente, andati in onda, per un periodo di tre mesi, su oltre 200 canali in 7 Paesi: Cina (città di Shanghai), Colombia, Malesia, Russia, Arabia Saudita, Sudafrica e Thailandia. Per la prima volta, il monitoraggio è stato condotto su un *audience* caratterizzata dal 35% di bambini sotto i 12 anni.

A livello aggregato, i risultati non si discostano eccessivamente rispetto a quelli degli anni precedenti. Il tasso di conformità complessivo della pubblicità televisiva è pari al 96,9% (lo scorso anno era pari al 98,9%).

Per quanto riguarda la carta stampata, il monitoraggio è stato condotto in cinque Paesi: Brasile, Cina, Russia, Sudafrica e Singapore. In questo caso e sulla base di un campione di 49 pubblicazioni, la conformità riscontrata è stata pari al 100%. Negli stessi Paesi, è stato effettuato anche il monitoraggio di 86 siti web aziendali, che hanno dimostrato un tasso di conformità complessivo rispetto agli impegni assunti pari al 100%.

Per quanto riguarda Ferrero, il monitoraggio degli impegni sulla pubblicità televisiva ha coinvolto un campione di 5 Paesi e il tasso di conformità² è stato il seguente: Cina: 100%, Malesia: 90,9%, Russia: 99,6%, Sudafrica: 89,8% e Arabia Saudita: 99,9%. La conformità della pubblicità su stampa è stata valutata da Accenture, tra aprile e giugno 2013, in Brasile, Cina, Russia, Sudafrica e Singapore. In tali Paesi, nessun caso di violazione è stato riscontrato. Negli stessi Paesi, durante il medesimo periodo, è stata valutata anche la pubblicità online che da quest’anno include, come anticipato, i siti web aziendali. Anche in questo ultimo caso, il monitoraggio svolto da Accenture non ha evidenziato alcuna violazione degli impegni sottoscritti da Ferrero.

A livello europeo

A livello Europeo, per quanto riguarda la pubblicità, Ferrero partecipa all’iniziativa dello “EU Pledge” che prevede una serie di impegni per un approccio responsabile alla pubblicità dei prodotti alimentari in televisione, sulla stampa e via internet ai bambini sotto i 12 anni.

¹ Il rapporto di Accenture sul monitoraggio televisivo dell’Impegno IFBA è stato redatto durante il secondo semestre del 2013.

² Tali tassi di conformità sono relativi al monitoraggio effettuato sugli spot trasmessi nella fascia “All spots (All GRPS, All Time)”.

Come anticipato nello scorso Rapporto CSR, nel 2013 sono entrati in vigore gli impegni rafforzati sulla autoregolamentazione pubblicitaria; per Ferrero, significa l'inclusione nell'autoregolamentazione dei propri siti web e un abbassamento dal 50% al 35% della soglia di bambini sotto i 12 anni presenti nell'audience della pubblicità televisiva.

I nuovi impegni sono stati, anch'essi, oggetto del **monitoraggio annuale svolto da due enti esterni**³:

- **Accenture Media Management**, per la pubblicità televisiva andata in onda in Francia, Germania, Ungheria, Polonia, Portogallo e Spagna;
- **European Advertising Standards Alliance (EASA)** per i siti web di una serie di aziende aderenti allo "EU PLEDGE" valutati dalle organizzazioni nazionali per l'autoregolamentazione della pubblicità di 10 Paesi europei (Belgio, Francia, Germania, Ungheria, Paesi Bassi, Polonia, Romania, Spagna, Portogallo e Regno Unito).

Nel 2013, vista la maggiore attenzione alla sfera digitale, le aziende partecipanti allo "EU PLEDGE" hanno deciso di sospendere il monitoraggio dell'impegno sulla comunicazione nelle scuole (il cui tasso di conformità si è dimostrato costante negli ultimi cinque anni, raggiungendo quasi il 100%) e di rafforzare il monitoraggio dell'impegno sui siti web.

Il tasso di conformità complessivo delle aziende aderenti allo "EU PLEDGE", per la pubblicità televisiva, è stato pari al 98,1%, in continuità con i risultati dello scorso anno (98,3%).

Relativamente al monitoraggio dei siti web, il tasso di conformità è stato del 94%. Tale percentuale è in linea con quella dello scorso anno (95%), nonostante l'aumento dei siti web analizzati (da 210 a 347).

Al fine di continuare a **garantire un alto livello di conformità**, il Gruppo ha intrapreso un'intensa attività di **coordinamento tra tutte le funzioni coinvolte negli aspetti legati alla pubblicità responsabile** (marketing, legale e pianificazione media). Inoltre, Ferrero ha sviluppato delle **linee guida interne sulle buone pratiche relative ai siti web aziendali**, aggiornate sulla base dei risultati dell'ultimo monitoraggio condotto da EASA.

³ I dati presentati nel rapporto di monitoraggio di Accenture Media Management ed EASA fanno riferimento al primo semestre 2013.



Con riferimento alla pubblicità televisiva, i tassi di conformità specifici di Ferrero per il 2013 sono i seguenti: Spagna 99,4%, Francia 100%, Portogallo 100%, Polonia 98%, Ungheria 99%, Germania 99,8%. Il Gruppo è stato informato di alcuni casi minori di non conformità: individuati gli spot coinvolti, sono state rapidamente adottate le necessarie azioni correttive.

Per i siti web aziendali, 31 dei 347 analizzati erano di Ferrero; 6 siti sono stati considerati in contrasto con i criteri dell'EU Pledge e uno in contrasto con un codice di autoregolamentazione nazionale. Anche in questo caso, non appena individuate le anomalie, Ferrero ha immediatamente agito al suo interno per regolarizzare la situazione.

Infine, per quanto riguarda la partecipazione di Ferrero ai lavori della Piattaforma EU, il Gruppo è tenuto a presentare, annualmente, un proprio rapporto di monitoraggio individuale su ciascun ambito nei quali Ferrero ha assunto degli impegni: formulazione e porzionatura dei prodotti, informazione alimentare corretta ed educazione alimentare, promozione dell'attività fisica, comunicazione pubblicitaria responsabile. Il rapporto è, successivamente, valutato da un Ente esterno per conto della Commissione europea.

Lasciamo parlare le etichette

In conformità alla legislazione vigente nei diversi Paesi, Ferrero fornisce ai propri consumatori corrette e trasparenti informazioni nutrizionali. In aggiunta a quanto prescritto dalle singole leggi nazionali, Ferrero si impegna a fornire informazioni nutrizionali aggiuntive sul fronte pacco, al fine di facilitare la comprensione delle etichette.

Per i prodotti della linea Kinder® e Nutella® e per gli snack Ferrero, il Gruppo ha raggiunto la piena attuazione, in Europa, della raccomandazione in materia di etichettatura nutrizionale dell'Associazione europea dell'industria delle bevande e dell'agroalimentare (FoodDrinkEurope).

Dal prossimo dicembre 2014, in Europa, si applicherà il nuovo regolamento (UE) 1169/2011 sull'informazione al consumatore: il Gruppo Ferrero ha deciso di rinnovare, anche dopo tale data, nel rispetto della nuova disciplina, il proprio impegno sulla fornitura delle informazioni nutrizionali aggiuntive sul fronte pacco (<http://pr.euractiv.com/pr/major-food-producers-keep-calories-front-pack-92848>).

L'impegno, preso unitamente ad altre imprese appartenenti a FoodDrinkEurope, copre il 100% dei prodotti delle linee Kinder® e Nutella® (per le quali l'impegno originale era stato preso) e il 100% degli snack Ferrero.

INFORMAZIONI NUTRIZIONALI			
Valori medi	per 100 g	per pezzo (12,5 g)	(%*) per 12,5 g
Energia	2360 kJ / 566 kcal	296 kJ / 71 kcal	4
grassi	35 g	4,4 g	6
di cui: acidi grassi saturi	22,6 g	2,8 g	14
carboidrati	53,5 g	6,7 g	3
di cui: zuccheri	53,3 g	6,7 g	7
proteine	8,7 g	1,1 g	2
sale	0,313 g	0,039 g	1

* Assunzioni di riferimento di un adulto medio (8400 kJ/ 2000 kcal)

Informazioni nutrizionali riferite a Kinder® Cioccolato

Il **nuovo logo** nato dall'impegno comune, pertanto, fornisce informazioni nutrizionali volontarie sul **fronte pacco** del prodotto, recependo le novità introdotte dal regolamento (UE) 1169/2011, in particolare:



*Assunzioni di riferimento di un adulto medio (8400 kJ/2000 kcal)

- l'uso dei valori "per 100g" e "per porzione", in relazione al valore energetico e alle quantità di sostanze nutritive;
- l'espressione in Kilocalorie oltre che in Kilojoule;
- l'indicazione in stretta prossimità della dicitura supplementare "Assunzioni di riferimento di un adulto medio (8400 kJ/2000 kcal)", in caso di ripetizione dell'informazione.

Come anticipato nello scorso rapporto CSR, al fine di garantire piena coerenza, a livello di Gruppo, degli impegni assunti in ambito europeo, Ferrero ha continuato a fornire le informazioni nutrizionali volontarie sul fronte pacco anche al di fuori dell'Europa.

Dopo aver introdotto, lo scorso anno negli **Stati Uniti**, le informazioni nutrizionali per Nutella® in base allo schema "Facts up front" e, in **Messico**, per i prodotti della linea Kinder® e Nutella® in base allo schema di informazione nutrizionale "Checa y elige", **Ferrero ha deciso di implementare, entro fine 2015, i Principi IFBA sull'etichettatura nutrizionale a livello globale per le linee Kinder® e Nutella®**. Per raggiungere tale obiettivo, Ferrero ha condotto una serie di studi di fattibilità per capire come tradurre gli impegni della raccomandazione IFBA nel rispetto delle singole legislazioni nazionali. Il Gruppo ha sviluppato obiettivi interni per rispettare la scadenza prefissata, riassunti nella tabella riportata di seguito:

Paesi/Area	Informazioni nutrizionali fronte pacco Nutella® e Kinder®
Australia	Settembre 2014
Bielorussia	Settembre 2014
Kazakistan	Settembre 2014
Russia	Settembre 2014
America Latina Cile, Ecuador, Perù, Brasile e Argentina	Settembre 2014
America Latina Resto dell'area	Settembre 2015
Cina	Settembre 2015
Filippine	Settembre 2015
Giappone	Settembre 2015 (Nutella®)
Hong Kong	Settembre 2015
Singapore	Settembre 2015
Tailandia	Settembre 2015
Malesia	Settembre 2015
Medio Oriente e Paesi del Golfo	Settembre 2015
India	Settembre 2015

La tabella non include i Paesi per i quali l'implementazione dei principi IFBA è già avvenuta. Per i Paesi non menzionati, sono applicate disposizioni legislative locali oppure verranno, comunque, entro fine 2015, applicati i principi IFBA.

Programma EPODE

Dal 2007, Ferrero è partner del progetto EPODE (*Insieme per prevenire l'obesità infantile*) e della *European Epode Network* (EEN). Nel quadro della rete EEN, Ferrero ha continuato a partecipare ai diversi progetti EPODE nazionali in Francia, Belgio, Grecia e Spagna. Nel 2013, a questa lista si sono anche aggiunti i Paesi Bassi, dove Ferrero partecipa al progetto "JOGG" nella città di Breda (la tabella in basso riporta maggiori dettagli).

Come anticipato nel precedente Rapporto CSR, dal 2012 il progetto principale della piattaforma EEN è EPHE (*Epode for the promotion of Health Equity*), progetto co-finanziato dalla Commissione europea (DG SANCO). Il progetto, che si sviluppa nel triennio 2012-2015, ha come *target* specifico le popolazioni economicamente e socialmente svantaggiate. In particolare, esso si concentra sulle ineguaglianze socio-economiche con l'obiettivo di ridurre il rischio di malattie legate alla dieta e agli stili di vita inattivi di famiglie con figli di età tra 6 e 12 anni, residenti in 7 Paesi europei: Belgio, Bulgaria, Francia, Grecia, Paesi Bassi, Portogallo e Romania.

Il programma analizzerà il valore aggiunto apportato dalla metodologia EPODE sul coinvolgimento attivo delle famiglie, delle scuole e delle comunità nelle iniziative locali. EPHE si svolge in collaborazione con la Commissione europea e con altre Università europee (il Rapporto CSR Ferrero 2012 reca maggiori dettagli sui *partner*) che coinvolgono sette comunità individuate come progetti pilota nei sette Paesi menzionati.

Questi interventi costituiranno la base per la definizione di raccomandazioni concrete al fine di sviluppare buone pratiche da diffondere attraverso le politiche di coesione europea e i fondi strutturali, incoraggiando le autorità locali, regionali e nazionali a investire nella metodologia EPODE.



A conclusione del progetto, alle "buone pratiche" si aggiungeranno anche un libro di raccomandazioni di EPHE e una serie di pubblicazioni scientifiche.

Nei prossimi anni, il principale elemento di criticità sarà la valutazione della sostenibilità degli interventi fatti nelle sette comunità pilota per dimostrare la durata degli effetti nel tempo. Per questo motivo, sempre nel 2013, Ferrero, insieme agli altri partner del progetto, ha deciso di prolungare di un anno la durata del progetto, al fine di misurarne il successo e la permanenza nel tempo.

L'importanza delle *partnership* pubblico-private con valenza sociale è stata riconosciuta, anche formalmente, dalla Commissione europea. La Commissione ha, infatti, definito EPODE un modello di *best practice* da replicare in altri Paesi dell'Unione europea poiché mette insieme tutti gli attori coinvolti nella lotta all'obesità – la Comunità scientifica, l'Industria, le Autorità e le Comunità locali – permettendo l'individuazione specifica degli interventi da realizzare e ottenendo, così, un concreto impatto sul territorio.

Per ulteriori informazioni:

www.youtube.com/watch?v=NyMpsDpZMA, "Institutional support in prevention", Directorate for Consumer Affairs, DG SANCO.)

Contributo di Ferrero in	Programma	Città e persone	Sito Web	Anno	EURO
Unione europea	European Epode Network (EPHE in particolare)	4 Stati membri (con EPHE 7 Stati membri)	www.epode-european-network.com	2013	150.000
Francia	Vivons en forme	3,8 milioni di persone in 250 città	www.vivons-en-forme.org	2013	250.000
Spagna	Fundacion THAO	75 città attivate e 155.000 bambini	http://thaoweb.com	2013	90.000
Belgio	VIASANO	18 città attivate per circa 700.000 persone	www.viasano.be/?lang=fr	2013	100.000
Paesi Bassi	JOGG	35 città, Ferrero è presente a Breda	www.jogg.nl/nieuws/2013/09/eerste_watertappunt_bij_basisschool_in_jogg-breda	2013	20.000
Grecia	PAIDEIATROFI	3 città	www.paideiatrofi.org/en	2013	50.000

Per ulteriori informazioni sull'impegno di Ferrero nella promozione di stili di vita attiva tra i ragazzi, si rinvia al capitolo "Kinder+Sport"



2. La Fondazione Ferrero

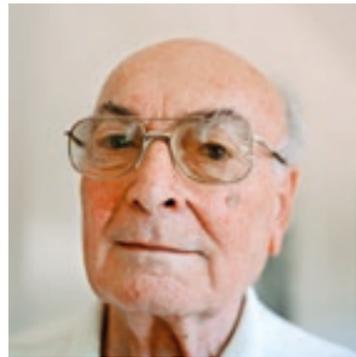


La Fondazione Ferrero

Lavorare, Creare, Donare sono i valori che guidano la “Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero” di Alba, fin dall’origine.

Nata come Opera Sociale nel 1983, sotto la guida instancabile del suo Presidente, Signora Maria Franca Ferrero, la Fondazione Ferrero opera in campo sociale, filantropico, culturale e artistico principalmente a favore degli “anziani” Ferrero – ovvero i dipendenti in quiescenza dell’azienda – e dei bambini. La Fondazione Ferrero può contare su un complesso architettonico in grado di soddisfare le esigenze di **3.300** ex-collaboratori e coniugi, offrendo loro locali di intrattenimento, laboratori artigianali, una biblioteca, un auditorium polivalente, palestre, sale per mostre; inoltre, per i figli dei dipendenti, è attivo un modernissimo asilo nido.

Gianfranco Giorgi,
84 anni, ha lavorato
38 anni in Ferrero
nell’area vendite,
è stato il primo
responsabile
dell’Opera Sociale



“Sono entrato in Ferrero come venditore. Andavo con il furgoncino nei negozi, il mio prodotto preferito era la “Supercrema”. La famiglia Ferrero mi ha sempre voluto bene; nel 1982, uno dei mercoledì in cui facevamo la riunione del marketing, il signor Michele ha chiesto di parlarmi: c’era bisogno di prendere contatti con tutti i dipendenti in pensione ad Alba e in Italia, perché la Ferrero non voleva perdere i contatti con chi aveva dato più di

venticinque anni della propria vita all’azienda.

Vengo in Fondazione tutte le mattine, prendo il caffè e leggo il giornale. Chiacchiero con gli amici; abbiamo nostalgia dei vecchi tempi e di chi non c’è più. Ma fa bene al cuore pensare al futuro e vedere cosa è oggi la Fondazione”.

La Fondazione Ferrero di Alba non è una “granting foundation” – non eroga, cioè, finanziamenti o contributi ad altri enti o istituzioni sociali, culturali, umanitarie – bensì una “acting foundation”: una realtà che svolge, in proprio, numerosi progetti e attività sociali e culturali (questi ultimi specificatamente legati a personaggi e a contesti albesi o piemontesi). Le consistenti risorse finanziarie, di cui necessitano tali attività, sono rese disponibili dal Gruppo Ferrero.

Nel rispetto dei principi etici della famiglia Ferrero, la Fondazione Ferrero è un punto di riferimento per tutte le realtà del Gruppo. È stata

un modello, infatti, sia per l’Opera Sociale di Stadallendorf, nata in Germania nel 2008, sia per tutte le iniziative sostenute, fin dal 2005, dalla Ferrero Francia a favore di dipendenti, anziani e bambini: ricordiamo, in particolare, l’Unità sociale, l’asilo nido, il Mini Club, le colonie estive, l’assistenza scolastica, le borse di studio.

Con le sue attività e con la sua esperienza trentennale, la Fondazione Ferrero costituisce un modello anche per le Imprese Sociali Ferrero create dal Gruppo in Sud Africa, India e Camerun.

La filosofia e la struttura della Fondazione Ferrero sono state ampiamente descritte nei primi quattro rapporti CSR del Gruppo Ferrero (disponibili all’indirizzo web www.ferrerocsr.com). Nel 2013, la Fondazione Ferrero ha celebrato trent’anni di attività.

- 1) In occasione delle celebrazioni, in novembre, la Fondazione Ferrero ha organizzato, in collaborazione con l’Accademia di Medicina di Torino, il convegno internazionale “**Invecchiamento di successo: un approccio multidisciplinare**”, che si è avvalso di un Comitato Scientifico composto da professori dell’Università di Torino. Durante le giornate di studi, si è riflettuto sul tema dell’invecchiamento della popolazione tenendo conto delle sfide sociali, economiche e culturali volte a favorire la creazione di una società nella quale giovani e anziani abbiano l’opportunità di contribuire allo sviluppo della società stessa, condividendone i benefici.
- 2) Sempre in occasione delle celebrazioni dei trent’anni di attività della Fondazione Ferrero, grande rilievo ha suscitato il convegno “**La forza dell’attesa. Beppe Fenoglio 1963-2013**”, nel cinquantesimo anniversario della scomparsa dello scrittore albeso. L’opera di Fenoglio, dopo la sua morte, ha rivelato una forza assoluta e incondizionata, rendendo l’autore amato da lettori e studiato da critici: oggi, Fenoglio è considerato un “classico del Novecento”. Questo convegno si è avvalso di un Comitato Scientifico, composto da professori e profondi conoscitori dell’opera di Fenoglio che, unitamente a un gruppo di studiosi e giovani ricercatori, ha approfondito aspetti di singole opere, anche avvalendosi dell’ausilio offerto del Centro di documentazione “Beppe Fenoglio” della Fondazione Ferrero.
- 3) Infine, grazie alla cura editoriale di Caterina Ginzburg, è stato pubblicato il volume fotografico “**Trent’anni di Fondazione Ferrero**”, dedicato a persone, luoghi e attività che hanno caratterizzato l’operato della Fondazione Ferrero nell’arco della sua attività. Il libro consente di percorrere un viaggio intenso ed emozionante attraverso le testimonianze delle donne e degli uomini impegnati nelle attività della Fondazione Ferrero. Dalle loro parole e dai loro volti emerge l’immagine di un’azienda che ha voluto mettere al centro le persone, anche oltre il proprio percorso lavorativo. Talune delle foto e delle testimonianze del volume sono state riproposte in queste pagine.

Progetti sociali

La Fondazione Ferrero pone, al centro delle sue proposte, il miglioramento della qualità della vita della persona anziana, coltivando socialità, relazioni, impegno, conoscenze. Garantendo molteplici attività, la Fondazione Ferrero promuove un'idea diversa e positiva della terza età, epoca di ricchezza in cui è valorizzato il capitale sociale dei singoli, il patrimonio di valori, esperienze, saggezza e umanità che contraddistingue la persona anziana.

sperimentare i laboratori e le proposte di sartoria, ceramica, fotografia, ricamo, internet, lingue straniere, disegno e pittura, gite ecologiche, corale, nonni e nipoti, cuochi, pasticceria e altri ancora. Gli anziani forniscono sostegno e collaborazione nella realizzazione dei progetti culturali della Fondazione Ferrero, nel corso del tempo sempre più frequenti e articolati: sono attivamente impegnati, infatti, negli allestimenti delle mostre, nell'accoglienza degli ospiti, nei servizi di sorveglianza, nella gestione del "bookshop" durante gli eventi espositivi.

Frequenti sono, inoltre, i momenti di aggiornamento, dedicati all'approfondimento delle attività di volontariato con l'obiettivo di fornire un aiuto concreto a malati e bisognosi.

Marisa Rossi,
75 anni, ha lavorato
36 anni in Ferrero
come impiegata



"Noi siamo quelli del gruppo accoglienza... quando vediamo qualcuno un po' titubante, timido o incerto ci avviciniamo e chiediamo se possiamo essere d'aiuto. Il gruppo accoglienza è stato uno dei primi a essere costituito, nel 1988, quando gli anziani attivi in Fondazione erano ancora pochi."

Anna Canonica: *"Partecipare alle attività della Fondazione è come una seconda possibilità: poter fare qualcosa per gli altri, senza avere problemi di tempo, dando voce ai propri interessi e alle proprie inclinazioni".*

Isidoro Rossotti,
79 anni, ha lavorato
34 anni in Ferrero
come impiegato
amministrativo



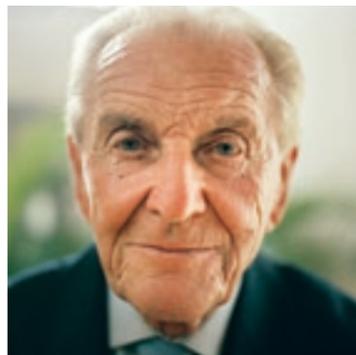
"Laura, l'assistente sociale, mi avverte quando c'è qualcuno che non sta bene, che è a casa e che ha bisogno d'aiuto. Appena sono andato in pensione mi sono messo a fare qualcosa per gli altri: fare volontariato per me è una necessità".

La Fondazione Ferrero offre agli anziani Ferrero opportunità di carattere salutistico, medico, sociale e consente di svolgere attività sul piano motorio, culturale, relazionale, con ricadute positive anche sulle altre comunità locali e sul territorio.

Esistono circa **40 gruppi di attività**: gli ex-dipendenti possono

Nel periodo 2012/2013, circa **800 persone** hanno frequentato abitualmente la Fondazione Ferrero partecipando a uno o più delle attività dei gruppi, facendo registrare oltre **1.800 iscrizioni** hanno partecipato alle attività dei gruppi. Anche **70 anziani** ancora in servizio fruiscono della Fondazione Ferrero, per alcune attività.

Franco Stradella,
79 anni, ha lavorato
40 anni in Ferrero in
contabilità



"Chi entra in Fondazione vede noi: siamo coloro che accolgono visitatori e ospiti in Auditorium".

Edo Croce: *"Quando lavoravamo ci davamo del lei; appena si entra in Fondazione cambia tutto, siamo tutti uguali, sullo stesso piano".*

Luigi Varaldo
detto **Ricu**, 85 anni,
ha lavorato in Ferrero
come operaio e
capo squadra



"Tutti mi chiamano Ricu, perché il mio secondo nome è Enrico. Qui ci conosciamo tutti da cinquant'anni; siamo rimasti uniti anche dopo la pensione".

Assistenza sociosanitaria

Coloro che frequentano la Fondazione Ferrero, oltre a poter praticare corsi di attività motoria – nel 2013 erano iscritte **459 persone divise in 12 gruppi di attività motoria normale e 22 gruppi di attività motoria mirata** – possono usufruire di un servizio di assistenza sanitaria di alto livello, costruito grazie a **collaborazioni con Istituzioni Sanitarie e centri medici specialistici** di eccellenza. Nel corso del 2013, il servizio medico destinato agli anziani della Fondazione Ferrero ha effettuato circa **1.500 visite; 661 pazienti**, inoltre, hanno usufruito del servizio di **cura delle patologie del piede** e del piede diabetico e sono state eseguite 11 sedute di fototerapia.

Servizio di assistenza sociosanitaria domiciliare e centro prelievi

Nel giugno 2013, è stato avviato un servizio di assistenza socio-sanitaria domiciliare rivolto agli anziani Ferrero e ai rispettivi coniugi. L'obiettivo è di collaborare con i familiari e il medico curante in tutti i casi in cui un anziano necessita di assistenza e prestazioni sanitarie al proprio domicilio. Tale servizio non si sostituisce alla già esistente ADI (Assistenza Domiciliare Integrata), fornita dal Sistema Sanitario Locale (ASL CN2), ma la integra. Grazie ai volontari del gruppo solidarietà della Fondazione Ferrero e a un veicolo dedicato, l'infermiera professionale si reca direttamente al domicilio del paziente per assistenza infermieristica, consegna di farmaci, accompagnamento a visite mediche e al ritiro dei referti. La presenza dell'infermiera consente, inoltre, di organizzare, anche presso i locali della Fondazione Ferrero, un servizio di prelievi ematici (cosiddetto centro prelievi) con frequenza settimanale.

Dal giugno a dicembre 2013 sono stati eseguiti 173 prelievi ematici e 154 visite domiciliari.

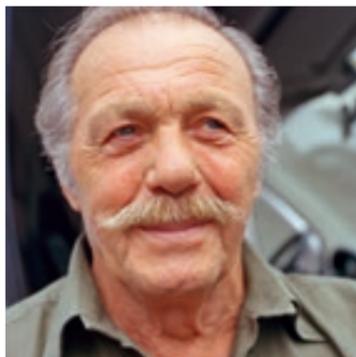
Progetto di ricerca in collaborazione con il Sistema Sanitario Locale (Asl CN2)

In considerazione delle numerose attività svolte regolarmente dalla Fondazione Ferrero, è scaturita l'idea, in collaborazione con il Sistema Sanitario Locale, di condurre un'indagine, avviata nel 2010, per valutare se le persone che partecipano attivamente alla vita della Fondazione Ferrero presentino condizioni di salute migliori rispetto alla popolazione generale.

L'insieme di persone oggetto di questo studio, di tipo osservazionale prospettico, è costituito da individui che hanno aderito volontariamente al Servizio Medico offerto dalla Fondazione Ferrero e da un gruppo di controllo esterno alla Fondazione Ferrero composto da soggetti facenti parte del Distretto Sanitario Locale, nella fascia di età 50-89 anni.

I risultati di questo studio hanno evidenziato condizioni di salute migliori da parte degli anziani della Fondazione Ferrero, rilevando un ridotto numero di ricoveri ospedalieri e di accesso ai servizi di Pronto Soccorso, oltre a una ridotta mortalità. Poiché la metodologia utilizzata è di tipo osservazionale e non sperimentale, l'ipotesi generata, riferita all'impatto del Servizio Medico offerto dalla Fondazione, assume un valore di "plausibilità".

Marco Rondone,
75 anni, ha lavorato
30 anni in Ferrero
come autista
di camion



"Guidavo il camion, trasportavo i prodotti e le materie prime da Alba in tutta Europa. Accompagnare gli anziani che devono fare visite specialistiche, anche in altre città, mi fa sentire utile, sono a contatto con la gente".

Giovanni Muller,
79 anni, ha lavorato
30 anni in Ferrero
come responsabile di
diversi reparti



"Il computer non mi attira. Preferisco leggere, camminare. Ma capisco da solo che non si può essere tagliati fuori dal mondo. Leggo alcuni giornali stranieri sul computer, Le Monde, The Economist".

Alessia Marengo, diciassettenne, studentessa al Liceo scientifico di Alba, lo ha aiutato a usare il computer: *"È un'opportunità che ci è stata offerta dalla scuola. La prima cosa che ho insegnato a Giovanni è come accendere il computer, come creare i file di testo e scrivere, poi come navigare in internet (usiamo Explorer) e infine a usare le e-mail. Ho creato per lui un account di posta elettronica".*

“Il nido” Ferrero



L'asilo nido aziendale, funzionante dall'autunno 2009, è in grado di ospitare ottanta bambini a condizioni agevolate per i dipendenti; una percentuale tra il 5 e il 10% è riservata a bambini albesi, indicati dal Comune. Ad alcune attività educative partecipano anche gli anziani Ferrero, con conseguenti stimoli all'autonomia relazionale e affettiva dei bambini: con i nonni, si preparano torte e biscotti, si confezionano piccoli addobbi e giochi legati alle feste, si cura l'orto, si assiste al racconto di favole e filastrocche. I progetti educativi sperimentati all'asilo nido sono volti a permettere ai bimbi di esercitare le loro capacità di fare, esplorare, conoscere e relazionare.

Carlo Verda,
80 anni, ha lavorato
36 anni in Ferrero
all'ufficio del personale,
è stato segretario
dell'Opera Sociale



“Insegno ai bambini a riconoscere le piante, la differenza fra gli zucchini, i pomodori, le fragole. È importante che i bambini, anche molto piccoli, sappiano che quello che è in tavola viene dall'orto, anche dal loro orto. Vengo qui nell'orto dell'Asilo tre o quattro volte la settimana, i bambini mi chiamano ‘il nonno dell'orto’”.

Caterina Sappa,
70 anni, ha lavorato 33
anni in Ferrero come
impiegata dell'ufficio
paghe



“Vengo nell'orto tutti i giorni. Mentre sto qui gioco con i bambini, anche a fare l'orto: ci sono piccoli strumenti, il rastrello, l'innaffiatoio; i piccoli mi aiutano e mi guardano mentre lavoro. Io e Carlo eravamo colleghi in Ferrero e oggi ci ritroviamo insieme a gestire queste attività!”.

Una particolare attenzione è riservata ai rapporti con la famiglia, attraverso colloqui individuali, assemblee, incontri di sezione, momenti di formazione, volti anche a rendere l'asilo un luogo d'incontro, informazione, formazione e confronto per educatori e genitori.

L'asilo nido si avvale, oltre che della consulenza di esperti pedagogici, del servizio medico della Fondazione Ferrero, che svolge attività di consulenza e incontri di formazione per il personale, attività di coordinamento con i pediatri di base del territorio e partecipa all'elaborazione dei menu stagionali, successivamente sottoposti al controllo degli uffici ASL competenti.

Nina Grosso,
73 anni, ha lavorato
37 anni in Ferrero
come impiegata
amministrativa



“Per tutti i bambini dell'Asilo io sono ‘nonna fiaba’. Vengo al Nido per stare con i più piccoli una volta la settimana. Quello che mi colpisce sempre è la loro curiosità, gli occhioni sgranati di questi piccolini. Quando ho un libro in mano, loro mi indirizzano il dito verso la storia che vogliono ascoltare: so che sono fortunata!”.

Master in Scienza e Tecnologia dell'Alimentazione e Nutrizione Umana – “Michele Ferrero”

Come negli anni precedenti, la Fondazione Ferrero di Alba ha proseguito la collaborazione con l'Università di Torino per l'attivazione del Master post universitario di secondo livello in Scienza e Tecnologia dell'Alimentazione

e Nutrizione Umana – “Michele Ferrero”. L’obiettivo è di formare specialisti in campo tecnologico, medico biologico e chimico che possano essere inseriti nel sistema produttivo di un’azienda alimentare o di un laboratorio di ricerca e sviluppo. L’offerta didattica prevista dal Master tiene conto dei condizionamenti alle scelte produttive dell’industria alimentare derivanti dalle nuove esigenze dei consumatori, dal mutare degli stili di vita e dagli effetti della globalizzazione sulla composizione della popolazione.

Progetti culturali

La Fondazione Ferrero è sempre più una realtà viva in ambito culturale. In sintonia con i propri valori, promuove occasioni di confronto a favore di una cultura attiva, creativa e responsabile: sostiene e favorisce azioni culturali in sinergia con Fondazioni, Enti e Istituzioni locali, nazionali e internazionali via via coinvolti per diventare *starting supporters* di progetti duraturi, pensati a vantaggio di tutta la società.

La Fondazione Ferrero eroga, ogni anno, **borse di studio** nazionali e internazionali ai figli dei dipendenti e dei membri della Fondazione Ferrero e sostiene ricerche scientifiche e dottorati di ricerca. Inoltre, dà impulso e finanzia progetti volti ad approfondire e intrecciare scienza e ricerca, arte e cultura, discipline economiche e sociali, favorendo, in particolare,

La Fondazione Ferrero organizza periodicamente incontri nell’ambito del **“Ciclo di conferenze”**. Nel periodo preso in esame dal presente rapporto:

- il professor Franco Ferrarotti, dell’università di Roma “La Sapienza”, è stato protagonista dell’incontro “Ritornare al bosco. L’uomo-albero nella società industrializzata”, in occasione del quale ha approfondito la possibilità, per l’uomo inserito in una società industriale, di mettersi in dialogo con la natura;
- Bruno Gambarotta e Peppino Ortoleva, hanno analizzato com’è cambiato, in televisione, il modo di trattare l’arte, la letteratura e la scienza;
- Luca Bonfanti, professore dell’Università di Torino, ha parlato di cellule staminali tra scienza e fantascienza;
- Francesco Tiradritti ha raccontato la Missione archeologica italiana a Luxor;
- Mario Calabresi, Direttore de La Stampa, ha raccontato alcuni aspetti del secondo mandato di Barack Obama;
- Piero Bianucci ha presentato il proprio libro “Storia sentimentale dell’astronomia”;
- Stefano Gresta, Presidente dell’Istituto Nazionale di Geofisica e Vulcanologia, ha illustrato i meccanismi dell’attività sismica, con focus su sicurezza, previsione e prevenzione, con particolare riferimento al Piemonte;
- Stephen Fox e Massimo Pomponi hanno presentato, presso l’Ara Pacis Augustae a Roma, il proprio volume “Pertinace” dedicato all’Imperatore Publio Elvio Pertinace, nato ad Alba Pompeia nel 126 d.C.

la conoscenza delle figure più rilevanti della storia culturale di Alba e del Piemonte, con l’auspicio di attirare l’attenzione anche dall’estero.

La Fondazione Ferrero, infine, è impegnata nella redazione della rivista **“Filodiretto”**, periodico trimestrale che raggiunge oltre ventimila persone in tutto il Mondo, tra dipendenti del Gruppo e “anziani”. La rivista è tradotta in quattro lingue (inglese, tedesco, francese e spagnolo) e offre un resoconto delle iniziative del Gruppo, delle singole aziende e della Fondazione Ferrero.

Rosetta Roggero,
89 anni, ha lavorato
37 anni in Ferrero
come operaia



“Non volevo andare in pensione, ero affezionata al lavoro, alle persone e anche alla Nutella...”

Sono andata in pensione trent’anni fa. Una volta al mese ci incontriamo per preparare la spedizione di tremila copie di “Tra l’altro”, bollettino d’informazione interna per gli anziani Ferrero. Mentre siamo insieme chiacchieriamo di tutto: dei morti, dei vivi, del lavoro di una volta, dei ricordi, delle ricette...

Tutti i giorni vengo in Fondazione, è la mia seconda casa”.

Progetti futuri

Insieme alla Galleria Civica d’Arte Moderna e Contemporanea di Torino e in collaborazione con la Soprintendenza per i Beni Storici, Artistici ed Etnoantropologici del Piemonte, La Fondazione Ferrero lavora a un progetto espositivo che sarà inaugurato **nell’autunno 2014: “Felice Casorati. Collezioni e mostre tra Europa e Americhe”**, mostra rivolta alla pittura casoratiana, dagli anni Dieci agli anni Cinquanta. L’ampia antologica dedicata a Felice Casorati sarà curata da Giorgina Bertolino: obiettivo del progetto è la realizzazione di una mostra che rispecchi la composita mappa di partecipazioni, contatti e confronti di Casorati.

Nel corso del **2015**, la Fondazione Ferrero intende realizzare un convegno scientifico internazionale dedicato alla **Silver Society**, ai temi dell’invecchiamento e della ricerca del benessere per la persona anziana. Il convegno offrirà lo spunto per analizzare soluzioni tecnologiche destinate a rendere attivo, intelligente e cooperativo l’ambiente nel quale viviamo, efficace nel sostenere la vita indipendente, capace di fornire maggiore sicurezza, semplicità, benessere e soddisfazione. Il convegno si rivolgerà a medici, infermieri professionali, studenti di medicina e delle scuole di specializzazione, direttori sanitari e operatori di RSA (Residenza Sanitaria Assistenziale), psicologi, sociologi, manager sanitari.

Opera Sociale Ferrero in Germania

Nata presso il sito produttivo di Stadtallendorf nel 2008, l'Opera Sociale Ferrero offre agli ex collaboratori, gli "anziani" Ferrero, una vasta scelta di attività per aiutarli a vivere in maniera attiva e sana. In particolare, tre pilastri reggono un programma focalizzato sull'intera persona, con l'obiettivo di assicurare un sano avanzamento negli anni.

Mente Informazione e Apprendimento	Corpo Fitness e Nutrizione	Anima Scambio e Socializzazione
Lezioni, formazione su competenze specifiche, eventi culturali (es. classi di pittura, computer, fotografia, teatro).	Attività sportive, classi di relax e sessioni di cucina (es. tour in bicicletta, passeggiate, classi di ginnastica, cucina comune).	Spazi per condividere tempo ed esperienze (es. circolo del caffè, "Oktoberfest").



Attraverso il coinvolgimento sociale e intergenerazionale e l'impegno di tutti i propri membri, l'Opera Sociale motiva i pensionati Ferrero a organizzare anche in maniera autonoma ulteriori attività e progetti.

Già nel 2011, è nato il progetto "**Generationsbrücke**" ("Ponte fra le generazioni"): i giovani apprendisti Ferrero interagiscono con i membri dell'Opera Sociale scoprendo le loro "storie", anche attraverso supporti fotografici. Obiettivo è lo scambio intergenerazionale, l'apprendimento reciproco e la condivisione dei valori di Ferrero.

Altro progetto è il "**Bücherwürmer**" ("Topi di biblioteca"): gli ex impiegati leggono per i figli dei dipendenti: i volontari hanno partecipato a corsi da "mentori lettori". Tra gli obiettivi futuri si vuole mettere a frutto l'esperienza maturata organizzando corsi di lettura per i bambini degli immigrati.

Il Progetto "**Der Energie auf der Spur**" ("Tracciando energia") prevede l'estensione del programma *active energy* di Ferrero all'Opera Sociale, attraverso lezioni, escursioni, interazione, eventi per pensionati e nipoti. Obiettivo è la diffusione dell'importanza di un consumo efficiente e consapevole di energia per preservare le risorse e la natura.

L'Opera Sociale Ferrero in cifre

L'Opera Sociale Ferrero ha ospitato, nel periodo preso in esame dal presente rapporto, **473 ex collaboratori**, di cui:

- il 76% da Stadtallendorf;
- il 24% da Francoforte;
- il 36% sono donne, il 64% uomini;
- l'80% ha un'età compresa fra i 60 e 74 anni e il 20% fra i 75 e i 90 anni;
- il 58,4% ha usufruito di almeno un'attività dell'Opera Sociale, di essi:
 - la quota degli anziani di Stadtallendorf è pari al 63,3%
 - la quota degli anziani di Francoforte è pari al 43,5%.

L'Opera Sociale ha offerto **232 attività ed eventi** che hanno coinvolto **4.611 partecipanti**.





3. Le Imprese Sociali Ferrero



Le Imprese Sociali Ferrero

*“...Grazie tantissimo per aver dato a questi bambini e agli insegnanti
un luogo dove poter apprendere e insegnare con dignità.
Grazie dal profondo del mio cuore!!!”*

*Louis Taylor,
funzionario del Ministero dell’Educazione del
Sudafrica, responsabile per le relazioni con i
partner istituzionali del “94+ School Projects
for Madiba (Mandela day)” in riferimento alla
conclusione dei lavori di restauro della scuola
Japie Greyling, realizzati dall’Impresa Sociale
Ferrero in Sudafrica.*

Le Imprese Sociali Ferrero sono delle imprese commerciali nel senso letterale del termine, basate su una concezione prettamente imprenditoriale: sono volte, cioè, a realizzare risultati positivi di bilancio. Nondimeno, esse agiscono con uno spirito “sociale”, poiché sono finalizzate a creare posti di lavoro nelle aree meno favorite dei Paesi emergenti e, quindi, a combattere le gravi conseguenze della disoccupazione ivi esistente.

Lo spirito sociale di tali imprese si estende alla realizzazione di iniziative e progetti – a carattere sociale e umanitario, destinati a tutelare la salute e la crescita educativa e sociale dei bambini e dei ragazzi – gestiti nelle aree ove operano le stesse Imprese Sociali Ferrero. Le attività si sviluppano sotto l’insegna:



Le Imprese Sociali Ferrero sono presenti dal 2006 in Camerun (Yaoundé), dal 2007 in India (Baramati/Pune, Maharashtra) e in Sudafrica (Walkerville/Midvaal, Gauteng).



Camerun (Yaoundé)



India (Baramati/Pune, Maharashtra)



Sudafrica (Walkerville/Midvaal, Gauteng)

La missione delle Imprese Sociali Ferrero

La missione delle Imprese Sociali Ferrero si sviluppa secondo due direttrici:

A) La creazione di posti di lavoro

Con questo impegno, le Imprese Sociali Ferrero, oltre a fornire ai collaboratori un reddito che consenta di affrontare il costo della vita per sé e la loro famiglia:

- condividono, con chi lavora, un forte senso di dignità offrendo la possibilità di divenire protagonisti del proprio destino;
 - assicurano la formazione professionale e la capacità lavorativa;
 - creano una cultura del lavoro, fonte di progresso ed evoluzione civile.
- Con gli insediamenti produttivi si favoriscono attività indotte che coinvolgono le imprese del territorio. Inoltre, per la produzione sono impiegate preferibilmente materie prime locali: ne deriva la creazione di ulteriori posti di lavoro, con una spirale virtuosa verso lo sviluppo economico e il benessere di tutta la comunità locale.

B) La realizzazione di progetti e iniziative di carattere sociale e umanitario

Per il raggiungimento di questo obiettivo, è prevista la costituzione di un Fondo Sociale definito sulla base dei volumi prodotti annualmente dallo stabilimento. Successivamente, questa somma è trasferita su un apposito conto in una banca locale: sarà, quindi, impiegata, su base triennale, per la realizzazione di specifici progetti sociali individuati di concerto con le autorità istituzionali locali, avvalendosi della consulenza della Fondazione Ferrero. Ad oggi, le iniziative sociali e umanitarie su cui si sono focalizzate le Imprese Sociali Ferrero hanno riguardato l'assistenza all'infanzia nel settore dell'educazione e della salute. Tali attività comprendono rifacimento e ristrutturazione di scuole pubbliche e asili nido; sostegno a strutture pediatriche e assistenziali per bambini senza fissa dimora; seminari rivolti ad adolescenti per sensibilizzarli sulla prevenzione di malattie trasmissibili.

Per una più ampia descrizione della missione e delle attività delle Imprese Sociali Ferrero, si rinvia al sito www.ferrerosocialenterprises.com nonché ai precedenti rapporti CSR, consultabili su Internet al sito www.ferrerocsr.com.

Sull'esempio delle Imprese Sociali Ferrero, a decorrere dall'esercizio 2012/2013, anche i due nuovi siti produttivi in Turchia e in Messico hanno avviato la costituzione di un Fondo Sociale destinato alla realizzazione di analoghi progetti a sostegno dei bambini e dei ragazzi, nelle comunità dove essi operano.

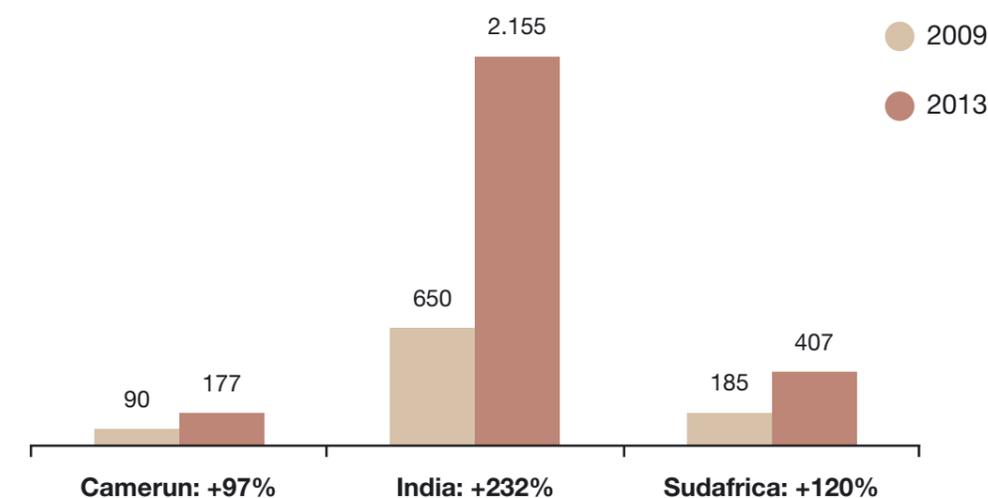
Sviluppo occupazionale e impatto sociale

Al 31 agosto 2013, le Imprese Sociali Ferrero si sono avvalse della collaborazione di 2.739 persone,¹ **pari al 9% del totale dei collaboratori del Gruppo.**

Nel periodo considerato, i collaboratori che hanno lavorato nelle singole Imprese Sociali Ferrero sono stati: 177 in Camerun, 407 in Sudafrica e 2.155 in India. Lo stabilimento produttivo in India, benché realizzato solo nel 2011, si è collocato, già nel 2013, al quarto posto per capacità di assorbimento della forza lavoro, sul totale dei 20 stabilimenti produttivi dell'intero Gruppo Ferrero.

Se si considera che il progetto "Imprese Sociali Ferrero" è un'iniziativa relativamente recente, tale rapida crescita occupazionale testimonia in modo eloquente l'importanza attribuita alla creazione di posti di lavoro nei Paesi emergenti.

Livelli occupazionali delle Imprese Sociali Ferrero al 31.08.2009 ed al 31.08.2013

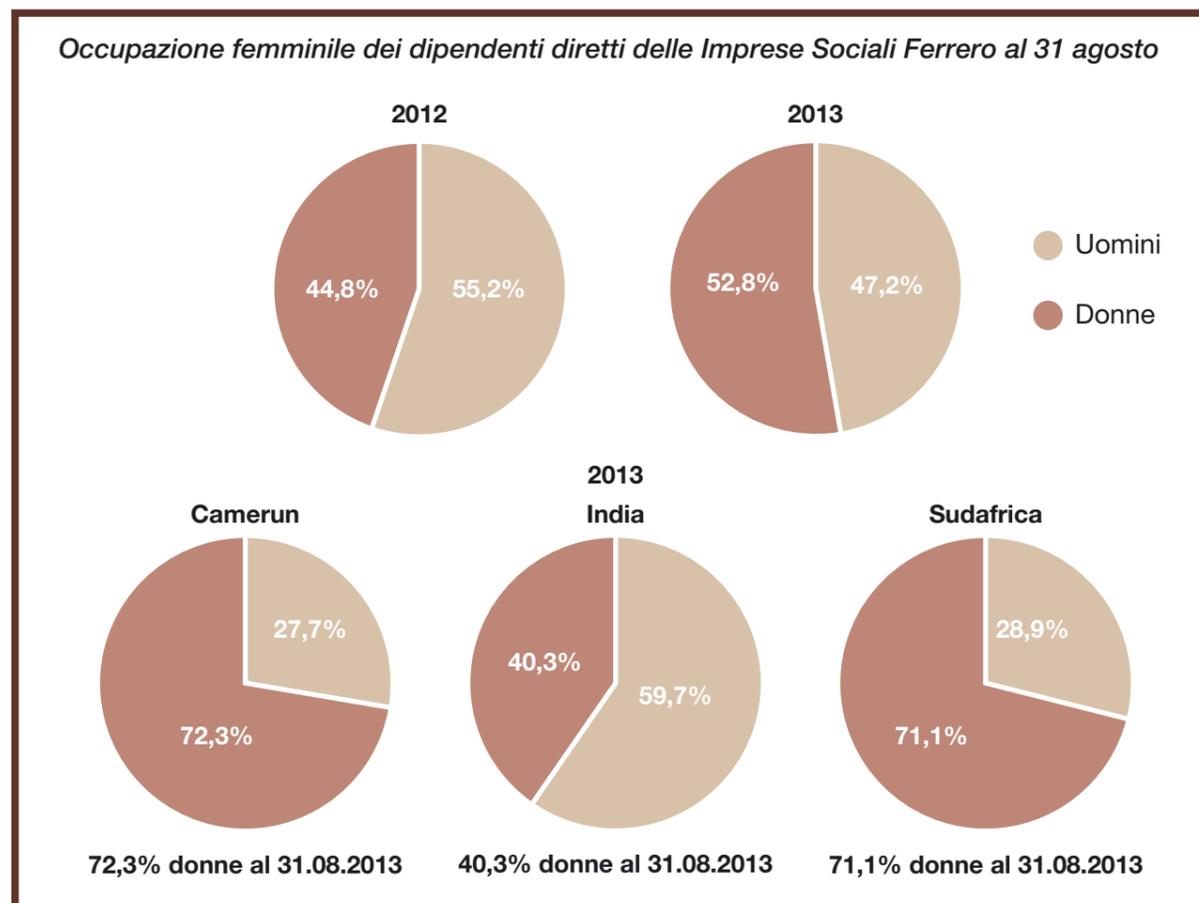


Secondo stime interne Ferrero, per ogni lavoratore direttamente impiegato nell'industria dolciaria, 3 lavorano nell'indotto (nell'approvvigionamento delle materie prime, degli imballaggi, nei servizi logistici, ecc.): ciò contribuisce a innescare una spirale virtuosa che favorisce le condizioni per uno sviluppo sostenibile all'interno delle comunità in cui le Imprese Sociali Ferrero operano.

La percentuale di forza lavoro femminile, assorbita dalle Imprese Sociali Ferrero, continua a essere particolarmente predominante in Sudafrica e in

¹ Il dato comprende i collaboratori esterni Ferrero, come i lavoratori interinali e gli agenti di vendita.

Camerun. Rimane, invece, secondaria in India, per ragioni prevalentemente legate a questioni culturali, economiche e logistiche che limitano maggiormente la mobilità della donna indiana.



L'impatto sociale dello sviluppo occupazionale si misura, altresì, in relazione alla consistenza dei nuclei familiari che traggono direttamente beneficio dal reddito del personale impiegato nelle Imprese Sociali Ferrero. Mediamente, il nucleo familiare dei Paesi in cui operano le Imprese Sociali Ferrero è composto da: 6,5 persone in Camerun, 5,3 in India, 3,6 in Sudafrica.

Profilo demografico del personale impiegato nelle Imprese Sociali Ferrero. Il caso dell'Impresa Sociale Ferrero in Sudafrica²

Età media:	inferiore ai 35 anni
Media di persone a carico diretto del dipendente:	2,5
Media di figli per dipendente:	1,6
Media dei componenti il nucleo familiare:	4,4

²Tali dati non comprendono i lavoratori interinali.

Sviluppo delle attività industriali: impatto locale e rilevanza all'interno del Gruppo

La tecnologia impiegata dalle Imprese Sociali Ferrero nei loro centri produttivi è:

- **innovativa e automatizzata** per la parte alimentare del prodotto, al fine di assicurare la stessa qualità e sicurezza dei prodotti realizzati nel resto del mondo;
- **manuale** per la realizzazione delle componenti non alimentari, soprattutto nella produzione di Kinder® Joy, e per altre attività accessorie, al fine di offrire lavoro al massimo numero di persone.

In particolare, in tutte e tre le fabbriche, la produzione della parte alimentare del "Kinder® Joy" è realizzata con impianti fortemente automatizzati; la valva contenente la sorpresa, al contrario, è assemblata a mano, con l'inserimento delle parti del gioco-sorpresa.

Impresa Sociale Ferrero in India. Alcune fasi delle operazioni d'inserimento manuale dei giochi-sorpresa nel Kinder® Joy



Allo stesso modo, in India e in Sudafrica, il confetto Tic Tac® è realizzato con tecnologia automatizzata di proprietà Ferrero, mentre la fase di confezionamento è semi-manuale.

Nell'anno commerciale 2012/2013, il **90% delle materie prime impiegate dalle Imprese Sociali Ferrero è stato acquistato da produttori locali, segnando un incremento del 15% rispetto al precedente anno commerciale.**

Con riferimento alle materie prime, l'approvvigionamento in loco permette d'incrementare la creazione di posti di lavoro nell'indotto. Con particolare riferimento all'Impresa Sociale Ferrero in Camerun, inoltre, la scelta di trasformarla sempre più in un centro per la ricerca e la sperimentazione di materie prime nonché per la produzione di semi-lavorati permetterà di rafforzare la bilancia commerciale del Paese, grazie al valore aggiunto rappresentato dalle esportazioni degli stessi.

Iniziative sociali

I primi anni di vita sono il periodo più “denso” e importante dell’intera esistenza dell’uomo: si apprendono molte cose, si elaborano stati emotivi e si gettano le basi della personalità adulta, con un’intensità che non è pari ad alcuna altra fase della vita umana³. Questa considerazione è, da sola, sufficiente a evidenziare l’enorme rilevanza che costituisce il progetto Asilo Nido/Scuola Materna istituito ad Alba (Italia) dalla Fondazione Ferrero, centro di eccellenza per l’infanzia aperto sia ai figli dei dipendenti dello stabilimento Ferrero di Alba che a bambini della comunità locale.

Sull’esempio albeso, si è rafforzato l’interesse delle Imprese Sociali Ferrero per i **progetti sociali e umanitari a sostegno dell’educazione e del benessere dei bambini in età pre-scolare**.

In particolare, la normativa indiana⁴ prescrive che ogni stabilimento industriale di una certa entità che impieghi in forma stabile più di 30 lavoratrici ospiti, al suo interno, servizi di base per la custodia dei loro figli in età pre-scolare: comunemente, l’adempimento a tale prescrizione avviene mettendo a disposizione uno stanzone e un numero ridotto di addetti capaci di fornire i servizi minimi per l’accudimento dei bambini ivi ospitati. Al contrario, nell’esercizio 2012/2013, anche grazie all’utilizzo del Fondo dell’**Impresa Sociale Ferrero in India**, si è avviato uno studio architettonico per la realizzazione di un vero e proprio **Asilo Nido/Scuola Materna**, a circa cento metri dallo stabilimento, all’interno dell’ampia superficie non ancora edificata che circonda la fabbrica di **Baramati**. L’obiettivo, molto ambizioso, è di creare una struttura modello per la cura e lo sviluppo educativo non solo dei figli dei dipendenti ma riservando anche una percentuale di posti ai bambini della comunità in cui opera la stessa Impresa Sociale Ferrero.

La proposta architettonica ideata prevede la costruzione di un’ampia struttura in grado di ospitare 120 bambini per turno lavorativo, al fine di soddisfare adeguatamente le potenziali richieste d’iscrizione. L’edificio è composto da ambienti modulari, disposti in forma concentrica, provvisti di ampi spazi verdi aperti sia all’interno che all’esterno. Tale configurazione renderà possibile, in futuro, se necessario, l’ulteriore espansione dell’immobile, tramite l’aggiunta di analoghi moduli architettonici.

I lavori edili sono iniziati a fine luglio 2013 e proseguiranno per un intero anno: l’inaugurazione è prevista nell’autunno del 2014.

³Teoria dell’apprendimento di J. Piaget.
⁴The Factories Act, 1948, Cap. V, Par. 48.



Impresa Sociale Ferrero in India: particolari del “rendering” del progetto Asilo Nido/Scuola Materna di Baramati

In Camerun, su richiesta del Ministero dell'Educazione di Base, è stato avviato un progetto per **ricostruire ex novo una scuola materna nel quartiere di Yaoundé**, denominato Cité Verte, dove risiedono anche le famiglie di alcuni dipendenti della locale Impresa Sociale Ferrero. La scuola da ricostruire è una struttura in legno, costruita dai genitori dei bambini, che ospita, attualmente, circa 90 alunni. L'edificio versa in pessime condizioni, il tetto in lamiera presenta infiltrazioni d'acqua e le strutture igienico-sanitarie sono molto precarie. Una sola latrina – ubicata al centro del cortile della scuola – serve complessivamente circa 200 persone (i 90 bambini della scuola materna, altri bambini di un'attigua scuola primaria e il personale scolastico). Il progetto di risanamento prevede la demolizione delle attuali strutture e la costruzione di edifici in muratura.

Si prevede di poter avviare i lavori nell'esercizio commerciale 2013/2014.

Impresa Sociale Ferrero in Camerun.
Scuola Materna Cité Verte:
attuale edificio in legno



Impresa Sociale Ferrero in Camerun.
"Rendering" della Scuola Materna Cité Verte:
futuro edificio in muratura



Restauro integrale della scuola Japie Greyling (Daleside/Midvaal/Gauteng - Sudafrica)

Nel 4° rapporto di responsabilità sociale del Gruppo Ferrero si era descritta in maniera approfondita l'opera di restauro integrale della "Japie Greyling School". La realizzazione di questo progetto ha consentito alla scuola, tra l'altro, di:

- dotarsi di un impianto di riscaldamento ibrido (elettrico-fotovoltaico), dando così risposta all'esigenza di ridurre gli insostenibili costi per il carburante richiesti per il funzionamento del precedente impianto installato nell'istituto;
- attrezzarsi per l'accoglimento di alunni diversamente abili, diventando, in tal modo, l'unico istituto in grado di offrire tale servizio nel distretto scolastico di Walkerville;
- incrementare il numero degli alunni dai 249 del 2012 agli oltre 400 attuali.

Inoltre, grazie alle attività di restauro effettuate anche sugli impianti sportivi e alla creazione di un refettorio, la scuola è oggi in grado di rafforzare e diversificare i servizi rivolgendoli non più solo ad alunni e insegnanti ma a un numero di beneficiari stimabile pari al doppio degli utenti di prima del restauro.





4. Kinder+Sport



Kinder+Sport, il futuro è in movimento



Il cambio di direzione

Kinder+Sport nasce negli anni '90 come attività a supporto della marca Kinder. Il mondo dello sport e Kinder hanno sempre condiviso, infatti, la stessa finalità: prendersi cura dello sviluppo gioioso dei ragazzi. Per questo, la marca ha cominciato a sostenere numerose attività sportive con l'intento di suggerire ai giovani stili di vita positivi e modelli cui ispirarsi.

Nel corso del tempo, Ferrero si è resa conto anche del valore sociale e del beneficio che, indirettamente, Kinder+Sport apportava alla comunità. Una consapevolezza rafforzata dal successo ottenuto dal progetto che, nel 2011/2012, aveva contattato 12 milioni di ragazzi in diversi Paesi del mondo.

Proprio questa consapevolezza ha spinto, quindi, il Gruppo Ferrero a fare un passo ulteriore, il più importante: Kinder+Sport è stato elevato a quarto pilastro della responsabilità sociale del Gruppo abbandonando in maniera concreta il suo lato promozionale per privilegiarne la missione sociale. Kinder+Sport è, oggi, un **progetto proattivo e globale focalizzato sulla promozione di stili di vita attivi tra le giovani generazioni.**

La svolta del progetto verso una dimensione di responsabilità sociale è testimoniata anche dall'evoluzione del logo, che prevede una riduzione delle dimensioni della parola Kinder. Questa decisione deriva dalla volontà di evidenziare che la vera natura del progetto è la promozione dell'esercizio fisico; Kinder ne resta *endorser*, con l'orgoglio e la consapevolezza di diffondere valore nella società e gioia di muoversi tra i ragazzi.

In un'epoca contraddistinta da eccessiva sedentarietà e obesità infantile, con allarmanti dati in crescita, Kinder+Sport si consolida come il progetto del Gruppo Ferrero volto a ispirare stili di vita dinamici, quale parte fondamentale della vita quotidiana di bambini, giovani e famiglie.



Le 5 direttrici del cambiamento

1. Regole chiare

Già nel precedente rapporto abbiamo presentato le **rigorose linee guida** di implementazione progettuale e di responsabilità, sintetizzate nel decalogo Kinder+Sport i cui elementi fondamentali sono:

- coerenza nello sviluppo internazionale del progetto;
- focalizzazione su programmi sportivi giovanili;
- selezione di sport e attività secondo una logica di accessibilità e di valore educativo;
- identificazione dello sport come occasione di movimento e *active living* piuttosto che come competizione;
- selezione di partner specializzati;
- coinvolgimento di “ambasciatori sportivi” capaci di rappresentare e veicolare i valori più positivi dello sport e dell’attività fisica.

DECALOGO



Responsabile
Kinder+Sport è un progetto di responsabilità sociale che opera nel rispetto dei bambini, delle famiglie e delle comunità.



Globale
È proattivo in tutto il mondo e agisce sempre in collaborazione con Federazioni Sportive nazionali e internazionali.



Coerente
Ha un obiettivo specifico e coerente orientato a incoraggiare le giovani generazioni ad adottare stili di vita attivi.



Educativo
È un momento educativo per tutti i bambini per imparare a socializzare, a integrarsi e ad avere fiducia in se stessi.



Multidisciplinare
Si basa su attività diverse: sport popolari e giochi attivi, mai violenti, non esclusivi di genere, sempre seguiti dalle famiglie.



Sul territorio
Opera localmente sul territorio con l'intento di integrare l'attività fisica nella vita quotidiana delle famiglie.



Valoriale
È portatore dei veri valori dello sport interpretati da campioni sportivi in grado di essere d'esempio.



Non commerciale
È privo di qualsiasi scopo di carattere commerciale.



Riconoscibile
È riconoscibile in tutto il mondo per la sua identità chiara e le modalità uniche di approccio allo sport.



Vicino alle persone
È capace di creare il coinvolgimento e la partecipazione di grandi numeri di persone.

2. Partnership forti

Abbiamo scelto di lavorare in tutto il mondo con partner **accreditati ed esperti**, per avere la garanzia di sostenere programmi specializzati, focalizzati sui ragazzi e dal contenuto formativo. Collaboriamo da sempre con Federazioni, Comitati Olimpici, Associazioni sportive nazionali e internazionali e Istituzioni legate al mondo dell’educazione, alleati essenziali e competenti nell’ideazione e realizzazione di attività per i ragazzi e capaci di aiutarci ad avere una visione innovativa sui temi dell’attività motoria.

I NOSTRI PARTNER



3. Approccio educativo

Abbiamo voluto fortemente mettere **l’educazione al centro delle nostre scelte**, sia nella valutazione delle attività da implementare che nella selezione dei progetti da sperimentare, convinti che sport e movimento siano componenti fondamentali nel percorso di crescita dei ragazzi, anche dal punto di vista emotivo e sociale.

4. Sviluppo “Glocal”

L’obiettivo è portare il progetto **in tutto il mondo, “globale”**, con un approccio responsabile e coerente. Al contempo, **operiamo sul territorio, “locale”**, per integrare l’attività fisica nella vita quotidiana delle famiglie, con grande attenzione alle necessità e peculiarità locali.

5. Misurabilità

Abbiamo avviato un programma concreto di **Key Performance Indicators** per misurare la qualità del progetto e garantire un continuo miglioramento dei risultati. Questi indici monitorano costantemente l’andamento del programma, supervisionando l’efficacia delle nostre iniziative e la loro coerenza con i nostri obiettivi.



I nuovi principi chiave

Kinder+Sport crede fortemente che i bambini attivi possano diventare più facilmente adulti attivi e che sport e movimento siano momenti indispensabili per la loro formazione perché contribuiscono allo sviluppo armonico del corpo e alla preparazione alla vita, sia come individui che come cittadini di domani.

Per questo, Kinder+Sport agisce per incoraggiare i più giovani a praticare attività fisica come abitudine quotidiana, confidando nel positivo apporto alla loro crescita e nel conseguente supporto a famiglie e comunità.

E lo fa in modo unico:

- muovendo grandi numeri di bambini;
- comunicando e facendo esperire i **valori più belli dello sport**: l'amicizia, la solidarietà, l'integrazione, la fiducia in se stessi e negli altri, principi importantissimi per maturare e diventare adulti consapevoli;
- **coinvolgendo le famiglie**, in modo che l'attività fisica diventi una pratica condivisa e regolare;
- facendo del movimento un'**esperienza positiva e divertente**.

Lo fa, quindi, motivando le nuove generazioni ad adottare stili di vita attivi e facendo scoprire loro **la gioia di muoversi**.

Belief: Crediamo che un bambino attivo diventi più facilmente un adulto attivo.

Vision: Ispiriamo le generazioni future alla cultura del movimento come principio di una vita gioiosa.

Mission: Facilitiamo l'accesso all'attività fisica dei bambini di tutto il mondo.

Joy of moving



I nostri programmi

Crediamo fermamente che **le azioni contino più delle parole**. Il nostro approccio, pertanto, è concreto e il numero crescente di attività, portate avanti in tutto il mondo, ne è la dimostrazione.

Nello specifico, Kinder+Sport:

- promuove campionati giovanili;
- sostiene programmi di educazione fisica;
- fornisce kit tecnici alle scuole;
- supporta tornei studenteschi internazionali;
- organizza campus multidisciplinari di introduzione allo sport per i più piccoli;
- coopera con sportivi ed ex campioni quali "ambasciatori" di stili di vita attivi, capaci di incarnare i valori più nobili dello sport;
- sponsorizza eventi sportivi.



Di particolare rilevanza è il rinnovo della *partnership* con ISF (**International School Sport Federation**), federazione specializzata in campionati sportivo-studenteschi internazionali che vanta un'audience di 40 milioni di ragazzi di tutto il mondo. La *partnership* ci consente di promuovere l'educazione allo sport nella fascia di età della scuola secondaria.

Nel 2012 è stato avviato, in Italia, in collaborazione con autorevoli partner istituzionali*, il progetto di ricerca triennale "**Village**". Il "**Village**" è un progetto sperimentale, sviluppato da un Comitato Scientifico costituito da esperti in Scienze Motorie appartenenti a Istituzioni autorevoli e Istituti Universitari di eccellenza nazionali (Università degli Studi di Roma Foro – Italcio, Università di Tor Vergata) e internazionali (Universities of Chichester, Jyväskylä, Thessaly, College of New Jersey, Universities of Georgia and Virginia Commonwealth). Il progetto utilizza modelli di attività ludico-sportiva appositamente sviluppati per i bambini e non ricavati da sistemi di allenamento agonistico. Sono valutati gli effetti di originali e innovativi giochi didattici, pre-sportivi e creativi che attraverso il movimento promuovono congiuntamente lo sviluppo fisico, cognitivo e sociale dei bambini. La ricerca prevede la valutazione quantitativa degli effetti del metodo utilizzato sui diversi aspetti dello sviluppo dei bambini e la valutazione qualitativa dell'implementazione e della realizzazione del progetto e delle sinergie tra i diversi attori. Il progetto "**Village**" è stato approvato dal Comitato Etico "Sapienza" del Policlinico Umberto I di Roma (Prot. n. 969/13).

*Comune di Alba, Assessorato Istruzione, Sport e Sanità della Regione Piemonte, MIUR Regione Piemonte, USP Cuneo, CONI Regione Piemonte, Università degli Studi di Roma – Foro Italcio.



I risultati globali 2012/2013

Comitati olimpici

CONI, Italia
DOSB, Germania
COC, Croazia

Il 2012/2013 è stato un anno dedicato all'implementazione strategica del progetto a livello globale. I risultati evidenziano, nondimeno, un sensibile progresso rispetto all'anno precedente: i bambini contattati nel mondo sono stati, infatti, circa **15 milioni**.

Discipline sportive

- Atletica 
- Badminton 
- Beach volley 
- Calcio 
- Corsa 
- Ginnastica artistica 
- Nuoto 
- Nuoto sincronizzato 
- Pallacanestro 
- Pallamano 
- Pallanuoto 
- Palla prigioniera 
- Pallavolo 
- Ping-Pong 
- Scherma 
- Tennis 
- Tuffi 
- Vela 



¹ Bambini contattati: numero di bambini raggiunti attraverso la comunicazione educativa di Kinder+Sport.
² Bambini mossi: numero di bambini che partecipano attivamente ai programmi ed eventi supportati da Kinder+Sport.

Paesi attivi

- Austria
- Belgio
- Cina
- Croazia
- Francia
- Germania
- Hong Kong
- Italia
- Messico
- Polonia
- Portogallo
- Regno Unito (progetto pilota)
- Repubblica Ceca
- Romania
- Russia
- Slovenia
- Spagna
- Svizzera
- Taiwan
- Ungheria



Progettualità

Kinder+Sport è un programma in continuo divenire, sempre alla ricerca di idee innovative volte a diffondere la cultura del movimento e ad aumentare le possibilità di accesso all'attività fisica. Con questo obiettivo stiamo lavorando a:

Comunicazione educativa e ingaggiante

L'efficacia del progetto passa anche attraverso una comunicazione responsabile. Kinder+Sport vuole ispirare bambini e famiglie alla cultura del muoversi, per aiutarli ad adottare stili di vita attivi. Lo stile di comunicazione assume, quindi, un connotato fortemente educativo, volto a diffondere conoscenza, consapevolezza, invito all'azione.

È stato definito un dettagliato programma digitale atto a ingaggiare le persone alla gioia del movimento. Il primo passo è stato la creazione di un sito globale, www.kinderplussport.com, con una sezione dedicata all'Active Lifestyle, che diventerà nei prossimi mesi uno spazio ricco di spunti e suggerimenti.

Il Comitato Scientifico internazionale che affianca il programma e gli "ambasciatori sportivi" contribuiranno a nutrire questa sezione, unitamente alle testimonianze delle Istituzioni con cui Kinder+Sport collabora.



Format globali

Kinder+Sport intende estendere il proprio raggio d'azione in modo unico in tutto il mondo, anche attraverso format di attività che abbiano la capacità di coinvolgere genitori e figli insieme.

Esempio di questo *modus operandi* è la “Kinder+Sport Family Run”, organizzata con successo nell'ottobre 2013 in Cina (Guangzhou e Pechino). L'iniziativa verrà portata come evento-bandiera **in tutto il mondo**, perché rappresenta e veicola i **valori di Kinder+Sport**: la gioia di muoversi, lo stare insieme, la condivisione in famiglia delle emozioni.



Affiancare sempre più le Istituzioni

Tra gli obiettivi di breve termine, Kinder+Sport ambisce ad affiancare un numero sempre maggiore di Istituzioni, creando sinergie e *partnership* di valore, capaci di dare vita a progetti di eccellenza nell'ambito dell'educazione fisica. Per noi, responsabilità significa metterci al servizio della società, affiancando gli organi che la governano e le Istituzioni che la rappresentano, con l'obiettivo di portare valore tangibile alla comunità.

Progetti di ricerca

Kinder+Sport supporta progetti di ricerca: accanto al progetto *Village*, continua a sostenere il programma “1, 2, 3... Minivolley FIPAV-KINDER+SPORT”, la ricerca di monitoraggio scientifica che l'Istituto di Medicina dello Sport di Torino svolge dal 2009. A fianco del Ministero Italiano dell'Istruzione (MIUR), della Federazione Italiana di Pallavolo e del CONI, il progetto ha l'obiettivo di valutare, nel quinquennio 2009/2014, gli effetti sulla riduzione dell'indice di massa corporea (BMI) nei bambini che frequentano le scuole aderenti al programma. I dati finora raccolti dimostrano conseguenze positive di una costante e programmata attività fisica. I risultati finali saranno disponibili nel 2016.



Portare la gioia di muoversi in Azienda

Ferrero vuole essere un Gruppo proattivo, positivo e «ispiratore» anche al proprio interno: sta lavorando per attivare programmi sportivi per i dipendenti e le loro famiglie, al fine di divenire esempio concreto di stile di vita attivo.

Un programma e la sua concertazione a livello internazionale sono in fase di definizione, con attivazione da settembre 2014.

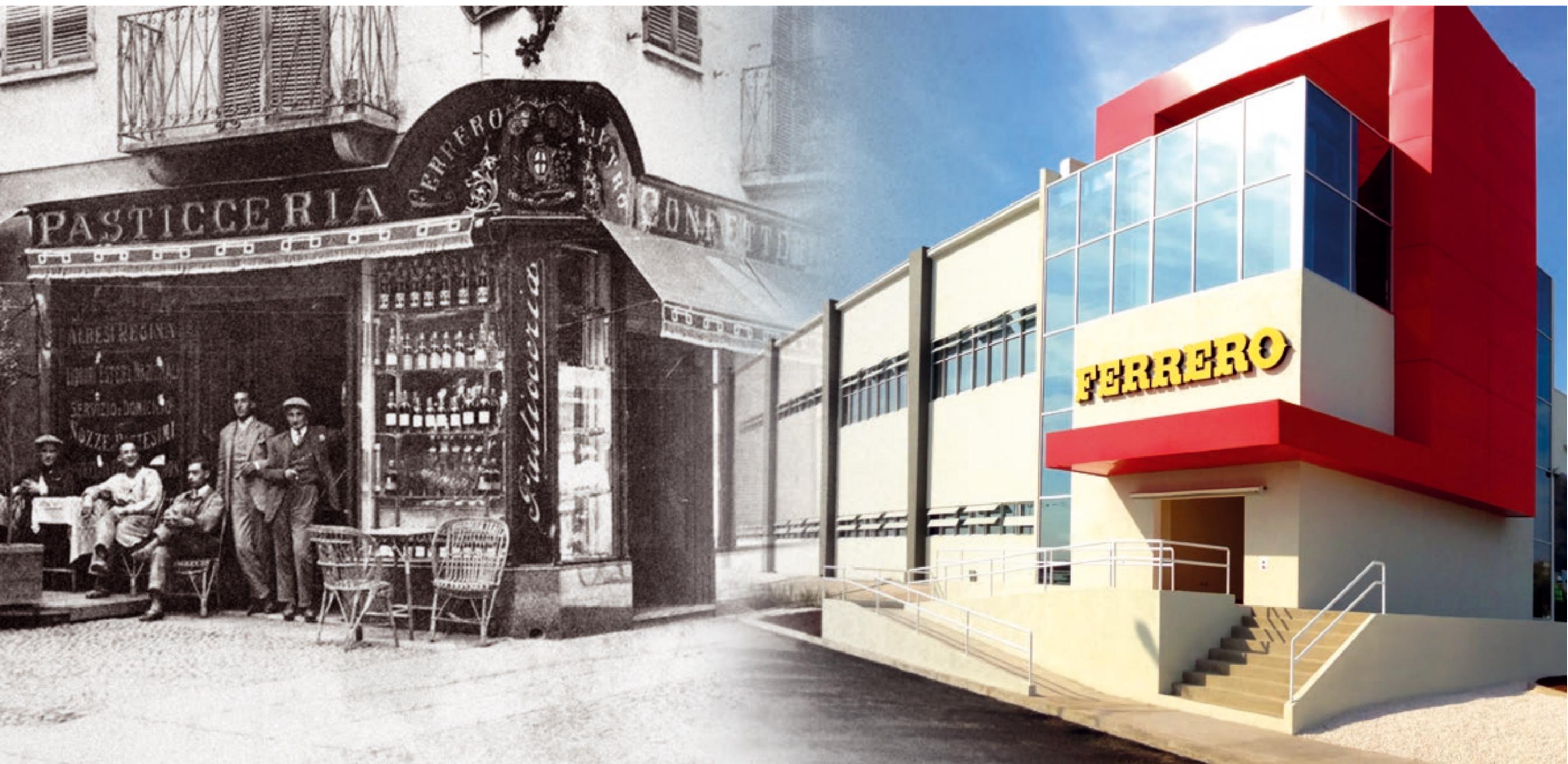
Gli obiettivi per il futuro

La coerenza e l'efficacia sono per noi fondamentali. Per questo, abbiamo deciso di guardare avanti, dandoci importanti e ambiziosi obiettivi. Entro il 2017/2018 ci proponiamo di:

- **accrescere la nostra presenza da 20 a 30 Paesi del mondo,**
- **muovere 5 milioni di bambini all'anno,**
- **attivare almeno 1 programma in partnership con le Istituzioni scolastico-educative in tutti e 30 i Paesi in cui saremo presenti.**



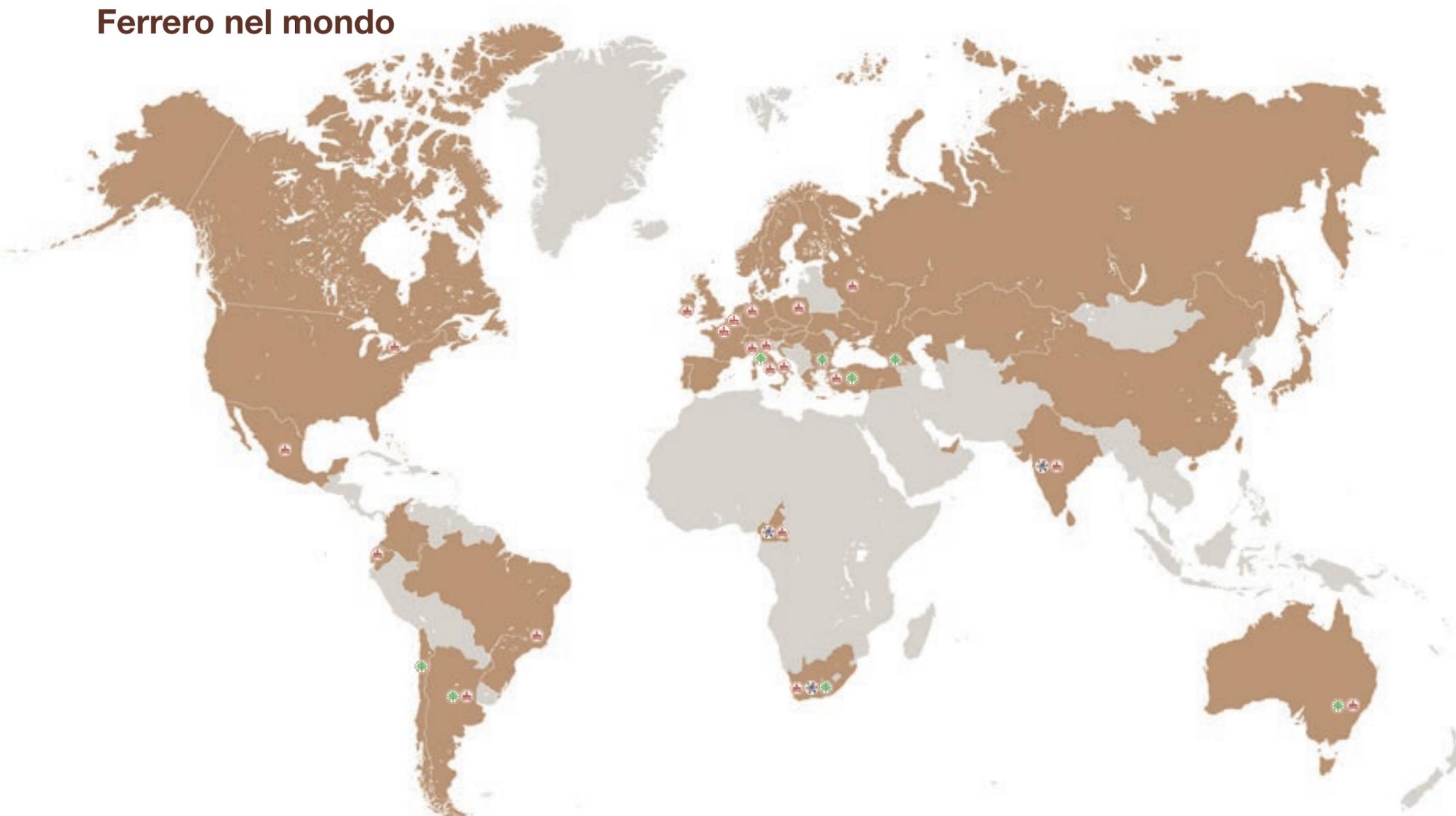
Il Gruppo Ferrero



Pasticceria aperta dalla famiglia Ferrero ad Alba, Italia – 1942.

Stabilimento aperto dal Gruppo Ferrero in Messico – 2013.

Ferrero nel mondo



Il Gruppo Ferrero è presente in 51 Paesi.

Argentina	Cina	Georgia	Lussemburgo	Rep. Ceca	Svezia
Australia	Colombia	Germania	Messico	Romania	Svizzera
Austria	Corea del Sud	Giappone	Monaco	Russia	Taiwan
Belgio	Croazia	Grecia	Norvegia	Singapore	Turchia
Brasile	Danimarca	Hong Kong	Paesi Bassi	Slovacchia	Ucraina
Bulgaria	Dubai EAU	India	Polonia	Spagna	Ungheria
Camerun	Ecuador	Irlanda	Porto Rico	Sri Lanka	
Canada	Finlandia	Italia	Portogallo	Stati Uniti	
Cile	Francia	Kazakistan	Regno Unito	Sudafrica	

I prodotti Ferrero sono presenti, commercializzati direttamente o tramite distributori autorizzati, in oltre 160 dei Paesi che compongono l'intera comunità internazionale.



I nostri 20 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	Poços de Caldas	1994
Canada	Brantford	2006
Camerun	Yaoundé*	2006
India	Baramati*	2007
Sudafrica	Walkerville*	2007
Russia	Vladimir	2009
Messico	S. José Iturbide	2013
Turchia	Manisa	2013

*Impresa Sociale Ferrero



Le nostre 8 Aziende Agricole per la coltivazione diretta

Cile	1991
Argentina	1994
Georgia	2007
Sudafrica	2009
Australia	2011
per la lavorazione	
Bulgaria	1996
Italia	2013
Turchia	2013

Materie prime

Il totale delle materie prime agricole e materie prime imballaggi utilizzate dal Gruppo nell'anno 2012/2013 corrisponde a 1.402.328 tonnellate.

I 10 obiettivi da raggiungere entro il 2020

Per i Diritti Umani		Riferimenti	
1	Potenziamento delle attività della Fondazione Ferrero e delle Imprese Sociali Ferrero	Raggiunto e prolungato	●
2	Condivisione del Codice di Condotta Commerciale lungo la catena del valore (Piano ABCDE)	Raggiunto	●
3	Promozione di iniziative interne a supporto di una “cultura delle diversità”	Entro il 2015	●
Per l'ambiente		Riferimenti	
4	Energia elettrica autoprodotta pari al 75% dell'energia consumata da tutti gli stabilimenti europei, di cui il 25% da fonte rinnovabile	Entro agosto 2014	●
	Implementazione di un piano di azioni energetiche a livello mondiale , compatibile con i vincoli locali degli stabilimenti esistenti e futuri, volto alla riduzione delle emissioni	Entro il 2020	●
5	Riduzione del 40% delle emissioni di CO₂ derivanti dalle attività produttive (rispetto al 2007)	Entro il 2020	●
	Riduzione del 30% delle emissioni di gas effetto serra (tonnellate di CO ₂ equivalenti) nelle attività di trasporto e stoccaggio (rispetto al 2009)	Entro il 2020	●
6	Utilizzo negli imballaggi di materiali derivanti da risorse rinnovabili (+10% rispetto al 2009)	Entro il 2020	●
	100% carta e cartone vergine da filiera sostenibile certificata	Entro il 2014	●

In linea ● Non in linea ●

Per le materie prime		Riferimenti	
	100% cacao certificato come sostenibile	Entro il 2020	●
7	100% caffè certificato come sostenibile	Raggiunto	●
	100% olio di palma certificato come sostenibile e segregato	Entro il 2014	●
	100% zucchero di canna raffinato da fonti di approvvigionamento sostenibili	Entro il 2020	●
8	Implementazione del piano sulla tracciabilità per il 100% delle nocciole	Entro il 2020	●
9	100% uova da galline a terra nel rispetto del benessere animale	Entro il 2014	●
Per uno stile di vita sano		Riferimenti	
10	Continuo sostegno ed espansione del nostro programma per lo sport “Kinder+Sport” , estendendo la presenza a 30 Paesi nel mondo e riuscendo a muovere 5 milioni di bambini	Entro agosto 2018	●

In linea ● Non in linea ●

La struttura organizzativa e di governance del Gruppo

La struttura organizzativa e di *governance* del Gruppo si è evoluta nel tempo, accompagnandone l'espansione mondiale. I punti fondamentali che ne contraddistinguono la storia e la crescita sono:

- continuità nella proprietà familiare;
- conquista di sempre nuovi mercati;
- realizzazione di nuovi stabilimenti;
- innovazione costante dei prodotti e del loro confezionamento;
- cura per l'elevatissima qualità e freschezza.

Al 31 agosto 2013, il Gruppo risulta composto da 73 società consolidate e controllate dalla capogruppo Ferrero International S.A., società di diritto lussemburghese con sede in Lussemburgo, cuore strategico e operativo del Gruppo ove operano oltre 500 dipendenti.

Tra le novità emerse nell'anno di riferimento, si riporta che il Gruppo Ferrero, al fine di potenziare la propria divisione di approvvigionamento materie prime, ha acquisito dal Gruppo Stelliferi il 100% del *business* relativo all'acquisto, lavorazione e commercializzazione di nocciole naturali di elevato standard qualitativo. Ha inoltre costituito, con lo stesso Gruppo, una *joint venture* societaria nel settore della preparazione e vendita di nocciole tostate in differenti gradi di lavorazione.

Si segnala anche la decisione di investire nella costruzione di un nuovo stabilimento industriale in Cina per sostenere lo sviluppo dei prodotti Ferrero in quell'area geografica.

Ferrero International, fin dal 1998, adotta un modello tradizionale di "*corporate governance*", nell'ambito del quale l'**Assemblea** e il **Consiglio di Amministrazione** (CdA) hanno un ruolo centrale. Il Presidente del CdA non esercita un ruolo esecutivo, ma di indirizzo. Il CdA include anche membri non appartenenti alla famiglia Ferrero, tra cui il Vicepresidente. I membri esecutivi del CdA sono scelti per le loro qualifiche e competenze, in base a una costante valutazione meritocratica.

Il CdA si avvale dell'attività del **Group Leadership Team**, comitato direttivo basato e operante in Lussemburgo, istituito nel 2011 e composto dai responsabili delle principali funzioni aziendali, che svolge un ruolo di supporto nei processi decisionali e nell'implementazione delle strategie aziendali, definite dal CdA.

Inoltre, il CdA ha istituito il **Comitato Audit**, operante a livello di capogruppo. Tale comitato, composto in maggioranza da professionisti esterni al Gruppo, svolge una funzione consultiva e propositiva per il CdA in materia di sistema di controllo interno; con il suo ausilio, il CdA definisce le linee di indirizzo miranti a rafforzare l'efficacia del sistema di controllo interno, anche tramite il costante riferimento alle migliori pratiche internazionali.

Il Comitato *Audit* ha, tra i suoi compiti, il monitoraggio sul processo di formazione e revisione del bilancio individuale della capogruppo e di quello consolidato del Gruppo, nonché la supervisione sull'efficacia e sull'efficienza dell'attività dei revisori esterni (*auditor*) e della funzione di controllo interno (*internal audit*).

Per quanto riguarda l'organizzazione operativa, il Gruppo Ferrero, a partire dalla sua sede centrale in Lussemburgo, presidia direttamente tutti i processi *core*, ovvero d'importanza fondamentale, e in particolare:

- le attività di ricerca e sviluppo di prodotti e dei relativi processi e tecniche di produzione, anche per quanto riguarda i giocattoli;
- la progettazione di impianti/macchinari d'importanza strategica;
- le attività di produzione e trasformazione;
- le attività di *marketing* strategico, istituzionali e di sviluppo, nonché quelle operative.

Inoltre, continuano le specifiche iniziative di integrazione verticale avviate negli scorsi anni, in particolare:

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

Le seguenti operazioni sono affidate a terzi (*outsourcing*):

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

Il contesto di riferimento

Ai fini della determinazione e gestione della politica di Gruppo in materia di responsabilità sociale (CSR), il Gruppo si avvale di un ufficio con specifiche responsabilità in ambito CSR (e-mail: csr@ferrero.com) che fa capo al Vicepresidente di Gruppo.

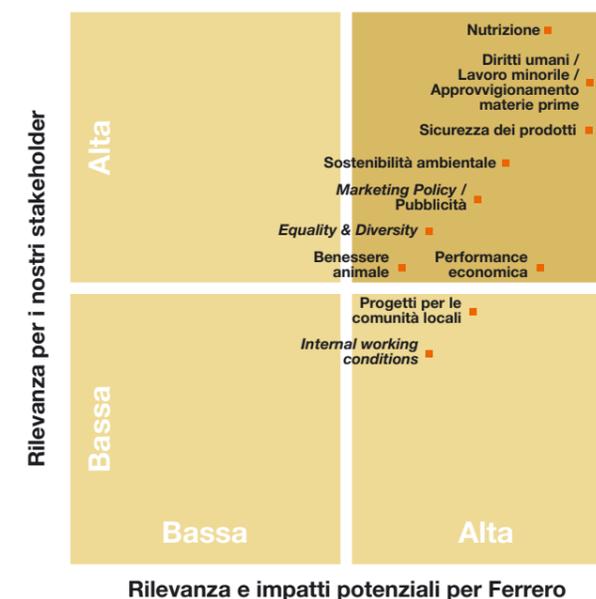
Tra le attività svolte nell'anno 2012/2013, si segnala che Ferrero ha attivamente partecipato ai lavori dell'Organizzazione "Global Reporting Initiative", anche nei gruppi di lavoro preposti alla redazione delle nuove linee-guida "Sustainability Reporting Guidelines - G4".

Il Gruppo ha continuato un percorso di riflessione sui temi più rilevanti di responsabilità sociale, selezionati sulla base dei propri principi e valori, coinvolgendo le parti interessate e condividendo obiettivi e strategie. Per la redazione del presente rapporto CSR, le numerose realtà nazionali del Gruppo sono state coinvolte in un'attività di aggiornamento della mappatura degli interlocutori interni ed esterni ("**stakeholder mapping**", come da illustrazione a fondo pagina) e dell'analisi di materialità delle tematiche rilevanti.

Come già messo in evidenza nelle analisi condotte in tutti i precedenti rapporti CSR, è confermata la centralità del consumatore, che rimane quindi il primo *stakeholder* di riferimento per Ferrero.



Analisi di materialità



Dalla "matrice di materialità" illustrata, risulta che alcune tematiche hanno alta rilevanza sia per Ferrero che per i suoi *stakeholder*. Tra queste: la strategia Ferrero per la nutrizione; la difesa dei diritti umani, compresa la tematica del lavoro minorile e gli aspetti etici dell'approvvigionamento delle materie prime; la sicurezza dei prodotti; la sostenibilità ambientale; la strategia di *marketing* e quella dedicata alla pubblicità. Tali argomenti sono trattati nel presente rapporto con appositi capitoli.

In merito alla strategia di nutrizione, da due anni Ferrero si è dotata di un comitato scientifico "Nutrizione", presieduto dal Vicepresidente del Gruppo, al quale partecipano i responsabili delle aree aziendali coinvolte nelle tematiche nutrizionali dal punto di vista tecnico, commerciale, legislativo e comunicativo. Il comitato, che opera in funzione delle linee-guida strategiche del Gruppo, si riunisce mensilmente e genera raccomandazioni al Presidente e al CEO del Gruppo. Al comitato è successivamente affidato il coordinamento delle decisioni operative.

Per quanto riguarda le modalità di coinvolgimento degli *stakeholder*, il Gruppo Ferrero partecipa attivamente ai dibattiti e ai gruppi di lavoro delle Associazioni di categoria e settoriali di cui è membro a livello internazionale, europeo e nazionale (si veda la lista che segue). In aggiunta, il Gruppo ha sviluppato un dialogo strutturato con alcune ONG, attive anche in ambito CSR. Tra i temi spesso affrontati, compaiono: la nutrizione, la sicurezza dei prodotti, gli aspetti etici legati all'approvvigionamento delle materie prime agricole, il rispetto dell'ambiente da parte di Ferrero nello svolgimento delle attività produttive, la strategia di *marketing* e di pubblicità e la strategia CSR di Gruppo.

Il Valore Aggiunto Ferrero

Il “Valore Aggiunto” rappresenta il valore economico generato dal Gruppo. In particolare, il “Valore Aggiunto Netto¹” rappresenta il valore economico generato nel periodo di riferimento, al netto degli ammortamenti e dei costi operativi, questi ultimi inclusivi degli acquisti da fornitori (principalmente, acquisti di materie prime e servizi).

Come evidenziato nel grafico che segue, il “Valore Aggiunto Netto” di Ferrero, per l’anno preso in esame dal presente rapporto CSR, è distribuito in varie forme ai diversi *stakeholder* interni ed esterni del Gruppo.

La voce “Risorse umane” comprende ogni forma di retribuzione e remunerazione erogata a fronte dell’attività lavorativa svolta dai dipendenti, inclusi gli oneri di utilità sociale sostenuti dal Gruppo.

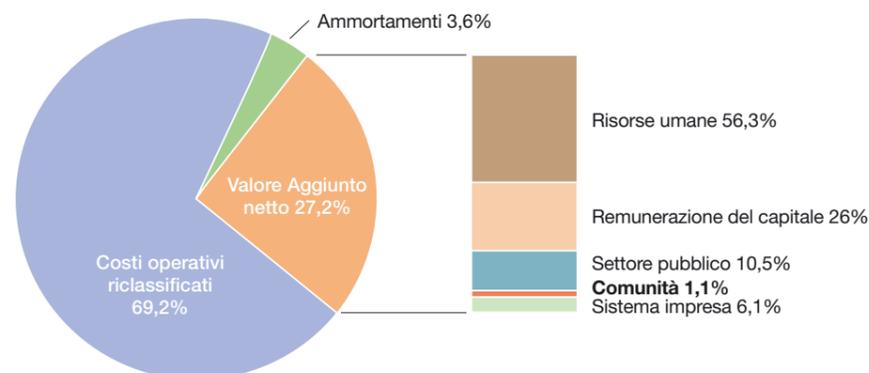
Nella voce “Remunerazione del capitale” rientrano la distribuzione degli utili dell’anno in esame e il pagamento di interessi.

La voce “Settore pubblico” rappresenta l’importo dovuto dal Gruppo a Enti della Pubblica Amministrazione, a titolo di imposte sul reddito e altri tributi direttamente attribuibili al patrimonio aziendale, con esclusione di imposte e altri oneri accessori della gestione operativa (dazi e oneri doganali).

La voce “Comunità” include liberalità e donazioni, investimenti in progetti a carattere sociale e collaborazioni con Università e Centri di ricerca.

La voce “Sistema Impresa” rappresenta il valore economico trattenuto nel Gruppo, quale differenza tra il valore economico generato e il valore economico distribuito.

Valore Aggiunto generato e distribuito - 2012/2013



¹ Nel 2012/2013 il “Valore Aggiunto Netto” generato dal Gruppo Ferrero è stato pari a 2.371 milioni di Euro.

Principali organizzazioni e associazioni di cui Ferrero è parte attiva a livello internazionale ed europeo

Organizzazioni per la responsabilità sociale d’impresa



United Nations Global Compact (con sede a New York)

Iniziativa politico-strategica per le aziende impegnate ad allineare le loro attività con dieci principi universalmente accettati riguardanti i diritti umani, il lavoro, l’ambiente e l’anti-corruzione (www.unglobalcompact.org).



Global Reporting Initiative – GRI (con sede ad Amsterdam)

Organizzazione senza scopo di lucro con l’obiettivo di promuovere la sostenibilità economica, ambientale e sociale, tramite un quadro completo di parametri per la rendicontazione (www.globalreporting.org).



CSR Europe (con sede a Bruxelles)

Organizzazione per la responsabilità sociale d’impresa, fondata nel 1995, alla quale aderiscono 70 aziende e 37 associazioni nazionali (www.csreurope.org).

Associazioni commerciali e di categoria

AEF Advertising Educational Forum

Organizzazione senza scopo di lucro che fornisce informazioni sulla regolamentazione della pubblicità a livello internazionale, con particolare attenzione alla pubblicità diretta ai bambini (www.aeforum.org).

AIM European Brands Association

Associazione europea che raggruppa le industrie di marca (www.aim.be).

Bonsucro

Organizzazione che promuove la sostenibilità nel settore della canna da zucchero, fornendo un sistema di misurazione e certificazione (www.bonsucro.org).

CAOBISCO European Association of Chocolate, Biscuit & Confectionery Industries

Associazione di rappresentanza di circa 2.000 aziende dolciarie dell’Unione europea (www.caobisco.eu).

EUFIC European Food Information Council

Organizzazione senza scopo di lucro, sostenuta da aziende del settore alimentare e delle bevande e dalla Commissione europea; fornisce informazioni e svolge ricerche sulla sicurezza e la qualità degli alimenti (www.eufic.org).

FOODDRINKEUROPE

Federazione europea che promuove e rappresenta gli interessi del settore alimentare e delle bevande (www.fooddrinkeurope.eu).

IFBA International Food & Beverage Alliance

Organizzazione composta dalle principali aziende mondiali del settore alimentare e delle bevande che condividono l'obiettivo di promuovere una dieta equilibrata e stili di vita sani per i consumatori (www.ifballiance.org).

TIE Toy Industries Europe

Organizzazione che rappresenta gli interessi dei produttori di giocattoli nell'Unione europea (www.tietoy.org).

WFA World Federation of Advertisers

Organizzazione mondiale delle associazioni nazionali e delle imprese del settore pubblicitario (www.wfanet.org).

Tali organizzazioni hanno tutte sede a Bruxelles, a eccezione di Bonsucro che ha sede a Londra e di IFBA che ha sede a Ginevra.

Acquisti Ferrero dai fornitori locali

Si riportano qui di seguito le percentuali relative agli acquisti effettuati dai fornitori locali, calcolate sulla totalità degli acquisti dei principali stabilimenti²:

Paesi	Acquisti da fornitori locali
Italia	93,51%
Francia	88,60%
Belgio	45,48%
Polonia	76,13%
Canada	83,05%
Russia	95,84%
Turchia	98,03%
Messico	52,10%

² I valori si riferiscono agli acquisti effettuati dagli stabilimenti presso i fornitori nazionali sul valore totale degli acquisti dell'anno 2012/2013. Sono escluse le forniture infragrupo e le forniture centralizzate (ad esempio, quelle relative alle materie prime e agli imballaggi).

La valutazione di eventuali impatti significativi degli stabilimenti Ferrero sulle comunità locali è un elemento chiave nelle nostre strategie. Monitoriamo attentamente i nostri impatti a livello economico, sociale e ambientale e crediamo che valorizzare gli acquisti locali sia un importante indicatore del nostro radicamento nelle comunità dove operiamo.

I capitoli precedenti del presente rapporto includono l'analisi completa degli impatti del Gruppo sulle comunità locali, tra i quali, in particolare, "La Fondazione Ferrero", "Le Imprese Sociali Ferrero", "Le pratiche agricole sostenibili" e "Minimizzare l'impatto ambientale".

Conformità a leggi e regolamenti

Nell'anno in esame, non si sono registrate sanzioni significative per non conformità a leggi e regolamenti, né significative penalità a titolo di sanzioni e ammende per inadempienze a obblighi in materia ambientale e sociale.

Inoltre, non si sono verificati casi significativi di non conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti durante il loro ciclo di vita, né sanzioni significative per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo dei prodotti. Non si sono registrati episodi legati a pratiche discriminatorie che abbiano coinvolto i principali interlocutori interni o esterni, né episodi di corruzione.

In alcune società del Gruppo è effettuato un monitoraggio interno dei rischi relativi alle frodi e alla corruzione e sono effettuate relative attività formative. Attualmente, i sistemi informativi di Gruppo non consentono di tracciare i dati di dettaglio relativi alla formazione su politiche e procedure anticorruzione; gli stessi saranno comunque disponibili a partire dal 2014/2015.

In merito ai contributi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione, si segnala che i contributi in conto esercizio e i contributi in conto capitale di competenza dell'anno 2012/2013 non raggiungono un valore complessivo significativo a livello di bilancio consolidato.

Ferrero rispetta e protegge la riservatezza dei dati personali dei propri dipendenti, consumatori, clienti e altri *stakeholder*, con correttezza e secondo le disposizioni legislative vigenti nelle giurisdizioni in cui opera. Poniamo sempre al primo posto la sicurezza: nella selezione, definizione e uso delle procedure, anche informatiche, destinate al trattamento di dati personali e delle informazioni riservate, a tutela dei diritti, delle libertà fondamentali e della dignità della persona.

Per maggiori informazioni, si rinvia al Codice Etico di Gruppo (disponibile via internet all'indirizzo www.ferrero.com).

Il Piano ABCDE (A Business Code Dialogue Engagement)

Dal 2011, il Gruppo Ferrero è impegnato nell'implementazione del Piano ABCDE (A Business Code Dialogue Engagement) volto a condividere, con tutti gli *stakeholder* della catena del valore, il Codice di Condotta Commerciale del Gruppo.

Tale Codice si basa sui principi Ferrero, è conforme al Codice Etico del Gruppo (entrambi disponibili via internet su www.ferrero.com) e definisce le pratiche Ferrero nei seguenti ambiti:

1. eccellenza nella qualità e sicurezza dei prodotti;
2. impegno per la tutela dei diritti umani;
3. tutela ambientale e sostenibilità;
4. condizioni dell'ambiente di lavoro;
5. integrità commerciale.

Nel corso del 2012/2013, sono proseguite le attività di diffusione del Codice di Condotta Commerciale tramite appositi incontri con i principali interlocutori del Gruppo, al fine di dividerne i principi e avviare un dialogo su specifiche tematiche. In particolare, sono proseguiti gli incontri con i principali fornitori di cacao, nocciole, olio di palma e uova. Inoltre, si è proceduto a includere la clausola contrattuale di presa visione e accettazione del Codice nei nuovi contratti siglati, in particolare nelle aree relative al *packaging*, alla logistica e agli acquisti tecnici di macchinari, impianti e materie prime.

Si conferma, quindi, il raggiungimento dell'obiettivo di condivisione del Codice di Condotta Commerciale Ferrero lungo la catena del valore entro il 2013.

La verifica esterna delle attività previste dal Piano ABCDE è stata affidata a Deloitte.

Nondimeno, il Gruppo Ferrero non si è fermato al raggiungimento dell'obiettivo ma, a partire dal Codice di Condotta Commerciale, ha ideato specifici protocolli di verifica per la sostenibilità delle materie prime agricole; in particolare, il protocollo *Ferrero Farming Values* per la produzione in campo delle nocciole, sviluppato con la collaborazione di *SCS Global Services* a cui sono stati affidati gli *audit* per la verifica della filiera Ferrero.

Allo stesso modo, si sta procedendo con la definizione di un protocollo *Ferrero Farming Values* per la filiera del latte nell'ambito del progetto "*Milk Supply Chain Partnership*".

Per ulteriori dettagli si rinvia al capitolo "Le pratiche agricole sostenibili".

La politica di approvvigionamento Ferrero, basata sul Codice di Condotta Commerciale, è conforme ai principi aziendali, al Codice Etico, al "Codice interno per la progettazione e la produzione delle sorprese", ai "Requisiti Etici Sociali e Ambientali per i fornitori di giocattoli Kinder", agli standard internazionali dei sistemi di gestione della qualità e della sicurezza alimentare (ISO, IFS), agli specifici protocolli di verifica per la sostenibilità delle materie prime agricole e ai vari standard ambientali (ISO ed EMAS). In riferimento all'anno in esame, le attività di *audit* presso i fornitori sono state effettuate nei seguenti ambiti: sistemi di gestione della qualità e della sicurezza alimentare, specifiche certificazioni delle materie prime agricole, codici Ferrero per i giocattoli sopra indicati (per maggiori dettagli, si rinvia agli appositi capitoli del presente rapporto).

Inoltre, il Gruppo Ferrero ha deciso di implementare e far rispettare i "Principi di Buone Prassi nei rapporti verticali nella filiera alimentare" (www.supplychaininitiative.eu), adottati dal "Forum di Alto Livello per un migliore funzionamento della filiera alimentare".

La registrazione ufficiale ai "Principi di Buone Prassi" è un ulteriore passo in avanti verso il rafforzamento degli impegni del Gruppo Ferrero e la promozione della fiducia e continuità lungo l'intera catena di approvvigionamento alimentare.

Al fine di gestire ogni eventuale violazione dei Principi di Buone Prassi, il Gruppo Ferrero ha implementato una procedura di *Dispute Management* con le altre aziende UE registrate all'iniziativa, accettando di risolvere le controversie con una qualsiasi delle opzioni previste del "Quadro per l'implementazione dei Principi di Buone Prassi" e promuovendo l'uso di mezzi efficienti di risoluzione di tali controversie.

Come pubblicato nel sito ufficiale della "*Supply Chain Initiative*", il Gruppo Ferrero ha designato un *contact point* (fairpractices@ferrero.com) per la risoluzione delle controversie a livello di Gruppo per tutte le aziende Ferrero che operano in UE.

Infine, il Codice di condotta commerciale Ferrero è stato rivisto e aggiornato in accordo con i Principi di Buone Prassi e una relativa formazione *e-learning* è stata indirizzata ai dipartimenti Legale, *Procurement* e Commerciale.

Premi e Riconoscimenti

ITALIA



Luglio 2014

Brands Award 2014: Premio Retailer e Premio Speciale Social

Nell'ambito dei *Brands Award 2014*, Nutella® si è aggiudicata il *Premio Retailer* e il *Premio Speciale Social*: "proprio quest'anno Nutella® ha festeggiato i 50 anni di vita: un marchio che è parte integrante della storia e della cultura italiana. Il premio conferma dunque la continuità qualitativa e familiare di questo prodotto simbolo dell'*Italian style* nella produzione alimentare".



Giugno 2014

Premio Conchiglia Moige

Il Moige (Movimento Italiano Genitori) ha consegnato a Ferrero il "Premio Conchiglia" nell'ambito della 7° edizione di "Un anno di zapping 2013-2014". Il premio è stato riconosciuto a Kinder "per aver esaltato la famiglia nelle vicissitudini quotidiane, insegnando il valore di prendersi cura dell'altro".



Giugno 2014

Confindustria Cuneo rende omaggio alla famiglia Ferrero

Durante l'assemblea generale degli industriali di Cuneo, svoltasi al Castello di Racconigi lunedì 16 giugno, è stato consegnato un riconoscimento speciale alla famiglia Ferrero da parte di Confindustria Cuneo.

Alla famiglia è stata donata una targa d'oro con incisa la seguente motivazione: "Per i valori, le eccellenze imprenditoriali e la responsabilità sociale nati ad Alba e diffusi nel mondo".



Maggio 2014

Reputation Awards 2014

Il "Reputation Institute", leader mondiale nella valutazione della reputazione aziendale, ha predisposto la classifica annuale e ha attribuito a Ferrero il secondo posto, in Italia, per la "migliore reputazione", secondo i seguenti sette parametri: prodotti, ambiente di lavoro, *governance*, innovazione, *leadership*, società civile e *performance*.



Gennaio 2014

Premio Primo Nebiolo - Sportivo Piemontese dell'Anno 2013

Il CONI Comitato Regionale Piemonte ha insignito la famiglia Ferrero del "Premio Primo Nebiolo - Sportivo Piemontese dell'Anno 2013", con la seguente motivazione: "Famiglia di imprenditori che ha portato l'eccellenza del Piemonte nel mondo, mantenendo un forte legame con la propria terra. Una passione per il territorio che da sempre si abbina con quella per lo sport

e che è testimoniata dal sostegno ai talenti, ai grandi eventi internazionali e al lavoro delle istituzioni per promuovere la pratica di base, ma anche da progetti che, come Kinder+Sport, contribuiscono ad affermare tra i giovani la cultura sportiva".



Luglio 2013

"Comunicazione e Marketing integrato" Disney License Meeting

Ferrero ha vinto il premio "Comunicazione e Marketing integrato" al *Disney License Meeting*, l'evento che si rivolge alle aziende licenziatrici che lavorano con Disney. I progetti, che hanno permesso a Ferrero di distinguersi "per innovazione, valore e qualità" nella categoria Comunicazione e Marketing Integrato, sono relativi ai prodotti Kinder® GranSorpresa e Kinder® Merendero. "Le campagne web Ferrero rappresentano una modalità inedita per comunicare al target di riferimento, stabilendo un legame profondo fra il produttore e il consumatore e rendendo il prodotto interessante e unico".

FRANCIA

Novembre 2013

Peace and Sport Awards 2013

Ferrero è stata insignita del "Peace and Sport Awards 2013". "Attraverso il suo programma 'Kinder s'engage pour l'enfance' e la sua partnership con l'organizzazione non-profit francese *Secours Populaire Français*, Ferrero dà ai bambini che provengono da situazioni svantaggiate opportunità di partecipare a esperienze sportive indimenticabili".

Questo programma fornisce, inoltre, sostegno scolastico, aiuto con i compiti e continue attività strutturate per tutto l'anno in un club partner.



Febbraio 2013

Gran Prix ESSEC de la consommation responsable

Ferrero ha ricevuto il premio "Grand Prix ESSEC" per il progetto "Kinder s'engage pour l'enfance".

Presso il Ministero della ripresa produttiva si è tenuta la prima edizione del premio "Grand prix ESSEC des industries de consommation responsable". In questa occasione si sono riuniti 200 rappresentanti dell'industria e della grande distribuzione per premiare le migliori iniziative sviluppate dai produttori industriali di beni di consumo che si sono distinti per un maggior impegno in Francia nel campo della *Corporate Social Responsibility* (CSR).



GERMANIA

Aprile 2014

GBE Factory Award 2014



Il *GBE Award* è stato conferito a Ferrero per gli investimenti nelle energie rinnovabili e la vasta gamma di misure per la riduzione delle emissioni di CO₂. Nel quadro dell'*European GBE FACTORY (Green Blue Energy Factory)*, imprese commerciali e industriali che sono da esempio nel campo dell'energia rinnovabile, come Ferrero, sono insignite del *GBE FACTORY Certificate*.

Settembre 2013

Product of the year 2013



Tic Tac® Strawberry Mix flavour è stato selezionato nel 2013 Prodotto dell'anno. 7.000 consumatori hanno scelto il loro gusto preferito tra diverse categorie e votato per la versione colorata di frutta di Tic Tac®, nella categoria *confectionary*. Fondamentali nella selezione i criteri di qualità, gusto e ingredienti.

Novembre 2012

Packaging of the Year

Una volta l'anno il *Packaging Award* tedesco attira i migliori e più innovativi sviluppi del settore *packaging* all'interno dell'arena pubblica. Il *Deutsche Verpackungs-Museum (Packaging Museum tedesco)* ha insignito la scatola trasparente Tic Tac® del titolo "*Packaging of the Year for 2012.*" Il premio fa onore non solo al design ma anche alla gestione sostenibile della marca. Tic Tac® è arrivata nel mercato in Germania 40 anni fa; con la sua pratica scatola in formato tascabile, è diventata da tempo un classico tra le caramelle dure.

Settembre 2012

ECR – Award 2012



Ferrero è stata insignita del premio ECR (*Efficient Consumer Response*), riconoscimento attribuito dal *Global Standards One* nell'ambito della categoria "*company cooperation*". In questa categoria sono premiati i progetti che si distinguono per una esemplare cooperazione tra aziende a vantaggio di industria, commercio, logistica e consumatori. Il progetto di Ferrero premiato è stato realizzato tra il 2009 e il 2012 al fine di soddisfare le crescenti esigenze dei consumatori e di sostenere il partner di vendita al dettaglio per stabilire una posizione migliore in un mercato chiave.

La complessità del progetto, l'elevata competenza delle società coinvolte, il partenariato e l'attuazione sostenibile nel periodo 2009-2012 sono stati fattori chiave nella premiazione di Ferrero nel 2012.

GRAN BRETAGNA

Gennaio 2014

Best New Licensee, 2013 Licensee Awards – The Walt Disney Company UK & Ireland



The Walt Disney Company U.K. & Ireland ha premiato Ferrero UK nella categoria "*Best New Licensee*", in occasione dei *2013 Licensee Awards*. I vincitori delle singole categorie sono stati selezionati da una giuria composta da *senior manager* di Disney, sulla base del coinvolgimento dei consumatori, l'innovazione di prodotto, l'approccio *cross-category* e la comunicazione attraverso molteplici canali.

Aprile 2013

Great Taste Award 2013



Il Ferrero Rocher® Novelty Bunny è stata insignita del prestigioso *Great Taste Award 2013*, per la sua "deliziosa presentazione" e il "liscio e cremoso cioccolato al latte dal perfetto punto di fusione".

AUSTRALIA

Ottobre 2013



All'interno del "Programma a favore della sostenibilità", il Governo del New South Wales ha conferito a Ferrero il riconoscimento del "*Gold Partner Status*", che contraddistingue attualmente solo sei organizzazioni caratterizzate da eccellenti *performance* ambientali e impegni per la sostenibilità.

CINA

Luglio 2014

Premio Panda d'Oro – Edizione 2014



L'evento, giunto alla quinta edizione, è patrocinato dall'Ambasciata d'Italia in Cina, dal Ministero degli Affari Esteri e dal Ministero dello Sviluppo Economico e promosso in collaborazione con la Fondazione Italia-Cina. Il Premio è un riconoscimento che è assegnato a società e imprenditori che hanno contribuito maggiormente al rafforzamento e allo sviluppo delle relazioni economiche bilaterali tra l'Italia e la Cina.

Giugno 2014

“Most Influential Brand Award” and “Corporate Social Responsibility Award” - The 3rd China Finance Summit 2014



Ferrero è stata insignita del “The Most Influential Brand Award” e del “The Corporate Social Responsibility Award” per il 2014, in occasione del 3rd China Finance Summit. Il “The Most Influential Brand Award” va alle aziende/marche che esercitano grande influenza nel settore industriale grazie agli impegni nel mercato locale, giudicati da una commissione composta da media, esperti, ecc. Il “The Corporate Social Responsibility Award” va all'azienda che eccelle nelle performance di responsabilità sociale in riferimento alla gestione della qualità del prodotto, alla protezione dell'ambiente, alla restituzione alla comunità di pari passo con il raggiungimento di una crescita economica sostenibile, a partire da un giudizio sul report CSR.

Aprile 2014

BSI 2013 Excellence Award in Consumer Care



Ferrero è stata insignita del “Excellence Award in Consumer Care” dal British Standards Institution (BSI) al Chinese Client Convention. Il premio “Excellence Award in Consumer Care” va all'impresa che fornisce un eccellente servizio post-vendita e rapide risposte alle richieste dei consumatori.

Gennaio 2014

The Best Practicing Award of 2013 Public Welfare - the China Public Welfare Committee of The China Charity Festival



Ferrero China è stata premiata con il “The Best CSR Practice of 2013” dal Public Welfare Committee of The China Charity Festival. Il premio va all'azienda che contribuisce considerevolmente al benessere della società, giudicata da terze parti: media, organizzazioni caritatevoli, associazioni industriali.

Novembre 2013

Ferrero premiata per il progetto Kinder+Sport al China Awards 2013



In occasione del “China Awards 2013” al Museo della Scienza e della Tecnologia di Milano, Ferrero è stato l'unico Gruppo a ricevere il riconoscimento per la responsabilità sociale, grazie a Shanghai Master Tennis, un progetto Kinder+Sport per incentivare i bambini alla pratica sportiva e a uno stile di vita più attivo e salutare. La manifestazione, organizzata dalla Fondazione Italia-Cina e da Milano Finanza, premia ogni anno le aziende italiane che meglio hanno colto le opportunità del mercato cinese e viceversa.

RUSSIA

2012

Miglior prodotto dell'anno 2012



In Russia, Nutella® è stata riconfermata, nelle rispettive categorie, “Migliore prodotto dell'anno per il 2012”. I premi sono stati assegnati dalla “Russian Trading Association” e dalla “Moscow International Business Association”, con il sostegno della Camera di Commercio e dell'Industria nazionale.

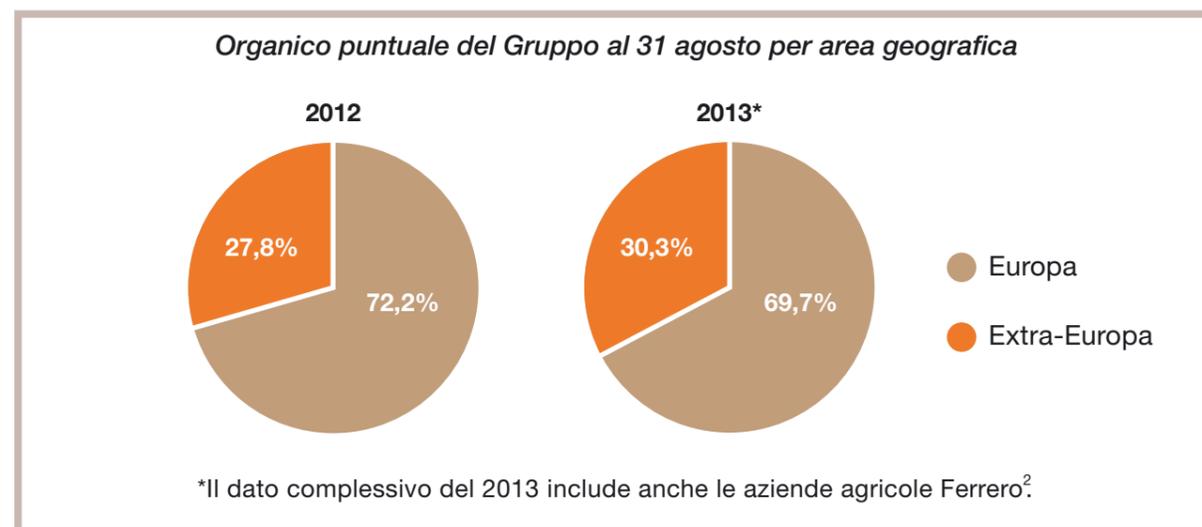
Le Donne e gli Uomini Ferrero



Le Donne e gli Uomini Ferrero

Una costante espansione nel mondo

Pur mantenendo una forte presenza in Europa¹ del proprio personale e delle proprie attività, il Gruppo Ferrero continua ad **accrescere la propria presenza extra-europea passando dal 27,8% nel 2011/2012 al 30,3% nel 2012/2013, con un aumento di 2,5 punti percentuale.**



All'organico puntuale al 31 agosto 2013 di **24.797** dipendenti, occorre aggiungere **5.308** persone esterne che collaborano con le aziende del Gruppo (prevalentemente come lavoratori interinali e agenti³) per un totale di **30.105** donne e uomini.

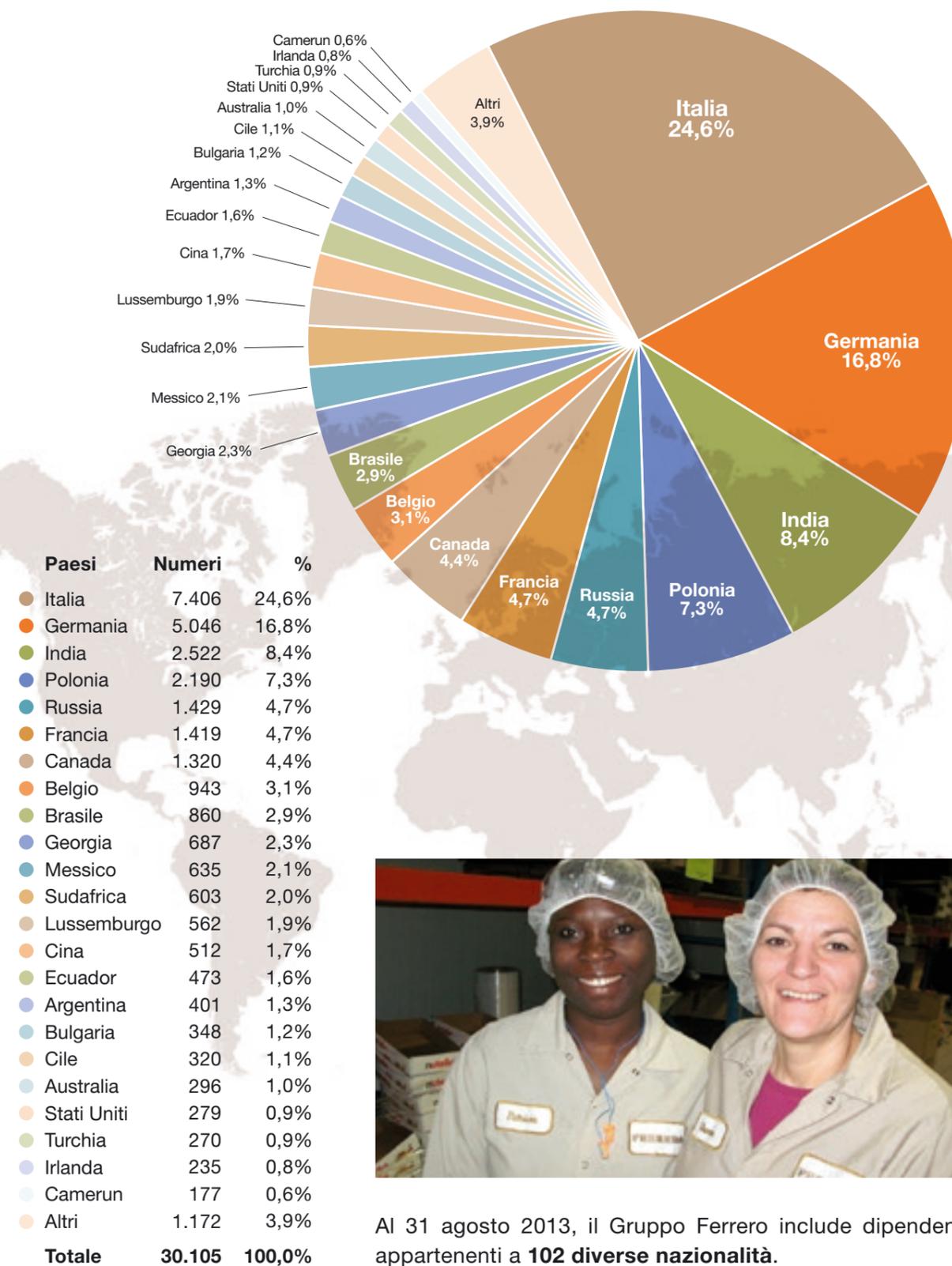


¹ Per Europa si intende l'insieme dei 28 Paesi membri dell'UE.

² Per un approfondimento sulle aziende agricole Ferrero dedicate alla coltivazione del nocciolo, si rinvia al capitolo "Le pratiche agricole sostenibili".

³ Il dato comprende anche gli stage formativi e altri rapporti di collaborazione diretta, con esclusione dei contratti di servizi.

Collaboratori interni ed esterni per Paese del Gruppo Ferrero al 31.08.2013



Al 31 agosto 2013, il Gruppo Ferrero include dipendenti appartenenti a **102 diverse nazionalità.**

Le persone Ferrero in numeri

Organico puntuale*	al 31/08/2012	al 31/08/2013
n. dipendenti		
Totale	22.850	24.797
<i>Di cui donne</i>	43,3%	42,7%

*L'organico puntuale considera i dipendenti impiegati direttamente da Ferrero. Rispetto all'organico al 31 agosto 2012, il dato 2013 include anche le aziende agricole Ferrero. Il dato pubblicato nel bilancio consolidato di Ferrero International, al 31 agosto 2013, si riferisce all'organico medio di Gruppo nel 2012/2013 che è pari a 22.831 dipendenti.



L'organico puntuale al 31/8/2013 è in incremento rispetto al precedente esercizio, in ragione sia dell'inclusione, nel perimetro considerato, del personale delle aziende agricole Ferrero, pari a 1.430 dipendenti, sia dell'aumento dei contratti a tempo indeterminato, rimanendo stabili i contratti a termine.

La leggera flessione, in percentuale, della presenza femminile è spiegata dal fatto che il dato include, per la prima volta, il personale delle aziende agricole Ferrero, in prevalenza maschile.

La particolare natura dei prodotti Ferrero, prevalentemente a base di cioccolato, condiziona fortemente l'andamento della domanda di mercato, che registra picchi elevati in particolari periodi dell'anno e in concomitanza con le ricorrenze festive; questo fa sì che circa il 70% della produzione sia concentrata in 7/8 mesi l'anno (stagione invernale); tale situazione rende indispensabile il ricorso, da parte di Ferrero, ai contratti a termine di tipo stagionale.

Organico di Gruppo per tipologia di contratto

Tipologia di contratto	al 31/08/2012		al 31/08/2013	
n. dipendenti	n. dipendenti	%	n. dipendenti	%
Tempo determinato*	4.998	21,9%	5.671	22,9%
Tempo indeterminato	17.852	78,1%	19.126	77,1%
Totale	22.850	100%	24.797	100%

*Al 31.08.2012: 10,4% contratti a termine, 11,5% contratti stagionali.
Al 31.08.2013: 8,1% contratti a termine, 14,8% contratti stagionali.

Si precisa che la diminuzione, in percentuale, dei contratti a tempo indeterminato è dovuta all'inclusione del personale delle aziende agricole Ferrero che, per la natura delle attività svolte, necessitano di lavoratori stagionali. Nelle altre realtà del Gruppo si conferma l'aumento dei contratti a tempo indeterminato.

Part-Time/Full-Time	al 31/08/2012	al 31/08/2013
%		
Part-Time	10,6%	8,4%
Full-Time	89,4%	91,6%

È utile aggiungere che, presso la realtà italiana, è diffuso l'utilizzo del part-time verticale della durata di 8 mesi l'anno, che permette di bilanciare le esigenze aziendali stagionali con quelle extra-lavorative dei dipendenti.

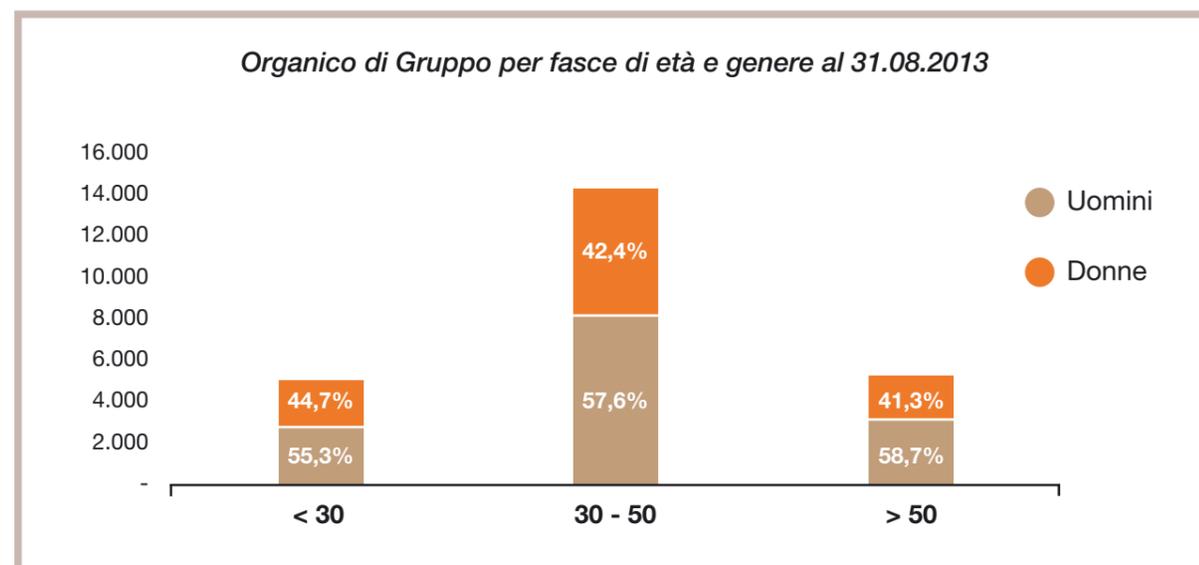
Organico di Gruppo per inquadramento

Inquadramento	al 31/08/2012		al 31/08/2013	
	n. dipendenti	%	n. dipendenti	%
Operai	13.360	58,5%	14.338	57,8%
Impiegati	6.792	29,7%	7.698	31%
Middle manager	1.878	8,2%	1.911	7,7%
Senior manager	820	3,6%	850	3,4%
Totale dipendenti	22.850	100%	24.797	100%

I *senior manager* ricoprono, in azienda, un ruolo caratterizzato da un elevato grado di professionalità, autonomia e potere decisionale e contribuiscono all'orientamento e allo sviluppo della strategia aziendale.

Fasce di età

Di seguito è riportata la ripartizione per fasce di età dell'organico di Gruppo.



Organico di Gruppo per fasce di età

Fasce di età	al 31/08/2012	al 31/08/2013
	%	%
<30	21,9%	20,5%
30 - 50	60,8%	57,8%
> 50	17,3%	21,7%
Totale	22.850	24.797

In ragione del crescere dell'anzianità media del personale, cresce la popolazione con età superiore ai 50 anni.

I membri dei comitati descritti nel paragrafo "La struttura organizzativa e di governance del Gruppo", che corrispondono a 19 *senior manager*, appartengono per il 58% alla fascia di età "oltre i 60", per il 21% alla fascia di età "tra i 51 e i 60" e per il 21% alla fascia di età "tra i 40 e i 50", tra cui il CEO di Gruppo.

In tali comitati la presenza femminile corrisponde al Presidente del Consiglio di Amministrazione.

Presenza femminile e maschile

Rispetto all'anno precedente, l'occupazione femminile nel Gruppo è in incremento in Europa, mentre in extra-europa vi è un decremento in ragione dell'inclusione nel dato del personale delle aziende agricole Ferrero. Cresce, inoltre, la presenza femminile nella popolazione dei *middle* e *senior manager*.

Cresce significativamente anche la percentuale di donne part time. In particolare, l'aumento è stato registrato nei Paesi europei.

Organico al 31 Agosto	2011/2012			2012/2013		
	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne
	n. dipendenti	%	%	n. dipendenti	%	%
Area geografica						
Europa	16.505	58,9%	41,1%	17.280	58%	42%
Extra-Europa	6.345	51,1%	48,9%	7.517	55,9%	44,1%
Inquadramento						
Operai	13.360	53,3%	46,7%	14.338	53,8%	46,2%
Impiegati	6.792	55,8%	44,2%	7.698	57,6%	42,4%
Middle manager	1.878	70,4%	29,6%	1.911	69,9%	30,1%
Senior manager	820	87,9%	12,1%	850	87,4%	12,6%
Tipologia di contratto						
Tempo indeterminato	17.852	60,3%	39,7%	19.126	61,1%	38,9%
Tempo determinato	4.998	43,8%	56,2%	5.671	44,6%	55,4%
Part-Time/Full-Time						
Part-Time	2.421	32,4%	67,6%	2.074	22,6%	77,4%
Full-Time	20.429	59,6%	40,4%	22.723	60,5%	39,5%
Organico totale	22.850	56,7%	43,3%	24.797	57,3%	42,7%



Turnover del personale

Di seguito sono riportati i dati relativi al turnover maschile e femminile sull'organico, suddiviso per area geografica e fasce di età, con esclusione degli stagionali. I dati in uscita corrispondono a pensionamenti, dimissioni volontarie o scadenza del termine del contratto, mentre i dati relativi alle entrate corrispondono alle nuove assunzioni nel Gruppo. Si precisa che, nel corso dell'esercizio 2012/2013, il Gruppo Ferrero ha proceduto a **3.000** nuove assunzioni⁴, di cui **1.496** donne (49,9%) e **1.504** uomini (50,1%).

Turnover in uscita e in entrata per fasce di età – Europa

2011/2012						
Europa	Turnover in uscita			Turnover in entrata		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30	57	76	133	177	239	416
30 – 50	138	166	304	150	171	321
>50	92	101	193	6	14	20
Totale	287	343	630	333	424	757
%	4,23%	3,53%	3,82%	4,90%	4,36%	4,59%

2012/2013						
Europa	Turnover in uscita			Turnover in entrata		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30	52	49	101	164	163	327
30 – 50	109	130	239	141	177	318
>50	62	113	175	6	22	28
Totale	223	292	515	311	362	673
%	3,07%	2,91%	2,98%	4,28%	3,61%	3,89%

Turnover in uscita e in entrata per fasce di età – extra-Europa

2011/2012						
extra-Europa	Turnover in uscita			Turnover in entrata		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30	207	172	379	371	404	775
30 – 50	256	310	566	328	386	714
>50	92	32	81	32	32	64
Totale	512	514	1.026	731	822	1.553
%	16,50%	15,86%	16,18%	23,56%	25,36%	24,50%

2012/2013						
extra-Europa	Turnover in uscita			Turnover in entrata		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30	349	238	587	680	527	1.207
30 – 50	385	308	693	481	580	1.061
>50	72	47	119	24	35	59
Totale	806	593	1.399	1.185	1.142	2.327
%	24,31%	14,11%	18,61%	35,75%	27,18%	30,96%

⁴ Il dato del 2012/2013, rispetto al dato 2011/2012, include anche le nuove assunzioni e cessazioni delle aziende agricole Ferrero.

Turnover in uscita e in entrata per fasce di età – Gruppo

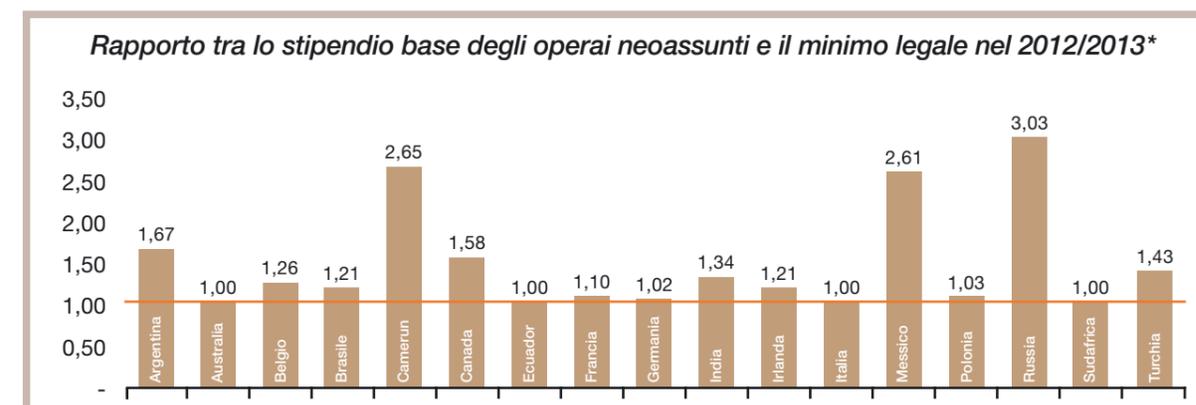
2011/2012						
Gruppo	Turnover in uscita			Turnover in entrata		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30	264	248	512	548	643	1.191
30 – 50	394	476	870	478	557	1.035
>50	141	133	274	38	46	84
Totale	799	857	1.656	1.064	1.246	2.310
%	8,08%	6,61%	7,25%	10,76%	9,62%	10,11%

2012/2013						
Gruppo	Turnover in uscita			Turnover in entrata		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30	401	287	688	844	690	1.534
30 – 50	494	438	932	622	757	1.379
>50	134	160	294	30	57	87
Totale	1.029	885	1.914	1.496	1.504	3.000
%	9,73%	6,22%	7,72%	14,14%	10,58%	12,10%

I dati relativi al ritorno al lavoro dopo il periodo di congedo parentale, relativi alle donne e agli uomini Ferrero, saranno disponibili dal 2014/2015.

Trattamenti retributivi

Ferrero rispetta, in tutte le realtà aziendali, gli standard salariali fissati dalla legge e dalla contrattazione collettiva nazionale, ove presente. Inoltre, nelle principali sedi sono sottoscritti accordi integrativi aziendali volti a definire trattamenti di miglior favore, ovvero premi di risultato secondo gli obiettivi raggiunti e le prassi locali. Il grafico sottostante riporta il rapporto tra la retribuzione minima Ferrero e i salari minimi previsti dalle legislazioni dei singoli Paesi in cui sono presenti gli stabilimenti Ferrero.

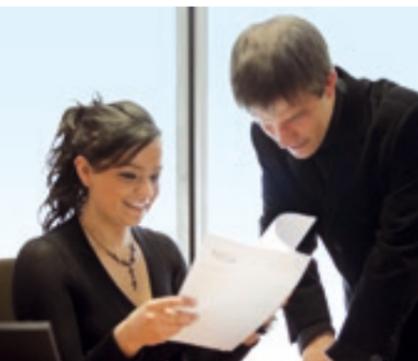


* Lo stipendio base è rappresentato dalla retribuzione annua lorda minima del personale neoassunto come operatore di produzione. Il dato non tiene conto di retribuzione per straordinario, premi di produzione o premi individuali. Il rapporto pari a 1 indica corrispondenza tra il minimo legale e quanto corrisposto da Ferrero. Per il Sudafrica occorre tenere conto del fatto che, non essendo disponibile un minimo legale nazionale, è stato preso a riferimento l'accordo tra Ferrero e il sindacato nazionale.

Di seguito, è riportato il rapporto⁵ tra la retribuzione media dei dipendenti di sesso maschile e femminile con riferimento ad alcuni dei principali Paesi del Gruppo.

Rapporto retribuzione media per genere e inquadramento

Inquadramento	Rapporto retribuzione donne vs uomini 31.08.2012	Rapporto retribuzione donne vs uomini 31.08.2013
Italia		
Operai	91,8	92,2
Impiegati	94,4	95,8
Middle manager	95,1	95,6
Senior manager	64,0	66,6
Germania		
Operai	77,6	78,0
Impiegati	83,1	83,7
Middle manager	89,7	88,2
Senior manager	89,4	90,8
Francia		
Operai	94,4	91,6
Impiegati	101,5	101,4
Middle manager	87,0	88,8
Senior manager	76,3	96,8
Polonia		
Operai	69,0	66,1
Impiegati	91,4	93,5
Middle manager	114,5	117,2
Senior manager	67,4	64,3
Irlanda		
Operai	91,2	91,5
Impiegati	83,3	77,9
Middle manager	73,8	74,2
Senior manager	n.a.	n.a.
Canada		
Operai	87,8	87,2
Impiegati	90,3	88,2
Middle manager	99,8	100,6
Senior manager	89,8	72,3
USA		
Operai*	89,6	90,8
Impiegati	76,5	76,3
Middle manager	97,5	106,3
Senior manager	56,7	70,1
Russia		
Operai	n.d.	90,9
Impiegati	n.d.	114,5
Middle manager	n.d.	97,5
Senior manager	n.d.	91,1

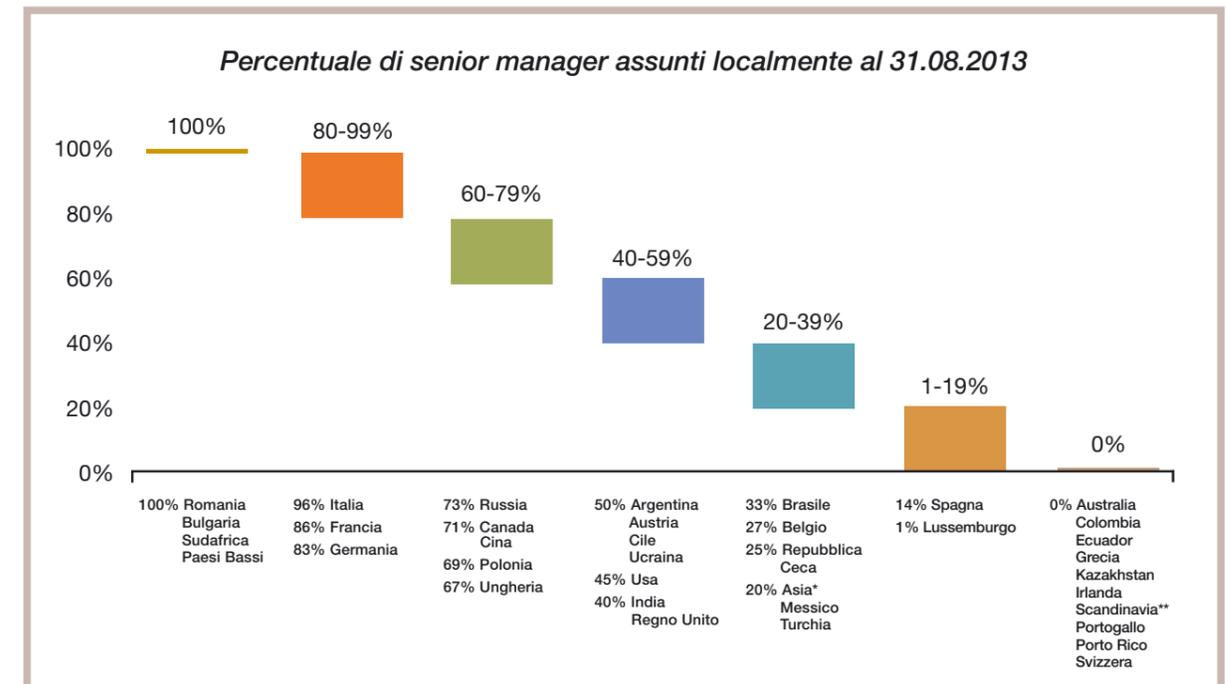


Il sistema di raccolta dati retributivi a livello di Gruppo sarà completato entro il 2014/2015. Si è oggi in grado di fornire i dati relativi ai seguenti Paesi: Italia, Germania, Francia, Polonia, Irlanda, Canada, Stati Uniti e Russia che rappresentano quasi il 70% dell'organico totale del Gruppo. Nel dato medio riportato, alcune situazioni di disparità sono determinate dal maggior numero di uomini assunti nelle precedenti decadi, che determina attualmente una maggiore anzianità maschile e conseguentemente una maggiore retribuzione media, particolarmente evidente per i *senior manager*.

Assunzioni locali

Per quanto riguarda le assunzioni, Ferrero non dispone di una politica di Gruppo volta a creare un criterio preferenziale per le assunzioni di personale locale, anche se il Gruppo tende a privilegiare, quando possibile, personale residente nei Paesi in cui opera.

Si riporta, di seguito, la percentuale di *senior manager* assunti localmente, ovvero con nazionalità del Paese di assunzione. Il dato fa riferimento agli 850 *senior manager* del Gruppo. Occorre tenere in considerazione che, in taluni Paesi minori, la presenza di *senior manager* è pari a 1 o 2 unità. Nei Paesi non riportati non sono presenti *senior manager*.



* Tale dato si riferisce agli operai assunti nel centro di confezionamento in USA.

⁵ Tale rapporto è calcolato utilizzando la seguente formula: retribuzione media uomini: 100 = retribuzione media donne: x. Quando il rapporto è inferiore a 100, la retribuzione media maschile è maggiore di quella femminile.

* Asia include Hong Kong, Singapore, Corea del Sud e Taiwan.

** Scandinavia include Danimarca, Finlandia, Svezia e Norvegia.

Relazioni industriali

Il periodo minimo di preavviso applicato dal Gruppo, in caso di cambiamenti operativi significativi, è conforme agli accordi collettivi nazionali o regionali, che vanno da un minimo di 15 giorni a un massimo di 6 mesi.

Per l'anno 2012/2013, non sono emersi episodi di sciopero nei confronti dell'azienda, in nessuna delle sedi Ferrero.

Attività del Comitato Aziendale Europeo (CAE)

Progetto di formazione congiunta CAE Ferrero per l'anno 2014

Tra i contenuti della Direttiva 2009/38/CE, che ha aggiornato il quadro regolamentare di riferimento per i CAE, due temi particolarmente qualificanti sono: la definizione delle competenze transnazionali dei CAE e l'articolazione e il collegamento dei diritti d'informazione e consultazione dei rappresentanti dei lavoratori tra il livello locale e quello transnazionale.

L'importanza, la comprensione e le modalità concrete di implementazione di questi nuovi contenuti sono stati oggetto del percorso formativo congiunto realizzato nel 2012/2013 da Ferrero a favore dei membri del CAE e dei rappresentanti locali dei lavoratori.

Il percorso formativo ha fatto emergere anche alcune difficoltà nella comprensione, da parte dei partecipanti, delle evoluzioni più recenti dei ruoli e delle competenze nei differenti livelli di rappresentanza e di esercizio dei diritti d'informazione e consultazione nei singoli Paesi.

Pertanto, il CAE Ferrero ha definito un nuovo percorso volontario di approfondimento che ha per obiettivo la realizzazione di una formazione congiunta dei propri membri al fine di rafforzare, sia nei rappresentanti dei lavoratori che nei rappresentanti aziendali delle direzioni nazionali, la conoscenza aggiornata dei diversi quadri legislativi nazionali in materia di rappresentanza, contrattazione collettiva ed esercizio dei diritti d'informazione e consultazione dei lavoratori nelle imprese.

Le azioni previste dal progetto sono, nello specifico:

- nella fase preparatoria, la realizzazione di una documentazione aggiornata, ragionata e comparata delle diverse legislazioni e prassi in materia di rappresentanza, dialogo sociale e coinvolgimento dei lavoratori nelle imprese in Europa e, in particolare, in Irlanda, Francia, Belgio, Germania, Polonia e Italia;
- nella fase principale, la realizzazione di un corso di formazione rivolto ai rappresentanti dei lavoratori e delle direzioni HR nel CAE Ferrero, che si è svolto a Bruxelles nei giorni 8-9-10 Aprile 2014.

Nel corso dell'anno 2014, inoltre, si è dato avvio alle attività per la costituzione di un "Laboratorio europeo per la salute e sicurezza", che funzionerà all'interno del CAE.

Tale laboratorio:

- funzionerà come sistema di informazione e allerta su rischi, pericoli e incidenti;
- raccoglierà e diffonderà buone pratiche in materia di strategie di prevenzione sui luoghi di lavoro, di formazione dei lavoratori e dei rappresentanti dei lavoratori, di comunicazione e di sensibilizzazione ai fini del miglioramento delle condizioni di lavoro e di vita dei lavoratori;
- promuoverà specifiche iniziative di incontro (anche congiunte) tra responsabili aziendali salute e sicurezza e rappresentanti dei lavoratori.

Ad oggi, il CAE è espressione di circa il 70% dei lavoratori del Gruppo nel mondo e della quasi totalità di quelli operanti sul territorio europeo.



Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione dei piani pensionistici

Il Gruppo definisce piani pensionistici a contribuzione definita per tutti i dipendenti delle proprie società.

Qualora un dipendente termini il proprio rapporto prima di aver completato tale piano di contribuzione, i contributi pagabili dal Gruppo sono ridotti per un ammontare di contribuzione proporzionale. L'unico obbligo che rimane in capo al Gruppo, con riferimento ai piani pensionistici, è quello di erogare i contributi maturati.

Alcuni gruppi di dipendenti ricevono indennità di liquidazione in accordo con le leggi applicabili nei singoli Paesi in cui opera il Gruppo. L'ammontare dei benefici pensionistici spettanti sono determinati sulla base di valutazioni attuariali e coperti attraverso specifici fondi e accantonamenti registrati a bilancio.

Gli importi dovuti ai dipendenti sono determinati a fine anno e rappresentano il valore attuale dei debiti del Gruppo verso i dipendenti, al netto degli anticipi erogati.

A tutela della salute e sicurezza

Il Gruppo Ferrero considera la tutela della salute e dell'integrità psico-fisica dei propri dipendenti una priorità assoluta.

Le iniziative a tutela della salute e sicurezza dei lavoratori non sono considerate azioni a sé stanti, accessorie all'attività lavorativa, ma strettamente integrate a quest'ultima.

Per questo motivo, il Gruppo si impegna a identificare ed eliminare le situazioni di rischio che si possono presentare nello svolgimento delle attività nonché a migliorare, ove possibile, le condizioni degli ambienti di lavoro e dei relativi livelli di sicurezza, anche attraverso l'adozione di specifici modelli di gestione.

Al fine di sensibilizzare ciascun lavoratore sul proprio ruolo e sulle proprie responsabilità in tema di salute e sicurezza, oltre alle costanti attività di formazione sui relativi temi, rivolte sia ai responsabili che ai lavoratori stessi, sono state intraprese numerose iniziative volontarie in materia.

Riportiamo, di seguito, a titolo esemplificativo, quanto realizzato presso le aziende tedesche del Gruppo.



Le iniziative di Ferrero Germania per promuovere la salute e il benessere sul posto di lavoro

Ferrero Germania ha istituito per tutti i dipendenti, dell'area sia commerciale che produttiva, una serie di iniziative per migliorare il benessere sul luogo di lavoro e per supportare al meglio l'equilibrio tra vita personale e professionale.

Il positivo riscontro, anche partecipativo, delle iniziative e le indagini interne ed esterne hanno spinto Ferrero a creare un team interno per la definizione di un programma olistico di benessere con obiettivi, strategie e attività mirate per tutti i dipendenti, anche considerando le richieste e le peculiarità delle due aree, produttiva e commerciale.

Il programma di benessere, istituito nel 2013, ha tre campi d'azione: fitness mentale, fitness fisico e indulgenza salutistica (*Healthy Indulgence*), strettamente correlati tra loro.

Ogni modulo è caratterizzato da una serie di attività, quali conferenze, *workshop*, formazione, con l'attiva partecipazione dei dipendenti.

A titolo esemplificativo si segnalano:

- per il fitness mentale:
 - EAP (*employee assistance program*) a sostegno dei dipendenti in tutte le situazioni esistenziali;
 - *Workshop* per i dipendenti;
- per il fitness fisico:
 - visite mediche gratuite per i dipendenti con più di 35 anni e vaccinazioni regolari;
 - collaborazione con palestre;
- per l'indulgenza salutistica (*Healthy Indulgence*):
 - sessioni individuali di consulenza individuale;
 - corsi di cucina volti a promuovere una dieta equilibrata.

La TUA sicurezza interessa anche ME

Nel corso del 2013, la Commissione Sicurezza Lavoro, attiva presso la sede di Alba (composta da pari membri di rappresentanti dei lavoratori e rappresentanti aziendali) ha proseguito l'attività volta a promuovere iniziative per la costruzione di una cultura della sicurezza sempre più orientata alla prevenzione.



Grande successo ha suscitato il concorso, a libera partecipazione per i collaboratori del Gruppo Ferrero di Alba, finalizzato a individuare uno slogan per la sicurezza: in pochi giorni, oltre 3.000 collaboratori hanno dato il proprio contributo proponendo uno slogan, dando così mostra di grande fantasia e interesse per l'argomento. In seguito, giurie composte da lavoratori e rappresentanti dell'azienda hanno scelto dieci slogan finalisti, tutti premiati, e una giuria generale ha proclamato vincitore lo slogan "La TUA sicurezza interessa anche ME", proposto da Giovanni Rossi, Manutenzione. Lo slogan esprime chiaramente il principio che la sicurezza è un valore non soltanto individuale, ma anche collettivo che richiede l'interesse e la partecipazione di ciascuno. Nel corso dell'anno, anche presso gli stabilimenti di Balvano, Pozzuolo Martesana e Sant'Angelo dei Lombardi sono stati organizzati *workshop* con la partecipazione congiunta di lavoratori, capi e rappresentanti sindacali per riflettere su forme nuove di coinvolgimento e di comunicazione sul tema della sicurezza sul lavoro.

A conferma del crescente ruolo della formazione sulla sicurezza, nelle sedi italiane di Ferrero S.p.A., nel corso del 2012/2013, sono state organizzate 279 sessioni formative, coinvolgendo 2.643 collaboratori per un totale di 16.253 ore d'aula erogate.

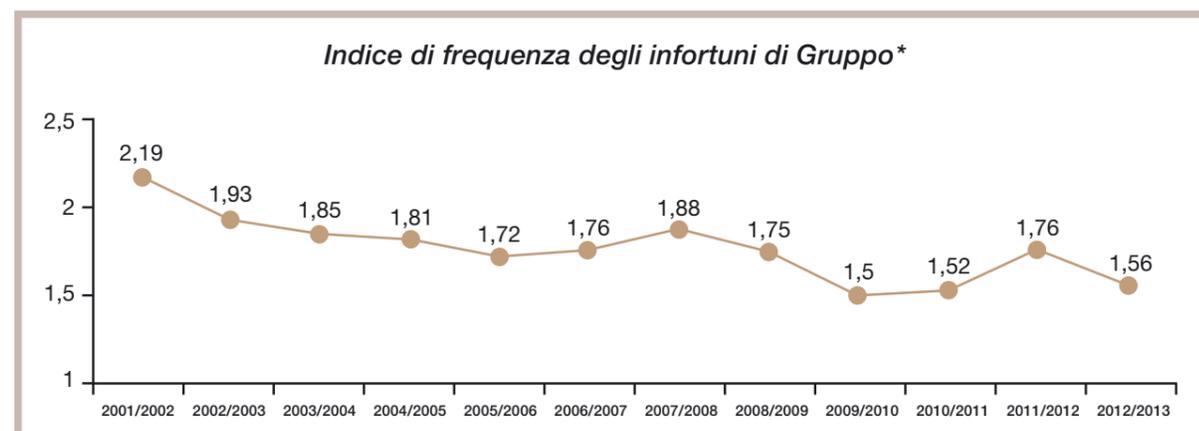
Andamento degli infortuni

I grafici sottostanti includono gli infortuni di durata superiore a 3 giorni, avvenuti sia in orario di lavoro che in itinere (tragitto casa/lavoro e viceversa), relativamente agli stabilimenti produttivi del Gruppo, con esclusione delle Imprese Sociali Ferrero. Per gli stabilimenti di nuova costituzione, i dati sono aggregati a partire da gennaio 2013 (Manisa, Turchia) e da giugno 2013 (San Josè Iturbide, Messico).

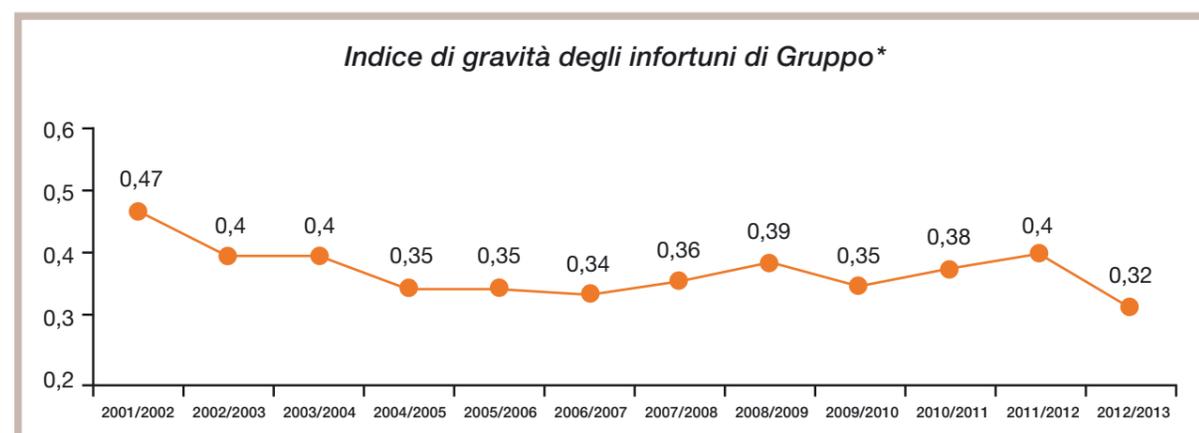
Non risultano infortuni mortali o di particolare gravità.

Nel corso del 2012/2013, si riscontra una significativa riduzione sia in termini di indice di frequenza (-11%) che in termini di indice di gravità (-20%), frutto del coordinato sforzo di intervento in campo sia tecnico che organizzativo e formativo, nei diversi stabilimenti del Gruppo.

Gli indici di frequenza e di gravità sono calcolati sulla base degli infortuni e delle ore lavorate degli operai e impiegati che operano nei soli stabilimenti produttivi indicati.



*L'indice di frequenza degli infortuni rappresenta, nel periodo considerato, il numero totale di infortuni per 100.000 ore lavorate.



*L'indice di gravità degli infortuni rappresenta, nel periodo considerato, il numero totale di assenze dovute a infortuni per 1.000 ore lavorate.

ANNO	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013
Indice di Frequenza (100.000 ore)	2,19	1,93	1,85	1,81	1,72	1,76	1,88	1,75	1,5	1,52	1,76	1,56
Indice di Gravità (1.000 ore)	0,47	0,4	0,4	0,35	0,35	0,34	0,36	0,39	0,35	0,38	0,40	0,32

I dati relativi all'assenteismo e ai giorni di malattia, suddivisi per genere e area geografica, saranno disponibili dal 2014/2015.

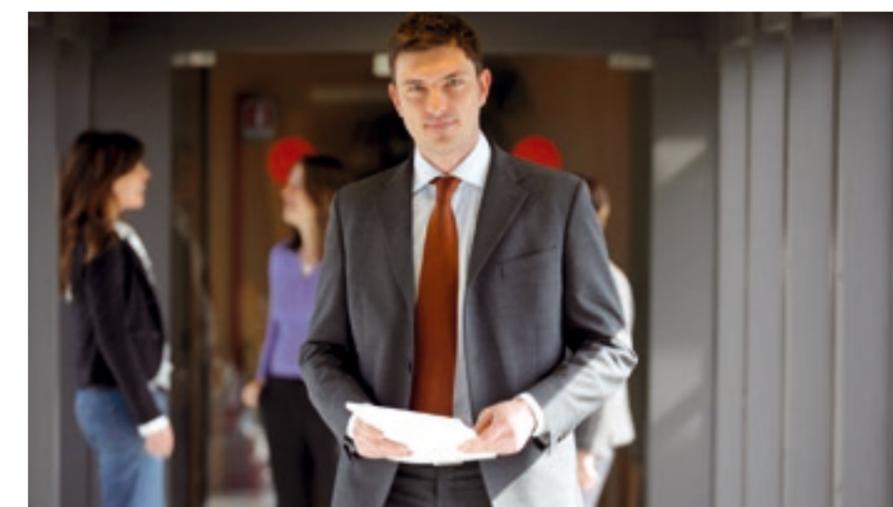
Formazione e sviluppo

Formazione

Il Learning Lab Ferrero anche quest'anno ha sviluppato importanti iniziative di Formazione d'interesse per il Gruppo.

La Corporate University mantiene costante il presidio sia sui temi istituzionali, che accompagnano la crescita nel ruolo in azienda, sia su quelli manageriali che rinforzano le competenze, comportamenti e capacità di ogni persona. Anche per i *Team* delle aree dedicate, rispettivamente, al *Commercial Operations*, *Management Services* e *Industrial Operations*, si è rinforzato l'impegno nello sviluppo di Academy e progetti speciali orientati a catturare il *know how* distintivo dell'azienda e trasferirlo in modo strutturato e con metodologie didattiche sempre nuove e all'avanguardia.

Tutti i programmi di formazione dedicati alle famiglie professionali *Commercial Operations* e *Management Services* vedono proseguire con successo l'implementazione in tutto il Gruppo Ferrero.



Le novità più rilevanti sono rappresentate da:

1. **Ferrero Marketing Academy:** questo ambizioso progetto di formazione per la famiglia professionale Marketing ha visto completare, nel 2012/2013, le fasi di:
 - a. rappresentazione delle componenti fondamentali di marketing Ferrero e relativa definizione del set di competenze;
 - b. analisi delle priorità formative e identificazione di tre aree tematiche: *Consumer Centricity, Engaging Communication, Growing Love Brands*;
 - c. creazione dei gruppi di lavoro che hanno sviluppato i contenuti formativi.
2. **Ferrero Sales Academy:** le numerose esperienze d'implementazione in tutto il mondo Ferrero hanno fornito numerosi feedback per aggiornare e migliorare i contenuti, per cui sono stati aperti diversi "cantieri" volti a mantenere sempre efficace e attuale il contenuto formativo.
3. **Affari Istituzionali e Pubbliche Relazioni:** sono state progettate e erogate due settimane formative dedicate alle risorse europee e extra-europee che appartengono a questa famiglia professionale. Si tratta di una *full immersion* nel mondo Ferrero e in quelle che sono le attività e i processi di business distintivi del Gruppo, conoscenze funzionali al ruolo ricoperto e essenziali per rappresentare e supportare il Gruppo nel mondo e con i diversi enti con cui si relaziona.



Nel corso del 2012/2013 il Learning Lab Ferrero ha erogato 62.972⁶ ore formative con una copertura di 2.018 partecipazioni/anno.

Tali dati, già quest'anno, sono stati ulteriormente raffinati con l'introduzione e l'utilizzo di un sistema informativo studiato ad *hoc* per il monitoraggio delle azioni formative.

L'implementazione di tale sistema è in corso di estensione al fine di permettere il monitoraggio delle azioni formative sviluppate localmente, con l'obiettivo di rendere disponibile un dato complessivo dell'intera offerta formativa del Gruppo Ferrero relativo alle ore di formazione totali e medie pro-capite, per inquadramento e genere.

Si prevede che tale dato sarà disponibile, in forma completa, a partire dal 2014/2015 e non dal 2013/2014, in quanto si valuta che l'implementazione del nuovo sistema necessiti di questo primo anno di consolidamento per poter garantire l'affidabilità del dato.

Attività di formazione del Learning Lab Ferrero nel 2012/2013

Genere	Partecipazioni	Ore di Formazione
Donne	800	30.604
Uomini	1.218	32.368
Totale	2.018	62.972

Il nuovo piano formativo è strutturato:

• **Per ambito formativo:**

- **Development Activities**, azioni tipicamente di sviluppo manageriale (*development*). Generalmente queste attività portano con sé sia elementi di formazione sia azioni di affiancamento e sviluppo delle capacità e dei comportamenti.
Esempi di queste attività sono percorsi di *Mentoring e Tutoring*;
- **Institutional Training**, attività formative di tipo istituzionale focalizzate sullo sviluppo del ruolo del leader, nel rispetto della cultura e dei valori aziendali;
- **Managerial & Soft Skills**, attività formative focalizzate sullo sviluppo del ruolo delle persone rispetto alle competenze manageriali richieste;
- **Professional Know How**, attività formative focalizzate sullo sviluppo del ruolo delle persone rispetto alle competenze di mestiere.

⁶ Dato SAP TEM che include i soli corsi gestiti da Learning Lab e Corporate University.



Attività di formazione del Learning Lab Ferrero per ambito formativo nel 2012/2013

Ambito Formativo	Partecipazioni	Ore di Formazione
Development Activities	49	504
Institutional	204	31.938
Managerial & Soft Skills	923	17.172
Professional Know-how	842	13.358
Totale complessivo	2.018	62.972

• **Per categorie di contenuti formativi:**

La nuova offerta formativa è strutturata per aree tematiche sulla base dei contenuti delle sessioni formative. Ad esempio, un corso di negoziazione tipicamente pensato per la famiglia professionale “Vendite” può essere erogato anche a popolazioni di altre aree aziendali (es. Acquisti) con l’obiettivo di rinforzare la medesima competenza.

Tale approccio consente di offrire un’offerta trasversale a tutte le direzioni aziendali e più ampia rispetto al passato, favorendo meccanismi di diffusione e intreccio delle competenze all’interno del Gruppo.

Attività di formazione del Learning Lab Ferrero per categorie di contenuti formativi nel 2012/2013

Categoria di contenuti formativi	Partecipazioni	Ore di Formazione
Managerial & Soft Skills	935	17.268
Sales Training	288	5.296
Institutional	204	31.938
Production	168	1.596
Marketing	142	2.272
Finance	120	1.920
Quality	50	400
Development Activity	49	504
Institutional Affairs&Pr	29	986
Information Technology	19	456
Purchasing	14	336
Totale complessivo	2.018	62.972

Attività di Talent Management

I *middle manager* e i *senior manager* del Gruppo⁷ sono coinvolti, ogni anno, in un processo di *Performance Management* per la valutazione della *performance* individuale, al fine di monitorare i risultati raggiunti a fronte degli obiettivi assegnati e i comportamenti organizzativi. A seguito di tale processo sono, inoltre, individuate le competenze da potenziare nell’ottica di un percorso di sviluppo.

Nel 2012/2013:

- si è avviata la graduale estensione del *Performance Management* alle categorie impiegatizie, implementando un linguaggio comune a livello di Gruppo in termini di obiettivi, risultati, competenze, mobilità e aspirazioni professionali. La popolazione totale coinvolta è stata di oltre 5.000 persone, per la quasi totalità delle quali è stato condiviso un piano di sviluppo individuale. Per il 2013/2014, è prevista un’ulteriore estensione del processo arrivando a coinvolgere circa 9.800 persone;
- si è avviato un processo di *Management Review* che ha coinvolto, nel Gruppo, le persone a tutti i livelli aziendali. Questo processo, attraverso la creazione di un senso di responsabilità condivisa tra la linea e la funzione HR, guida le scelte manageriali per orientare e facilitare lo sviluppo delle persone. In particolare, ha l’obiettivo di:
 - identificare le persone che, ai diversi livelli, hanno le caratteristiche per ricoprire ruoli di responsabilità maggiore sia a breve che a medio termine;
 - individuare i possibili successori per le posizioni chiave all’interno dell’organizzazione aziendale.



⁷ A esclusione dei dipendenti con meno di un anno di anzianità nel Gruppo e delle aziende agricole Ferrero.

Progetto Intercultura

Anche per l'anno scolastico 2012/2013, il Gruppo, rinnovando l'ormai quasi decennale collaborazione con Intercultura, ha offerto ai giovani figli di dipendenti la possibilità di frequentare un periodo di studio all'estero. In particolare, sono state erogate: in Italia 1 borsa di studio annuale, in Francia 3 borse di studio bimestrali, in Germania 1 borsa di studio annuale e in Polonia 1 borsa di studio annuale.

Formazione tecnico-professionale

Oltre ai progetti coordinati dal Learning Lab Ferrero, sono realizzate importanti iniziative presso le sedi locali (sia industriali, che commerciali) del Gruppo, finalizzate soprattutto allo sviluppo delle competenze tecnico-professionali. Tra le principali iniziative si segnalano: corsi di gestione delle risorse umane, sicurezza alimentare, sicurezza industriale, gestione della produzione, manutenzione impianti, salute e sicurezza sul lavoro, applicativi informatici e lingue.



Sono, di seguito, riportate le ore di formazione totali e pro-capite, per operai e impiegati dei principali stabilimenti del Gruppo.

Ore medie annue di formazione per gli stabilimenti

Paese	2011/2012		2012/2013	
	Ore/Anno	Ore Medie/Dipendente	Ore/Anno	Ore Medie/Dipendente
Italia	22.791	5,8	25.625	5,89
Polonia	18.100	16,3	11.709	12,27
Russia	3.300	18,6	5.072	26,84
Brasile	901	2,3	10.581	22,51
Belgio	3.987	6,4	4.674	7,44
Canada*	4.965	6,2	5.989	10,68
Argentina	1.788	4,6	2.151	6,13
Irlanda	2.283	9,5	1.997	9,04
Ecuador	1.724	4	1.777	3,84
Germania	32.345	13,2	60.359	19,11
Francia	2.604	7,2	2.889	6,96
Australia**	960	12,5	496	5,23

* Il dato del Canada si riferisce al solo personale operaio.

** Il dato dell'Australia non include la formazione sul posto di lavoro.

Attualmente, i sistemi informativi di Gruppo non consentono di tracciare i dati di dettaglio per tutte le sedi, che saranno disponibili a partire dal 2014/2015, in linea con quanto indicato nel paragrafo "Formazione e sviluppo".

Anzianità di servizio

Il Gruppo Ferrero si caratterizza per un clima interno particolarmente positivo e per il forte legame, consolidato negli anni, instaurato tra i dipendenti e la famiglia Ferrero.

Nel 2012/2013, è stato consegnato un riconoscimento formale a 170 dipendenti per 25 anni di anzianità di servizio nel Gruppo, a 173 dipendenti per 30 anni, a 81 dipendenti per 35 anni e a 39 dipendenti per 40 anni.

Di seguito, sono riportati i dati relativi all'anzianità media⁸ dei dipendenti degli stabilimenti del Gruppo, al 31 Agosto 2013.

Inquadramento	Anzianità media nel Gruppo Ferrero (anni, mesi)		
	Donne	Uomini	Totale
Italia: Alba dal 1946, Pozzuolo Martesana dal 1965, Balvano dal 1985, S. Angelo dei Lombardi dal 1985			
Operai	13 anni, 11 mesi	17 anni, 10 mesi	16 anni, 1 mese
Impiegati	14 anni, 11 mesi	18 anni, 3 mesi	16 anni, 11 mesi
Middle manager	17 anni, 1 mese	19 anni, 7 mesi	19 anni
Senior manager	15 anni, 2 mesi	21 anni	20 anni, 5 mesi
Germania: Stadtallendorf dal 1956			
Operai	11 anni, 1 mese	12 anni, 7 mesi	11 anni, 10 mesi
Impiegati	12 anni, 9 mesi	16 anni, 9 mesi	15 anni, 6 mesi
Middle manager	21 anni, 1 mese	17 anni, 6 mesi	17 anni, 9 mesi
Senior manager	n.a.	21 anni, 6 mesi	21 anni, 6 mesi
Francia: Villers-Ecalles dal 1960			
Operai	14 anni, 8 mesi	15 anni, 2 mesi	14 anni, 11 mesi
Impiegati	16 anni, 10 mesi	18 anni	17 anni, 7 mesi
Middle manager	5 anni, 2 mesi	11 anni, 11 mesi	9 anni, 3 mesi
Senior manager	n.a.	6 anni	6 anni
Australia: Lithgow dal 1974			
Operai	11 anni, 1 mese	8 anni, 11 mesi	10 anni
Impiegati	10 anni	12 anni, 8 mesi	11 anni, 5 mesi
Middle manager	n.a.	17 anni	17 anni
Senior manager	n.a.	30 anni, 8 mesi	30 anni, 8 mesi
Irlanda: Cork dal 1975			
Operai	14 anni, 3 mesi	10 anni, 3 mesi	11 anni, 7 mesi
Impiegati	11 anni, 6 mesi	15 anni, 9 mesi	14 anni
Middle manager	16 anni, 2 mesi	23 anni, 8 mesi	22 anni, 2 mesi
Senior manager	n.a.	7 anni, 3 mesi	7 anni, 3 mesi
Ecuador: Quito dal 1975			
Operai	7 anni, 10 mesi	4 anni, 10 mesi	6 anni, 7 mesi
Impiegati	7 anni, 2 mesi	6 anni, 11 mesi	7 anni, 1 mese
Middle manager	19 anni, 1 mese	14 anni, 3 mesi	15 anni, 6 mesi
Senior manager	n.a.	17 anni, 8 mesi	17 anni, 8 mesi
Belgio: Arlon dal 1989			
Operai	10 anni, 4 mesi	13 anni, 4 mesi	11 anni, 9 mesi
Impiegati	18 anni, 9 mesi	19 anni, 9 mesi	19 anni, 2 mesi
Middle manager	15 anni, 1 mese	19 anni, 2 mesi	18 anni, 5 mesi
Senior manager	n.a.	22 anni, 3 mesi	22 anni, 3 mesi
Polonia: Belsk dal 1992			
Operai	4 anni	7 anni, 1 mese	5 anni, 8 mesi
Impiegati	8 anni	8 anni, 10 mesi	8 anni, 5 mesi
Middle manager	n.a.	14 anni, 6 mesi	14 anni, 6 mesi
Senior manager	15 anni, 5 mesi	15 anni, 9 mesi	15 anni, 8 mesi

⁸ La media è stata calcolata considerando per ogni dipendente attivo al 31 agosto 2013, l'anzianità dalla data di entrata nel Gruppo Ferrero sino al 31 agosto 2013.

Inquadramento	Anzianità media nel Gruppo Ferrero (anni, mesi)		
	Donne	Uomini	Totale
Argentina: La Pastora dal 1992			
Operai	9 anni, 8 mesi	8 anni, 9 mesi	9 anni, 3 mesi
Impiegati	11 anni, 5 mesi	11 anni, 2 mesi	11 anni, 3 mesi
Middle manager	7 anni, 11 mesi	8 anni, 1 mese	8 anni, 1 mese
Senior manager	n.a.	5 anni, 9 mesi	5 anni, 9 mesi
Brasile: Poços de Caldas dal 1994			
Operai	4 anni, 3 mesi	4 anni, 4 mesi	4 anni, 3 mesi
Impiegati	9 anni, 7 mesi	8 anni, 6 mesi	8 anni, 9 mesi
Middle manager	n.a.	13 anni, 9 mesi	13 anni, 9 mesi
Senior manager	n.a.	2 anni, 5 mesi	2 anni, 5 mesi
Canada: Brantford dal 2006			
Operai	4 anni, 8 mesi	3 anni, 11 mesi	4 anni, 2 mesi
Impiegati	5 anni, 1 mese	5 anni, 11 mesi	5 anni, 6 mesi
Middle manager	7 anni, 10 mesi	15 anni, 11 mesi	15 anni, 2 mesi
Senior manager	8 anni, 6 mesi	18 anni, 2 mesi	14 anni, 11 mesi
Camerun: Yaoundé dal 2006			
Operai	4 anni, 2 mesi	3 anni	3 anni, 11 mesi
Impiegati	4 anni, 2 mesi	2 anni, 7 mesi	3 anni, 1 mese
Middle manager	7 anni, 7 mesi	5 mesi	4 anni
Senior manager	n.a.	n.a.	n.a.
India: Baramati dal 2007			
Operai	5 anni, 3 mesi	3 anni, 9 mesi	4 anni, 5 mesi
Impiegati	3 anni, 3 mesi	1 anni, 12 mesi	2 anni, 1 mese
Middle manager	n.a.	3 anni, 4 mesi	3 anni, 4 mesi
Senior manager	n.a.	11 anni, 7 mesi	11 anni, 7 mesi
Sudafrica: Walkerville dal 2007			
Operai	3 anni, 5 mesi	2 anni, 5 mesi	3 anni, 3 mesi
Impiegati	4 anni, 6 mesi	2 anni, 1 mese	3 anni, 5 mesi
Middle manager	3 anni, 5 mesi	1 anni, 5 mesi	1 anni, 10 mesi
Senior manager	n.a.	4 anni	4 anni
Russia: Vladimir dal 2009			
Operai	2 anni, 1 mese	2 anni, 1 mese	2 anni, 1 mese
Impiegati	2 anni, 11 mesi	3 anni, 4 mesi	3 anni, 2 mesi
Middle manager	5 anni, 7 mesi	2 anni, 7 mesi	4 anni, 1 mese
Senior manager	n.a.	6 anni, 12 mesi	6 anni, 12 mesi
Messico: San José Iturbide dal 2013			
Operai	3 mesi	4 mesi	3 mesi
Impiegati	4 anni, 2 mesi	2 anni, 7 mesi	3 anni
Middle manager	n.a.	5 anni, 7 mesi	5 anni, 7 mesi
Senior manager	n.a.	25 anni, 5 mesi	25 anni, 5 mesi
Turchia: Manisa dal 2013			
Operai	7 mesi	7 mesi	7 mesi
Impiegati	1 anno, 11 mesi	2 anni, 2 mesi	2 anni
Middle manager	1 anno, 3 mesi	21 anni, 4 mesi	14 anni, 8 mesi
Senior manager	n.a.	36 anni, 6 mesi	36 anni, 6 mesi



Prossimi passi entro il 2015

In continuità con i progetti già avviati e secondo gli obiettivi fissati nel precedente Rapporto CSR, continuiamo a impegnarci nei seguenti ambiti:

- iniziative per la diffusione della “**Cultura della Diversity**”, tra cui corsi di formazione manageriale finalizzati a sviluppare, in particolare, i temi della interculturalità: durante l’anno 2012/2013, sono state consolidate le iniziative avviate dalla Corporate University Ferrero, ora inseriti a catalogo sia nell’ambito della formazione manageriale che in quella finalizzata all’inserimento per i giovani neolaureati;
- iniziative per favorire la collocazione professionale dei **lavoratori diversamente abili**, tra cui progetti di formazione con scuole del territorio e progetti di *partnership* con operatori terzi che li impiegano: anche nel corso del 2013 sono state incrementate, oltre alle iniziative già in essere in alcuni Paesi e illustrate nel rapporto dello scorso anno, le collaborazioni con fornitori esterni, in particolare a partire dallo stabilimento di Alba, che impiegano al loro interno prevalentemente lavoratori disabili e svantaggiati;
- rafforzamento dei progetti già in essere per l’**inserimento lavorativo dei giovani**, anche attraverso iniziative in *partnership* con Master o Università per favorire l’accesso ai corsi da parte di studenti meritevoli. Sono in essere numerose iniziative a livello di singolo Paese, quali iniziative progetti di alternanza scuola-lavoro, giornate di orientamento, borse di studio, *internship* che verranno ulteriormente sviluppate. Riportiamo in particolare le iniziative sviluppate presso Ferrero Germania.

Iniziativa sviluppata presso Ferrero Germania

Educazione

Apprendistato di due anni per gli studenti con diploma di accesso all’università, che prevede, nel rispetto della forma di apprendistato vigente in Germania, una parte pratica in azienda, col supporto di un tutor, e una parte teorica presso un istituto professionale. Ferrero organizza un corso finale di cinque giorni in preparazione dell’esame conclusivo dell’apprendistato da tenersi presso la Camera dell’Industria e del Commercio.

Dual study

Possibilità di effettuare un’esperienza lavorativa presso l’azienda per un periodo di tre anni, contemporaneamente agli studi teorici universitari, alternando apprendimento teorico e pratico in modo regolare. Durante l’intero periodo di apprendimento, gli studenti ricevono uno stipendio fisso da Ferrero.

Borse di studio

Ogni anno, tre borse di studio sono messe a disposizione degli ex apprendisti e dei figli dei dipendenti Ferrero, successivamente elargite dalla Fondazione Ferrero per un massimo di 9 semestri.

Inoltre, ogni anno, due borse di studio sono messe a disposizione dei figli dei dipendenti, di età tra i 14 e i 17 anni, per lo svolgimento di un anno di studio all’estero.

Stage formativi per studenti

Molti giovani hanno la possibilità di svolgere stage formativi, particolarmente nell’area marketing, per una durata massima di sei mesi. Gli stagisti sono adeguatamente supportati e remunerati, nonché opportunamente responsabilizzati nello svolgimento delle attività lavorative. Inoltre, agli stagisti è offerta la possibilità di effettuare una visita dello stabilimento.

Collaborazione con comunità studentesche

È stata avviata una collaborazione a lungo termine con Enactus, una comunità studentesca internazionale attiva in progetti locali, sociali e ambientali. Ferrero collabora per un’applicazione sostenibile delle loro idee progettuali, fornendo supporto in termini di risorse di *coaching* e finanziarie.

Presentazioni presso le Università

Infine, numerosi incontri, anche presso le principali Università, sono organizzati per supportare i ragazzi che vivono un periodo di scelta relativa agli studi o al lavoro, aiutandoli a effettuare una decisione che sia più consona ai loro interessi e alle loro inclinazioni. Tali attività permettono a Ferrero di far conoscere all’esterno molte delle attività svolte, condividendo la propria filosofia lavorativa e la propria storia.

Nel corso del 2014/2015 sarà sviluppato un progetto *internship* di Gruppo, finalizzato a offrire ai giovani, prima della conclusione del percorso di studi, un percorso di avvicinamento all’azienda.

- Iniziative nell’ambito dell’organizzazione del lavoro finalizzate a **favorire i percorsi** di studio dei lavoratori-studenti: presso le varie sedi del Gruppo sono facilitati i lavoratori studenti attraverso turni agevolati o permessi, concessi secondo le prassi locali.
- Sviluppo di una **politica di welfare di Gruppo** che definisca obiettivi comuni salvaguardando le specificità locali: nel corso del 2013/2014, saranno definite le linee guida di Gruppo.

Le principali aree di intervento sono le seguenti:

- famiglia/sociale: sono previste iniziative mirate al sostegno della genitorialità, al sostegno del dipendente negli eventi importanti legati alla vita familiare e coperture assicurative che prevedono il sostegno alla famiglia in caso di morte/invalidità del dipendente. In coerenza con le prassi locali possono essere previste forme pensionistiche integrative;
- *work Life Balance*: sono previste iniziative che, nel rispetto delle legislazioni locali, mirino da una parte a garantire maggiore flessibilità e maggior controllo del proprio tempo e dall’altra offrano servizi interni volti ad agevolare la gestione del quotidiano.

La *policy* prevede delle linee guida globali che devono essere declinate localmente al fine di poter realmente incontrare le necessità delle diverse realtà dove il Gruppo opera.

- Estensione delle iniziative volontarie in ambito di **salute e sicurezza sul lavoro**, finalizzate alla diffusione della cultura della sicurezza e orientate a una maggiore partecipazione dei lavoratori: si veda in proposito il paragrafo specifico in cui sono riportate alcune delle attività sviluppate e in corso, sia localmente che nell’ambito del CAE.

Le pratiche agricole sostenibili



Le pratiche agricole sostenibili

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

Come evidenziato nei precedenti rapporti CSR, il **Codice di Condotta Commerciale Ferrero** stabilisce, tra l'altro, chiari requisiti riguardanti l'elevata qualità e freschezza delle materie prime e il rispetto meticoloso dei principi etici e di sostenibilità (il testo completo del Codice di condotta commerciale è consultabile al sito www.ferrerocsr.com).

I parametri fondamentali che applichiamo nel selezionare le nostre materie prime agricole sono: **l'eccellenza nella qualità e il rispetto dei diritti umani e dell'ambiente**. Il nostro impegno verso un approvvigionamento sostenibile delle materie prime è stato definito:



Ferrero - Agricultural Commitment to Sustainability

Sotto l'ombrello F-ACTS, tutte le attività che rientrano in ogni catena di approvvigionamento strategica saranno svolte attraverso un programma specifico, denominato *Ferrero Farming Values* (FFV), guidato da ambiziosi obiettivi, sintetizzati come segue:

	Cacao 100% certificato sostenibile entro il 2020
	Olio del frutto di palma 100% certificato sostenibile e segregato entro il 2014
	Nocce 100% tracciabili entro il 2020
	Zucchero di canna 100% certificato sostenibile entro il 2020
	Uova 100% uova da galline allevate a terra entro il 2014
	Latte Impegno costante nel perseguimento di rigidi standard qualitativi e controllo degli indici di sostenibilità attraverso il <i>Milk Quality Project</i>

Gli obiettivi fissati per l'**approvvigionamento** della **lecitina di soia** e del **caffè** sono stati raggiunti e verranno "mantenuti" ai loro livelli rigorosi:

- **100% della lecitina di soia approvvigionata è non-OGM.** Per Ferrero è una pratica consolidata e il Gruppo resterà fedele al proprio impegno;
- nell'anno di riferimento del presente rapporto, Ferrero ha raggiunto il **100% del caffè certificato sostenibile** attraverso **UTZ Certified**. Il caffè di norma è approvvigionato in America Meridionale centrale, da piantagioni selezionate. A tal proposito, il programma *UTZ Coffee* "permette agli agricoltori di apprendere migliori tecniche agricole, migliorare le condizioni di lavoro e offrire di più ai propri figli, nonché rispettare l'ambiente"¹. **UTZ Certified** è notevolmente affermata nel settore del caffè, per cui grazie a fornitori già certificati, Ferrero è riuscita ad assicurarsi una catena sostenibile in un breve lasso di tempo. Il Gruppo intende mantenere quest'impegno per il futuro.

La maggior parte delle catene di approvvigionamento mondiali, incluse le attività di approvvigionamento Ferrero a livello globale, si trova ad affrontare un fattore comune: la **COMPLESSITÀ**. Per questo, il Gruppo Ferrero è consapevole che un singolo attore non può, da solo, trasformare una data catena di approvvigionamento in sostenibile. Ogni attore lungo la catena del valore ha le proprie responsabilità e tutti devono lavorare di concerto verso l'obiettivo comune della catena di approvvigionamento sostenibile. Al fine di raggiungere i propri obiettivi, Ferrero ha sviluppato i suoi programmi basandoli su un **approccio** caratterizzato da **3 pilastri**:



I tre pilastri dovrebbero, in definitiva, lavorare di concerto per completarsi l'un l'altro piuttosto che operare in modo "isolato", così facendo adattandosi alla complessità delle catene di approvvigionamento.

¹Dichiarazione della Missione del Programma *UTZ Coffee*.

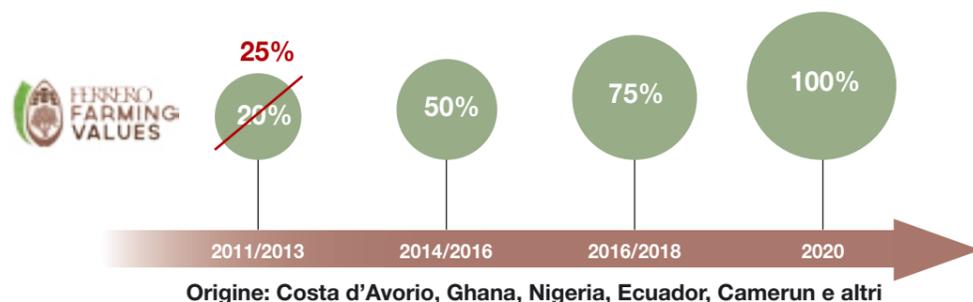


Nel 2012/2013, Ferrero ha approvvigionato più di 100.000 tonnellate di fave di cacao processandole internamente, negli stabilimenti di Alba (Italia) e Stadtallendorf (Germania).

L'obiettivo di Ferrero, per il 2020, è l'approvvigionamento del 100% di fave di cacao certificate (al momento attraverso *UTZ Certified*, *Rainforest Alliance Certified™* e *Fairtrade*).

Nel 2012/2013, il Gruppo ha raggiunto il 25%, superando così il suo obiettivo iniziale del 20%.

Roadmap della catena di approvvigionamento sostenibile del cacao



In parallelo al nostro obiettivo per il 2020, portiamo avanti progetti e partenariati al fine di **migliorare le condizioni di vita degli agricoltori e delle comunità**.

Tra le attività condotte da Ferrero, seguono alcuni esempi di progetti realizzati in Ghana.

Esempio di Buone Pratiche nell'integrazione dell'approccio dei tre pilastri il lavoro di Ferrero con *Source Trust* e *GeoTraceability*.

Ferrero intende migliorare le condizioni di vita di più di 13.000 famiglie che coltivano cacao in tutto il Ghana, nell'Africa Occidentale. Per riuscirci, il Gruppo farà leva sulla propria costante *partnership* di lunga data con *Source Trust*, organizzazione senza scopo di lucro, creata da Armajaro Trading, che aiuta gli agricoltori a ottenere delle migliori rese nelle colture del cacao e migliori qualità nelle pratiche agricole sostenibili. Tutto il cacao proveniente da questa iniziativa sarà tracciabile al 100% e certificato da *UTZ Certified* entro il 2016.

Certificazioni di sostenibilità di parti terze per l'approvvigionamento del cacao Ferrero



Gli obiettivi certificati da UTZ Certified includono:

- condizioni di lavoro sane e salutarie;
- utilizzo responsabile di pesticidi e fertilizzanti;
- buone pratiche agricole e gestione delle terre/colture;
- migliori opportunità per l'istruzione;
- sicurezza che il cacao certificato che approvvigioniamo derivi effettivamente da aziende agricole responsabili.



Le aziende agricole certificate **Rainforest Alliance Certified™** si impegnano per un ambiente salutare, promuovono il benessere dei lavoratori e delle loro comunità e assicurano metodi agricoli efficienti. I lavoratori agricoli beneficiano di condizioni lavorative sicure, godono di alloggi decorosi e di assistenza medica, i loro figli hanno accesso alla pubblica istruzione. La certificazione tutela la protezione degli ecosistemi, inclusi gli habitat della fauna selvatica, le risorse idriche e le terre.



Aderendo al Programma Cacao di **Fairtrade** le piccole aziende agricole realizzano vendite maggiori del loro cacao. Attraverso il programma di approvvigionamento *Fairtrade*, a partire dal 2012/2013, Ferrero si è impegnata ad acquistare 20.000 tonnellate di cacao in 3 anni. Ad agosto 2013, 500 tonnellate di cacao sono state già acquistate.



Source Trust

Attraverso la *partnership* con *Source Trust*, Ferrero lavora direttamente con le organizzazioni degli agricoltori per affrontare problematiche professionali, ambientali, sociali e agricole attraverso un ventaglio di interventi attentamente progettati e individuati con un procedimento di pianificazione comune. I progetti *Source Trust* aprono la strada a produzioni di cacao sostenibili a lungo termine, migliorando al contempo le prospettive commerciali degli agricoltori.

Con il sostegno di Ferrero, *Source Trust* fornisce formazione sulle buone pratiche agricole, ambientali e sociali e aiuta gli agricoltori a migliorare la resa e la qualità delle loro colture. Ferrero si impegna, entro il 2016, a formare 13.000 coltivatori di cacao provenienti da 11 distretti del Ghana,

permettendo loro di ottenere la certificazione secondo gli standard UTZ. Oltre alla formazione, il sostegno di Ferrero a *Source Trust* assicura che gli agricoltori ricevano sementi ibride di prova, basate su ricerche all'avanguardia e *origin-specific*. Una migliore qualità del materiale agricolo assicura agli agricoltori un reddito maggiore, grazie a raccolti più abbondanti. Inoltre, gli alberi più vecchi e poco produttivi sono sostituiti con nuove varietà, sviluppate attraverso ricerche presso il *Cocoa Research Institute* del Ghana.

In collaborazione con il *Ghana Education service*, Ferrero sostiene il programma di *Source Trust* "Village Resource Centers" (VRCs), fornendo a centri informatici computer e connessione Internet che possono essere utilizzati dalle scuole, dagli agricoltori e dalla comunità per sviluppare l'apprendimento e le capacità informatiche.

Questi centri si trovano in scuole rurali che non hanno accesso a strutture informatiche e consentono agli studenti un approccio pratico e un apprendimento di tecnologie informatiche. Inoltre, il centro serve da piattaforma per fornire formazione ai coltivatori di cacao attraverso l'utilizzo di materiale audiovisivo sulle buone pratiche agricole, ambientali e sociali, inclusi dei moduli sulla prevenzione dalle peggiori forme di lavoro minorile. Ad oggi, cinque scuole rurali hanno beneficiato dei *Village Resource Centres* e sono in corso d'opera piani per estendere la presenza dei VRC in 11 distretti.



GeoTraceability

L'impegno di Ferrero verso il cacao tracciabile è rafforzato dall'utilizzo del sistema *GeoTraceability* di mappatura delle aziende agricole.

Ad oggi, un totale di 6.129 agricoltori di cacao (di cui il 32% donne) è stato completamente mappato su 5 distretti di approvvigionamento che riforniscono Ferrero di cacao tracciabile. Questo si traduce in 11.337 ettari di terre mappate adibite alla produzione di cacao (22% di queste terre sono gestite da agricoltori donne).

Le piccole aziende agricole che producono questo cacao sono mappate grazie a palmari GIS; sono così raccolti dati di coltivazione, quali l'età degli alberi e la densità di piantagione, la prevalenza di malattie e le pratiche agricole. Ciò consente a Ferrero di avere un'importante finestra sulla situazione socio-economica degli agricoltori di cacao. Queste informazioni sono in seguito utilizzate da Ferrero e *Source Trust* al fine di mirare gli interventi agricoli e delle comunità in modo tale da rispondere meglio alle necessità dei coltivatori e delle loro famiglie.

In definitiva, questo procedimento monitora il risultato degli investimenti Ferrero in questi impegni, al fine di assicurare che Ferrero ottenga miglioramenti nella produttività e nelle condizioni di vita degli agricoltori che forniscono cacao.

Entro il 2016, 13.000 coltivatori saranno integrati nel sistema di *GeoTraceability* e forniranno a Ferrero fave di cacao completamente tracciabili e certificate UTZ. Quando il cacao è prodotto, è insaccato e identificato tramite un codice a barre nell'azienda agricola, permettendo la sua tracciabilità lungo tutta la catena di approvvigionamento. Ferrero potrà tracciare il cacao nei suoi spostamenti dall'azienda agricola verso gli stabilimenti e garantire in tal modo una tracciabilità continua.



GeoTraceability: Mappatura a livello di azienda agricola

Mappatura

Mediante i sistemi di mappatura GIS, l'organizzazione è in grado di conoscere le dimensioni e la forma esatte dell'azienda agricola. Inoltre, i sistemi forniscono anche una mappatura dell'infrastruttura della comunità per fornire informazioni utili, quali la distanza dalle scuole e dalle fonti d'acqua.

Raccolta dati

Una serie di dati sono raccolti sulle pratiche agricole, sulla misurazione delle aziende agricole e sugli indicatori socioeconomici.

Monitoraggio e Valutazione

I dati sono in seguito utilizzati per monitorare i miglioramenti dell'indicatore in una maniera quantificabile e per rafforzare i programmi di formazione per gli agricoltori.

In ultima analisi, la mappatura di *GeoTraceability* è una parte fondamentale di un sistema di tracciabilità che permette di tracciare il cacao fino a una specifica comunità.

**Maggiore attenzione al lavoro minorile:
Ferrero Cocoa Community Commitment (F3C)**

Ferrero prosegue nel proprio partenariato di lunga durata con *Source Trust* per investire nelle comunità di coltivazione del cacao in Ghana, con modalità che vanno oltre la sola certificazione.

Il *Ferrero Cocoa Community Commitment (F3C)* intende migliorare il benessere di 8.800 famiglie coltivatrici di cacao, nonché dei loro figli (secondo una stima 26.400) attraverso una riduzione concreta delle peggiori forme di lavoro minorile e un aumento tangibile del reddito familiare. Questo progetto, in partenariato con il *National Programme For The Eliminating Of The Worst Forms Of Child Labour In Cocoa (NPECLC)*, intende stabilire il Sistema di monitoraggio del lavoro minorile in Ghana (GCLMS), di concerto con l'innovativo modello di *Source Trust* di organizzazione agricola basato sulla comunità, in 162 di esse.

Collaborando con il NPECLC, il programma F3C si trova in linea con il *National Plan of Action (NPA)* del Ghana per l'eliminazione delle peggiori forme di lavoro minorile per il periodo 2009-2015. Quattro gli elementi portanti del progetto:

1. assistere NPECLC per portare il GCLMS in 162 nuove comunità che presentano le peggiori forme di lavoro minorile, rafforzando al contempo 14 comunità facenti parte del programma pilota GCLMS di NPECLC;
2. sostenere il *Department of Social Welfare* ghanese e il suo programma di sensibilizzazione e mobilitazione per promuovere la comprensione dei diritti dei bambini, inclusi gli effetti e le conseguenze del lavoro minorile;
3. introdurre una formazione completa sui mezzi di sostentamento per le organizzazioni di agricoltori basate sulla comunità, al fine di divenire parte di un servizio di formazione per le loro famiglie. La componente chiave della formazione verterà sulle buone pratiche sociali che si riallacciano alla riduzione delle peggiori forme di lavoro minorile;
4. creare otto VRC nelle scuole per migliorare l'efficacia dell'insegnamento e dell'apprendimento.

Aggiornamento sui progressi ottenuti finora

Ad oggi, 48 *Community Child Protection Committees* sono stati formati in due distretti in cui opera Ferrero, ovvero il New Edubiase A e il Asankragwa A. Questi comitati sono stati formati dal NPECLC sul sistema di monitoraggio del lavoro minorile in Ghana, nell'aprile 2014. Gli agricoltori in queste comunità sono stati registrati e i dati di base raccolti per ognuno di essi. Uffici del Sistema di Controllo interno sono stati creati in ciascun distretto al fine di monitorare il progresso del progetto. Tutti gli agricoltori iscritti al programma hanno partecipato alla formazione sui mezzi di sostentamento, da agosto 2013. Ad oggi, un totale di 2.287 agricoltori (645 donne e 1.642 uomini) sono stati formati in questi due distretti.

Appena completato il primo anno del programma di formazione degli agricoltori, tutte le aziende agricole sono state oggetto di verifiche, nel settembre del 2013, per assicurarsi che tutti stessero effettivamente aderendo e che stessero mettendo in atto i moduli loro insegnati durante il corso di formazione sui mezzi di sostentamento. Le ispezioni interne sono state seguite da *audit* esterni *UTZ Certified* nel dicembre 2013 e gli agricoltori di entrambi i distretti hanno ottenuto la certificazione in quanto conformi al Codice di Condotta UTZ.

L'espansione del programma F3C ha avuto inizio nel febbraio 2014, quando l'iscrizione dei nuovi agricoltori è stata avviata in quattro distretti: Samreboi A, Samreboi B, Samreboi C e Samreboi D. Nel luglio 2014, più di 4.500 nuovi agricoltori di 80 comunità sono stati registrati e le formazioni sui mezzi di sostentamento sono cominciate nell'aprile 2014.

Due *Village Resource Centers* sono stati costruiti perché ne potessero beneficiare 350 bambini. Un VRC è stato costruito nella *Yirase District*



Assembly Junior High School, ad Asankragwa, distretto che conta 150 studenti (72 ragazze e 78 ragazzi). Il secondo VRC è sorto nella *Adansi Praso District Assembly Junior High School* di New Edubiase A, a beneficio di 200 studenti (77 ragazze e 123 ragazzi).

Concepito congiuntamente con il governo del Ghana, il programma F3C di Ferrero va oltre la semplice attenzione alla conformità degli agricoltori con i parametri di certificazione. Infatti, può essere considerata una buona pratica, in quanto incorpora i tre grandi pilastri riconosciuti per una sostenibilità efficace:

- **Sociale:** impegno per lo sradicamento delle peggiori forme di lavoro minorile;
- **Ambientale:** aiuto nel miglioramento nella produzione agricola della coltivazione di cacao, con particolare attenzione alla tutela ambientale;
- **Economico:** aiuto nel miglioramento delle condizioni di vita e del benessere delle comunità che producono cacao.



Olio del frutto di palma

Per rifornirsi delle migliori materie prime sul mercato, Ferrero ha da tempo sviluppato una profonda conoscenza e analisi degli ingredienti, della loro origine e del loro processo di trasformazione. Ora più che mai, la sostenibilità è diventata la componente chiave di questa cultura di conoscenza. Nel periodo preso in esame dal presente rapporto, il Gruppo Ferrero si è rifornito di circa 150.000 tonnellate di olio di frutto di palma, esclusivamente dalla Malesia, dalla Papua Nuova Guinea e dal Brasile.

Perché Ferrero usa l'olio di palma?

L'olio di palma è utilizzato nei prodotti Ferrero per due ragioni principali:

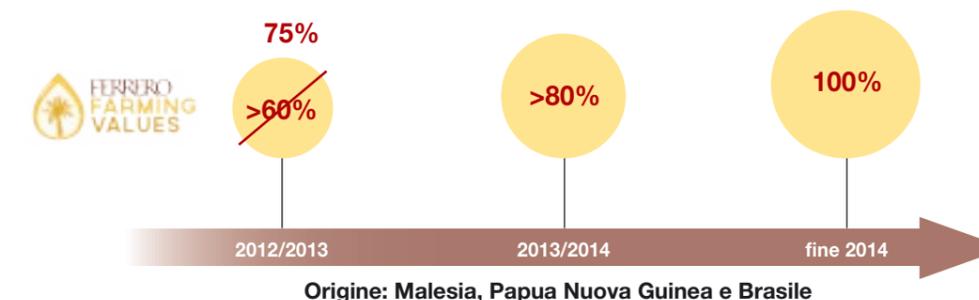
- conferisce ai prodotti la giusta consistenza, valorizzando il gusto dei loro ingredienti, essendo inodore e insapore;
- gioca un ruolo cruciale nel raggiungimento di un equilibrio tra le componenti, senza ricorrere, aspetto ancor più rilevante, al processo di idrogenazione col quale sono prodotti "acidi grassi trans", riconosciuti dalle autorità e del mondo scientifico particolarmente nocivi per la salute.

Come affermato nel precedente rapporto CSR, Ferrero conferma la volontà di anticipare alla fine del 2014 la data entro la quale l'approvvigionamento di olio di frutto di palma sarà certificato come segregato e sostenibile al 100%, mentre l'obiettivo era precedentemente fissato al 2015.

Alla fine del periodo di riferimento 2012/2013, circa il 75% dell'approvvigionamento proviene da fonti tracciabili, segregate e sostenibili.

Il seguente diagramma illustra il percorso del Gruppo verso il 100%.

Roadmap della catena di approvvigionamento sostenibile dell'olio di palma

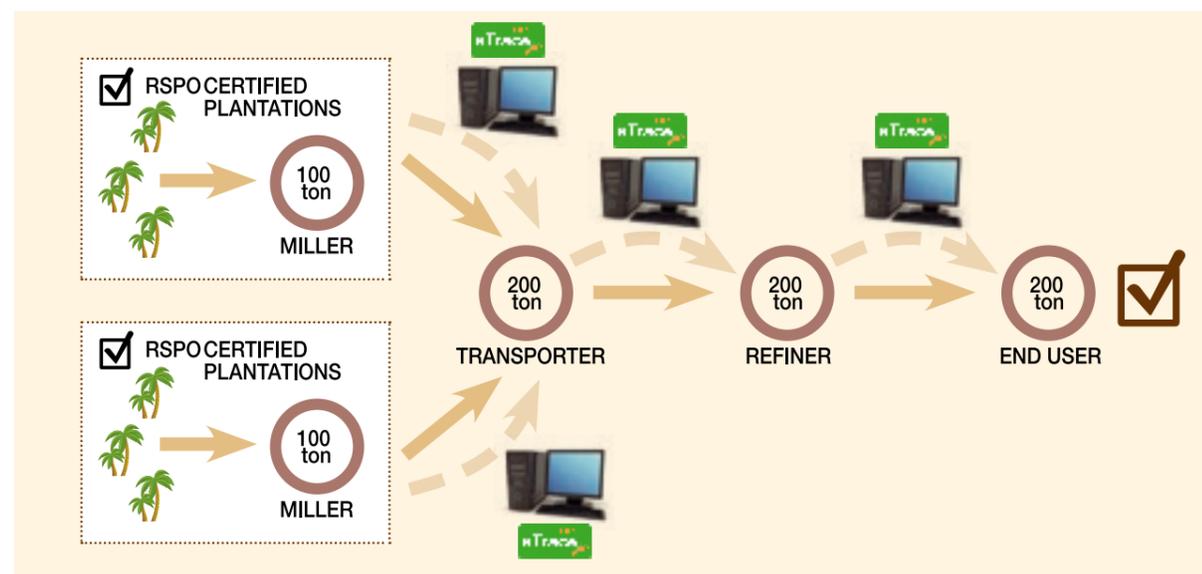




Il Gruppo Ferrero ha aderito, fin dal 2005, alla *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO) un'organizzazione internazionale che promuove e instaura il concetto di sostenibilità nella catena di approvvigionamento e produzione dell'olio del frutto di palma. Lo schema di certificazione internazionale e i suoi standard adottano una strategia per elevare la dimensione economica, ecologica e sociale dei suoi membri. Tali membri sono formati da vari attori della società, che includono la società civile, i produttori, i rivenditori e i fabbricanti.

In linea con la strategia Ferrero di approvvigionamento sostenibile delle materie prime, gli sforzi sull'olio del frutto di palma si concentrano sulla RSPO e vanno oltre tali standard grazie a una stretta collaborazione con fornitori di lunga data, in particolare attraverso una *Charter*, che vedremo in seguito.

Innanzitutto, queste forti relazioni con i fornitori hanno permesso a Ferrero di selezionare lo schema di alto livello di RSPO: **una certificazione segregata e sostenibile**. Questo è l'unico modo sia per assicurare che l'approvvigionamento certificato sostenibile non sia mischiato con un non certificato, sia per tracciare l'olio approvvigionato fino alla fonte di provenienza.



- >75% certificato RSPO segregato e sostenibile sui circa 150.000 mt di fabbisogno totale;
- da febbraio 2014, il 100% di Nutella® prodotto in Europa utilizza soltanto olio di palma certificato RSPO segregato e sostenibile;
- tutte le 17 fabbriche Ferrero che usano l'olio del frutto di palma saranno certificate per la "Certificazione della Catena di Approvvigionamento RSPO" (SCC) e otterranno il livello "Segregato" (SG) entro la fine del 2014.

La tabella sottostante mostra gli stabilimenti di produzione attualmente certificati:

Stabilimenti	"Certificazione della Catena di Approvvigionamento RSPO" (SCC) che presto raggiungeranno il livello "Segregato" (SG)
Alba (Italia), Villers-Ecalles (Francia), Stadtallendorf (Germania)	da marzo 2013
Balvano (Italia), Sant'Angelo dei Lombardi (Italia), Belsk (Polonia), Vladimir (Russia)	da luglio 2013
Lightow (Australia), Poços de Caldas (Brasile), Brantford (Canada), Manisa (Turchia)	da dicembre 2013
San José Iturbide (Messico)	da marzo 2014
Arlon (Belgio), Pozzuolo Martesana (Italia)	da luglio 2014

WWF

Ferrero ha ottenuto il punteggio massimo nella classifica degli acquirenti di olio di palma nel 2013, stilata dal WWF:

Manufacturers and processors/Traders

Company name	Country	Scored or not report?	RSPO member?	ACOP submitted?	Commitment to 100% CSPO by	GHC sourcing policy?	Volume of palm oil used (t)	Volume of CSPO used	% CSPO used	Total score/12
Ferrero Trading	Italy	Scored	Yes	Yes	2014	Y	150,000	112,800	75%	12

"Le aziende leader nella domanda di olio di palma certificato come segregato (ovvero che ne utilizzano più del 50%) includono... il produttore di Nutella®, Ferrero". La WWF Palm Oil Buyers Scorecard e l'articolo sono disponibili a questo [link](#).



I fornitori Ferrero

I nostri fornitori di lungo termine che ci aiutano a raggiungere i nostri ambiziosi traguardi sono:



NBPO Case study

New Britain Palm Oil (NBPO) è un fornitore leader nella sostenibilità dell'olio di palma. Il suo impegno è iniziato nel 1969, con una politica "zero burn". NBPO ha aderito al RSPO nel 2004 e il suo lavoro va anche oltre i parametri della tavola rotonda, attraverso la *Palm Oil Innovation Group (POIG) Charter*.

In Papua Nuova Guinea, circa 7.500 piccole aziende certificate, dall'area circostante Kimbe nell'isola del New Britain, forniscono i frutti di palma utilizzati da NBPO per essere trattati e trasformati in olio di frutto di palma. Congiuntamente all'attenzione storica da parte del Gruppo Ferrero agli aspetti sociali relativi alle attività economiche, il partenariato con NBPO rappresenta un grande esempio di questa strategia in azione.

Collaborare con NBPO ha aiutato e continua ad aiutare Ferrero a raggiungere i suoi obiettivi di approvvigionamento sostenibile. Ad esempio, l'olio del frutto di palma è un *business* agricolo che dà sostentamento a migliaia di piccoli agricoltori ed è un'importante fonte di sostentamento per le comunità locali, offrendo pertanto opportunità economica e sicurezza alimentare.

Collaborando con NBPO, Ferrero può indirettamente sostenere alcuni di questi piccoli agricoltori, in quanto parte della fonte di approvvigionamento di NBPO. Grazie all'utilizzo di nuove linee guida ambientali, come si può constatare nella *Charter* POIG e nella certificazione RSPO, NBPO può dichiarare di essere a buon punto nel suo cammino verso un modello sostenibile per il settore.

Di concerto con i nostri propri commerciali, Ferrero ha dato il via a questa avventura per trasformare il mercato globale attraverso un miglioramento costante delle condizioni di vita delle popolazioni che dipendono da questa attività economica. Inoltre, ciò migliora anche le condizioni ambientali e di tutela e al contempo assicura un efficace approvvigionamento a lungo termine di quest'olio unico nelle sue caratteristiche.

Prossimi passi

In questo spirito di diventare un faro della sostenibilità attraverso la propria catena di approvvigionamento dell'olio del frutto di palma, Ferrero sta sviluppando uno strumento, insieme al **The Forest Trust** (TFT), per andare oltre gli standard RSPO sfidando ancora di più i suoi fornitori. La **Ferrero Palm Oil Charter** definisce un numero di criteri aggiuntivi, che sono poi comunicati ai fornitori. Tra questi, un sistema di verifica e monitoraggio dei progressi e della conformità in loco.

Basandosi sugli standard RSPO, la *Charter* si concentrerà, in particolare, ancora più sullo sradicamento di alcune pratiche: la deforestazione di foreste ad alto stoccaggio di carbonio "*High Carbon Stock*", l'utilizzo del fuoco per pulire le terre e la semina su terreno torboso. Inoltre, avrà come obiettivo anche l'attuazione del rispetto per i diritti umani, incluso il diritto a un consenso informato, libero e preliminare delle popolazioni locali e autoctone.

Tutti i punti della *Charter* saranno sviluppati secondo criteri specifici e tangibili, in partnership con TFT, che fornirà il proprio esperto contributo sulle pratiche sostenibili circa materie prime tropicali, incluso l'olio di

palma. Gli aggiornamenti sulla *Charter* Ferrero dell'olio di palma sono disponibili ai seguenti link:

www.ferrero.com/news/group-news/Ferrero-Palm-Oil-Charter

www.ferrero.com/group-news/Ferrero-responsible-palm-oil-progress-update



The Forest Trust

"Siamo molto lieti di assistere a un'ambiziosa mossa da parte di un'azienda rinomata, che sta mandando un forte segnale a tutto il settore. Ciò che realmente è significativo è che questa Charter è propria di Ferrero ed è molto chiara circa i valori che vuole per i suoi prodotti. Quando le aziende sono pienamente responsabili delle loro politiche e non dipendono da nessuno per stabilire la propria visione, l'ambizione diventa reale. Questo incoraggia tutti attorno a loro ad innovare e pensare a nuove strategie per affrontare le sfide di domani." Bastien Sachet, Direttore del TFT

Greenpeace

Gli impegni '*No Deforestation*'... dell'azienda italiana del cioccolato Ferrero... riducono la distruzione forestale e le violazioni contro i diritti umani dalle loro catene di approvvigionamento e rappresentano un modello da emulare per tutto il settore, ha dichiarato *Greenpeace International* all'Assemblea Generale del *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO).

L'intero articolo è disponibile al seguente link:

theindependent.sg/blog/2013/11/15/palm-oil-players-take-steps-beyond-rspo-greenpeace/

Focus sul burro di Karité (Shea) e Sal.

I burri di Karité e Sal sono entrambi estratti da piante selvatiche rispettivamente in Africa e in India. Gli alberi di Karité sono endemici della savana subsahariana, mentre gli alberi di Sal crescono nelle foreste del subcontinente indiano. Questi alberi da frutto non sono mai stati trasformati in piantagioni, principalmente perché occorrono tra i 10 e i 15 anni perché diventino produttivi e la produzione massima si raggiunge soltanto intorno ai 20-30 anni di vita. Questo ha permesso di mantenerli nel loro habitat naturale fornendo così un'importante fonte di nutrimento e reddito alle comunità circostanti, nonché dando spazio allo sviluppo rurale. In particolare, il reddito derivante dalla vendita del burro di Karité ad aziende di export è un importante fonte di guadagno per le donne nell'Africa Occidentale.

Inoltre, le proprietà naturali di questi alberi e la mancanza di manutenzione e *input* intrinseci permettono un uso sostenibile delle terre. I frutti sono raccolti come fonte ulteriore di guadagno per i lavoratori e sono essiccati localmente per il consumo o l'uso commerciale. In Europa, i fornitori li trattano e trasformano in burro commestibile, simile al burro di cacao. Ferrero utilizza questo burro in alcune sue ricette per migliorare i prodotti in termini di consistenza e morbidezza.

Ferrero Trading è stata premiata nel 2011 dal *Forest Minister of the state of Madhya Pradesh*, in India, per il suo indiretto contributo al benessere tribale attraverso l'impegno ad acquistare piccoli prodotti forestali, quali le sementi di Sal prodotte in questo stato indiano.

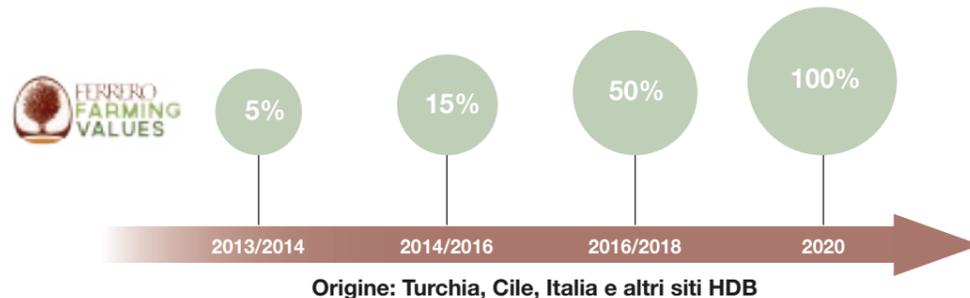


La filiera delle nocciole



Ferrero conferma l'obiettivo ambizioso di raggiungere il 100% di tracciabilità per la sua catena di approvvigionamento di nocciole entro il 2020.

Roadmap della catena di approvvigionamento sostenibile delle nocciole



Come descritto all'inizio di questo capitolo, il programma *Ferrero Farming Value* (FFV) si applica anche alle nocciole e si concentra principalmente sul potenziamento delle capacità di coltivazione di tutti i contadini della catena di approvvigionamento Ferrero. L'approccio si basa sui tre pilastri per costruire un programma solido e concreto.

Il primo pilastro è incentrato su "certificazioni/standard". Ferrero ha sviluppato un processo protocollare di verifica basato sui parametri FFV specifici per le nocciole. Sin dall'origine del progetto, Ferrero ha coinvolto **SCS Global Services**, un'azienda leader nel settore della certificazione mondiale, nell'individuazione degli indicatori che compongono i criteri di produzione.

SCS, in collaborazione con i revisori locali, ha convalidato il modello attraverso un documento creato specificamente per essere utilizzato nei campi con i contadini, il *FFV Control Points*.

Con un esteso giro di controlli svolto durante i mesi della raccolta (agosto e settembre in Turchia), gli *auditor* hanno completato una verifica globale della catena di approvvigionamento Ferrero e definito i punti di forza e le aree di miglioramento che costituiscono gli obiettivi che conducono al FFV nel 2014.

Il monitoraggio costante della situazione e una visione più chiara e interna della catena di approvvigionamento sono possibili grazie all'implementazione della piattaforma di tracciabilità che è gestita in collaborazione con *GeoTraceability*. Questo strumento permette a Ferrero di avere un quadro chiaro dell'ubicazione dei nocciolieti, della produzione dei contadini fornitori di Ferrero e delle problematiche più importanti che si trovano ad affrontare per capire meglio il supporto tecnico di cui necessitano. Ferrero ha formato un team di ingegneri agronomi che forniscono assistenza agli agricoltori in tutte le aree di produzione corilicola in Turchia.



Il secondo pilastro è animato da progetti individuali con i partner. Durante le fasi preparatorie alla raccolta, Ferrero ha creato una campagna di sensibilizzazione con l'intento di raggiungere i bambini nelle aree rurali in cui le nocciole sono coltivate. In partenariato con la **ONG turca Hayata Destek (Support to Life)**, attività basate sui giochi di ruolo, canzoni e spettacoli sono state svolte per dialogare con i bambini su tematiche sociali, quali il rispetto per l'altro, le condizioni di vita e di lavoro e il valore della diversità. In questa prospettiva, due camioncini decorati con noccioli FFV hanno fatto il giro di 84 villaggi, per un totale di 3.600 km, coinvolgendo più di 6.800 bambini in varie attività.

Il progetto ha goduto di ampia partecipazione da parte delle comunità rurali, suscitando reazioni molto positive. Un gran numero di famiglie ha partecipato in modo entusiasta con i bambini e le mamme coinvolti nelle attività e molti rappresentanti di villaggi e città hanno chiesto di rinnovare il progetto nel 2014, come già previsto.



Parallelamente, Ferrero ha condotto, insieme alla cooperativa sociale *Ankara Development Workshop*, uno studio statistico sulle condizioni dei lavoratori stagionali immigrati nella parte occidentale della regione del Mar Nero. Un campione di 366 persone è stato monitorato e intervistato, lo studio ha quindi prodotto significativi risultati e fornito una chiave di lettura precisa della situazione, nonché una chiara indicazione dei punti focali per sviluppare un piano d'azione per mitigare la situazione.



Il terzo pilastro è basato sul “coinvolgimento istituzionale e collettivo”, per cui Ferrero lavora per un dialogo continuo con le istituzioni dei Paesi ospitanti in cui opera. In Turchia, Ferrero partecipa a **Caobisco**, l'associazione europea per i prodotti confezionati, i biscotti e il cioccolato, in qualità di partner sovvenzionatore leader di un Partenariato Pubblico-Privato con l'**International Labour Organization (ILO) Turkey** per un progetto volto all'eliminazione delle peggiori forme di lavoro minorile nella raccolta di nocciole. Risultati incoraggianti sono stati conseguiti grazie a questo progetto nel 2013, anno in cui 330 famiglie di lavoratori agricoli stagionali sono state assistite. In tal modo, 252 bambini sono stati tolti dai campi o è stato loro impedito di recarvisi per lavorare, grazie all'accesso a strutture di istruzione.

Altri servizi pratici in loco sono stati forniti alle famiglie. Tra i proprietari di nocciolieti informati e sensibilizzati su questo tema, 104 hanno ricevuto un servizio di assistenza individuale e sessioni di formazione. Il progetto ha generato una grande consapevolezza circa la situazione lavorativa in Turchia e in Europa. Il film “Pikolo”, in cui le attività del progetto sono descritte, è stato mostrato ai più grandi eventi di cooperazione internazionale e mandato in onda dalle TV nazionali.

FERRERO FARMING VALUES Zucchero



Il volume totale di zucchero acquistato da Ferrero nel 2013 può essere ripartito approssimativamente in 25% zucchero di canna raffinato e 75% zucchero di barbabietola. Per l'approvvigionamento di questa materia prima, specialmente nei mercati Ferrero in crescita, il *team Procurement and Quality* utilizza un procedimento di selezione standard per i nuovi fornitori. Questo garantisce che le materie prime soddisfino sempre i criteri di alta qualità del Gruppo, attraverso un sistema di *auditing*.

Come dichiarato nei precedenti rapporti CSR, Ferrero assicura acquisti non-OGM. Lo zucchero approvvigionato è al 100% non-OGM.

Un piano d'azione per il 2020 per lo zucchero di canna raffinato acquistato da fonti sostenibili è stato illustrato lo scorso anno ed è rappresentato di seguito. Nel 2013, Ferrero ha acquistato 5.000 crediti Bonsucro in Australia, primo passo verso il traguardo del 10% entro la fine del 2014.

Con il ricavo generato dalla vendita dei crediti di sostenibilità Bonsucro, la comunità agricola avrà a disposizione una somma extra per gli investimenti volti a migliorare le pratiche agricole. Questi investimenti possono essere usati per migliorare le tecniche di risparmio idrico, oppure per un approccio di difesa integrata dalle specie nocive, tra gli altri, in un quadro di rafforzamento delle pratiche sostenibili generato da tali crediti.

Il Gruppo sta attentamente selezionando e scrutando altre fonti sostenibili che potrebbero contribuire al raggiungimento dell'importante obiettivo del 100% di zucchero di canna sostenibile.

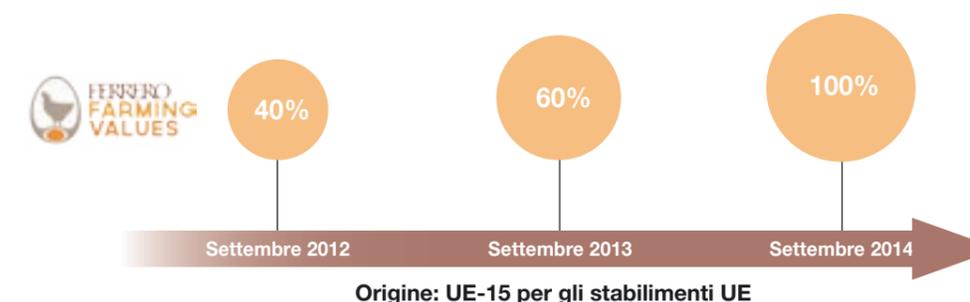
Roadmap della catena di approvvigionamento sostenibile dello zucchero di canna



FERRERO FARMING VALUES Uova

Ferrero ha adottato un programma interno su base volontaria per approvvigionare uova in modo più sostenibile. Il programma prevede un approvvigionamento di uova da **galline allevate a terra**, secondo la seguente tabella di marcia per tutti gli stabilimenti UE.

Roadmap della catena di approvvigionamento delle uova da galline allevate a terra



Ferrero è fiera di confermare che, nell'anno di riferimento, ha superato il proprio obiettivo del 60%, entro settembre 2013. Grazie all'impegno e collaborazione mostrati da tutti i fornitori, il Gruppo ha raggiunto il **70% dell'approvvigionamento totale di uova provenienti da galline allevate a terra**. Ferrero ha fiducia di raggiungere il proprio obiettivo entro settembre 2014. Con lo sviluppo di due nuovi stabilimenti di produzione in Turchia e Messico, nel 2013, Ferrero sta adottando la stessa strategia per queste aree non convenzionali, in cui l'approvvigionamento di uova da allevamento a terra non è immediatamente disponibile. Le uova utilizzate in questi stabilimenti rappresenteranno circa il 5% dell'uso totale di Ferrero. Sebbene ciò rappresenti una piccola quantità, Ferrero è pronto al dialogo con i fornitori nazionali di questi Paesi, al fine di sviluppare un metodo per il raggiungimento del 100% di uova da allevamento a terra non solo in Europa, ma anche nel resto del mondo, ove possibile.





Latte

Negli anni, Ferrero ha continuamente sviluppato e alimentato relazioni a lungo termine con fornitori accuratamente selezionati per le aree di produzione di latte locale. Questo approccio ha permesso una collaborazione reciproca volta a garantire e migliorare la freschezza e qualità con gli stessi standard uguali per tutti i fornitori Ferrero² di latte.

Ferrero continua a utilizzare queste relazioni per rafforzare le sue “catene di approvvigionamento controllate e corte” con una visione specifica riguardo alle attività dei fornitori sugli aspetti di sostenibilità.

Non solo Ferrero si attiene rigorosamente alle norme nazionali vincolanti nella produzione di latte crudo e prodotti lattiero-caseari, ma stimola costantemente i propri fornitori per indirizzarli verso le migliori pratiche. Le normative in materia di produzione lattiero-casearia, che coprono di norma i parametri di qualità del latte (ad esempio l'assenza di antibiotici), la classificazione e la composizione, possono variare di Paese in Paese. Comunque, gli alti standard Ferrero di approvvigionamento del latte sono applicati a livello globale, indipendentemente dal livello della normativa nazionale in vigore.

Ferrero raccoglie il latte direttamente dai suoi partner lattiero-caseari, selezionati secondo rigidi standard, al fine di garantire allo stesso tempo freschezza, gusto e sicurezza. Il latte liquido è pastorizzato entro le 24 ore e disidratato, se necessario, entro 48 ore dalla raccolta e poi consegnato agli stabilimenti Ferrero.



² Con il termine “fornitori del latte”, Ferrero si riferisce alle aziende che forniscono prodotti lattiero-caseari trasformati.

Utilizzando la catena di approvvigionamento breve e controllata, Ferrero è in grado di creare un sistema di tracciabilità razionalizzato, che va oltre la normativa (inclusa la tracciabilità al 100% delle aziende lattiero-casearie), per fornire un quadro chiaro del percorso delle materie prime dalla fattoria ai prodotti.

Inoltre, le procedure del Gruppo per l'audit dei fornitori sono sempre più frequenti e a tutto tondo sui parametri di qualità e questo assicura una maggiore capacità nel tracciare il latte fino alla sua origine. Il migliore esempio di queste procedure può essere trovato nel “Milk Supply Chain Partnership Project”, che Ferrero ha con i due più importanti fornitori, Inalpi (Italia) e Mittelelbe (Germania), in cui è stata raggiunta la trasparenza completa sui prodotti approvvigionati.

Progetto di Partenariato nella Catena di approvvigionamento del Latte



Gli obiettivi del “Progetto di Partenariato nella Catena di approvvigionamento del Latte”, per il periodo 2013-2015, sono quelli di sviluppare e consolidare le azioni richieste per raggiungere, nell'acquistare 30.000 tonnellate di latte, gli standard definiti dal protocollo Ferrero, attraverso partenariati di fornitori, nelle tre aree che caratterizzano la catena di approvvigionamento:

“Breve”: utilizzare i dati per tracciare un procedimento documentato, includendo le distanze tra le entità coinvolte, con un programma di attuazione documentale delle aziende agricole.

“Controllato”: in riferimento agli Standard qualitativi di Ferrero circa i limiti microbiologici e chimici.

“Sostenibile”: monitorare gli indici del benessere animale e la sostenibilità ambientale. In particolare, gli indici del benessere animale che Ferrero intende mettere in pratica attraverso un sistema di monitoraggio verranno ripartiti secondo le seguenti categorie: alimentazione degli animali, strutture aziendali, salute animale e comportamento animale.

Entro la fine dell'anno di riferimento, Ferrero ha dato via al *Milk Quality Project*, MPQ (Programma di qualità del latte), volto a migliorare in modo costante il gusto e la qualità del latte.

Per ottenere tale risultato il progetto raccoglie dati dai fornitori sulle pratiche agricole, la gestione delle risorse e il benessere animale. Dopodiché condivide questi dati con i fornitori stessi.

Questo è stato possibile grazie a procedure di controllo interne perfezionate. Basandosi sul processo di monitoraggio MPQ, Ferrero acquisterà un maggior volume di prodotti lattiero-caseari da quei fornitori che hanno mostrato un forte impegno per la sostenibilità o che si riforniscono da aziende lattiero-casearie che hanno già implementato un programma di sostenibilità con un focus sul benessere animale.

Le aziende agricole Ferrero per la coltivazione del nocciolo

Il Gruppo Ferrero è uno dei maggiori utilizzatori di nocciole al mondo. Al fine di soddisfare la crescente domanda, rafforzare la sua posizione di leader nel mondo del mercato delle nocciole e assicurare l'alta qualità nell'approvvigionamento di nocciole nel medio periodo, Ferrero ha intrapreso una strategia volta allo sviluppo di nuove opportunità di produzione. Questa iniziativa prende il nome di *Hazelnut Business Development* – HBD.

L'obiettivo principale di HBD è di diventare un partner affidabile per le autorità locali, gli istituti finanziari internazionali e gli operatori privati per la creazione, lo sviluppo e la gestione di nuovi progetti corilicoli con prospettive di lungo periodo.



HBD è composto da varie aziende agricole nazionali con tre componenti principali:

- **The pilot farms**, che sono acquistate e gestite direttamente dall'*Hazelnuts Business Development* (HBD) di Ferrero e hanno una triplice funzione:

1. sperimentazione: per verificare l'adattabilità delle differenti varietà di nocciolo alle condizioni agro-climatiche locali e sperimentare le differenti tecniche agronomiche;

2. dimostrazione: per incentivare e promuovere presso gli operatori locali la coltivazione del nocciolo;

3. produttività: per garantire una parte significativa del raccolto di nocciole a Ferrero, pur facilitandone anche la vendita a prezzi di mercato.

- **The tree nursery**: che permette la coltivazione di piantine di varietà selezionate prodotte dai vivai Ferrero/HBD che sono vendute agli agricoltori locali ad un prezzo equo³. Oltre a vendere gli alberelli, Ferrero offre agli agricoltori assistenza tecnica per coltivare le loro piantagioni.

- **Research and training**: che permette ad HBD di collaborare con istituzioni di ricerca nazionali e internazionali su diverse tematiche relative alla gestione tecnica dei nocciolati. Sono inoltre realizzate attività di formazione e divulgazione presso gli agricoltori, come parte di progetti internazionali e in collaborazione con istituzioni di formazione locali.



³Il prezzo copre i costi diretti e i costi strutturali standard.

Le aziende agricole Ferrero dedicate alla coltivazione del nocciolo sono attive in:

- Cile, dal 1991;
- Argentina, dal 1994;
- Georgia, dal 2007;
- Sudafrica, dal 2009;
- Australia, dal 2011.

Al 31 agosto 2013, le aziende agricole Ferrero impiegano 1.082 persone, a cui si aggiungono 90 persone esterne⁴ che collaborano con le aziende del Gruppo, per un totale di 1.172.



Ferrero ha deciso di investire in tali coltivazioni per poter disporre di nocciole: - di qualità eccellente, sempre fresche, in tutto il mondo; - anche in contro-stagionalità rispetto alla produzione dell'emisfero nord. Infatti, considerato che i prodotti Ferrero non utilizzano né aromi né conservanti, è sempre stata una priorità del Gruppo quella di disporre di materie prime agricole di eccellente qualità, durante tutto l'anno.

Nel 2012/2013, le aziende agricole Ferrero hanno progredito nella coltivazione del nocciolo nel mondo. In particolare, le aziende agricole in Georgia e in Sudafrica hanno incrementato sensibilmente le superfici coltivate secondo i piani di espansione, mentre la più recente azienda agricola in Australia ha completato l'allestimento del proprio vivaio produttivo e ha cominciato a effettuare le operazioni di preparazione per la messa in campo delle piante.

⁴ Prevalentemente come lavoratori interinali e altri rapporti di collaborazione diretta, con esclusione dei contratti di servizi.

I raccolti di nocciole sono stati in linea con le aspettative mentre la qualità generale delle nocciole provenienti dalle aziende HBD è stata significativamente superiore a quella standard riscontrabile sul mercato. Di notevole rilevanza e superiori al 50% del totale sono stati i raccolti dei produttori terzi che hanno deciso di seguire il modello Ferrero. Le nocciole prodotte da queste aziende sono state acquistate attraverso le associazioni dei produttori promosse da Ferrero e tramite conferimento diretto.



Notevoli sforzi sono stati concentrati sulle aziende agricole Ferrero dell'emisfero australe (in Cile, Argentina, Sudafrica e Australia) poiché considerate strategiche per l'approvvigionamento di nocciole in contro stagionalità.

Infatti, le fasi fenologiche dell'emisfero sud, guidate da stagioni temporalmente quasi opposte rispetto all'emisfero boreale, fanno sì che le nocciole raccolte tra marzo e maggio garantiscano rilevanti volumi per Ferrero con la massima freschezza nel momento della ripresa delle produzioni del cioccolato, dopo la pausa estiva. Generalmente le nocciole dell'emisfero sud raggiungono i nostri stabilimenti tra il mese di agosto e settembre permettendo così di avere una nocciola con caratteristiche organolettiche elevate, proprio quando il raccolto dell'emisfero nord (il più cospicuo) è al termine delle scorte di alta qualità.

La coltura nell'emisfero australe ha dimostrato un adattamento perfetto alle diverse regioni e climi in cui è stato introdotto e la produttività all'ettaro è in linea ovvero in molti casi superiore all'areale di produzione boreale. La redditività garantita dal nocciolo comparata con quella di altre colture fa sì che sempre più produttori sudamericani, africani e australiani si siano interessati alla coltura.

Estratto dell'articolo di Arduino Borgogno, Direttore Acquisti Ferrero, pubblicato su *Climate Change: The New Economy, G7 Edition*, giugno 2014, intitolato **"Sustainability in a Nutshell, - Ferrero's Afforestation of Western Georgia"**.



"In qualità di leader del settore corilicolo, il gruppo Ferrero ha deciso di testare e diffondere un sistema agricolo sostenibile, attraverso un progetto chiamato "Afforestation with Hazelnut Plantations in Western Georgia" (HAP). Il risultato è stato un modello di buone pratiche emulabile dal resto del settore e oltre. In linea con la sua strategia di responsabilità sociale d'impresa (RSI), il Gruppo ha incarnato in pieno il suo posto nella società e il suo ruolo nel portare avanti lo sviluppo mondiale. Il progetto georgiano ha già significativamente aiutato la regione, in particolare per quanto riguarda la sicurezza alimentare, le opportunità economiche e il cambiamento climatico..."

...Il progetto HAP confisca il carbonio da terre precedentemente abbandonate in una regione rurale povera vicino alla costa del Mar Nero. Inoltre, frena l'attuale degrado territoriale migliorando le sue risorse naturali, contestualmente fornendo opportunità di reddito alle comunità locali nel lungo periodo, sostenibili e fortemente necessarie.

Ancora, stabilisce un impulso di lungo periodo per ampliare e solidificare una delle principali colture commerciali, dando spazio all'acquisto di vari raccolti e prodotti alimentari, nonché diversificando la nutrizione. Creando una copertura forestale permanente, HAP genera un reddito aggiuntivo derivante dai crediti di carbonio per offrire significative opportunità per la tutela e il miglioramento ambientale, il tutto volto ad ottenere migliori opportunità economiche. Agrigeorgia opera a Samegrelo, una delle regioni più rurali della Georgia ed è la prima azienda certificata Gold standard nel Paese, verificata in via indipendente da TÜV SÜD...

...La visione a lungo termine di Agrigeorgia si riflette nelle attività di sviluppo sostenibile, oltre il progetto del carbonio. Nell'ambito di un nuovo programma di formazione in partenariato con USAID, 2.500 coltivatori hanno ricevuto un training ad hoc sulle pratiche di coltivazione corilicola sostenibile per ottenere una produzione di alta qualità. Inoltre, Agrigeorgia è uno dei fondatori e promotori dell'Hazelnut Grower's Association, ideata con lo scopo di formare una piattaforma tecnica per gli agricoltori locali per creare, gestire e sviluppare delle piantagioni di noccioli di alta qualità..."



The Gold Standard® testifies that

Project Name: **Afforestation with Hazelnut Plantations in Western Georgia**
Project ID: **GE-HAP**
Country: **Georgia**
has successfully certified **760'761** CO2-certificates in accordance with The Gold Standard A/R Requirements and the CarbonFix Transition Guidelines.

The project was approved by the Technical Advisory Committee on **19th December 2013**

Yours Sincerely

Adrian Rimmer CEO



The Gold Standard Foundation
Avenue Louis-Casal 79, CH 1216, Genève-Cointrin, Genève
www.cdmgoldstandard.org, +41 22 788 70 80, info@cdmgoldstandard.org

Il Progetto *Afforestation with Hazelnut Plantations in Western Georgia* ha permesso ad Agrigeorgia di ottenere, nel 2013, la certificazione di 760.761 crediti carbonio. Tale traguardo ha garantito la certificazione *Gold standard* per il progetto HAP condotto da Agrigeorgia.

Minimizzare l'impatto ambientale



Minimizzare l'impatto ambientale

Consapevole della lunga strada da percorrere per raggiungere risultati sempre più rilevanti, il Gruppo ha costituito uno specifico Dipartimento "Sostenibilità Prodotto" con lo scopo di definire un programma di sostenibilità per l'area prodotto e garantire la coerenza e l'integrazione con i piani strategici, divenendo un supporto concreto all'innovazione così come alla produzione e diffusione di cultura interna, fondamentale per una seria **politica ambientale**.

Il programma con cui il Gruppo ha deciso di affrontare questa sfida è suddiviso in otto¹ aree strategiche che coprono tutta la catena del valore del prodotto. Data la complessità del tema, il programma è un cantiere aperto che include una continua negoziazione tra aspetti economici, sociali e ambientali e tra le esigenze delle singole aree. Ogni fattore, infatti, deve essere preso in considerazione non singolarmente, ma in una visione olistica.²

Da gennaio 2009 ad agosto 2013, il programma di sostenibilità ambientale del Gruppo Ferrero ha portato al conseguimento dei seguenti risultati*:

Risparmio totale di energia elettrica	186 655 MWh
Risparmio totale di energia termica	268 858 MWh
Risparmio totale di acqua	4 400 090 m ³
Risparmio di CO ₂ per politica energetica	489 183 t

Nel 2012/2013, il programma di sostenibilità ambientale del Gruppo Ferrero ha portato al conseguimento dei seguenti risultati:

Utilizzo negli imballaggi di materiali derivanti da risorse rinnovabili	34%
Produzione certificata ISO 14001	91%
Rifiuti mandati a recupero	92,2%

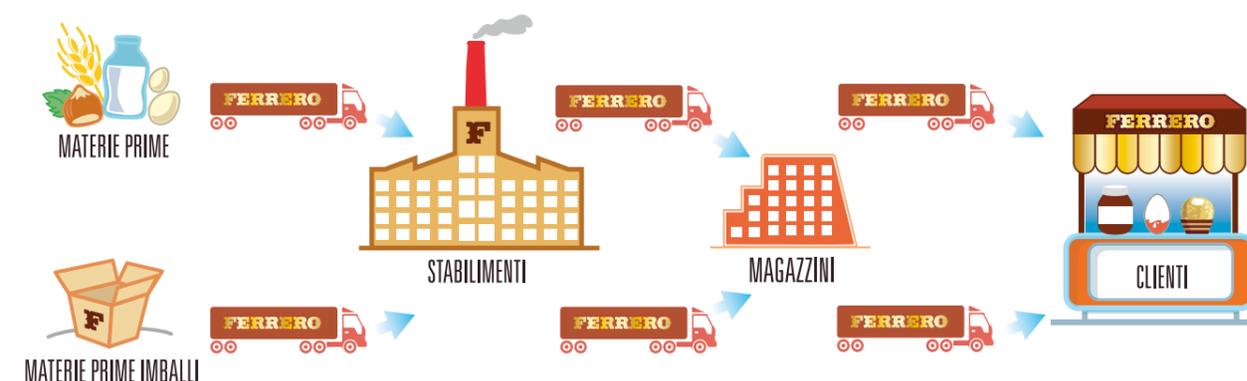
* I risultati sono calcolati sulla base dati del 2009 e riferiti ai 15 stabilimenti oggetto di questo capitolo e ai conti lavoro del thè.

¹ Materie prime, packaging, produzione, energia, logistica, investimenti tecnici, sorprese, produzione delle Imprese Sociali Ferrero.

² Approfondimenti per le principali aree sono riportati nelle pagine seguenti del capitolo e nel capitolo "Le pratiche agricole sostenibili".

Sviluppare una politica di sostenibilità di prodotto presuppone una profonda consapevolezza delle interazioni con l'ecosistema lungo l'intero ciclo di vita del prodotto, dalle materie prime alla gestione del "fine vita". Infatti, il Gruppo Ferrero utilizza da anni il Life Cycle Assessment, strumento scientificamente e internazionalmente riconosciuto, in grado di supportare le decisioni strategiche nel modo più oggettivo possibile e utile all'identificazione delle aree critiche della catena del prodotto.

La grafica seguente rappresenta, in maniera semplificata, le fasi del ciclo di vita di un prodotto Ferrero evidenziando le aree ad oggi considerate nella misurazione dei propri impatti, oggetto di approfondimento nel presente capitolo³.



In un'ottica di miglioramento continuo e in linea con i requisiti della nuove Linee Guida GRI-G4, Ferrero sta lavorando a una *roadmap* che prevede la ridefinizione del perimetro di analisi del Gruppo.

Ad esempio, è già in corso un progetto per l'estensione del sistema di raccolta dati ambientali ai nuovi stabilimenti di Messico e Turchia e all'Impresa Sociale Ferrero in India.

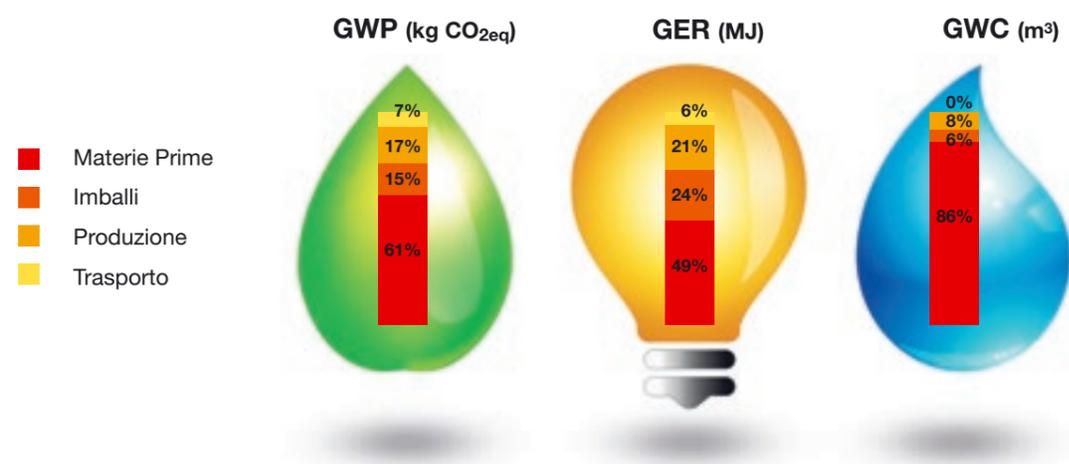
³ Gli argomenti trattati nel presente capitolo sono: materie prime; packaging; quindici stabilimenti produttivi in Europa, Americhe e Oceania (si veda la sezione "Ferrero nel mondo" per la lista completa degli stabilimenti); i magazzini per le materie prime, imballi e prodotti finiti a gestione diretta; i trasporti gestiti direttamente dalla logistica di Gruppo; le sorprese.

L'impronta ecologica del Gruppo Ferrero

Al fine di misurare l'impatto ambientale lungo il ciclo di vita, Ferrero ha individuato tre indicatori rilevanti sulle aree più sensibili:

- l'**impatto sul riscaldamento globale** del Pianeta tramite l'emissione diretta e indiretta dei gas serra⁴ (**Global Warming Potential - GWP**);
- l'**energia totale** impiegata (**Gross Energy Requirement - GER**);
- i **consumi idrici** diretti e indiretti (**Global Water Consumption - GWC**).

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



Nel sistema di analisi sono stati considerati i 15 stabilimenti del Gruppo oggetto di rendicontazione di questo capitolo, i magazzini interni e i trasporti gestiti da Ferrero. Per trasporto si intende il trasporto delle materie prime agricole e dei materiali di imballo dai fornitori agli stabilimenti Ferrero e il trasporto dei prodotti finiti dagli stabilimenti Ferrero ai clienti.

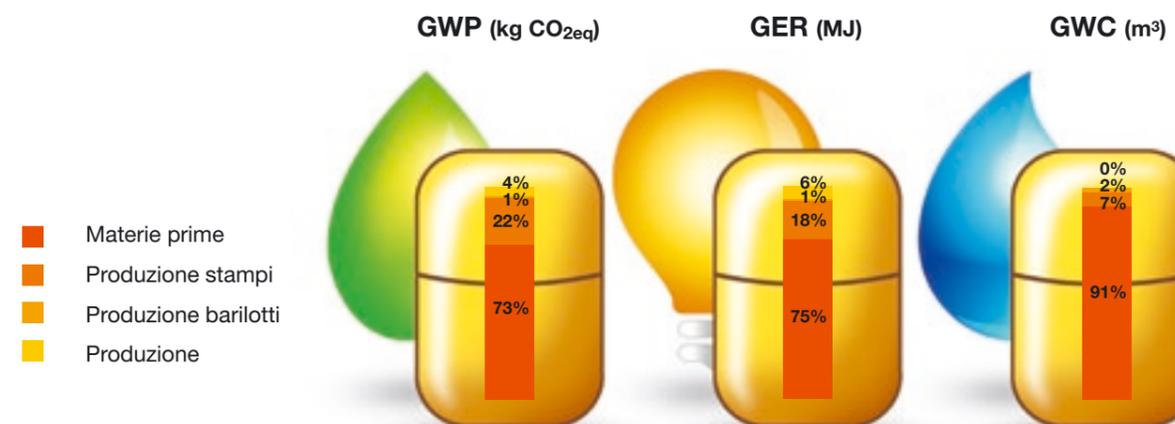
Come evidenziato dai tre indicatori, gli impatti più rilevanti sono generati nella fase di produzione delle materie prime (materie prime agricole e imballi). Per questo, il Gruppo Ferrero si è posto obiettivi sfidanti in termini di tracciabilità e sostenibilità delle filiere delle principali materie prime agricole (cacao, caffè, latte, nocciole, olio di palma, zucchero di canna) e di carta e cartone, uno tra i materiali preponderanti negli imballaggi e unico certificabile in termini di sostenibilità⁵.

Come lo scorso anno, è stata aggiornata l'analisi di *performance* ambientale dei giochi Ferrero, ovvero le "sorprese" presenti in alcuni Brand Kinder® (Kinder® Joy/Merendero, Kinder® Sorpresa e le uova Kinder® GranSorpresa).

⁴ GWP a 100 anni calcolato in kg di CO₂ equivalenti.

⁵ Per approfondimenti si rimanda al capitolo "Le pratiche agricole sostenibili" e al paragrafo "I nostri imballaggi" di questo capitolo.

I valori si riferiscono all'anno fiscale 2011/2012⁶ e comprendono il ciclo delle sorprese dalla produzione delle materie prime e degli stampi fino ai processi di stampaggio e ai trasporti.



Anche per i giochi Ferrero, il Gruppo sta lavorando al miglioramento e alla solidità di raccolta dei dati per darsi, nel prossimo futuro, obiettivi sfidanti in termini di sostenibilità.

Il Gruppo Ferrero è impegnato anche nell'analisi dell'impronta ambientale dei propri principali *brand*.

Per tale ragione, nel 2012/2013 è stato avviato un progetto pilota allo scopo di individuare una metodologia interna per definire una specifica **roadmap di sostenibilità** per le diverse categorie di prodotti.

In parallelo, il Gruppo ha partecipato al test dell'*ENVIFOOD PROTOCOL* con lo scopo di contribuire all'implementazione di una metodologia europea per la conduzione di analisi di impatto ambientale dei prodotti alimentari e delle bevande.

Il test, conclusosi a metà ottobre 2013, ha permesso di individuare migliori nell'applicazione della metodologia, evidenziando peculiarità del settore "food&drink" e collegamenti alla metodologia PEF (*Product Environmental Footprint*) sviluppata dalla Commissione europea per misurare e comunicare il potenziale impatto ambientale nel corso del ciclo di vita di un prodotto. I risultati sono stati discussi a inizio 2014 durante la **Food SCP Round Table Workshop**, incontro a cui hanno partecipato associazioni di categoria, aziende private e Commissione europea.

⁶ Il periodo di riferimento della produzione delle sorprese si riferisce all'anno produttivo 2011/2012 che corrisponde all'anno commerciale di vendita 2012/2013, allineandosi alla raccolta dati del capitolo e del report. Rispetto ai precedenti rapporti, il processo di aggregazione dei dati è stato aggiornato al fine di consentire una più precisa visione delle aree di impatto.

Cambiamenti climatici e attività agricole

I cambiamenti climatici sono universalmente considerati come uno dei fattori in grado di influenzare maggiormente e a diversi livelli le attività agricole. In particolare, le agricolture tropicali sono estremamente sensibili ai cambiamenti delle tendenze e dei modelli climatici, che spesso generano fenomeni avversi a livello regionale. In quanto industria dolciaria, Ferrero utilizza necessariamente, nei propri prodotti, materie prime provenienti principalmente da zone tropicali, dove eventi climatici estremi conducono progressivamente a innalzamenti dei rischi di approvvigionamento, come incrementi improvvisi del prezzo della merce o instabilità dei volumi disponibili, spesso di qualità inferiore. Di conseguenza, vengono innescate dinamiche che si manifestano in una fase successiva con effetti dannosi nel lungo termine: abbandono delle aree rurali con migrazione di capitale umano, perdita di servizi e infrastrutture, progressivo incremento della complessità della catena di approvvigionamento. Gli elevati sforzi economici per assicurare ingredienti di alta qualità, tipici del modello di *business* Ferrero, causano una maggiore esposizione finanziaria che il Gruppo affronta attraverso programmi di mitigazione e lavorando a stretto contatto con i produttori dei Paesi di origine. Maggiori dettagli sui programmi del Gruppo Ferrero sono disponibili al capitolo "Le pratiche agricole sostenibili".

La performance ambientale degli stabilimenti

Il miglioramento della performance ambientale degli stabilimenti produttivi è stato oggetto di costante e crescente attenzione. Negli ultimi cinque anni, gli sforzi sono stati soprattutto indirizzati al conseguimento degli obiettivi di risparmio delle risorse energetiche e idriche, che sono stati infatti raggiunti prima della scadenza, inizialmente posta al 2020.

In particolare, nel quinquennio, i risparmi in queste aree sono stati complessivamente:

- 186 655 MWh di energia elettrica (pari al consumo di 35.000 lampadine da 60 Watt accese per 24 ore per 1 anno);
- 268 858 MWh di energia termica (pari al consumo di circa 150 milioni di docce calde);
- 4 400 090 m³ di acqua (pari a 1.760 piscine olimpiche).



Con riferimento alla produzione di rifiuti, si è posta attenzione alle attività di separazione alla fonte e recupero, il cui indice è incrementato del 3,8%, passando dall'88,4% del 2009 al 92,2% del 2012/2013.

Gli stabilimenti che rientrano nel perimetro di analisi di questo capitolo sono 15, distribuiti tra Europa, Americhe e Oceania.

Nell'anno 2012/2013, sono undici gli stabilimenti dotati di un sistema di gestione ambientale certificato secondo la norma ISO 14001, coprendo circa il 90% della produzione degli stabilimenti nel perimetro di riferimento.

Parallelamente, è avvenuto il passaggio alla certificazione di Gruppo, con il primo ciclo di *audit* effettuato da un unico ente esterno accreditato⁷: da giugno 2013, il Gruppo Ferrero possiede una certificazione **ISO 14001 multisito**, ossia un unico certificato per gli undici stabilimenti che precedentemente possedevano certificati locali con accreditamenti distinti. A fine 2013, anche lo stabilimento di Quito in Ecuador è entrato nella certificazione multisito. Entro fine 2017, entreranno progressivamente nel perimetro anche gli altri tre siti produttivi non ancora certificati, a conferma dell'obiettivo dichiarato.

Il Gruppo si è dotato di una "Politica Ambientale", di un manuale di gestione e di procedure (aggiornate dove necessario) volti a dare una visione comune sulla gestione dell'energia, del ciclo idrico, dei rifiuti, delle emissioni in atmosfera e sulla prevenzione della contaminazione del suolo, nonché sull'analisi dei dati e degli obiettivi ambientali dei siti Ferrero.

Prosegue il progetto lanciato per favorire sempre di più la comunicazione, l'integrazione, lo scambio di *know-how* e *best practice* all'interno del Gruppo. Di seguito sono illustrati gli sviluppi dell'ultimo anno.

Il programma **P.I.X.A. (Program of Internal eXchange of Auditors)**, che permette la partecipazione agli *audit* ambientali interni di tecnici provenienti da stabilimenti diversi da quello sottoposto a verifica, nel primo anno di applicazione ha portato ad avere 9 *audit* su 14 con partecipazione di un *cross auditor*. Il progetto è stato allargato anche alle funzioni centrali che si occupano di sostenibilità ambientale.

La **Community** riservata ai temi ambientali sul portale intranet aziendale permette di archiviare e consultare i documenti (di Gruppo e locali, interni ed esterni), le normative e le certificazioni che coinvolgono gli stabilimenti.

⁷ L'organismo di certificazione scelto dal Gruppo è Bureau Veritas, ente internazionale, presente in 140 Paesi, con accreditamento UKAS.

Il progetto **C.A.M.E.D. (Collection, Analysis and Management of Environmental Data)** ha terminato la sua prima fase, che aveva visto la creazione di un software dedicato alla raccolta dei dati ambientali, con l'obiettivo, da un lato, di migliorare il flusso dei dati e garantirne la sicurezza e, dall'altro, di creare un linguaggio comune tra tutti gli stabilimenti del Gruppo.

Il sistema è ormai conosciuto e operativo e permette di fare analisi sui diversi indicatori tra i diversi stabilimenti con una reportistica comune, che è alla base della seconda fase di sviluppo del progetto, il cui termine è previsto per il 2014. Anche i nuovi stabilimenti di Manisa in Turchia e San José Iturbide in Messico stanno ricevendo formazione e supporto per entrare a far parte del progetto.

Per quanto concerne la **Certificazione ISO 50001**, "Sistemi di gestione dell'energia – Requisiti e linee guida per l'uso", il Gruppo ha ottenuto due certificazioni locali, sottoposte ad audit di sorveglianza nell'ultimo anno, negli stabilimenti di Villers-Écalles in Francia e Stadtallendorf in Germania.

La performance ambientale degli stabilimenti - I principali comparti

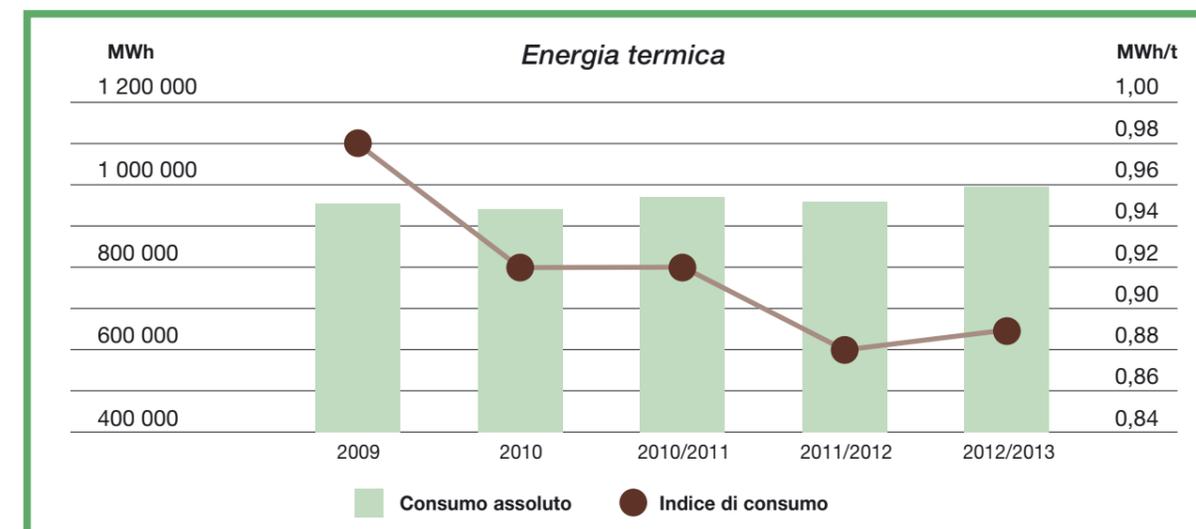
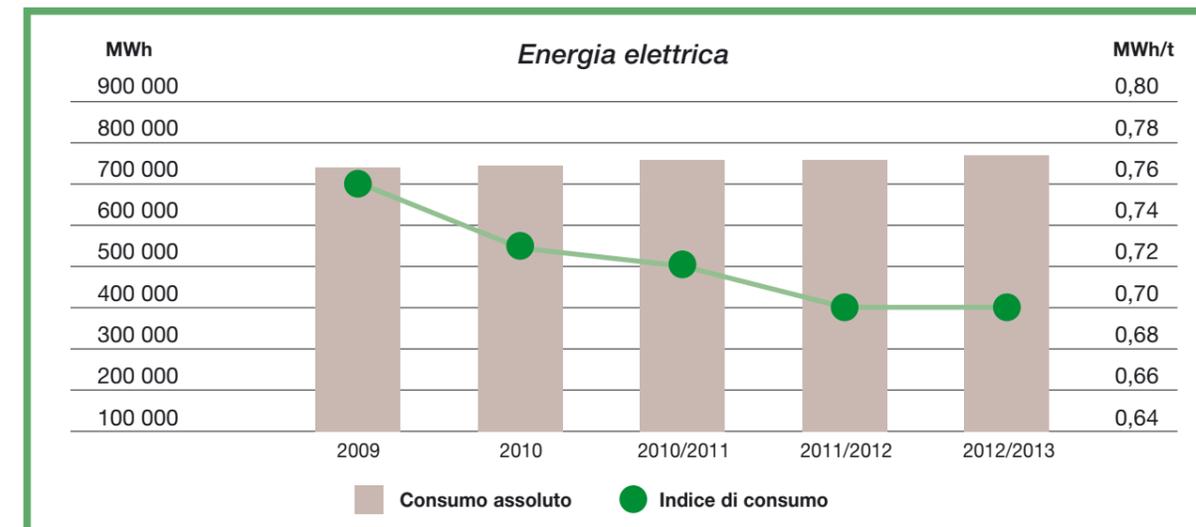
Di seguito sono riportati gli indicatori (KPI – Key Performance Indicators)⁸ per i diversi comparti ambientali.

Gestione ed efficienza energetica

Parametri		2009	2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013
Consumo di energia elettrica	MWh	747 625	751 452	761 897	763 758	774 100
Indice di consumo di energia elettrica	MWh/t	0,76	0,73	0,72	0,7	0,7
Consumo di energia termica	MWh	965 356	952 752	971 400	968 898	995 473
Indice di consumo di energia termica	MWh/t	0,98	0,92	0,92	0,88	0,89

Come si può notare dai grafici, l'andamento nei cinque anni presenta una riduzione progressiva dei consumi energetici specifici degli stabilimenti e un consolidamento del risultato ottenuto nell'ultimo anno, con indici pari a 0,7 MWh/t per l'energia elettrica e di 0,89 MWh/t per l'energia termica. I consumi energetici in valore assoluto presentano un aumento, legato all'incremento della produzione.

⁸ A partire dal Rapporto 2012, i dati contenuti nel presente capitolo si riferiscono al periodo 1° settembre – 31 agosto e non più all'anno solare, come nelle precedenti edizioni. Questo passaggio, che permette di uniformare la reportistica del capitolo a quella dell'intero rapporto CSR, comporta la sovrapposizione parziale dei periodi 2010 e 2010/2011. Occorre pertanto tenere conto di tale limite alla comparabilità dei dati relativi a tali periodi.



Per dare ulteriore impulso al miglioramento dell'efficienza energetica degli stabilimenti, verranno avviate specifiche attività a decorrere dall'esercizio 2013/2014. In primo luogo, il progetto "Green Weekend" che ha l'obiettivo, a partire da un'attenta analisi negli stabilimenti, di ridurre i consumi energetici durante le fermate produttive settimanali. Il risultato sarà ottenuto grazie al coinvolgimento e alla sensibilizzazione di tutto il personale di produzione. Lo slogan del progetto è "Ogni Weekend è un Green Weekend" ("Every Weekend is a Green Weekend"). Sarà anche avviato un progressivo rafforzamento del presidio di *Energy Management* negli stabilimenti, costruendo un *network* di competenze tra i tecnici, che saranno così in grado di confrontarsi tra loro e scambiarsi esperienze e soluzioni. Parallelamente, proseguiranno le attività di "caccia agli sprechi" energetici (ad esempio perdite di aria compressa, perdite nella rete di distribuzione del vapore, perdite di energia termica da edifici e impianti).

Al momento della stesura di questo rapporto, è in fase di completamento lo svolgimento dei **check-up energetici** in tutti gli stabilimenti del perimetro. Questo risultato è stato ottenuto grazie a una particolare focalizzazione sull'obiettivo, inizialmente previsto al 2020, che è considerato punto di partenza per ulteriori passi avanti nel miglioramento dell'efficienza energetica nei prossimi anni. I check-up forniscono un'istantanea dei flussi di energia utilizzati dallo stabilimento e permettono di implementare azioni di gestione dei consumi e di miglioramento dell'efficienza nell'uso dell'energia. In alcuni stabilimenti è stato già svolto o è attualmente in corso un aggiornamento del *check-up*.

Il Gruppo proseguirà nell'impegno per il risparmio e l'efficienza energetica nei nuovi stabilimenti come in quelli già esistenti, misurando l'utilizzo e la distribuzione dell'energia. Questo si traduce in una diffusione sempre più capillare di moderni strumenti di misura che, grazie ai sistemi di acquisizione, monitoraggio e storicizzazione di dati, permettono un controllo mirato e qualificato del consumo energetico.

Gestione e conservazione dell'acqua

Come si può osservare dai dati, anche in questo caso l'andamento quinquennale del Gruppo ha portato a notevoli riduzioni e a un consolidamento dei risultati ottenuti, con un complessivo miglioramento del 26,4% dell'indice di consumo idrico, che ha raggiunto il valore di 3,87 m³/t nell'ultimo anno.

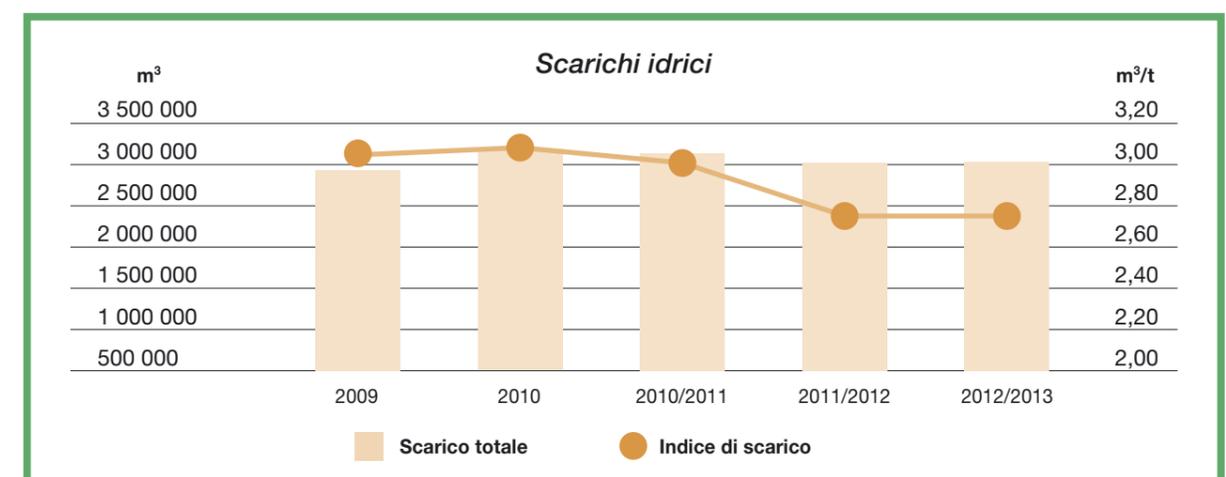
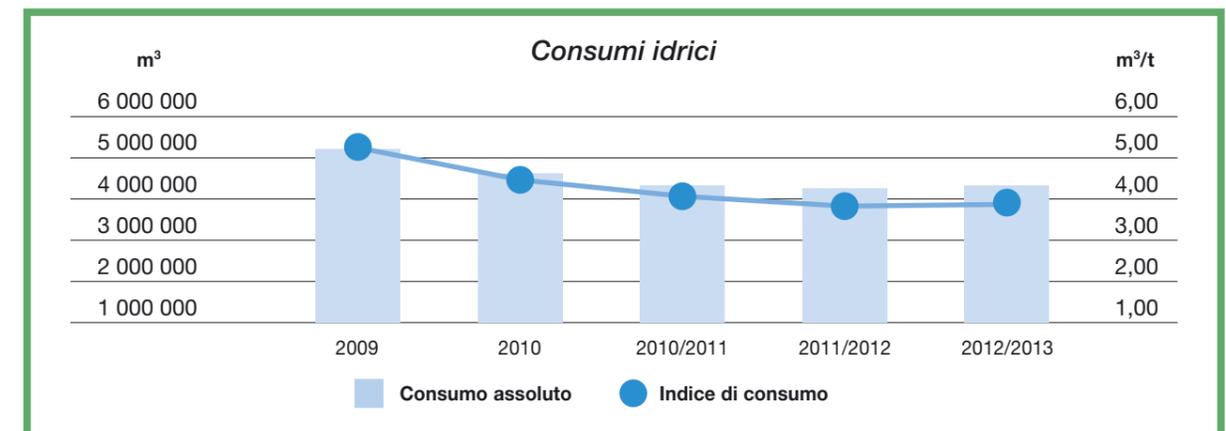
Parametri		2009	2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013
Consumo idrico	m ³	5 171 117	4 788 176	4 334 380	4 156 350	4 308 536
Prelievo da fiume	%	23,3	27,6	17,2	19	20,9
Prelievo da falde	%	41,2	32,4	36,8	33,3	32,3
Prelievo da acquedotto	%	35,4	40	46	47,6	46,8
Indice di consumo idrico	m ³ /t	5,26	4,63	4,10	3,79	3,87
Scarico idrico	m ³	2 981 574	3 183 841	3 173 836	3 012 981	3 056 674
A rete fognaria	%		94	93,2	92,8	92,8
In acque superficiali	%		5,7	6	6,2	6,7
In suolo o sottosuolo	%		0,3	0,7	1	0,5
Indice di scarico idrico	m ³ /t	3,03	3,08	3,00	2,74	2,75

Gli sforzi per ridurre i consumi si sono concentrati, come in passato, su interventi che hanno riguardato il miglioramento dei circuiti di raffreddamento, l'eliminazione di perdite dalle reti di distribuzione, l'ottimizzazione degli impianti esistenti e l'applicazione di tecniche di risparmio idrico consolidate nel tempo, quali sistemi di lavaggio *Cleaning In Place* (CIP), l'installazione di erogatori ad azionamento automatico e l'adozione di impianti di raffreddamento con ricircolo dell'acqua (es. a torri evaporative).

La fonte di prelievo idrico viene scelta, qualora permesso dalla legislazione e dalle caratteristiche idrogeologiche del sito, in modo da ridurre l'impatto sull'ambiente e sugli altri utilizzatori.

Per quanto riguarda gli scarichi idrici, comunque privi di sostanze tossiche e pericolose, sono stati avviati progetti locali per il miglioramento della loro qualità ambientale, quali le attività di formazione del personale addetto alle pulizie e all'uso di detersivi, l'installazione di dosatori automatici, la scelta di prodotti ecologici. Molto importanti sono poi le analisi dei processi per individuare fasi, aree, macchinari da cui si origina il discioglimento in acqua delle sostanze; dove possibile, sono stati svolti interventi per ridurre le quantità o trovare soluzioni alternative di processo o pulizia.

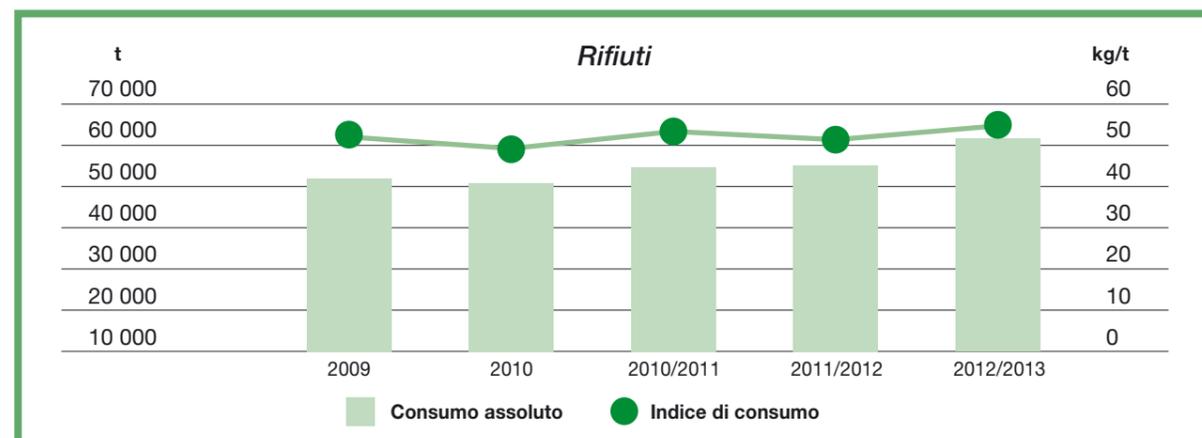
Nel rispetto delle peculiarità locali, gli scarichi di stabilimento vengono avviati a impianti di trattamento esterni, portando sempre a soluzioni vantaggiose per entrambe le parti e per l'ambiente. La composizione dei reflui dei nostri stabilimenti, infatti, facilita spesso il processo di trattamento degli impianti esterni; inoltre, l'esternalizzazione del trattamento elimina l'impiego di sostanze chimiche e migliora gli aspetti di igiene dello stabilimento.



Gestione dei rifiuti e prevenzione

Parametri		2009	2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013
Produzione rifiuti	t	52 947	51 116	55 632	55 908	61 710
Indice di recupero	%	88,4	89,6	89,1	90,9	92,2
Indice di produzione rifiuti	kg/t	53,8	49,4	52,7	50,9	55,5

L'andamento dell'indice di produzione di rifiuti in questo quinquennio è sostanzialmente costante, pur presentando un incremento nell'ultimo anno di rendicontazione 2012/2013.



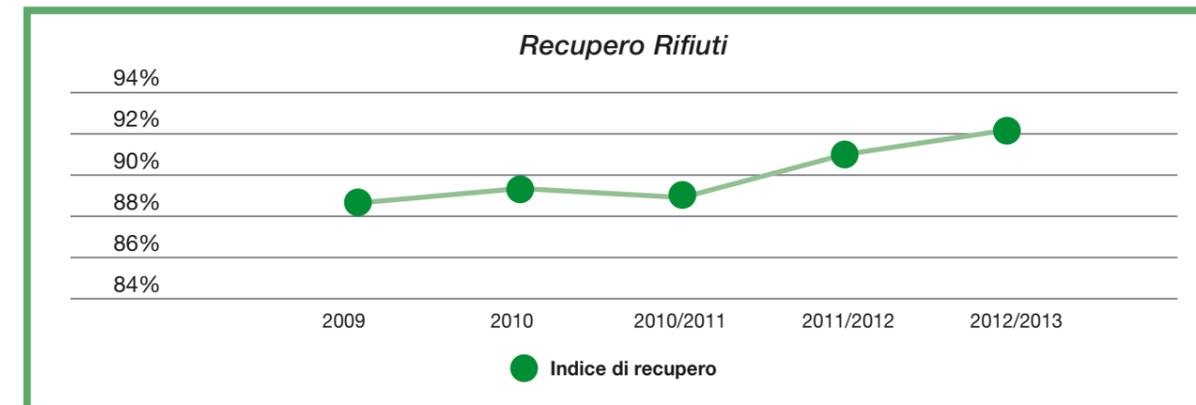
È in corso l'individuazione di progetti specifici volti a ridurre la produzione di rifiuti nella direzione, coerente con i recenti orientamenti dell'Unione europea, di incrementare sempre di più la quantità di rifiuti recuperati.

A tal proposito, il Gruppo ha avviato un'analisi dei rifiuti, riconducendoli ai processi di produzione, sui quali concentrare gli sforzi di riduzione. Tali processi riflettono la composizione dei rifiuti del Gruppo e sono stati così identificati:

- produzione: rifiuti legati al processo produttivo;
- imballi: rifiuti derivanti dagli imballi primari, secondari e terziari usati negli stabilimenti;
- analisi e controllo: rifiuti dei laboratori;
- manutenzione: rifiuti derivanti dalle attività di manutenzione ordinaria e straordinaria all'interno dei siti;
- contenimento emissioni: rifiuti derivanti dai processi di trattamento delle principali emissioni degli stabilimenti, quali scarichi idrici ed emissioni in atmosfera;
- altro: rifiuti non facenti parte delle categorie precedenti.

Il Gruppo, in questi anni, ha concentrato i suoi sforzi nella riduzione di ogni forma di spreco delle risorse privilegiando le azioni di prevenzione e ponendo attenzione al recupero, come dimostra l'incremento della

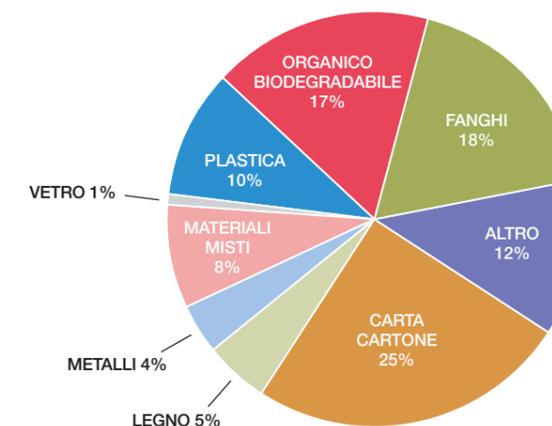
percentuale di recupero dei rifiuti, in costante miglioramento, con un valore del 92,2% nell'ultimo anno.



Come in passato, ampia attenzione viene prestata al recupero di carta, plastica, vetro e metalli nelle filiere specifiche, al recupero in compostaggio e, dove possibile, al recupero energetico.

La situazione dell'esercizio 2012/2013 è riportata nel seguente grafico, che rappresenta lo spaccato per peso dei rifiuti non pericolosi recuperati:

Rifiuti non pericolosi recuperati per peso nel 2012/2013



I rifiuti pericolosi corrispondono all'1,27% del totale e sono generati esclusivamente da attività di analisi e controllo (chimico, fisico, microbiologico) e manutentive.

Le principali azioni di prevenzione riguardano la sensibilizzazione di tutto il personale, il miglioramento dell'efficienza delle linee di produzione e di imballaggio e, infine, la destinazione degli inevitabili residui di produzione alla filiera della mangimistica animale.

In conclusione, si sottolinea che nel 2012/2013 non sono avvenuti sversamenti significativi di sostanze nell'ambiente o incidenti in nessuno dei 15 stabilimenti, né si sono ricevute segnalazioni esterne di rilievo.

Energia e ambiente

Nell'esercizio 2012/2013, Energhe⁹ ha consolidato la sua attività in Europa e ha iniziato la sua attività anche presso i siti produttivi nei Paesi extra UE.

Evoluzione del parco di generazione

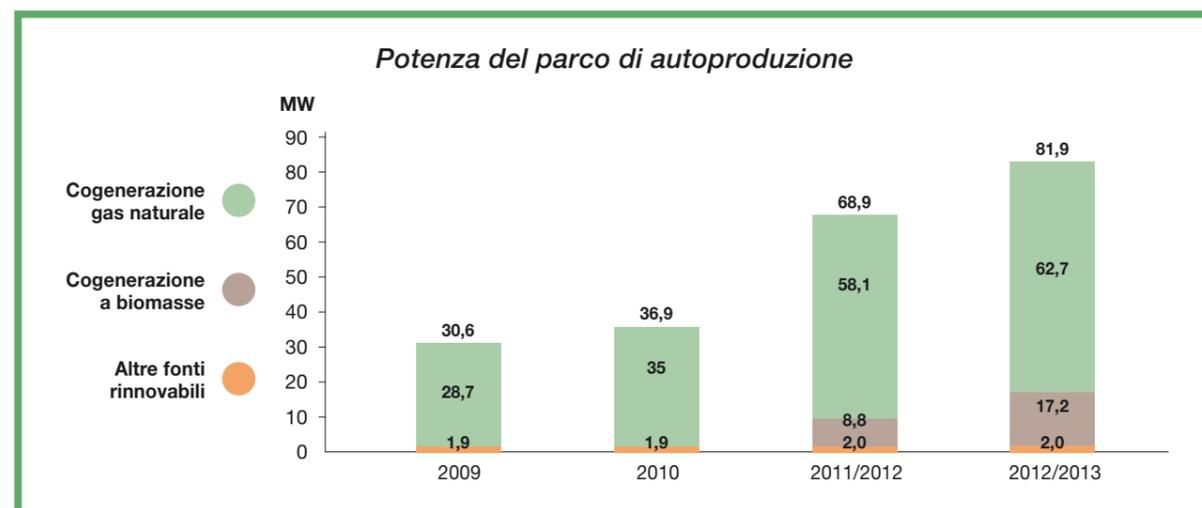
Prosegue la realizzazione di nuovi impianti di generazione, esclusivamente ad alta efficienza o da energie rinnovabili, in virtù dei loro benefici ambientali. La tabella seguente riporta la potenza elettrica in MW, suddivisa per Paese e per fonte, degli impianti attualmente in esercizio o in costruzione alla data di pubblicazione del presente rapporto.

Elenco degli impianti realizzati o in costruzione presso i siti Ferrero				
MW	Gas naturale	Biomasse liquide	Fotovoltaico	Eolico
Italia	34,60*	17,2	1,35	
Germania	13,0		0,63	
Polonia	5,60			0,03
Belgio	4,20			
Canada	4,60			
Australia	0,70			
Irlanda	1,50**			
Totale per fonte	64,20	17,2	1,98	0,03
Totale	83,41			

* Include 25 MW di Alba Power pari al 51% della potenza (% di partecipazione Ferrero nella società Alba Power S.p.A.).

** In costruzione.

Il grafico seguente mostra la capacità di auto-produzione progressivamente entrata in esercizio a partire dal 2009.



⁹ Energhe: società del Gruppo Ferrero.

Lo sviluppo dei nuovi progetti

Nel corso del 2013, è entrata in funzione la centrale "Quattro-Gen", la nuova centrale di cogenerazione ad alta efficienza a gas naturale (4,6 MWel) presso lo stabilimento di Brantford in Canada; la produzione di questa centrale è articolata su quattro vettori: elettricità, vapore, acqua calda e acqua refrigerata. Prosegue lo sviluppo del progetto eolico in Polonia mentre è stato sospeso il progetto italiano; le potenze effettivamente installate e le tempistiche della loro realizzazione sono legate ai processi autorizzativi oltre che agli effetti dell'entrata in vigore di nuove normative. Si sono conclusi gli studi e le valutazioni tecnico-ambientali per un impianto di cogenerazione a biogas ottenuto dalla digestione anaerobica dei sottoprodotti dei nostri processi industriali; le indicazioni provenienti dai test di fermentazione e l'orientamento delle politiche nazionali in materia sembrano privilegiare la loro attuale valorizzazione nella mangimistica piuttosto che a fini energetici.

È stata avviata la fase di progettazione di un nuovo impianto di autoproduzione (cogenerazione a gas ad alta efficienza) presso lo stabilimento Ferrero di Cork in Irlanda mentre continua la valutazione di ulteriori impianti presso i rimanenti siti produttivi (es. Messico, Brasile, Russia) a conferma dell'interesse del Gruppo a cogliere tutte le opportunità di riduzione delle emissioni di CO₂ dei propri processi.

Altre azioni/informazioni

Certificazioni

Gli impianti di autoproduzione di Arlon, Belsk, Lithgow, Sant'Angelo dei Lombardi e Stadtallendorf sono ricompresi nel perimetro della certificazione ISO 14001 dei rispettivi stabilimenti. Alba Power ha rinnovato le certificazioni ISO 14000 ed EMAS.

Attività di ricerca

Ferrero intrattiene proficui rapporti a livello internazionale con il mondo accademico e della ricerca scientifica. In Italia, prosegue la collaborazione con università e partner industriali in un progetto di ricerca che ha per oggetto la valutazione delle diverse tecnologie per l'efficientamento dei processi industriali, per il recupero di energie e per la valorizzazione energetica dei sottoprodotti dei nostri processi industriali. Continua l'osservazione degli sviluppi della ricerca nel campo delle biomasse liquide vegetali (alghe), non in competizione con il settore alimentare.

Obiettivi al 2013/2014

Si ritiene di riportare che gli obiettivi al 2013/2014 riferiti all'energia elettrica autoprodotta sono diventati particolarmente ambiziosi a causa:

- del nuovo corso della politica energetica di alcuni Paesi europei e dell'entrata in vigore di normative con maggiori vincoli nello sviluppo di impianti di generazione;

- delle incertezze nei processi autorizzativi;
- della sensibilità di alcune comunità locali sugli impatti paesaggistici di nuove installazioni (per esempio eoliche).

Pertanto, rispetto a tali obiettivi, si stima di raggiungere quanto segue:

- per la potenza installata di autoproduzione, 83,5 MW (anziché 85 MW) di cui oltre il 22% (anziché 25%) da fonte rinnovabile;
- per l'energia elettrica autoprodotta, 70% (anziché 75%) dell'energia consumata da tutti gli stabilimenti europei del Gruppo (Belgio, Francia, Germania, Irlanda, Italia, Polonia a esclusione di Russia e Turchia) di cui il 18% (anziché il 25%) da fonte rinnovabile.

Il Gruppo conferma l'impegno al 2020 per l'implementazione di un piano di azioni energetiche a livello mondiale, compatibile con i vincoli locali degli stabilimenti esistenti e futuri volto alla riduzione delle emissioni, che sarà dettagliato nel prossimo rapporto.

Alba Power e il teleriscaldamento della città di Alba

Nell'anno in corso, è proseguita l'attività di Alba Power, l'impianto di cogenerazione ad alta efficienza realizzato nel 2007 in *partnership* tra Ferrero e la società di gestione dei servizi pubblici locali. L'impianto è tra i pochi in Italia che, in virtù della destinazione dell'energia prodotta sia a scopi di teleriscaldamento civile sia per il miglioramento dell'efficienza energetica di un sito industriale, ha ottenuto l'assegnazione di "certificati verdi" e di titoli di efficienza energetica.

Alba Power ha la finalità di erogare sia energia elettrica che termica allo stabilimento Ferrero di Alba, energia termica alla rete del teleriscaldamento della città di Alba ed energia elettrica per i clienti finali. A partire dalla sua entrata in esercizio, l'impianto ha prodotto oltre 2 milioni di MWh elettrici e oltre 3 milioni di MWh termici; inoltre, grazie alla sua elevata efficienza ha fornito un significativo contributo alla riduzione delle emissioni di CO₂.

I numeri salienti del teleriscaldamento di Alba sono i seguenti: oltre 820 edifici, fra cui case, uffici, aziende, centri commerciali, scuole e l'ospedale collegati da una rete di oltre 30 km di tubazioni, quasi 4.000.000 di metri cubi teleriscaldati e una potenzialità installata presso gli utenti di circa 100 MW.

I vantaggi sono evidenti:

- a livello ambientale, riduzione delle emissioni di CO₂ a seguito dello spegnimento degli impianti domestici di riscaldamento;
- a livello di singoli utenti, riduzione degli oneri e dai rispettivi costi legati a un impianto domestico di riscaldamento (controlli annuali, manutenzioni, sostituzione ogni 10 anni circa) che viene sostituito da un semplice scambiatore di calore.

Produzione e acquisto dell'energia

Nel presente paragrafo si utilizzano le seguenti definizioni:

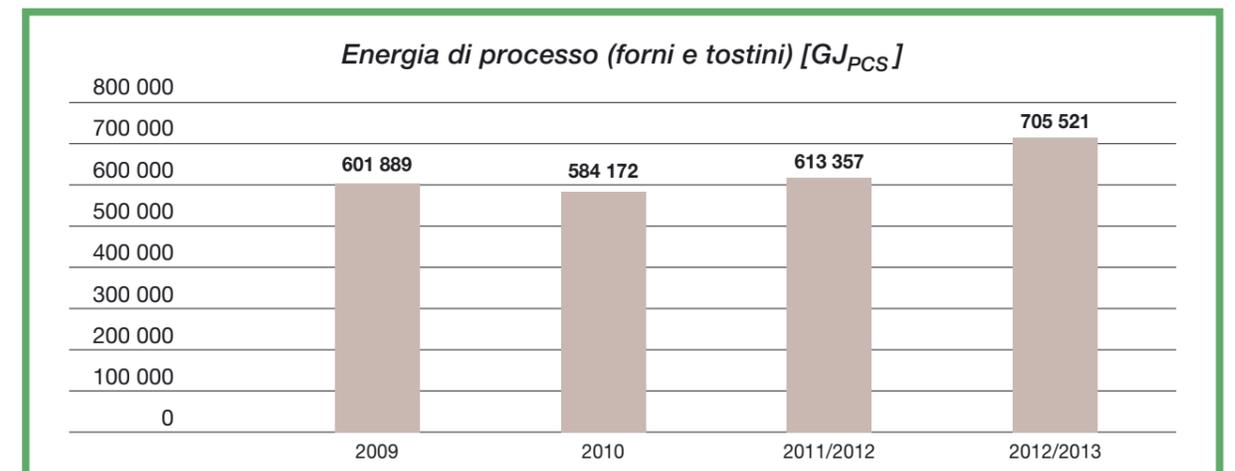
- **energia diretta:** esclusivamente quella di processo utilizzata in forni e tostini;
- **energia indiretta;**
- **termica,** sotto forma di vapore e acqua calda, completamente autoprodotta;
- **elettrica,** in parte autoprodotta e in parte acquistata dal mercato.

I dati 2011/2012 e 2012/2013 si riferiscono al periodo 1° settembre – 31 agosto, gli anni di confronto 2008, 2009 e 2010 si riferiscono invece all'anno solare dal 1° gennaio al 31 dicembre; pertanto, occorre tenere conto di tale limite alla comparabilità dei dati relativi a tali periodi.



Energia diretta

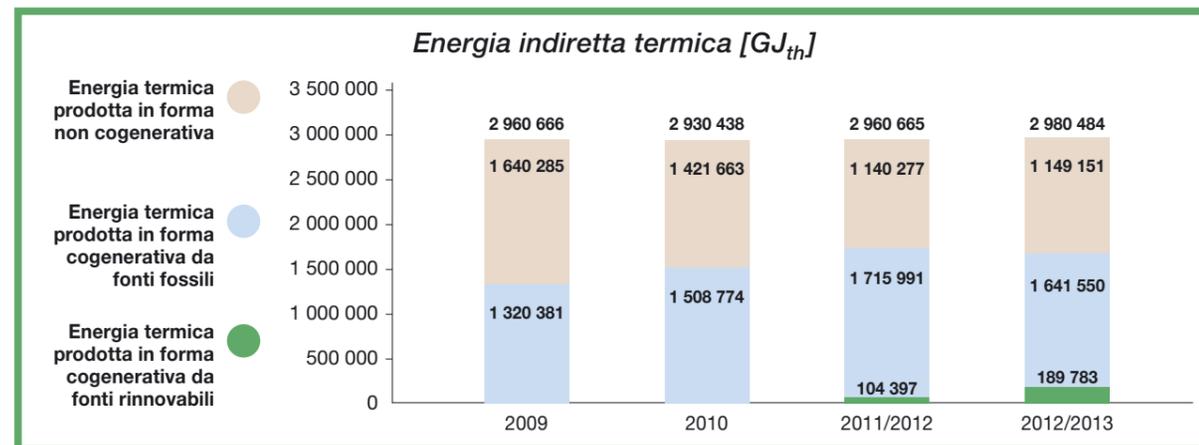
Il grafico seguente riporta i consumi annui di energia diretta.



Nell'ultimo anno si è avuto un incremento del consumo di energia di forni e tostini causato principalmente dal mix produttivo e da aumenti di volumi degli stabilimenti che lavorano cacao e prodotti da forno e waferati.

Energia indiretta termica

L'energia termica, sotto forma di vapore e acqua calda, viene totalmente autoprodotta in caldaie tradizionali o negli impianti di cogenerazione ad alta efficienza.

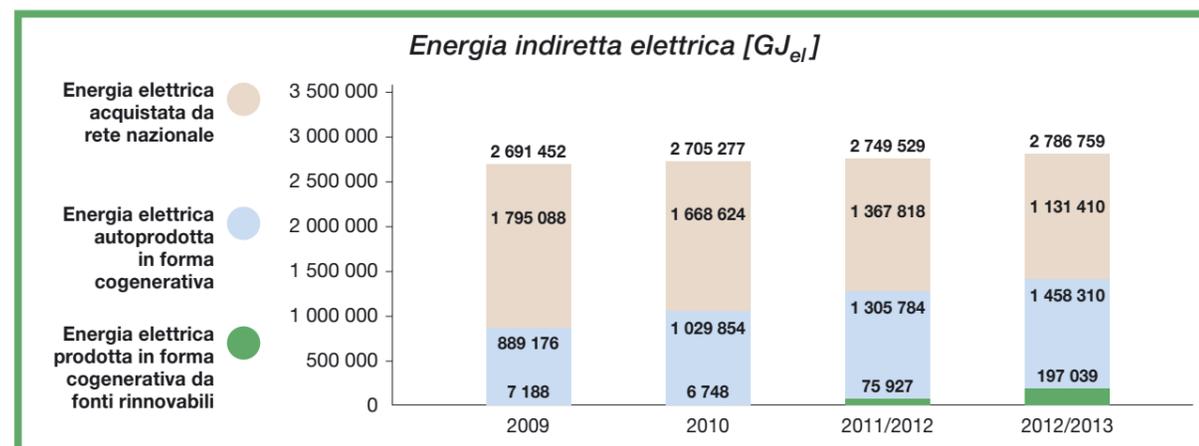


Si evidenzia:

- il progressivo aumento dell'energia termica prodotta negli impianti di cogenerazione ad alta efficienza;
- l'aumento della produzione di energia termica da fonti rinnovabili;
- la produzione di energia termica in linea con quella degli anni precedenti nonostante l'aumento dei volumi produttivi, a testimonianza dell'efficienza dei nostri processi.

Energia indiretta elettrica

L'energia elettrica è in parte autoprodotta (negli impianti di cogenerazione



ad alta efficienza o da fonte rinnovabile) e in parte acquistata dal mercato. Le "caratteristiche ambientali" (energia primaria impiegata ed emissioni di CO₂) della quota parte acquistata dipendono dalla composizione del parco di generazione di ogni singolo Paese.

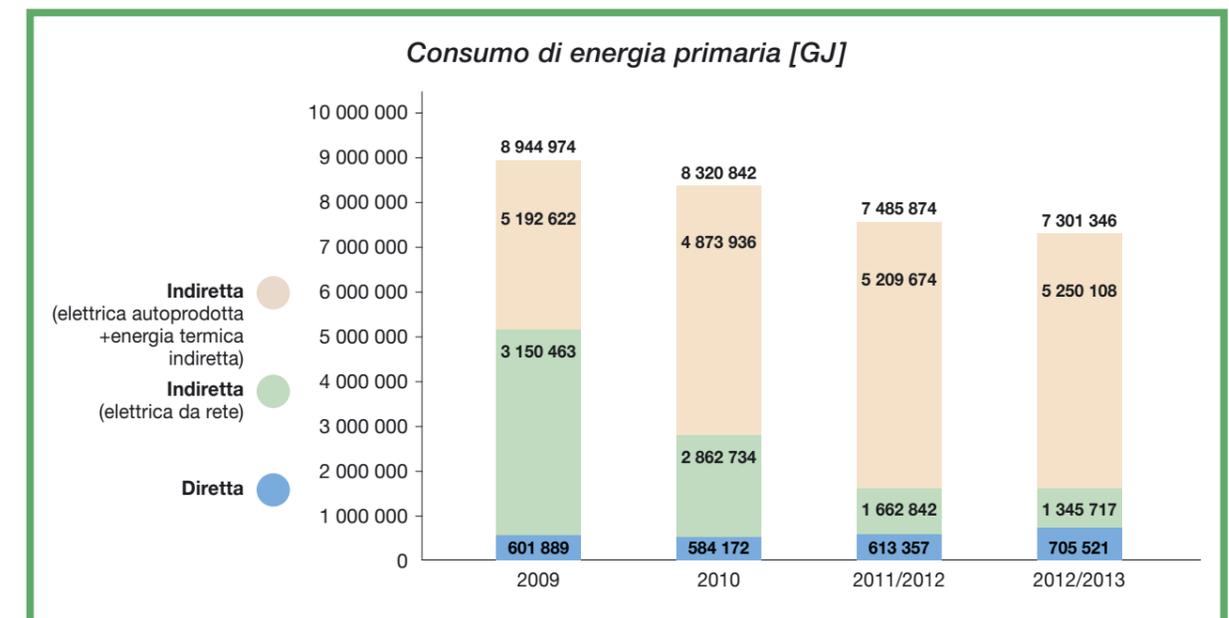
Si evidenzia:

- il progressivo aumento dell'energia elettrica autoprodotta negli impianti di cogenerazione ad alta efficienza e da fonti rinnovabili;
- i consumi di energia elettrica (autoprodotta e acquistata) in linea con quelli degli anni precedenti, nonostante l'aumento dei volumi produttivi, a testimonianza dell'efficienza dei nostri processi.

I benefici conseguiti

La progressiva entrata in esercizio degli impianti di cogenerazione ad alta efficienza o da fonti rinnovabili, unitamente agli interventi di efficienza energetica nei processi produttivi, continuano a migliorare le performance energetiche e ambientali del Gruppo: riduzione dei consumi di energia primaria e di emissioni di CO₂. Tali riduzioni, espresse in valore assoluto, sono ancora più importanti se si considera l'andamento dei volumi annui di produzione, in costante crescita.

Il grafico sotto riportato tiene conto anche del contributo derivante dalla fornitura di energia elettrica da mercato per lo stabilimento di Stadallendorf, certificata 100% da fonte rinnovabile.



I consumi di energia primaria del 2009 e 2010 sono stati ricalcolati sulla base di un aggiornamento dei dati relativi alle produzioni esternalizzate successivo alla pubblicazione del rapporto di responsabilità sociale d'impresa 2011.

Le emissioni di CO₂

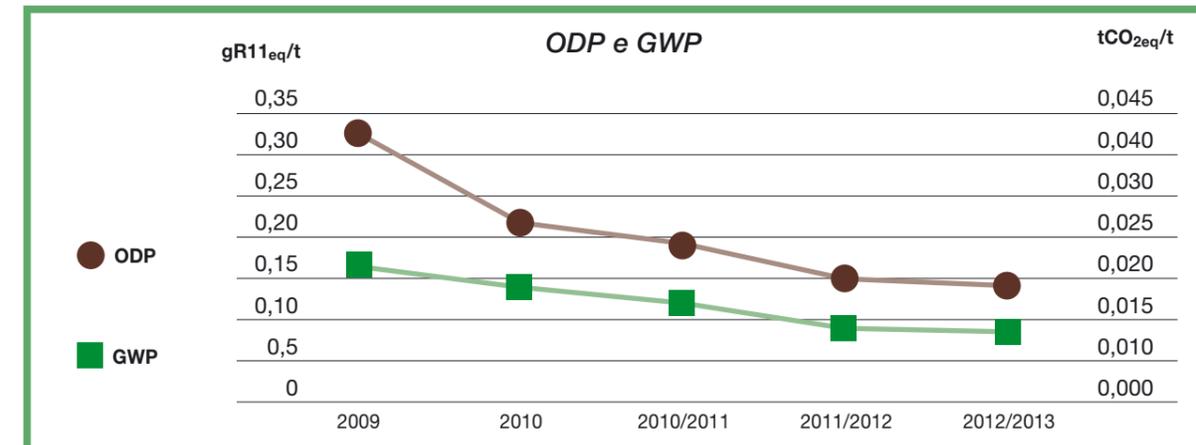
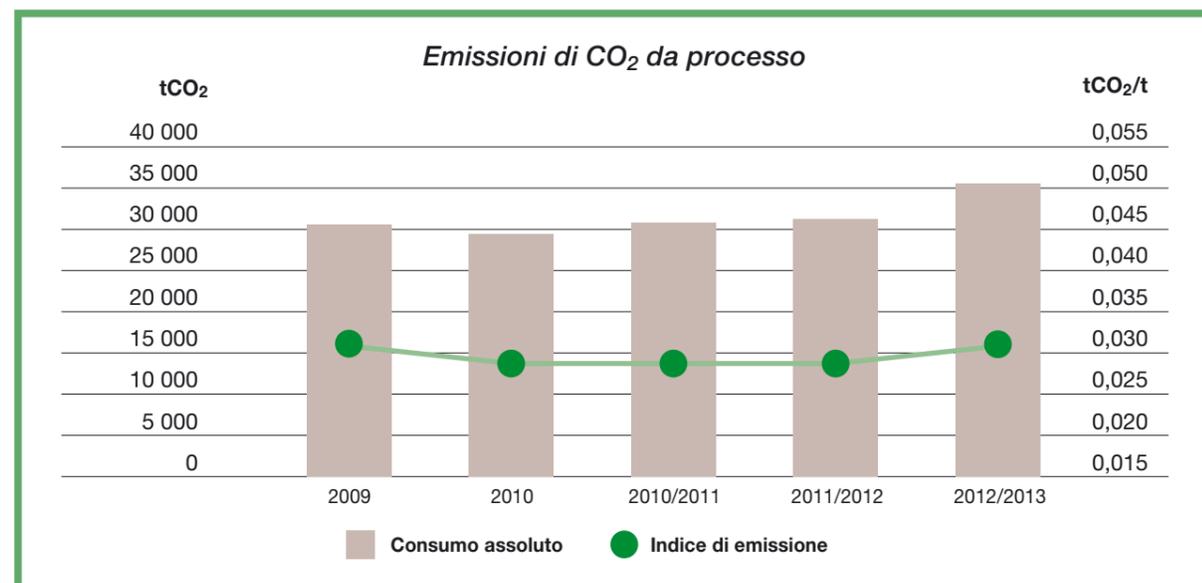
Emissioni dirette

Parametri		2009	2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013
Emissioni dirette di CO ₂ da impianti di processo produttivo	tCO ₂	30 135	29 250	30 092	30 738	35 337
Indice di emissione dirette di CO ₂ da impianti di processo produttivo*	tCO ₂ /t	0,031	0,028	0,028	0,028	0,032
ODP connesso a consumo di gas refrigeranti	gR11 _{eq} /t	0,33	0,22	0,19	0,15	0,14
GWP connesso a consumo di gas refrigeranti	tCO _{2eq} /t	0,022	0,019	0,017	0,013	0,012

* Il leggero aumento dell'indice nel 2012/2013 è dovuto, come per l'energia di processo, principalmente dal mix produttivo.

I dati dei nostri stabilimenti mostrano un andamento costante dell'indice di emissione di CO₂ derivante dai processi produttivi; sono invece in diminuzione i due indicatori legati alle emissioni fuggitive di gas usati nei sistemi di refrigerazione, ODP (*Ozone Depletion Potential*, ossia la potenziale distruzione dell'ozono atmosferico dovuta all'immissione di una sostanza nell'aria, espresso in termini di R11 equivalente, gas con ODP pari a 1) e GWP (*Global Warming Potential*, ossia il contributo all'effetto serra dato da un gas refrigerante rilasciato in atmosfera, espresso in termini di CO₂ equivalente).

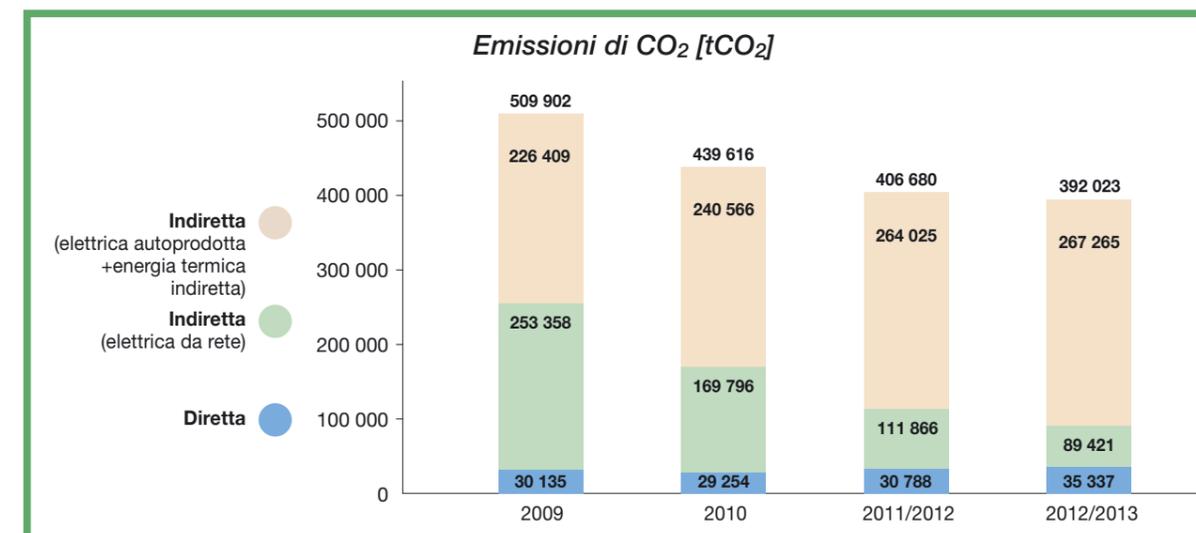
Continua l'applicazione dei principi di prevenzione all'origine e gestione, attraverso l'utilizzo delle tecnologie di abbattimento più appropriate, quali



filtri, cicloni¹⁰, "scrubber" a umido per il contenimento delle sostanze presenti nelle emissioni (principalmente polveri alimentari e composti organici volatili).

Emissioni totali derivanti dalle attività produttive

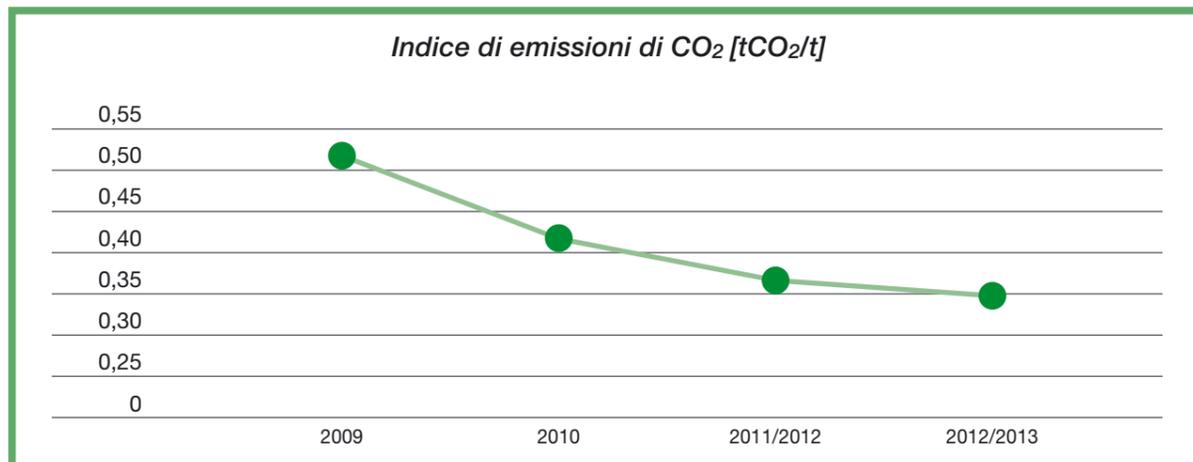
Il seguente grafico riporta le emissioni annue totali derivanti dalle attività produttive del Gruppo Ferrero:



Le emissioni di CO₂ relative all'energia elettrica acquistata da rete nel 2009 e 2010 sono state ricalcolate sulla base dei nuovi coefficienti di emissione pubblicati da IEA (2012).

La riduzione delle emissioni di CO₂, espressa in valore assoluto, è ancora più significativa se si considera l'andamento dei volumi annui di produzione, in costante crescita. L'indice di emissioni per unità di prodotto derivanti dalle attività produttive è infatti diminuito dal 2009 di oltre il 32%.

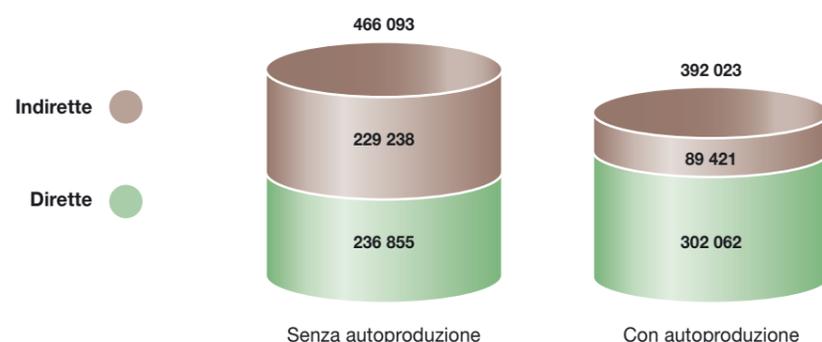
¹⁰ I cicloni sono sistemi di abbattimento senza organi in movimento, in cui il gas effluente assume un percorso a spirale: le particelle in esso presenti si depositano sulle pareti per forza centrifuga e precipitano per gravità. Gli scrubber a umido effettuano una sorta di "lavaggio" dell'effluente: nel dispositivo, acqua o soluzioni acquose vengono nebulizzate, in modo da asportare impurità contenute nell'effluente.



Il risparmio di emissioni di CO₂ conseguito dal 2009 (oltre 489 000 tonnellate) è pari alle emissioni complessive provocate da circa 243.000 auto di media cilindrata.

Inoltre il grafico seguente rappresenta la riduzione delle emissioni di CO₂ (dirette e indirette) per effetto dell'autoproduzione (-15,9%) in assetto cogenerativo a elevata efficienza.

Emissioni annue di CO₂ del 2012/2013 [t]



Biodiversità

Si segnala che, sulla base di un'analisi interna*, i 20 stabilimenti Ferrero non includono nei loro perimetri aree protette o a elevata biodiversità, né determinano impatti ambientali significativi su tali aree. Si riscontrano solo due casi di aree protette adiacenti agli stabilimenti Ferrero (ovvero a meno di 3 km), sulle quali le attività Ferrero non determinano però impatti ambientali significativi: il "Boucles de la Seine normande Regional Nature Park" in Francia e la "Brant Conservation Authority Area" in Canada.

* L'analisi include i 20 stabilimenti Ferrero attivi al 31 agosto 2013. Tale analisi, svolta a inizio 2012, è stata aggiornata includendo i nuovi stabilimenti presenti in Messico e Turchia.

Così progettiamo le nostre infrastrutture e i nostri macchinari

Come già anticipato nel precedente rapporto CSR, le iniziative intraprese sono:

- implementazione di un "tool informatico" per la valutazione delle performance ambientali dei macchinari in fase di progettazione, con possibilità di ricercare ed esplorare configurazioni alternative ottimizzanti;
- impiego di strumenti di analisi e software di simulazione che consentano dimensionamenti ottimizzati degli organi attuatori e delle trasformazioni di energia (progettazione equipaggiamento elettrico delle macchine, motorizzazioni, sistemi di controllo e azionamento);
- studi tecnico/tecnologici orientati alla minimizzazione degli scarti connessi al funzionamento dei macchinari (scarti di processo);
- impiego sistematico, in tutte le nuove realizzazioni e anche in occasione di modifiche, di motori elettrici ad alta efficienza.

Il Gruppo conferma il proprio impegno nei seguenti ambiti:

- conseguimento di certificazioni europee di Valutazione Ambientale (seguendo standard locali es. Protocollo ITACA in Italia) per i nuovi edifici adibiti a uffici di significativa importanza, progettati internamente;
- aggiornamento del modulo dedicato alla sostenibilità, presente nel Capitolato Tecnico Generale Ferrero, implementando i requisiti tecnici per rimanere al passo con gli standard internazionali più restrittivi;
- riduzioni di tutti gli impatti ambientali delle attività industriali del Gruppo con benefici che saranno visibili con gli attuali parametri delle misurazioni delle performance come indicato nel paragrafo "La performance ambientale degli stabilimenti";
- estensione del sistema di misura e raccolta dei dati di consumo energetico, per macchine e impianti esistenti, che potrà confermare e precisare il valore di stima relativamente al confronto con i macchinari nuovi e orientare ulteriori interventi migliorativi sugli impianti esistenti.

I nostri imballaggi

Il trend di consumo di imballi dal 2009 alla data di riferimento di questo report evidenzia come l'applicazione nella fase di sviluppo e progettazione della strategia Ferrero delle 5R¹¹ (rimozione, riduzione, riciclabilità, riutilizzo e rinnovabilità) abbia permesso al Gruppo di contenere l'aumento del packaging nonostante l'aumento dei volumi di produzione. Infatti, con solo quattro dei principali progetti pubblicati nei precedenti report, il Gruppo Ferrero ha risparmiato circa **9 000 t** di materiale di origine fossile¹².



Anche nell'anno 2012/2013, diverse azioni sono state realizzate in tal senso: tra queste, il progetto per l'ottimizzazione e unificazione dei tappi dei vasetti Nutella® T400 e T750¹³, distribuiti a livello mondiale, che hanno portato alla riduzione del consumo di materiale plastico polipropilene di oltre **500 t/anno**¹⁴.

Oltre ad azioni di riduzione alla fonte, l'impegno del Gruppo nel perseguire la propria strategia di progettazione è emerso anche nel raggiungimento dell'obiettivo sull'aumento del 10% del contenuto di riciclato utilizzato, che il Gruppo si era prefissato nel primo rapporto CSR; nell'anno 2012/2013, la percentuale di utilizzo di riciclato è intorno al 36%¹⁵ in peso, in aumento

¹¹ Rimozione: diminuzione del numero di elementi del packaging delle confezioni; Riduzione: riduzione dell'utilizzo di materiali, attraverso la sgrammatura, la riduzione degli eccessi di imballaggio e l'ottimizzazione del design; Riciclabilità: uso, ovunque sia tecnicamente e qualitativamente possibile, di materiali riciclati e di materiali altamente recuperabili a fine vita; Riutilizzo: sviluppo e implementazione di soluzioni che possano essere destinate a altri usi funzionali o re-introdotte nel ciclo produttivo; Rinnovabilità: uso di materiali ottenuti da risorse rinnovabili (evitando di attingere, se possibile, dalla filiera alimentare).

¹² Il valore indicato rappresenta una stima calcolata sui volumi annuali a budget a partire dall'anno in cui ogni azione è stata approvata e si riferisce ai progetti per la riduzione della scatola T16 di Rocher®, la riduzione in peso dell'incarto della pralina del Rocher®, degli astucci di Tic Tac T1 e T100 e della capsula unificata ribassata di Nutella® T400 e T750.

¹³ Si intendono i vasetti contenenti da 300g a 800g di prodotto.

¹⁴ Il valore indicato rappresenta una stima calcolata sui volumi annuali a budget.

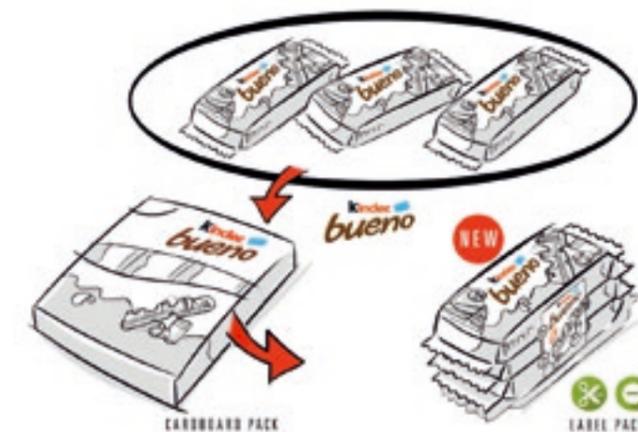
¹⁵ Tale percentuale rappresenta una stima del contenuto di riciclato rispetto al totale di materie di imballaggi del Gruppo. Per carta e cartone il dato è originato da un calcolo basato sulla composizione dei materiali acquistati, mentre per vetro ed alluminio il dato deriva da indagine presso fornitori e tiene conto dei diversi stabilimenti di provenienza del materiale, è perciò legato all'efficienza di raccolta e riciclo dei Paesi dove sono ubicati ed operano i fornitori d'imballi.

del 10,4% rispetto al 2009. L'impiego di tali materiali continuerà a essere perseguito ove tecnicamente possibile e senza intaccare la qualità e sicurezza del prodotto confezionato.

Per tale ragione, il Gruppo Ferrero ha attivato nei principali stabilimenti europei il progetto **SPE** (*Scraps Packaging' Evolution*) per sviluppare analisi di fattibilità per la valorizzazione dei rifiuti di imballi dei siti produttivi Ferrero. L'obiettivo è quello di attivare azioni che permettano di sostituire negli imballi e nelle attrezzature Ferrero materiali vergini con materiali di recupero, in sinergia sia con i propri fornitori sia con i principali consorzi di recupero e riciclo, in un'ottica di responsabilità estesa.

I prodotti Ferrero utilizzano diverse categorie di materiali¹⁶ quali vetro, carta, cartone ondulato e cartoncino compatto, plastica rigida, film plastici, legno e alluminio. Anche nel 2012/2013, il vetro risulta essere il principale materiale in peso con poco meno di 150 000 tonnellate utilizzate, seguito dalla componente cellulosica (carta e cartone) con circa 130 000 tonnellate. Proprio su uno dei suoi materiali più utilizzati, il Gruppo ha deciso di porsi un obiettivo sfidante entro il 2014: quando non è possibile utilizzare materiale riciclato per esigenze tecniche o di qualità e sicurezza del prodotto (per esempio a contatto diretto con la parte edibile), utilizzare carta vergine solo da filiere certificate sostenibili¹⁷.

Poiché si stima che più dell'80% dell'impatto ambientale di un prodotto è determinato in fase di ideazione¹⁸, il Gruppo Ferrero ha previsto per i progettisti delle attività di approfondimento e condivisione attraverso incontri di carattere generale e interventi specifici legati a tematiche ambientali di interesse e/o di rischio, oltre a un supporto costante per la valutazione dei possibili impatti ambientali dei progetti di packaging attraverso l'uso di strumenti di eco-design.



¹⁶ Elenco in ordine di peso decrescente sul totale.

¹⁷ Per filiere certificate sostenibili si intende filiere che ne garantiscano l'origine controllata ed una gestione responsabile secondo standard riconosciuti a livello internazionale.

¹⁸ Fonte: Commissione europea (http://ec.europa.eu/energy/efficiency/ecodesign/eco_design_en.htm).

Trovare il giusto equilibrio tra protezione dell'alimento, sicurezza alimentare e rispetto dell'ambiente è un impegno quotidiano per il Gruppo; impegno che si esprime attraverso lo sviluppo di imballi volti a garantire le qualità organolettiche e la sicurezza dei prodotti, impedendone il deterioramento e **limitando** così il **food waste** e il relativo impatto ambientale e sociale.

Inoltre, Ferrero sta lavorando alla riduzione dell'utilizzo di materiale di imballaggio di origine fossile, in linea con l'obiettivo al 2020 di utilizzo di materiali derivanti da risorse rinnovabili (+10%, rispetto al 2009). A tal fine, sono attivi diversi studi sull'utilizzo di nuovi materiali (per esempio bioplastiche) o sulla sostituzione di materiali plastici con cartotecnici. Parallelamente, il Gruppo partecipa a diversi progetti italiani (Biopack, Namatech, Ecofood ed Ecopaper) ed europei con lo scopo di sviluppare e valutare nuovi materiali da biomasse e di migliorare la proprietà dei biopolimeri esistenti in modo da permetterne l'utilizzo su larga scala.

Gli imballaggi Ferrero sono da sempre concepiti con la massima attenzione alla loro funzione primaria di garantire la freschezza e la fragranza dell'alimento: per questo, all'interno di Ferrero vige il motto **"il packaging è dose"**¹⁹. A questa filosofia si affianca però la consapevolezza che l'imballo è ideato tenendo in considerazione anche gli altri ruoli che gli competono: agevolare il trasporto, proteggere il prodotto, permettere l'esposizione del prodotto nel punto vendita, rendere disponibile l'informazione sul prodotto stesso nonché la trasmissione dei valori del brand al consumatore. Considerato il suo ruolo di informazione e comunicazione al consumatore e volendo contribuire attivamente alla diffusione di una cultura della sostenibilità ambientale, Ferrero ha sviluppato un'etichetta **"end use"** che aiuti il consumatore nell'individuazione dei materiali che compongono l'imballo dei propri prodotti in modo da permetterne il corretto smaltimento differenziato. Tale etichetta risponde al sistema di identificazione dei materiali di imballaggio definito dalla decisione della Commissione europea del 28 gennaio 1997, ampiamente utilizzato anche nei principali Paesi extra europei.

Nel 2013, il brand Estathè è stato il primo prodotto Ferrero che ha adottato l'etichetta **"end use"** Ferrero in linea con l'obiettivo dichiarato.



¹⁹ Dose è inteso come l'insieme degli ingredienti che uniti creano il prodotto alimentare con le sue specificità e caratteristiche organolettiche.

Il prossimo step sarà utilizzare nei Paesi europei l'etichetta **"end use"** su Nutella®.

Il regolamento (UE) 1169/2011 sull'etichettatura dei prodotti alimentari ha rallentato l'implementazione dello **"end use"** sugli altri prodotti Ferrero. Tale normativa stabilisce l'altezza minima dei caratteri delle informazioni nelle etichette per garantirne la leggibilità. Per questo, il Gruppo ha perciò avviato uno studio per verificare la disponibilità di spazio per l'inserimento delle indicazioni sul fine vita dell'imballo.

Il progetto nasce in parallelo alla partecipazione di Ferrero nella realizzazione di una guida sull'etichettatura volontaria ambientale che supporti il cittadino nella raccolta differenziata degli imballaggi all'interno del Gruppo Prevenzione del CONAI, Consorzio Nazionale Imballaggi.

L'etichetta "end use"

La filosofia dell'etichetta **"end use"** Ferrero prevede, per gli elementi separabili dal consumatore, l'indicazione del materiale e della categoria merceologica attraverso l'abbinamento di sigle tecniche (per esempio PP, PET) a termini di uso comune (per esempio plastica, carta) e colori identificativi per ogni categoria di imballo: carta (verde), plastica (giallo), vetro (azzurro), metalli (rosso), composti* (grigio). Per elementi separabili si intendono quei componenti dell'imballo che manualmente si possono separare e conseguentemente smaltire in modo differenziato.

L'informazione sul materiale con il quale è realizzato l'imballaggio permetterà al consumatore di gestirlo correttamente secondo il sistema di raccolta differenziata locale, che può variare in alcuni casi anche all'interno dello stesso Paese (es. i metalli a volte vengono raccolti insieme alla plastica altre volte con la carta).

Esempio Bicchiere Nutella®



L'etichetta riporterà come elementi differenziabili il tappo, il sigillo interno di garanzia e il bicchiere. L'etichetta adesiva invece, poiché incollata al vetro, non comparirà tra le componenti separabili.

Curiosità: il sigillo interno, costituito da un accoppiato carta/alluminio sarà indicato come "composto", a evidenziare al consumatore di prestare particolare cura nella sua dismissione informandosi localmente sulla possibilità di recupero. Benché i materiali composti difficilmente siano riciclabili, spesso sono comunque recuperabili (ad esempio energeticamente) e possono essere mandati a raccolta**.

* I materiali "composti" sono quelli costituiti da due o più materiali di categorie differenti e riporteranno il materiale prevalente in peso.

** Ove il sistema locale lo preveda.

Per una catena logistica integrata ed ecosostenibile

Una gestione verde dei trasporti e dei magazzini costituisce da sempre una priorità per Ferrero. Numerosi programmi per l'ottimizzazione dei processi di *supply* sono stati sviluppati con particolare attenzione alla sostenibilità ambientale.

Queste attività avvengono attraverso progetti e mezzi di azione. Di seguito sono riportate talune delle principali azioni condotte negli ultimi cinque anni.

Minimizzazione dei chilometri totali percorsi per il trasporto dei nostri prodotti e, contestualmente, incremento della saturazione dei mezzi di trasporto.



Il trasporto europeo attraverso Germania, Belgio e Regno Unito usando i camion biasse *2WIN Double Deck* ha permesso di incrementare del 37% il trasporto a pieno carico che, combinato con una gestione coordinata del viaggio di ritorno (in grado di ridurre significativamente il numero dei camion vuoti in strada), conduce a una riduzione del 33% delle emissioni di CO₂.

La prima fase dell'ottimizzazione dei collegamenti europei (trasporti e magazzini) ha permesso di ridurre il chilometraggio percorso tra gli stabilimenti e i siti di stoccaggio in Polonia, Francia, Germania e sud Europa. Stiamo pianificando, in una seconda fase, di ridurre i chilometri percorsi dei nostri trasporti primari del 12% in volumi rispetto al 2012/2013.

Identificazione di soluzioni che permettano di utilizzare mezzi di trasporto con un minore impatto ambientale.



Per limitare le conseguenze del trasporto su strada, negli anni abbiamo costantemente incrementato la percentuale di veicoli equipaggiati con motori Euro5 o più recenti in Francia, Benelux, Italia e, da giugno 2012, nel Regno Unito. Nuove iniziative sono in atto per promuovere motorizzazioni alternative. Nel Regno Unito, ad esempio, stiamo valutando i benefici dell'uso di camion ibridi (diesel e bio-gas).

In maniera analoga, abbiamo introdotto il trasporto intermodale aereo e marittimo dalla Cina all'Europa (per alcuni giocattoli della linea Kinder®) per sostituire il solo trasporto aereo.



Sviluppo di iniziative di risparmio energetico nei magazzini direttamente gestiti.



La sostituzione dei vecchi sistemi di illuminazione con luci a risparmio energetico dovrebbe condurre a una riduzione del 68% del consumo elettrico in Cina e del 20% in Francia.

In Germania abbiamo raggiunto significativi risparmi attraverso la sostituzione dei sistemi di raffreddamento in diversi magazzini, così come attraverso l'installazione di serrande rapide in grado di separare aree con temperature diverse.

Obiettivi per il 2020

Lo stato degli obiettivi del Gruppo è il seguente.

Riduzione del 30% dei gas a effetto serra (t_{eq}CO₂/t) derivanti da trasporto e stoccaggio merci.

Le emissioni da trasporto e stoccaggio sono stimate per Ferrero di circa 302 000 t_{eq} CO₂ nel 2012/2013. Nonostante siano aumentate in valore assoluto rispetto all'anno precedente, le emissioni risultano ridotte del 10% per tonnellata venduta, rispetto al 2009, grazie alle azioni intraprese per la riduzione dell'impatto ambientale.

Certificazione ISO 14001 per tutti i siti di stoccaggio gestiti direttamente.

Dal 2009, circa il 50% dei siti di stoccaggio sono certificati ISO 14001.

Uso di trasporto intermodale direttamente gestito in entrata e in uscita dai siti produttivi Ferrero.

Quest'obiettivo è un mezzo di azione per la riduzione dei gas a effetto serra, per questo motivo è già incluso nell'obiettivo della riduzione dei gas a effetto serra della *supply chain* e non sarà più menzionato come obiettivo da raggiungere.

Implementazione di un piano d'azione di gestione energetica a livello mondiale per i magazzini direttamente gestiti, compatibilmente con il contesto locale, dei siti esistenti e futuri.

Poiché quest'obiettivo fa parte di un obiettivo integrato più generale in relazione all'energia di autoproduzione, non saranno più disponibili informazioni al riguardo nella sezione *supply chain*.

Inoltre, con l'obiettivo di migliorare il nostro impegno nella sostenibilità negli anni successivi, il Gruppo Ferrero avvierà un progetto definito **LODICO** (**LO**gistics **D**ata **I**mprovement **CO**llection) per migliorare il processo di raccolta dei dati in termini di qualità e rappresentatività.

Viaggi di lavoro del personale

Con riferimento alle emissioni derivanti dai viaggi di lavoro del personale, Ferrero ha proseguito un'indagine interna ampliando il perimetro al fine di comprenderne l'impatto ambientale in termini di tonnellate di CO₂ emessa. Per l'anno 2012/2013, sono stati presi in considerazione i viaggi in treno e in aereo dei dipendenti appartenenti alle sedi di Francia, Germania, Italia e Lussemburgo, che corrispondono a circa il 56% dei dipendenti del Gruppo.

I fattori di emissione utilizzati per la stima sono stati forniti dalle agenzie di viaggio alle quali il Gruppo si è appoggiato; laddove non disponibili, sono stati utilizzati i fattori di emissione del GHG Protocol²⁰ che, per i viaggi in aereo, prevede coefficienti differenti in base alla lunghezza delle tratte e alla classe di viaggio.

Per l'anno in esame, sono stimate emissioni pari a 13 482,26 t_{eq} CO₂, di cui 234,13 t_{eq} CO₂ derivanti dagli spostamenti in treno e 13 248,13 t_{eq} CO₂ dal trasporto aereo.



Viaggi in treno		
Paesi	Totale viaggi n°	Totale CO ₂ (t _{eq})
Francia Germania* Italia Lussemburgo	5 433	234,13

*Dati relativi alla sola società Ferrero O.H.G.m.b.H.

Viaggi in aereo		
Paesi	Totale viaggi n°	Totale CO ₂ (t _{eq})
Francia Germania Italia Lussemburgo*	32 802	13 248,13

*Dati relativi alle sole società Ferrero International S.A. e Ferrero Trading Lux. S.A.



²⁰ Per la stima delle emissioni di CO₂ derivanti dai viaggi di lavoro dei dipendenti delle società in Italia e dei soli viaggi in treno della società Ferrero O.H.G.m.b.H. in Germania e delle società Ferrero Industrial Services G.E.I.E, Ferrero International S.A., Ferrero Trading Lux. S.A., FSC Luxembourg S.A., Magic production Group (M.P.G.) S.A. e Soremartec S.A in Lussemburgo sono stati utilizzati i fattori di emissione del GHG Protocol Tool for mobile combustion version 2.4.

Focus su Kinder® Cioccolato



Focus su Kinder® Cioccolato

Da più di 45 anni, Kinder® Cioccolato è amato dai ragazzi e gode della fiducia dei genitori

Creato nel 1968, Kinder® Cioccolato è nato dal desiderio di offrire ai ragazzi un cioccolato fatto espressamente per loro. Ricco di latte, dal sapore unico e dalla consistenza cremosa, Kinder® Cioccolato è diventato rapidamente uno dei prodotti preferiti dai più piccoli... e dai loro genitori.

Il merito è tutto della sua inimitabile ricetta, rimasta segreta e invariata sin dalla prima barretta. Per più di 45 anni, Kinder® Cioccolato ha portato gioia ai ragazzi sotto l'amorevole sguardo dei genitori.

Ancor oggi, Kinder® Cioccolato si contraddistingue per la sua elevata qualità:

- in cima alla categoria per i suoi ingredienti lattieri, che costituiscono il 33% della ricetta;
- in cima alla categoria per il suo gusto, essendo molto apprezzato dai ragazzi e dai genitori in tutto il mondo. In molti Paesi di tutti i Continenti, Kinder® Cioccolato ha ottenuto un punteggio di apprezzamento complessivo, in occasione di *blind test* del gusto, pari a 4.0 su una scala di 5 punti¹. Inoltre, in termini più generali d'immagine, Kinder® Cioccolato ha un livello di apprezzamento maggiore rispetto al quadro di riferimento dei prodotti concorrenziali², in Paesi di grande rilevanza³ e in riferimento alle seguenti voci di questionario: "è un prodotto particolarmente amato da me/mio figlio" ed "è davvero delizioso", entrambi rivolte a campioni di popolazione totale e alle madri⁴;
- in cima alla categoria per l'approvvigionamento sostenibile, costruendo continuamente una politica proattiva e globale volta a utilizzare ingredienti che sono più rispettosi delle persone e dell'ambiente, con una visuale inflessibile verso le migliori pratiche.

¹ 5=davvero molto gustoso e 1=per niente gustoso; Paesi I/F/G/China/RSA/Bra/USA.

² Dolce al cioccolato in "Between products".

³ Italia, Francia e Germania.

⁴ S&E study 2013 - Italia, Francia e Germania.



Può essere trovato in ogni Continente, in più di 75 Paesi del Globo, laddove temperature e logistica permettono la distribuzione dei prodotti Kinder® ai consumatori nel rispetto delle migliori condizioni qualitative possibili.

Kinder® Cioccolato e i suoi 3 Principi Fondanti per la produzione

Tre principi fondanti guidano il processo produttivo di Kinder® Cioccolato. I principi vanno dalla qualità alla responsabilità, assicurando che Kinder rispetti il proprio impegno fondamentale: soddisfare sempre le aspettative dei consumatori, piccoli e grandi.

A. Kinder seleziona attentamente i propri ingredienti, rispettando le persone e l'ambiente

Kinder® Cioccolato è prodotto usando materie prime attentamente selezionate. Gli standard Kinder sono stringenti, garantendo alta qualità e supportando le politiche di Gruppo di rispetto delle buone pratiche agricole.

L'approvvigionamento del cacao utilizzato per la produzione di Kinder® Cioccolato è accuratamente condotto in Africa occidentale (principalmente Costa D'Avorio, Ghana e Nigeria) ed Ecuador.

Circa 30 criteri di qualità sono applicati nella fase di selezione delle fave di cacao, prima del loro invio per la lavorazione presso gli stabilimenti Ferrero in Italia e Germania.

Per lo stabilimento in Russia, ai fornitori è richiesto il rispetto di criteri estremamente stringenti.

**Certificazioni di sostenibilità di parti terze
per l'approvvigionamento del cacao Ferrero**



Gli obiettivi UTZ Certified includono:

- condizioni di lavoro sicure e salutarie;
- utilizzo responsabile di pesticidi e fertilizzanti;
- buone pratiche agricole e gestione delle colture;
- migliori opportunità per l'istruzione;
- sicurezza che il cacao certificato che approvvigioniamo derivi effettivamente da aziende agricole responsabili.



Le aziende agricole **Rainforest Alliance Certified™** supportano un ambiente salutare, promuovono il benessere dei lavoratori e delle loro comunità e assicurano metodi agricoli efficienti.

I lavoratori agricoli beneficiano di condizioni lavorative sicure, godono di alloggi decorosi e di assistenza medica e i loro figli hanno accesso alla pubblica istruzione. La certificazione tutela la protezione degli ecosistemi, inclusi gli habitat della fauna selvatica, le risorse idriche e le terre.



Aderendo al Programma Cacao di **Fairtrade** le piccole aziende agricole realizzano vendite maggiori del loro cacao. Attraverso il programma di approvvigionamento Fairtrade, a partire dal 2012/2013, Ferrero si è impegnata ad acquistare 20.000 tonnellate di cacao in 3 anni.

Ad agosto 2013, 500 tonnellate di cacao sono state già acquistate.

Come parte dell'impegno del Gruppo Ferrero, il 25% del cacao è certificato sostenibile, con l'obiettivo di raggiungere il 100% entro il 2020. Analogamente, l'olio di palma, estratto dalla polpa del frutto del palma, sarà 100% certificato RSPO come sostenibile e segregato entro la fine del 2014. Lo zucchero è 100% non-OGM.

Una tavola rotonda internazionale dai molteplici attori...

...che include le aziende di coltivazione, raffinazione e vendita di olio di palma, le ONG ambientali (come il WWF) e quasi 160 produttori di beni di consumo.

Missione:

far sì che l'olio di palma sostenibile sia la norma.

Obiettivi principali

- impegno alla trasparenza;
- sostenibilità ambientale;
- responsabilità verso i dipendenti e le comunità locali.



Pag. 144



Pag. 150



Pag. 160



Pag. 162

Informazioni aggiuntive sui programmi di approvvigionamento sostenibile del Gruppo Ferrero sono disponibili alle seguenti sezioni dedicate del rapporto:

Il latte, ingrediente chiave nella ricetta di Kinder® Cioccolato, è attentamente approvvigionato presso un limitato numero di partner lattiero-caseari con base principalmente in Germania, Italia e Francia. Il Gruppo collabora ormai da anni con la maggior parte di tali fornitori: essi sono regolarmente monitorati per essere sicuri che soddisfino gli stringenti requisiti di Gruppo relativi alla sicurezza, al gusto e alla freschezza del latte.

Grazie alla mutua collaborazione con i fornitori di latte, Kinder è in grado di garantire una maggiore qualità e trasparenza del latte, lavorando contestualmente per spingere gli standard verso le migliori pratiche di approvvigionamento.



Focus su:

- Il latte utilizzato per la produzione di Kinder® Cioccolato allo stabilimento tedesco di Stadallendorf è approvvigionato presso 5 fornitori basati in Germania, che rappresentano più del 70% del relativo fabbisogno, e da 4 fornitori basati nell'Europa a 15⁵.
- Nello stabilimento italiano di Alba, più del 50% del latte utilizzato per la produzione di Kinder® Cioccolato proviene da Inalpi ed è approvvigionato in Italia. Il resto proviene da 4 fornitori basati nell'Europa a 15.

B. Produrre una qualità costante

Produrre un sapore costantemente unico e senza rivali presuppone anche che Kinder utilizzi processi produttivi precisi, ogni giorno, in ogni sito produttivo.

Il tutto inizia con la tostatura delle fave di cacao, operazione delicata che determina l'intensità dell'aroma del prodotto finito. Questo è il motivo per cui le fave di cacao destinate alla produzione di Kinder® Cioccolato sono consegnate a 2 soli stabilimenti Ferrero in Europa e tostate presso gli stessi. Specifiche competenze sono altresì richieste per i ridotti quantitativi di cacao acquistati esternamente, nel qual caso i partner sono vincolati da stringenti e chiare specifiche tecniche.



⁵ L'UE a 15 comprende i seguenti paesi: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Paesi Bassi, Portogallo, Spagna, Svezia e Regno Unito.

Focus su:

Nel 2012/2013, Kinder® Cioccolato è stato prodotto utilizzando per l'83% fave di cacao tostate da Ferrero ad Alba, in Italia, o a Stadallendorf, in Germania. Il restante 17% di cacao è acquistato esternamente.

Il latte del Kinder® Cioccolato è altresì prodotto prestando estrema cura:

- il latte è raccolto direttamente dai nostri partner lattiero-caseari, selezionati nel rispetto degli stringenti standard Ferrero, per garantire al tempo stesso sicurezza, freschezza e gusto;
- il latte liquido è pastorizzato entro 24 ore o disidratato entro 48 ore dalla mungitura e successivamente distribuito presso gli stabilimenti Ferrero;
- in aggiunta ai controlli svolti unitamente a ciascun partner lattiero-caseario, ogni fornitura di latte è sottoposta a 4 tipi di analisi: visiva, fisicochimica, microbiologica e sensoriale;
- inoltre, la data di scadenza stabilita per il latte in polvere è minore rispetto agli standard posti dagli altri produttori a livello internazionale.



Una "cultura dell'assaggio" si è sviluppata in ciascun sito produttivo. Un *panel* di esperti prova le materie prime al momento della consegna; analogamente, prodotti semilavorati e finiti sono testati ogni due ore sulle linee produttive.

Infine, la freschezza resta una costante priorità. Kinder presta un'attenzione rigorosa a questo aspetto, in particolare tramite un team specializzato che ha il compito di effettuare verifiche sul Kinder® Cioccolato disponibile nei negozi. Data la sensibilità del prodotto al calore, al fine di assicurare massima freschezza al consumatore, vendite mensili sono attentamente pianificate al fine di ridurre il *sell-out* durante il periodo estivo in tutti i punti vendita dove la temperatura non è controllata.

C. Incoraggiare un consumo responsabile

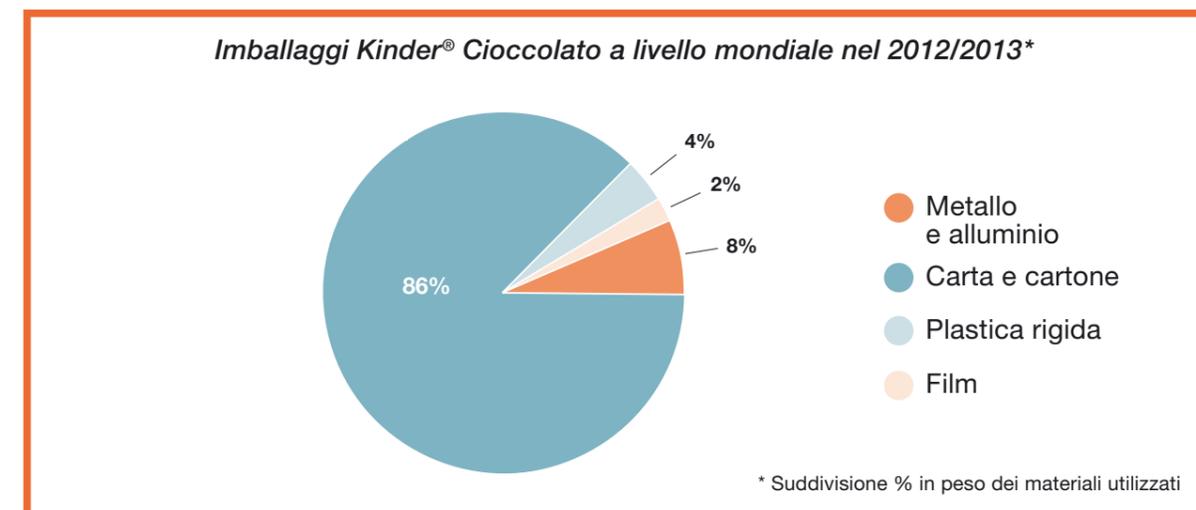


Sin dall'inizio, Kinder® Cioccolato è stato prodotto in porzioni singole, ideali per i genitori desiderosi di aggiungere un po' di gustoso piacere all'interno di una dieta equilibrata. Chiare e visibili informazioni nutrizionali sono presenti sulla confezione, in conformità alle legislazioni locali.

Per maggiori dettagli relativi all'impegno di Ferrero nell'ambito dell'informazione nutrizionale, si veda il capitolo "I Nostri Prodotti" del presente rapporto. La pubblicità e il marketing di Kinder® Cioccolato rispettano, inoltre, l'autoregolamentazione stabilita per l'intera gamma dei prodotti Ferrero, come sottolineato nel citato capitolo del presente rapporto.

Ridurre l'impronta ambientale

Due dei tre stabilimenti che producono Kinder® Cioccolato, Alba in Italia e Stadtallendorf in Germania, sono certificati ISO14001 per il loro Sistema di Gestione Ambientale. Lo stabilimento di Vladimir, in Russia, lo sarà entro il 2015.



Disegnato per conservare la qualità e la freschezza del prodotto, l'involucro di Kinder® Cioccolato varia a seconda del tipo di prodotto e del Paese di destinazione, nonostante sia sempre costituito, principalmente, di carta e di cartone.



Per evitare una migrazione di contaminanti, solo materie prime vergini sono usate per l'involucro a contatto diretto con il prodotto. Non solo, Kinder ha deciso di usare, entro il 2014, solo carta proveniente da filiere certificate sostenibili.

Infine, un progetto pilota sta per essere lanciato al fine di valutare l'utilizzabilità di materiali rinnovabili che possano essere utilizzati nel cosiddetto "involucro secondario", non a contatto diretto con il prodotto.

Tracciabilità e sicurezza di Kinder® Cioccolato

Ferrero definisce e applica per Kinder® Cioccolato, come per tutti i suoi prodotti, stringenti criteri di tracciabilità, sicurezza e qualità.

Tutti gli stabilimenti Ferrero che producono Kinder® Cioccolato sono certificati per gli aspetti legati alla qualità da un ente terzo e indipendente, secondo standard di sistemi di gestione della sicurezza alimentare riconosciuti a livello internazionale (per maggiori informazioni si rimanda al capitolo "I nostri prodotti" nella parte dedicata a "Qualità e freschezza" del presente rapporto CSR).

Nell'anno 2012/2013 nella produzione di Kinder® Cioccolato sono stati effettuati:

- 42.225 controlli⁶ sulle materie prime e 31.845 sui semilavorati (cioccolato al latte e ripieno Kinder);
- 2.492 controlli⁷ sugli imballi primari, cui si aggiungono i controlli effettuati sugli imballi secondari;
- 2.458.179 controlli sul prodotto finito, che comprendono i controlli effettuati sulla linea di produzione (peso, composizione, difettosità estetiche) e in laboratorio relativamente ai parametri chimico-fisici e microbiologici.

Affinché Kinder® Cioccolato sia conforme agli elevati standard di gusto Ferrero, oltre ai test di laboratorio, è realizzata anche un'analisi sensoriale definita "assaggio" finalizzata a esprimere un giudizio compiuto sul gusto del prodotto, in tutte le sue sfaccettature, e sull'aspetto estetico e di presentazione.

Gli assaggi effettuati globalmente su Kinder® Cioccolato, nel 2012/2013, sono stati oltre 12.000 (4.180 per ciascuno stabilimento di produzione), quindi più di 50 al giorno.

⁶ Includono controlli chimici, chimico-fisici e microbiologici.

⁷ Includono controlli organolettici e di difettosità.

Nello stesso periodo, i reclami ricevuti relativi alla confezione da 4 barrette (T4) corrispondono a 0,66 per ogni milione di confezioni, mentre per la confezione da 8 barrette (T8) corrispondono a 1,04 per ogni milione di confezioni.



Focus su Ferrero in Canada



Focus su Ferrero in Canada

Ferrero Canada è nata nel 1974 a Toronto, dov'è ancor oggi la sede della divisione commerciale. Negli anni, Ferrero Canada ha lanciato numerosi, apprezzati marchi che sono diventati immancabili nelle case canadesi: Nutella®, Ferrero Rocher®, Ferrero Collection®, Raffaello®, Tic Tac®, Kinder® Cioccolato, Kinder® Sorpresa e Kinder® Bueno.

In Canada, Ferrero è cresciuta progressivamente fino a diventare la 5° Industria dolciaria¹, con un fatturato nel 2012/2013 pari a **492 milioni di dollari canadesi (372 milioni di euro)**, con un'offerta di prodotti e marchi divenuti leader nelle rispettive categorie presenti sul mercato locale. Ferrero Canada opera in un ambiente commerciale complesso all'interno di un Paese sofisticato ed etnicamente diversificato.

Al 31 agosto 2013, Ferrero Canada si avvale di 1.320 persone tra dipendenti e collaboratori esterni² (691 presso la sede commerciale di Toronto e 629 presso lo stabilimento di Brantford).

L'azienda è, senza dubbio, una delle più multiculturali del Gruppo Ferrero, potendo contare su impiegati appartenenti a 44 diversi Paesi e che parlano più di 30 lingue diverse.

Principi Operativi

In linea con l'intero Gruppo, Ferrero Canada opera con una serie di principi operativi ispiratori. Gli impiegati li condividono, creando una cultura fortemente positiva:

1. **Prodotto.** Ferrero è intransigente nel suo rispetto per il consumatore. Ha una dedizione artigianale per i propri prodotti. Questo approccio simboleggia la passione per la freschezza e la qualità, al fine di assicurare al consumatore un'esperienza costantemente elevata. Il marketing riflette gli elevati standard etici di Gruppo ispirati dalla promozione di stili di vita sani ed equilibrati.
2. **Persone.** Fiducia, trasparenza, rispetto e lealtà sono caratteristiche delle relazioni tra Ferrero Canada, i dipendenti, i clienti e i consumatori. Ogni collaboratore fornisce supporto agli altri. Tutti celebrano i successi individuali e di squadra. Tutti hanno cura della comunità e dell'ambiente di lavoro. Tutti sono convinti che lavorando insieme avranno successo.

¹ Source: AC Nielsen Market Track, including Sugar Confectionery (considering 52 weeks ending 11 January 2014), Chocolate (considering 52 weeks ending 5 April 2014), Spreads market (considering 52 weeks ending 5 April 2014), all channels.

² Il dato comprende i lavoratori interinali, gli stage formativi e altri rapporti di collaborazione diretta, con esclusione dei contratti di servizi.

3. **Professionalità.** Ferrero Canada fissa standard elevati per i propri dipendenti ed è fiera del loro lavoro. I dipendenti perseguono gli obiettivi e ambiscono alla padronanza professionale. La priorità è deliziare il consumatore.
4. **Progresso.** Innovazione e creatività sono il cuore del successo di Ferrero, anche in Canada. L'azienda sfida sé stessa per creare nuovi mercati, inventare nuove soluzioni e sbloccare la crescita. Cerca grandi idee concentrandosi su miglioramenti continui e innovativi.
5. **Passione.** Ferrero Canada è concentrata e orientata al successo del marchio, alla soddisfazione del consumatore e al lavoro di squadra. Entusiasmo ed energia guidano il successo.

La sede commerciale a Toronto

Vario, dinamico e internazionale, sono gli aggettivi che meglio definiscono l'ambiente in cui Ferrero Canada celebrerà i propri quarant'anni, nel 2014. La divisione Commerciale di Ferrero Canada ha conosciuto un'evoluzione negli ultimi due decenni, passando dall'obiettivo di costruire una rete distributiva alla realizzazione di un sistema integrato di vendita e marketing affiancato da adeguate funzioni di supporto.

All'inizio degli anni '70, il Canada importava Tic Tac® e Nutella® da Alba per rivenderli attraverso distributori nei canali di vendita tradizionali. Con la nascita di Ferrero Canada e il progressivo successo di tali prodotti è stata spianata la strada al successo di Ferrero Rocher®, negli anni 80, che ha rafforzato l'immagine di Ferrero quale Industria dolciaria innovativa e di elevata qualità. Negli anni 90, Ferrero Canada ha lanciato Kinder® Sorpresa e rafforzato i marchi già esistenti.



La divisione industriale a Brantford

La divisione industriale di Ferrero Canada, nello svolgere l'attività di produzione, oltre ad allinearsi agli elevati standard qualitativi richiesti dal Gruppo:

- investe nello sviluppo dei collaboratori, risorse preziose per l'azienda;
- ricerca il miglioramento continuo della qualità;
- rispetta i requisiti delle norme di buona fabbricazione e le norme HACCP;
- persegue i più elevati standard di qualità, dalle materie prime fino al prodotto finito;
- investe nello sviluppo tecnologico e dei macchinari per un miglioramento continuo, provando a rendersi flessibile per rispondere ai cambiamenti di domanda del mercato;
- promuove un ambiente di lavoro sicuro.

La divisione industriale è anche impegnata ad apportare un contributo positivo alla comunità nella quale opera, promuovendo la creazione di posti di lavoro e lo sviluppo dell'economia locale, con risvolti sostenibili nel *business* della zona.

Lo stabilimento

Circa 112 km a ovest delle Cascate del Niagara, sorge il moderno stabilimento di Ferrero Canada, a Brantford, in Ontario.

La struttura poggia su 66 ettari ed è un multilivello da 89.000 metri quadrati, oltre a un magazzino separato; dallo stabilimento è possibile accedere facilmente alle principali arterie stradali.

I lavori per la costruzione della moderna struttura sono partiti nell'ottobre 2004 e nella primavera 2006 è stata avviata la produzione.

Brantford è stata scelta per numerose ragioni:

- eccellente ubicazione in prossimità dei principali mercati statunitensi e canadesi;
- infrastruttura logistica favorevole;
- disponibilità di terreno industriale;
- disponibilità di personale specializzato;
- amministrazione locale positiva, cooperativa e favorevole allo sviluppo commerciale della zona e della città, che ha molto facilitato i processi autorizzativi.

La collocazione dello stabilimento produttivo Ferrero Canada in Brantford ha un significativo impatto positivo sull'occupazione nella regione. Dall'avvio dell'attività nel 2006, lo stabilimento ha goduto di una continua, annuale crescita in volumi prodotti. Nutella® è il prodotto più venduto in termini di volume, seguito da Ferrero Rocher® e Tic Tac®.



John Frabotta, *“L’apertura dell’avanzato stabilimento di produzione di Ferrero Canada Ltd. a Brantford nel 2006 ha rappresentato per la comunità un impatto economico duraturo e positivo. In questo breve lasso di tempo, l’azienda ha realizzato molteplici aumenti delle proprie operazioni di produzione e ha aggiunto magazzini e distribuzione. La loro presenza in città è stata un catalizzatore per molti altri investimenti esteri nella produzione di avanguardia... Insieme, Ferrero e i suoi produttori hanno aiutato Brantford a definire la sua caratteristica di roccaforte della lavorazione di generi alimentari nella provincia dell’Ontario.”*

Oltre a rifornire il Canada, Brantford esporta principalmente verso gli Stati Uniti e una piccola quantità verso l'Australia e altri mercati.

I materiali di confezionamento utilizzati in Canada includono: plastica, cartone, pellicola e alluminio (in ordine di peso). I materiali in plastica sono utilizzati principalmente per la produzione di Nutella® – vasetti e tappi.

Il nuovo design del tappo di Nutella® è stato adottato anche in Brantford, con un risparmio di materiale pari a 74 tonnellate³.

³ Il progetto per l'ottimizzazione e unificazione dei tappi dei vasetti Nutella® T400 e T750 (vasetti contenenti da 300g a 800g di prodotto), distribuiti a livello mondiale, ha portato alla riduzione del consumo di materiale plastico polipropilene di oltre 500 t/anno. Tale valore rappresenta una stima calcolata sui volumi annuali a budget.



La gestione ambientale

Sin dall'inizio, il Gruppo Ferrero intendeva costruire uno stabilimento in Brantford avanzato sia da un punto di vista ambientale che produttivo al fine, da un lato, di minimizzare il proprio impatto e, dall'altro, di massimizzare l'efficienza nel rispetto dei parametri ambientali, creando al contempo valore sia per i propri consumatori che *partner*.

Nel 2013, lo stabilimento è stato rinnovato per ospitare un impianto di cogenerazione innovativo e ad alta efficienza energetica: il "Quattro Gen" è in grado di produrre elettricità in loco per soddisfare il proprio fabbisogno energetico, fornendo elettricità, vapore, acqua calda e acqua fredda allo stabilimento. Quattro Gen permette di migliorare la produttività, l'affidabilità degli impianti e l'efficienza energetica. Soddisfa, inoltre, le esigenze di calore dello stabilimento e del magazzino.

Questa tecnologia è stata scelta sulla base dei carichi peculiari dello stabilimento in relazione ai fabbisogni di elettricità, vapore, acqua calda e fredda.

Fin dall'avvio della produzione, nel 2006, numerosi investimenti sono stati condotti per migliorare l'efficienza energetica:

1. realizzazione di un sistema di misurazione dell'energia, necessario per miglioramenti futuri;
2. installazione di un sistema automatico per il controllo del raffreddamento HVAC;
3. installazione di un sistema automatico per il controllo degli *inverter* (VFD) installati su tutte le pompe di glicole e di distribuzione dell'acqua e di tutti i ventilatori del HVAC;
4. installazione di un sistema automatico per garantire la chiusura delle luci durante il fine settimana;



5. sostituzione di tutte le lampade alogene con lampade fluorescenti T5 ad alta efficienza (con conseguente eliminazione dello smaltimento mercurio);
6. riduzione nella pressione di esercizio di compressori d'aria e installazione di un sistema di gestione automatica delle soglie per i vari compressori;
7. sostituzione della macchina dello stampaggio ad iniezione idraulica con la nuova macchina dello stampaggio ad iniezione ad alta efficienza energetica.

Dave Levac, MPP Brant *“Ferrero Canada ha avuto un impatto molto importante a Brantford. Dalla sua attenzione all'impronta ambientale al controllo della qualità, passando per la sicurezza alimentare, la creazione di occupazione, nonché lo sviluppo economico e le donazioni dei dipendenti, Ferrero Canada è un raggio di luce qui in Ontario. Aspetto con impazienza un futuro di prolungato successo responsabile”.*

Da gennaio 2014, Brantford continua a promuovere il risparmio energetico attraverso l'*Energy Team*, che è focalizzato su:

1. analisi dei carichi di base elettrica, con particolare attenzione agli arresti nel fine settimana e al monitoraggio continuo dei consumi;
2. riduzione degli sprechi di aria compressa attraverso un monitoraggio settimanale degli arresti della catena di montaggio;
3. riduzione del consumo energetico nei weekend attraverso la gestione automatica di HVAC;
4. creazione di una consapevolezza sul risparmio energetico da condividere con tutti i dipendenti della fabbrica.

Inoltre è in fase di studio il progetto "Green Roof" per la copertura dell'intero tetto del magazzino con pannelli fotovoltaici ad alta efficienza.

Certificazioni dello stabilimento

Certificazione	Stato	Annotazioni
ISO 9001:2008	Certificato	Dal 2011; parte del Certificato di Gruppo Ferrero dal 2012
HACCP by OMAFRA	Certificato	Dal 2008
ISO FSSC 22000	In corso di certificazione	Da completarsi entro metà 2014; sostituisce HACCP
RSPO	Certificato	Da dicembre 2013
ISO 14001	In corso di certificazione	Da completarsi entro la fine del 2014

L'Alliance Distribution Center

A sostegno dell'obiettivo del Gruppo Ferrero di offrire ai propri consumatori prodotti sempre freschi e di eccellente qualità, in condizioni rispettose dell'ambiente e contenendo le emissioni di anidride carbonica grazie a un funzionamento più efficiente della catena di approvvigionamento, Ferrero ha costruito un magazzino/trasporto/centro di distribuzione all'avanguardia adiacente alla fabbrica di Brantford, diventato completamente operativo dalla primavera del 2013.

Durante l'ultimo anno, numerosi miglioramenti sono stati apportati alla struttura, contribuendo al raggiungimento degli importanti risultati di Gruppo sulla sostenibilità:

1. Implementazione dei "sensori di movimento" per l'illuminazione del magazzino e scambio di materiale convenzionale per la gestione dei caricatori di batterie per il "Caricamento Veloce".
 - Questo cambiamento ha permesso una riduzione del consumo energetico, considerando che i tempi di caricamento sono stati ridotti di approssimativamente cinque ore e l'uso/consumo è del 50% inferiore alle batterie convenzionali. Lo stesso procedimento verrà ripetuto su altre otto batterie nel corso del 2014.
2. Ultimati i lavori del Centro di distribuzione, nel 2013, è stata effettuata l'installazione della "Monorotaia di collegamento" che collega lo stabilimento di produzione al centro di distribuzione.
 - Questa novità si è tradotta nello spostamento di 59.000 pallet nei primi cinque mesi di attività della monorotaia, precedentemente spostati tramite camion.

Logistica

Per Ferrero Canada il trasporto e la logistica rappresentano una vera e propria sfida a causa delle dimensioni del Paese. Geograficamente, il Canada è il secondo Paese più grande al mondo, dopo la Russia, e abbraccia più di 3 milioni e mezzo di miglia quadrate.

Considerato ciò, il punto focale dell'impegno per la sostenibilità logistica è stato l'aumento del numero delle consegne su rotaia nel 2012/2013, incrementato del 3% rispetto al 2011/2012. In tal modo è stata realizzata una riduzione marginale delle emissioni di CO₂ rispetto al trasporto su strada. L'aumento delle spedizioni su rotaia sta ora raggiungendo il 10% (periodo aprile 2013/marzo 2014, rispetto all'anno precedente).

Acquisti da fornitori locali

Ferrero Canada crede nell'importanza di creare un commercio locale sostenibile e, per sostenere tale obiettivo, cerca di approvvigionarsi il più possibile dai fornitori locali.

Oggi, il 90% degli imballi usati nello stabilimento (in termini di valore) proviene dall'America del Nord e il 71% dal Canada (di cui il 93% dall'Ontario).

Nel 2012/2013, il numero dei fornitori tecnici locali (basati in America del Nord) è aumentato del 2% e ora il 74% di essi sono basati in Ontario.

Il progetto Hazelnut Business Development

Fino a poco tempo fa, Ferrero si è approvvigionata di nocciole prevalentemente in Italia e in Turchia. Per assicurare scorte fresche e sufficienti per la domanda futura, Ferrero ha identificato altre regioni nel mondo in cui le condizioni climatiche sono favorevoli per la coltivazione di nocciole.

Il 23 settembre 2013, il Gruppo Ferrero e la **Ontario Hazelnut Association** hanno sottoscritto un memorandum d'intesa al fine di facilitare lo sviluppo della coltura delle nocciole su larga scala in Ontario.

Si tratta di un impegno congiunto concepito per creare una coltura di nocciole sostenibile nella regione. Una volta maturate le piante, ciò fornirà a Ferrero Brantford l'approvvigionamento locale di questa importante materia prima per prodotti come Nutella®, così come per altri produttori che utilizzano la nocciola.



I partner di questo progetto includono: Ferrero Canada e la divisione *Hazelnut Business Development* di Gruppo, gli aggregatori, vivaisti, agricoltori/coltivatori; gli esperti di agricoltura e i ricercatori dell'Università di Guelph; il Ministero dell'Agricoltura e dello sviluppo rurale dell'Ontario, tra le altre istituzioni.

Il coinvolgimento di Ferrero in questo progetto consiste nel:

- trasferire conoscenze relative a pratiche agricole innovative sulle nocciole;
- investire nell'agricoltura selettiva e/o nella produzione vivaistica;
- fornire formazione, ricerca e servizi di divulgazione.

Entro il 2023, l'obiettivo è di piantare 5.570.000 alberi su una superficie totale di 22.280 acri, che dovrebbero fruttare circa 11.000 tonnellate di nocciole l'anno.

Responsabilità Sociale d'Impresa

Ferrero Canada è orgogliosa dell'impegno profuso dai propri dipendenti a favore delle comunità locali e ha cura dell'ambiente nel quale i dipendenti e le loro famiglie vivono e lavorano.

A questo scopo, l'Azienda ha creato un programma di coinvolgimento comunitario sostenibile, nel rispetto della cultura aziendale. L'obiettivo di questo programma è dare ai dipendenti l'opportunità di restituire alla comunità in un modo che sia in linea con i valori Ferrero.

Svariati programmi di responsabilità sociale sono stati condotti negli ultimi anni da Ferrero e dai suoi dipendenti:

Iniziative di donazione al banco alimentare locale

Nell'ottobre del 2012, il team di Toronto ha lanciato una raccolta alimenti di due settimane per sostenere il banco alimentare locale.

L'approccio era innovativo, grazie alla ideazione di una gara tra squadre interne per la raccolta delle donazioni, strategia così proficua da essere ripetuta nelle successive edizioni.

Nel maggio del 2013, i dipendenti hanno partecipato a donazioni interne durante la *Hunger Awareness Week*.

Sono stati raccolte oltre 350.000 libbre di alimenti e 3.400\$ in donazioni monetarie dei dipendenti. Questa donazione è stata la più grande donazione singola che il banco alimentare del *North York Harvest* abbia mai ricevuto. Inoltre, attraverso l'*Employee Volunteer Program*, numerosi dipendenti hanno volontariamente lavorato per il banco alimentare, gestendo e impacchettando 6.000 libbre di generi alimentari.

Tanya Thomas, Responsabile Sviluppo Fondi e Cibo al Banco Alimentare North York Harvest
“...Grazie a questo eccezionale contributo e l'eccellente coordinamento, i nostri clienti non dovranno saltare un pasto per pagare il proprio affitto mensile. Dai genitori singoli ai nuovi arrivati, passando per i disoccupati a coloro che soffrono di disabilità, tutti i membri della comunità hanno ricevuto assistenza alimentare, grazie a voi”



Children's Miracle Network

Il *Children's Miracle Network Hospitals*® raccoglie fondi per 170 ospedali pediatrici in America del Nord che, a loro volta, utilizzano il denaro dove serve maggiormente. I dipendenti in Canada sostengono il CMN dal 2011 con donazioni annue attraverso “Una gioia da condividere”, una campagna promozionale e di raccolta fondi. Questo sostegno è stato amplificato attraverso la decorazione pubblicitaria su veicoli nei punti vendita Kinder.

Per il 2013, il team Kinder di Toronto ha volontariamente preso parte alla “*Spook-tacular Annual SickKids Halloween Parade*”, in occasione della quale sono state distribuite sorprese Kinder ai bimbi che trascorrevano Halloween all'ospedale *SickKids*.

Reach For The Rainbow

I dipendenti di Toronto offrono da 12 anni donazioni al *Reach For The Rainbow*, organizzazione no-profit che lavora per persone con disabilità. I loro programmi favoriscono la creazione di ambienti dove bambini e adulti possano vivere, ispirarsi, giocare, lavorare insieme a bambini disabili.

Progetto “Fill-A-Bag”

Nel dicembre 2013, i dipendenti dello stabilimento di Brantford hanno dato supporto all'associazione “*Childrens' Aid Society*” del *Brant's Child Development Unit* (CDU) attraverso donazioni in occasione del progetto “*Fill-A-Bag*” che dà assistenza a più di 200 famiglie in difficoltà. I dipendenti hanno inoltre organizzato una raccolta fondi.

I dipendenti di Ferrero Brantford continueranno a dare assistenza alla CDU, in quanto sostengono l'obiettivo "costruire comunità sane dove le famiglie possono trovare un senso di appartenenza e orgoglio".

Risorse umane

Ferrero Canada crede fermamente nell'importanza di un equilibrio tra vita privata e lavorativa, che ruota su due concetti cardine: il risultato e la soddisfazione. L'azienda fornisce e promuove un ambiente che permette ai dipendenti di andare fieri dei propri risultati riconoscendo loro non solo stipendi vantaggiosi e bonus ma anche riconoscimenti per i successi ottenuti.

I dipendenti di Ferrero Canada

Al 31 agosto 2013, dei dipendenti di Ferrero Canada, il 45% sono donne e il 55% uomini (incluso sia la sede commerciale che lo stabilimento produttivo). A Brantford l'età dei dipendenti va dai 18 ai 66 anni.

Retribuzione

Ferrero Canada offre un pacchetto salariale soddisfacente composto da uno stipendio base, un bonus di incentivazione (lavoratori dipendenti), un piano pensionistico e un pacchetto completo di benefit, come assistenza medica e dentistica, assicurazione per disabilità a breve e medio termine, assicurazione vita, *Accidental Death And Dismemberment Insurance*. Il costo di questi benefici è completamente a carico dell'Azienda.

Uguaglianza dei diritti e persone diversamente abili

Ferrero Canada rispetta tutte le norme riguardanti le pari opportunità e le persone diversamente abili, nell'assunzione, impiego, promozione e fine rapporto lavorativo dei suoi dipendenti.

Ferrero Canada si impegna ad assicurare un ambiente lavorativo privo di discriminazione in conformità all'AODA "The Human Rights Code and the Accessibility for Ontarian with Disabilities Act".

Salute e benessere

Ferrero Canada a Brantford offre diversi servizi di salute e benessere, oltre la classica assicurazione medica. Tra essi, solo per citarne alcuni:

- offerta annuale di vaccini a tutti i dipendenti;
- eventi annuali volti alla promozione di stili di vita sani, salute e sicurezza;
- programmi volti a incoraggiare il ritorno sicuro e anticipato al lavoro anche tramite assistenza nella ripresa;
- controllo annuale della salute e sicurezza con tutti i dipendenti dello stabilimento.

Infine, un **Joint Health & Safety Committee**, con rappresentanti dei collaboratori di ogni livello, monitora mensilmente i potenziali rischi e le misure di contenimento per impedire che avvengano incidenti e promuove una cultura di salute e sicurezza.

Ulteriori Benefici a carico dell'azienda

Programma di assistenza dipendenti (Brantford & Toronto)

Il servizio *Lifeworks through Ceridian* è disponibile 24 ore al giorno per tutto l'anno per dipendenti a tempo pieno, offrendo loro la possibilità di parlare con un consulente esperto o di avere accesso informatico a informazioni e servizi. Il programma aiuta nel rispetto della *privacy* il dipendente a gestire stress lavorativo, problemi relazionali, impegni e necessità personali, problemi di salute. Nessun problema è troppo piccolo o troppo grande per *Lifeworks*.

Comitato di Azione Ferrero (Brantford)

Il comitato è composto da dipendenti e funge da tramite tra la Dirigenza e le questioni del personale migliorando la comunicazione tra il dipendente e la dirigenza al fine di assicurare delle condizioni lavorative soddisfacenti.

Take Our Kids to Work Day (Toronto & Brantford)

Il programma promosso da "The Learning Partnership" coinvolge attualmente più di 250.000 ragazzi di terza media e almeno 75.000 aziende e organizzazioni dell'intero Canada. Dal 1994, ogni anno il primo mercoledì del mese di novembre gli studenti trascorrono la giornata sul luogo di lavoro di un genitore, parente o amico, avendo l'opportunità di capire l'importanza di frequentare la scuola per acquisire le competenze richieste nel mondo del lavoro e di sviluppare un senso di stima verso la professione dei propri genitori e il loro ruolo a sostegno del nucleo familiare.

Programma di borse di studio dedicato ai figli Ferrero (Brantford)

Il Programma di borse di studio di Ferrero Canada, creato nel 2009 per i figli dei dipendenti di Ferrero Canada a Brantford, incoraggia la crescita formativa dello studente fino all'Università. I criteri e i parametri per ricevere una borsa di studio includono il completamento o quasi del ciclo di studi superiori o l'iscrizione all'università e la consegna di uno scritto ufficiale o un breve saggio in cui sono descritti gli obiettivi che si sperano di raggiungere attraverso la formazione.

Un comitato di assegnazione delle borse di studio valuta le candidature e seleziona i destinatari delle borse.

Infine, in occasione del 5° anniversario di attività presso Brantford e Toronto, i dipendenti ricevono un certificato celebrativo e un regalo.

Focus su Ferrero in Russia



Focus su Ferrero in Russia

Ferrero è presente nel mercato russo dal 1995. I prodotti Ferrero hanno ottenuto, da subito, grande successo grazie alla qualità, esclusività e alle ottime caratteristiche di gusto. Negli anni, Ferrero Russia, da semplice ufficio di rappresentanza a Mosca, è diventata un'importante azienda produttiva e commerciale che distribuisce i prodotti Ferrero in tutto il Paese. Dopo quasi 20 anni di continua crescita sostenibile, Ferrero Russia è quarta all'interno del Gruppo, con un fatturato 2012/2013 pari a **22,6 miliardi di rubli russi (549,7 milioni di euro)**.

Al 31 agosto 2013, Ferrero Russia si avvale di 1.429 persone tra dipendenti e collaboratori esterni¹ (467 presso la sede commerciale e 962 presso lo stabilimento di Vladimir).

Attualmente, in Russia sono presenti tutte le principali marche Ferrero, tra cui Raffaello® e Ferrero Rocher®, Kinder® Cioccolato, Kinder® Sorpresa, Kinder® Fetta al Latte, Kinder® Pinguì, Kinder® Maxi King, Kinder® Bueno, Kinder® Cioccolato Maxi, Kinder® Cereali, Kinder® Delice, Nutella® e Tic Tac®.



Ferrero Russia è una delle più importanti aziende nel mercato dolciario del Paese: secondo i dati AC Nielsen relativi all'esercizio commerciale 2012/2013, Ferrero è diventata uno **dei primi 5 player** del mercato russo del *confectionery*, con una quota del **15%** a valore nel segmento di mercato di riferimento².

¹ Il dato comprende i lavoratori interinali e gli stage formativi; sono esclusi i contratti di servizi.

² Fonte: Nielsen Retail Audit, National Urban Russia; il segmento del mercato di riferimento include: Packed Pralines, Novelties, Bars, Tablets, Paste, Chilled Snacks, Refresh drops, Flour-based confectionery.

L'investimento in capitale umano, la costante qualità dei prodotti, il miglioramento continuo e l'innovazione sono fra gli elementi che rendono Ferrero Russia un'azienda di successo, rafforzando l'alta reputazione e la fiducia che i consumatori attribuiscono al Gruppo Ferrero in Russia come nel resto del mondo.



Lo stabilimento di Vladimir

La decisione di costruire uno stabilimento produttivo in Russia, importante passo per lo sviluppo strategico nel mercato locale, è stata presa nel 2007. Dopo un'accurata analisi di diverse aree produttive nel Distretto Federale Centrale (Russia Centrale), è stata scelta un'area nella Regione di Vladimir, il villaggio Vorsha nel distretto Sobinsky.

La costruzione dello stabilimento è iniziata nel maggio 2008 e nel novembre 2009 è entrata in funzione la prima linea produttiva.



Nel 2013, lo stabilimento di Vladimir ha celebrato il suo 5° anniversario ed è stato premiato dalle autorità locali per la realizzazione efficiente e puntuale del progetto d'investimento, per il contributo allo sviluppo dell'economia della Regione e per la promozione di diverse iniziative in campo sociale.



Ferrero è il maggior investitore nella Regione di Vladimir e lo stabilimento, con quattro linee produttive in funzione, è uno dei più moderni e importanti nel territorio. I prodotti Ferrero “made in Vladimir” sono distribuiti non solo nella Federazione Russa ma anche in Bielorussia, Kazakhstan e Ucraina. In tal modo, l'Azienda contribuisce a migliorare gli indici economici della Regione, ivi incluso il volume di produzione e d'esportazione.

Stabilimento:

- 43,2 mila m² - superficie totale del sito produttivo
- 179 SKU (Produzione & Co-Packing) tra i più avanzati impianti produttivi del Gruppo Ferrero
- 4 linee industriali e un'area di Co-Packing per il confezionamento manuale
- Fino a 1.100 pallet di prodotto finito al giorno, in alta stagione, trasferito dallo stabilimento al magazzino

Magazzino:

- 36,4 mila m² - superficie totale
- 47.700 posti pallet
- Fino a 90 transiti di carico e scarico al giorno, in alta stagione

Certificazioni dello stabilimento

Lo stabilimento di Vladimir ha ottenuto le seguenti certificazioni:

- ISO 9001:2008 (Sistema di gestione della qualità) dal 2013;
- FSSC 22000:2005 (sistema di gestione della sicurezza alimentare) dal 2013;
- “RSPO Supply Chain Certification” achieving “Segregated” level (SG) dal 2013.



Minimizzare l'impatto ambientale

In linea con le politiche Ferrero, lo stabilimento di Vladimir porta avanti la produzione nel rispetto dell'ambiente. Avvalendosi delle migliori tecnologie disponibili, l'impianto utilizza l'energia, i materiali e le risorse naturali in modo efficiente e consuma le risorse idriche in modo responsabile, cercando di prevenire e ridurre l'impatto ambientale.

Lo stabilimento di Vladimir ha avviato un progetto per entrare nella certificazione ISO 14001 di Gruppo entro il 2015.

Le principali azioni messe in atto dallo stabilimento Ferrero in Russia nel 2012/2013 hanno riguardato:

- riduzione del consumo di energia elettrica;
- riduzione del consumo di gas naturale;
- riduzione del consumo di acqua.

Le azioni più significative per la riduzione dell'energia elettrica sono state:

- installazione di lampade ad alta efficienza;
- isolamento di tubazioni dei fluidi refrigeranti per il sistema di condizionamento;
- eliminazione perdite di aria compressa. Alla data di pubblicazione del report è stato realizzato un *audit* specifico su tali perdite con l'obiettivo di affrontare il tema in maniera più sistematica;
- definizione di progetti di utilizzo di diversi livelli di aria compressa secondo le necessità dei diversi utilizzatori.

Ferrero ha ridotto il consumo di gas naturale tramite le seguenti azioni:

- installazione di un sistema di trattamento dell'acqua (osmosi) per il miglioramento dell'efficienza energetica della centrale termica;
- miglioramento della manutenzione per ridurre le perdite di vapore;
- formazione degli operatori di processo sul corretto uso del vapore.

Lo stabilimento ha implementato diverse azioni per ridurre il consumo di acqua:

- installazione del sistema di osmosi dedicato alla centrale termica che ha consentito anche una riduzione dei consumi e degli scarichi idrici;
- formazione e sensibilizzazione degli operatori sulla gestione dell'acqua negli impianti di trattamento.

Inoltre, lo stabilimento ha approvato un investimento per l'installazione di sistemi di misura dell'energia e dell'acqua che permetterà di controllare al meglio i flussi e individuare le aree ad alto potenziale di miglioramento.

Lo stabilimento di Vladimir intende, anche in futuro, ridurre i consumi di risorse per unità di prodotto e il proprio impatto ambientale. Di seguito, sono riportati alcuni dei progetti in fase di studio:

- ottimizzazione dei sistemi di climatizzazione delle aree produttive e del magazzino;
- installazione di sistemi di illuminazione a LED;
- formazione e sensibilizzazione per aumentare la consapevolezza dei dipendenti sull'uso delle risorse.

Acquisti da fornitori locali

Da quando è stata avviata la produzione, nel novembre 2009, lo stabilimento di Vladimir collabora costantemente con i fornitori russi. Nell'anno 2012/2013, l'86% degli acquisti di materiali d'imballaggio e il 51% degli acquisti di attrezzature tecniche e servizi sono stati effettuati presso fornitori locali.

Nell'anno 2012/2013, lo stabilimento di Vladimir ha collaborato con 240 fornitori locali, appartenenti alle differenti Regioni della Russia, su un totale di 316.

Distribuzione geografica dei fornitori dello stabilimento di Vladimir nel 2012/2013

Provenienza	% fornitori
Regione di Vladimir	25%
Altre regioni russe	51%
Estero	24%

Ferrero Russia, in stretta collaborazione con gli acquisti di Gruppo, effettua indagini sui maggiori fornitori locali che potrebbero dare supporto al *business* Ferrero, in continua crescita in Russia. Lo sviluppo di un parco fornitori locali, che sia affidabile e in grado di garantire gli elevati standard qualitativi del Gruppo, è una condizione fondamentale per la crescita sostenibile di Ferrero nel Paese.



Iniziative per i dipendenti dello stabilimento

Oltre il 50% dei dipendenti diretti dello stabilimento Ferrero di Vladimir è altamente qualificato: in particolare, il 25% ha conseguito una laurea in ingegneria. Inoltre, il 27% sono donne e il 73% sono uomini; l'età media è pari a 34 anni.

Nello stabilimento di Vladimir, sono attivi vari programmi volti a creare un ambiente di lavoro positivo per garantire un buon equilibrio tra vita familiare e lavorativa. Inoltre, il livello salariale dei dipendenti di Ferrero in Russia è superiore alla media di mercato; a ciò si aggiunge un ampio pacchetto sociale.

La politica delle risorse umane si basa su 3 pilastri. Di seguito ne sono illustrati gli aspetti principali.

1. Lavoro con ampie prospettive:

- mensa interna aperta 24 ore al giorno;
- centro medico aperto 24 ore al giorno, 7 giorni su 7, in grado di prestare servizi qualificati, dal primo soccorso alla riabilitazione con fisioterapia;
- regolari controlli medici per tutti i dipendenti;
- servizio navetta per i dipendenti, fino a una distanza di 45 km;
- *coaching system* di due settimane per i dipendenti neoassunti, tramite assegnazione di un tutor;
- corsi di lingue straniere (italiano e inglese);
- ampio pacchetto formativo atto a sviluppare capacità specifiche (ad esempio *Automation Languages*) e manageriali: ogni dipendente riceve in media 30,16 ore di formazione all'anno;
- eventi corporativi per i dipendenti (festa di fine anno, compleanno dello stabilimento a fine maggio).

Ferrero presta grande attenzione alla sicurezza sul lavoro: nello stabilimento, tutte le postazioni di lavoro e i dispositivi di protezione individuale sono certificati, nel rispetto della legislazione locale.

I dipendenti, inoltre, sono coinvolti in taluni processi decisionali per un continuo miglioramento nella gestione del sito produttivo: ciò garantisce un efficace funzionamento dello stabilimento e un accrescimento della motivazione dei dipendenti.

Progetto MiCo (miglioramento continuo)

I dipendenti partecipano all'ottimizzazione dei processi produttivi e gestionali proponendo idee innovative da sottoporre a un sistema di votazione collettiva. Ad esempio, in occasione di decisioni a valore sociale (cambio turni di lavoro, percorsi di trasporto, menù di mensa aziendale),



tramite dei questionari i dipendenti possono esprimere le proprie opinioni, sulla base delle quali è adottata la soluzione maggiormente condivisa.

2. Supporto alla vita sociale:

- organizzazione di corsi in piscina e in palestra presso il centro sportivo di Vladimir;
- partecipazione della squadra dello stabilimento di Vladimir a tornei amatoriali locali;
- concorsi interni di disegno per i figli dei dipendenti "*Ferrero by children eyes*".

3. Interazione con l'ambiente di lavoro:

Ferrero ha implementato delle attività formative volte ad approfondire la preparazione scolastica degli studenti. Durante la **Giornata di Carriera**, Ferrero realizza delle lezioni speciali per gli alunni delle scuole allo scopo di rendere chiaro il processo di produzione e di spiegare il tipo di specializzazione richiesto. Tale approccio aiuta gli studenti nella scelta del più appropriato percorso formativo universitario.

Inoltre, Ferrero collabora con istituzioni educative e formative locali per modellare i propri programmi di formazione nel rispetto delle attuali esigenze di *business*. In particolare, nei prossimi anni, Ferrero si confronterà con istituzioni universitarie per organizzare presso lo stabilimento corsi formativi con specifici focus sui processi di *business*, sui sistemi di qualità, sulla *lean-production*, sul miglioramento continuo. Obiettivo è la creazione di un valido supporto ai giovani nella scelta della loro futura professione e specializzazione.

Iniziative sociali nella comunità locale

Dal 2009, Ferrero Russia ha realizzato numerosi progetti sociali nel territorio della Regione di Vladimir in cooperazione con le Autorità locali, fra cui progetti di supporto agli eventi sportivi per i bambini e per le persone disabili.

Inoltre, ogni anno (dal 2009), in occasione della Giornata Internazionale del Bambino del 1° giugno, Ferrero Russia organizza la festa per i bambini delle famiglie bisognose e i bambini orfani della Regione di Vladimir, con programmi speciali per lo sviluppo e il divertimento, proiezione di cartoni animati e consegna dei regali Ferrero. I bambini che partecipano all'evento sono oggi circa 300, dai 100 iniziali: essi provengono da 15 orfanotrofi della Regione di Vladimir.



Sede commerciale

Benessere, salute e sicurezza

Ferrero Russia garantisce un vasto **Programma di assicurazione** per i dipendenti che prevede, tra l'altro:

- **assicurazione medica volontaria**, con un sistema articolato di servizi medico-infermieristici presso policlinici e ospedali, assistenza odontoiatrica, prestazioni a domicilio di pronto soccorso, visite del medico presso l'ufficio di Mosca;
- **assicurazione vita e salute** (*Ferrero Russia Health/Life Insurance Program*);
- **assicurazione viaggi esteri**;
- **Flexible Benefit Program**, che permette di provvedere alle polizze d'assicurazione medica anche **per il coniuge e i figli**, oppure compensare le spese relative allo sport e a specifici servizi medici (come gli interventi chirurgici non previsti dal contratto dell'Assicurazione medica volontaria);
- **indennità dei pasti parzialmente rimborsata** (ogni dipendente riceve parziale compensazione mensile per i pasti, nell'entità stabilita nel contratto di lavoro).

In aggiunta a tutte le remunerazioni sociali della legislazione del lavoro vigente nella Federazione russa, Ferrero rimborsa al dipendente, nel caso di malattia, la differenza tra il salario mensile e i corrispettivi contemplati dalla legislazione locale, per un periodo di 10 giorni lavorativi durante l'anno (per le donne in gravidanza tale periodo è pari a 15 giorni).

Durante la gravidanza, in occasione della quale in Russia è previsto un periodo di permesso di 140 giorni, Ferrero rimborsa alla dipendente incinta, nel caso in cui essa abbia lavorato non meno di 3 anni, la differenza tra il salario mensile e i corrispettivi contemplati dalla legislazione del lavoro russa.

Ferrero Russia prevede, altresì, vari sussidi per i dipendenti in caso di matrimonio, nascita del bambino, morte del coniuge o dei figli.

Equilibrio tra vita privata e lavorativa

In aggiunta a tutte le norme vigenti in Russia, al fine di consentire un equilibrio tra vita privata e lavorativa, nell'ufficio di Mosca Ferrero offre:

- orari flessibili (inizio di lavoro: dalle 8.30 alle 9.30; termine: dalle 17.30 alle 18.30);
- caffè, tè, acqua gratuiti;
- possibilità di utilizzare le cucine dell'ufficio per scaldare i pasti portati da casa, durante la pausa pranzo.

Ferrero Russia ha contratti corporativi con alcuni fitness club che permettono ai dipendenti di acquistare gli abbonamenti al prezzo scontato.

Formazione e sviluppo

Ferrero Russia realizza un ampio sistema di formazione e sviluppo, a seconda dei bisogni e degli obiettivi di *business* prefissi. Nel quadro del **Performance Management Process** aziendale è ricevuta e elaborata l'informazione su ogni dipendente, il che consente di definire un piano di formazione per l'intero anno.

Le iniziative formative sono finalizzate a sviluppare:

- capacità professionali (certificazione finanziaria ACCA, CIMA, CIA, partecipazione ai seminari professionali, conferenze e tavole rotonde);
- capacità manageriali e di *leadership* (People Management, Project Management, Coaching skills Development, Communication & Conflict Management, Presentation skills development);
- capacità tecniche, competenza computeristica e sviluppo delle abilità linguistiche (inglese & italiano).

Dal 2006, in Ferrero Russia è attivo un programma speciale atto a effettuare la formazione e lo sviluppo del *Sales Force*, al fine di formare unici standard di lavoro e migliorare in continuazione le nozioni e le competenze del *sales team* a tutti i livelli.

Sono vari i tipi di formazione dei dipendenti del dipartimento vendite (a tutti i livelli della struttura commerciale):

1. Esterna (si realizza attraverso esperti appositamente invitati):

- svolgimento di speciali programmi a più livelli, elaborati da centri di formazione/agenzie (corsi di riqualificazione, d'aggiornamento professionale etc.);
- corsi d'informatica speciali (Excel, Power Point etc.);
- programmi specifici.



2. Interna (si realizza attraverso una squadra di *trainer* interni del Sales Force):

- *training* professionale interno (aziendale), in conformità al piano annuale di formazione;
- altre attività svolte da una squadra di *trainer* interna del dipartimento vendite.

3. E-learning – si realizza su una piattaforma formativa oppure sul portale interno di Ferrero Russia ed è svolta attraverso programmi che richiedono lo studio degli standard e dei modelli lavorativi Ferrero.

Progetto “grow with us!”

È un'iniziativa che ha l'obiettivo di attrarre nuovi talenti che possano intraprendere la loro carriera in Ferrero, sviluppando un'esperienza professionale in una realtà sempre crescente.

Il progetto pilota è stato lanciato nel 2012: Ferrero Russia assume studenti (fino a 5 all'anno), dando loro una possibilità di specializzarsi e contribuire al *business* in continua crescita partecipando, in varie funzioni, ai progetti che sono realizzati. In via generale, durante l'anno il tirocinante è impegnato a rotazione fra 3 funzioni diverse. I giovani laureati sono coinvolti nei progetti di *Marketing*, *Sales*, *Trade Marketing*, *SPE* e di altri dipartimenti. Ciò rende possibile la comprensione di profondi processi di *business* Ferrero e quindi l'acquisizione di preziosa esperienza di lavoro in squadra, sviluppando anche capacità di comunicazione.

Progetto “grazie mille!/thank you!”

Il progetto “GRAZIE MILLE/THANK YOU!” è un'iniziativa del dipartimento **HR** implementata al fine di sostenere la comunicazione inter-funzionale e la cultura di *feedback*. Il progetto incoraggia i dipendenti a ringraziarsi uno l'altro inviando ai colleghi messaggi elettronici abbelliti in modo particolare, con “stelle” di varie categorie (*nomination*). Attualmente esistono 7 *nomination* di stelle che si assegnano per: lavoro in squadra, professionalità, idea brillante, supporto ecc. In questo modo, ogni dipendente può inviare al suo collega un “thank-you” star della categoria selezionata.

Il progetto esiste dal novembre 2011. Questa iniziativa è stata accolta con grande entusiasmo: nel suo primo anno è stato registrato un numero di “thank-you” star superiore a 2000; successivamente, i dipendenti hanno iniziato a creare nuove categorie per ringraziare le proprie squadre o i singoli colleghi per attività o eventi più specifici. Da un anno all'altro, il coinvolgimento dei dipendenti è andato sempre crescendo: nel 2012/2013, il numero totale di stelle è stato di 2627, il 26% in più rispetto al 2011/2012.

I detentori del numero più alto di “thank-you” star durante l'anno, ottengono un premio speciale e sono “lodati in pubblico” in occasione della Conferenza Annuale di Ferrero Russia.



10 anni d'anzianità in Ferrero Russia

Dal 2005, Ferrero Russia premia i dipendenti che hanno lavorato in azienda per 10 anni: in occasione della Conferenza Annuale, ai "veterani" sono assegnati regali personalizzati in segno di riconoscenza per i loro meriti. Ad agosto 2013, sono stati premiati 7 dipendenti con 10 anni di anzianità di lavoro. Attualmente, sono 16 le persone che hanno lavorato in Ferrero Russia per oltre 10 anni (il 3% dell'organico).

Partecipazione del personale e comunicazione

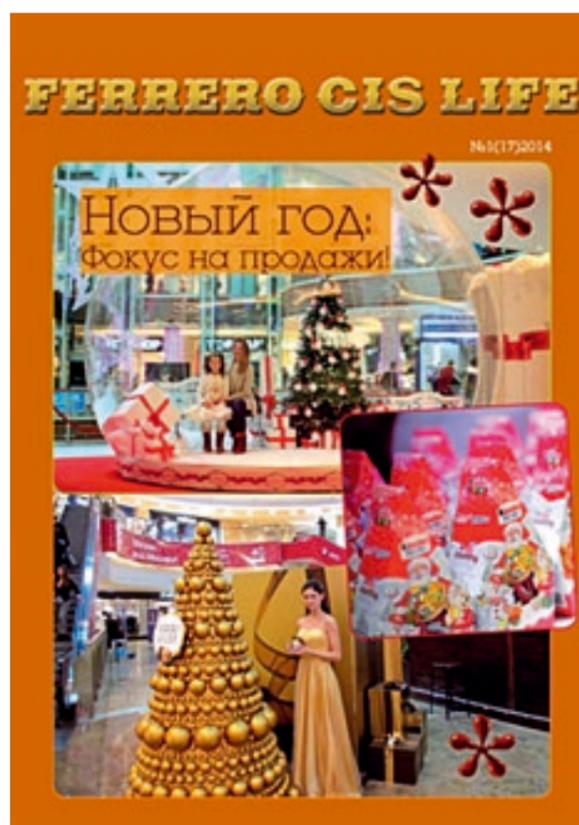
Per sostenere la comunicazione interna, Ferrero Russia ha creato un portale intranet e una rivista elettronica chiamata "Ferrero CIS Life", con pubblicazione trimestrale. Entrambi gli strumenti agevolano la comunicazione interna:

- Il portale permette di diffondere informazioni brevi e veloci, condividere i risultati positivi delle *performance* effettuate, inserire annunci ecc.
- *Ferrero CIS Life* fornisce informazioni varie su tematiche relative alle aziende Ferrero operanti in Russia, Bielorussia, Kazakhstan e Ucraina. Ad esempio, riassume gli eventi corporativi quali Conferenza Annuale e Festa di Fine Anno.

Eventi corporativi di Ferrero Russia

Ferrero Russia svolge annualmente alcuni eventi che coinvolgono i dipendenti di tutta la struttura (sia in Russia che nei Paesi CSI). Si tratta della Conferenza annuale Ferrero, il più significativo evento organizzato sempre alla fine di agosto (prima dell'inizio del nuovo esercizio commerciale) e ha come obiettivo l'analisi dei risultati di *performance* raggiunti nel periodo trascorso nonché la definizione dei piani operativi per il nuovo esercizio.

Inoltre, ogni dicembre Ferrero Russia organizza la tradizionale festa di fine anno e una festa natalizia per i figli dei dipendenti che prevede, tra l'altro, uno spettacolo con la partecipazione di animatori professionisti, giochi, concorsi ecc.



Feedback con i dipendenti

Secondo la prassi consueta, i *manager* delle funzioni di Ferrero Russia raccolgono il *feedback* dai dipendenti, allo scopo di individuare la loro opinione su servizi e procedure offerti dall'Azienda (ad esempio il sistema bancario, l'assistenza medica, il programma *Flexible Benefits* ecc.). Il dipendente può esprimere la sua opinione compilando un apposito questionario. Le informazioni raccolte sono trattate in modo confidenziale.

Inoltre, dopo ogni evento corporativo, si realizzano indagini interne per monitorare il livello di soddisfazione dei dipendenti. In tal modo, i dipendenti hanno la possibilità di esprimere la propria opinione, dare commenti ed eventuali suggerimenti.

Coinvolgimento degli stakeholder

Food Industry Partnership

Ferrero attribuisce molta importanza al dialogo e allo scambio continuo con i diversi gruppi di *stakeholder*, ritenendo rilevante l'interazione al fine di creare un clima favorevole allo sviluppo dell'industria alimentare in Russia. Le aspettative e le opinioni espresse dagli *stakeholder* sono un importante strumento per approfondire l'impegno sociale e una leva per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità.

Tra le *partnership* più significative si ricordano:

- **SUPR (Unione di partecipanti al mercato di consumo)** - organizzazione internazionale non commerciale che definisce standard di sicurezza per i prodotti alimentari. SUPR è un'associazione intersettoriale delle aziende produttrici di generi di consumo. Al fine di eliminare le barriere amministrative ingiustificate, SUPR effettua un monitoraggio degli atti normativi in preparazione, condivide la propria posizione per il perfezionamento della legislazione di regolamentazione del mercato di consumo, informa i propri membri e presta loro servizi di consulenza.

Ferrero collabora con SUPR dal 2007 e, dal 2012, partecipa attivamente al programma di SUPR volto all'interazione con la **Commissione del Codex Alimentarius** – l'organizzazione internazionale preposta a stabilire standard in materia di sicurezza alimentare, costituita dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (WHO) e dall'Organizzazione per l'Alimentazione e l'Agricoltura (FAO).

- **Russian Association of Advertisers (RAA)** - costituita nel 1997 e registrata nel 1998 come organizzazione non commerciale, il cui obiettivo principale è la creazione e determinazione in Russia delle garanzie di libertà pubblicitaria. Tra i compiti più rilevanti si richiamano:

- la protezione degli interessi dei membri dell'associazione nei loro rapporti con l'amministrazione pubblica, agenzie di pubblicità, *mass media* e istituzioni sociali;
- la promozione e lo sviluppo di un efficiente sistema di autoregolamento dell'attività pubblicitaria in Russia.

Essendo membro del RAA, Ferrero Russia prende parte a tutti i processi relativi all'autogestione nella sfera pubblicitaria, insieme agli altri partecipanti (cioè coloro che hanno stipulato il Pledge 2.0, l'impegno dell'autolimitazione di pubblicità per i bambini, nella sua nuova stesura).

- **RusBrand Association** - *RusBrand*, l'associazione dei produttori di beni di marca, costituita nel 2002, è una delle maggiori associazioni russe di produttori di beni di largo consumo e unisce più di 50 aziende leader russe e mondiali. Gli obiettivi principali di *RusBrand Association* sono:

- portare a conoscenza dell'amministrazione pubblica e degli organi decisionali il ruolo positivo e il valore dei *brand*;
- creare un clima di reciproco rispetto e collaborazione costruttiva tra i produttori di *brand* e i loro *business partner*, ivi compresi i *mass media*, committenti e consumatori;
- contribuire alla creazione, in Russia, di una concorrenza leale ed energica, incoraggiando l'impiego di innovazioni e garantendo al consumatore un'alta qualità del prodotto.

Come partner di *RusBrand*, Ferrero Russia partecipa ai seguenti comitati e gruppi di lavoro:

- al Comitato per la proprietà intellettuale;
- al Gruppo di lavoro di ACORT (Associazione di Retailers);
- al Gruppo di lavoro per la regolamentazione tecnica;
- al Gruppo di consulenza per l'elaborazione delle linee guida sul consumo dello zucchero (per l'Organizzazione Mondiale della Sanità);
- al Comitato CSR, dalla sua costituzione in aprile 2014.



Iniziative Sociali di Ferrero Russia

Kinder+Sport

Kinder+Sport è il programma di Ferrero volto a promuovere uno stile di vita sano attraverso la diffusione dello sport come pratica quotidiana, soprattutto fra le giovani generazioni.



Negli anni dal 2008 al 2012, Ferrero Russia ha partecipato attivamente alla realizzazione di un progetto globale Kinder+Sport: nel 2008 e fino al 2010, il progetto si realizzava in cooperazione con le Autorità della Regione di Vladimir attraverso il supporto a vari eventi sportivi per i ragazzi, coinvolgendo oltre 2000 bambini. Dal 2010, sono stati organizzati numerosi progetti e iniziative a livello nazionale. Col progetto Kinder+Sport, Ferrero Russia ha supportato numerosi eventi sportivi:

1. **Torneo di atletica leggera «Shipovka junykh»** (torneo che esiste da oltre 50 anni). Ogni anno partecipano gli allievi delle scuole medie, di orfanotrofi e di convitti: dal 2010 al 2012, 2.864 bambini da diverse Regioni della Russia hanno preso parte all'evento.
2. **Torneo di atletica leggera «Russkay zima» (Inverno russo)** Si svolge a Mosca e prevede gare di corsa, corsa a ostacoli con «**KINDER-START KID'S ATHLETICS**» e *master class* di Tatyana Zelentsova, ex primatista mondiale della corsa sulla distanza di 400 metri ad ostacoli, attualmente allenatore emerito della Russia (50 partecipanti).
3. Nel gennaio 2012, Kinder+Sport ha annunciato il **supporto al pattinaggio artistico** (tra gli sport più amati in Russia). Durante la **tournee regionale - Coppa di professionisti** - organizzato da **Ilya Averbukh** (campione olimpico e mondiale del 2002), sono state tenute *master class*

Kinder+Sport con il coinvolgimento di 44 città russe e 3.000 allievi delle scuole professionali di pattinaggio artistico (da 4 a 12 anni). In ogni città, i vincitori di tali *master class* avevano la possibilità di inaugurare la **Coppa dei professionisti**. In ricordo dell'evento, ogni bambino partecipante ha ricevuto in omaggio una maglietta con gli autografi degli sportivi più famosi. L'evento ha coinvolto 250.000 spettatori.



4. **Ginnastica curativa nei parchi pubblici di Mosca.** Kinder+Sport ha allestito, da agosto a settembre 2012, zone sportive in 6 parchi di Mosca. Le zone verdi pubbliche hanno ospitato 16 sedute di ginnastica con la partecipazione delle campionesse olimpiche **Irina Slutskaya, Anastasia Myskina, Lyasan Utyasheva**, note anche come conduttrici in TV e “mamme esemplari”.

Videopassport

Dal 2012, Ferrero Russia partecipa al progetto sociale “Videopassport”, un sistema informativo a livello nazionale che agevola le persone nella ricerca di un bambino da adottare.

Nel 2012/2013, grazie al supporto finanziario di Ferrero Russia, sono stati realizzati **80** video-dossier (50 dei quali nella Regione di Vladimir).

Al 30 aprile 2014, 62 bambini sono già stati accolti nelle famiglie.

Nel 2014, Ferrero Russia si impegna a proseguire la cooperazione con “Videopassport”: l’obiettivo è la creazione di altri **90** video-dossier.



Kinder® Cioccolato

Kinder® Cioccolato si è affermato nel mercato russo nel 1995. Il prodotto ha subito acquisito popolarità tra i consumatori, grazie alla sua elevata qualità e alle eccezionali caratteristiche di gusto.

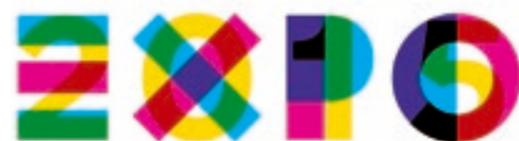
La nuova tappa nello sviluppo del *brand* è iniziata nel 2007, quando per Kinder® Cioccolato è stata elaborata una piattaforma comunicativa locale “L’amore della Mamma”, apprezzata dai consumatori russi. Anche questo ha contribuito al successo che Kinder Cioccolato riscuote nel mercato degli *special kids’ chocolate*. Lo slogan “**Kinder® Cioccolato è il modo migliore per esprimere il tuo amore**” è indissolubilmente legato al *brand*.

Rispondendo ai bisogni dei genitori di dare ai bambini dei prodotti di pregio, Kinder® Cioccolato ha a cuore la qualità degli ingredienti, la propria unicità e la corrispondenza ai bisogni delle mamme.

La responsabilità del *brand* verso il consumatore si manifesta non solo nell’offrirgli un prodotto di ottima qualità del tutto adeguato ad un consumo da parte dei bambini, ma anche nell’impegno al rispetto e al sostegno dei valori del Gruppo in ogni azione promozionale del *brand*. Ferrero indirizza tutti i messaggi comunicativi alle mamme e non colloca pubblicità nelle fasce orarie caratterizzate da un pubblico di bambini, nel rispetto del *Pledge* stipulato nel 2011 e rinnovato nel 2012.

Secondo quanto emerso dai risultati dell’indagine svolta su *Brand Equity* dalla compagnia Ipsos nel 2012, Kinder è la principale marca dei prodotti per i bambini. Kinder® Cioccolato ha contribuito al successo raggiunto dal *brand* e rappresenta il secondo pilastro della marca Kinder, insieme a Kinder® Sorpresa.

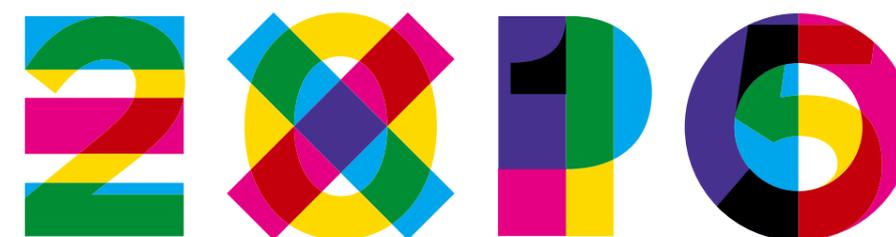




MILANO 2015

Focus su Expo Milano 2015

Official Partner



MILANO 2015

FEEDING THE PLANET
ENERGY FOR LIFE

Focus su Expo Milano 2015 Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita

Il Gruppo Ferrero parteciperà a Expo Milano 2015 in qualità di **“Confectionery Specialities Official Partner”**, raccontando una storia di iniziative e progetti di responsabilità sociale che caratterizzano il proprio agire. Si tratta di iniziative che mettono al centro le **altissime qualità e innovazione dei prodotti Ferrero, la cura per le persone che hanno fatto e fanno la storia del Gruppo, gli impegni di Ferrero per creare occupazione e promuovere l’educazione e la salute dei bambini nei Paesi emergenti, i programmi volti a promuovere stili di vita attivi tra i più giovani.**

Sarà una storia che Ferrero racconterà in **due capitoli.**

Il primo capitolo è rappresentato dall’esperienza che i visitatori potranno vivere all’Expo presso le otto installazioni del Gruppo Ferrero. Il secondo prenderà vita quando le luci dell’Expo si spegneranno, quando le medesime installazioni verranno riconvertite in strutture con finalità sociali.



Le installazioni, con le quali Ferrero sarà presente all’Esposizione universale di Milano 2015, saranno specificatamente studiate per raccontare, in modo coinvolgente, le tematiche che ne rappresentano la partecipazione.

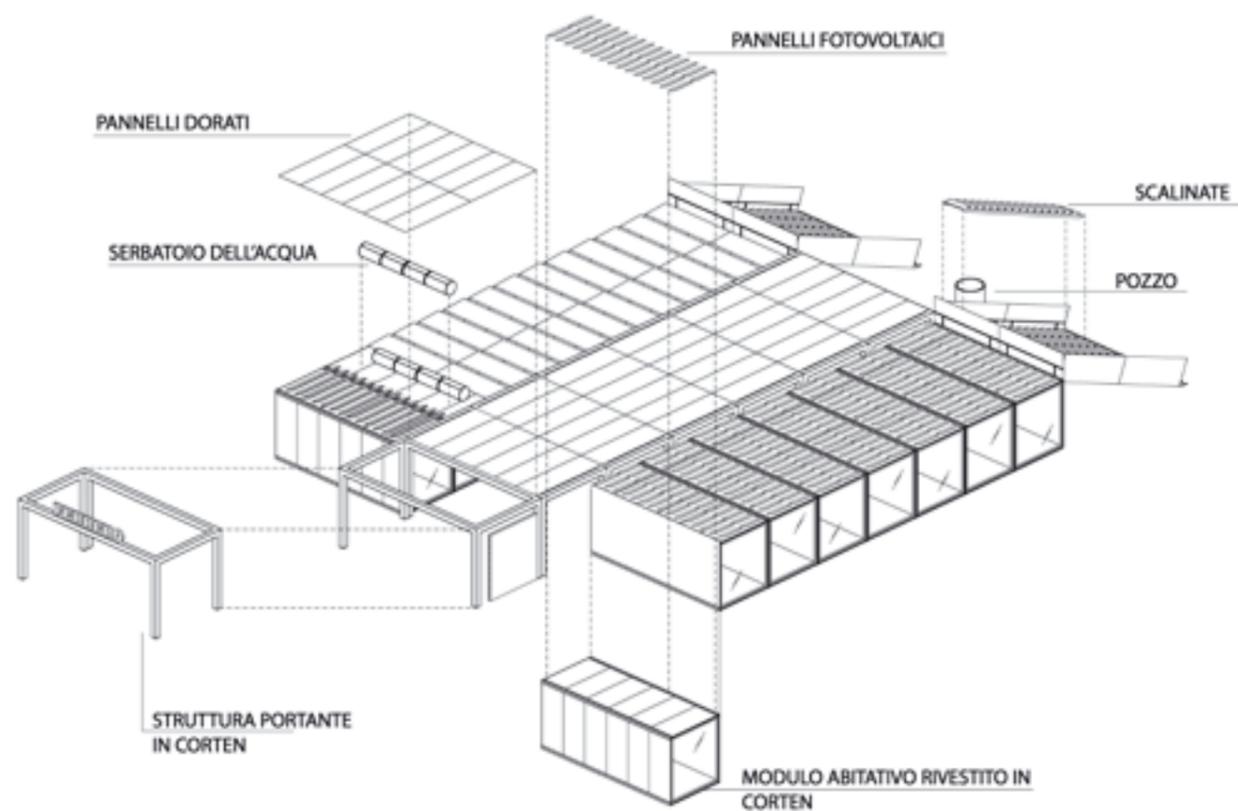
Architettonicamente, saranno realizzate utilizzando strutture primarie. In alto, strutture a scala sosterranno pannelli fotovoltaici che autoalimenteranno e daranno energia all’installazione. Sulle sommità, otto alberi di nocciolo testimonieranno una natura che offre frutti generosi a cui rendere omaggio; il nostro tema della restituzione, il tema dell’Expo.

Saranno tanti i sistemi di coinvolgimento del pubblico: da schermi esterni a sistemi di *video mapping* inseriti nel cuore della struttura, a pozzi di approfondimento, fino alla possibilità di poter irrigare le piante di nocciolo, partecipando così alla loro crescita e nutrendo l’installazione in un gesto coerente con il tema dell’Expo: nutrire il Pianeta.

Qui termina il primo capitolo di questo racconto.

Dall'Expo alla RESTITUZIONE

Le installazioni protagoniste del primo capitolo si ricombineranno e ricomporranno dando vita, nel capitolo successivo, a qualcosa di completamente diverso e inaspettato: la restituzione. Ogni modulo che compone le installazioni dell'Expo sarà trasportato in uno dei Paesi dove Ferrero è presente con i propri progetti di Imprese Sociali. **Tutte le strutture modulari primarie verranno riassemblate con logiche completamente nuove e potranno diventare una scuola, o un centro educativo, o un luogo per la comunità.** La modularità del sistema consentirà di poter scegliere la composizione architettonica più adatta e consona alla funzione cui sarà destinata e, allo stesso modo, potrà essere plasmata adattandosi al terreno su cui verrà costruita.



Infatti, i corpi centrali delle installazioni Ferrero, inizialmente utilizzati all'Expo quali camere di proiezione, sono in realtà dei veri **moduli abitativi** e saranno destinati a tale uso; i pozzi di approfondimento, quelli interrativi, sono segmenti che, uniti in successione, diverranno un vero **pozzo per raggiungere l'acqua in profondità**; tutti i pannelli solari, ricomposti in un unico sistema, doneranno **energia per il fabbisogno dell'intera struttura**; infine, la struttura portante in acciaio diverrà il **vero porticato per accogliere**, proteggere e riunire donne e uomini. **Le donne, gli uomini al centro.**

Infine, un epilogo del racconto sarà scritto con i 64 noccioli cresciuti nei 183 giorni di Esposizione Universale: saranno piantati accanto alla Fondazione e allo stabilimento di Alba. Un omaggio, una memoria di un anno importante: **la restituzione.**



Indicatori GRI

Di seguito è presentata una sintesi dei principali contenuti del rapporto di responsabilità sociale d'impresa 2013, secondo lo schema proposto dalla linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" (versione 3.1, 2011) integrate con il "Food Processing Sector Supplement" e i riferimenti alle "Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali" e all'ISO 26000. Per ogni indicatore sono riportati: una descrizione sintetica del contenuto, il riferimento alla pagina del rapporto ed 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).

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
PROFILO				
1. Strategia e analisi				
1.1	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 8-9
1.2	Descrizione dei principali impatti, rischi e opportunità	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 8-9; 66-69; 94-97; 102-103; 142-143; 164-165; 172-178; 223; 235
2. Profilo dell'organizzazione				
2.1	Nome dell'organizzazione	n.a.	n.a.	T 96-97
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	n.a.	n.a.	T 90-91; 204
2.3	Struttura operativa dell'organizzazione, considerando principali divisioni, aziende operative, controllate e joint-venture	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 92-93; 96-97
2.4	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	n.a.	n.a.	T 96
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	n.a.	n.a.	T 92-93
2.6	Assetto proprietario e forma legale	n.a.	n.a.	T 96-97
2.7	Mercati serviti	n.a.	n.a.	T 92-93; 204-205; 219; 233
2.8	Dimensione dell'azienda (numero dipendenti, numero di attività, fatturato netto, quantità prodotti serviti)	n.a.	n.a.	T 90; 92-93; 114-117; 216; 230
2.9	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione	n.a.	n.a.	T 5; 92-93; 96-97
2.10	Riconoscimenti/premi ricevuti nel periodo di rendicontazione	n.a.	n.a.	T 106-111
3. Parametri del report				
Profilo del report				
3.1	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite	n.a.	n.a.	T 5
3.2	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	n.a.	n.a.	T 5
3.3	Periodicità di rendicontazione	n.a.	n.a.	T 5
3.4	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti	n.a.	n.a.	T 5
Obiettivo e perimetro del report				
3.5	Processo per la definizione dei contenuti del report	n.a.	n.a.	T 5
3.6	Perimetro del report (paesi, divisioni, controllate, impianti in leasing, joint venture, fornitori)	n.a.	n.a.	T 5
3.7	Dichiarazione di qualsiasi limitazione specifica dell'obiettivo o del perimetro del report	n.a.	n.a.	T 5; 116; 128; 135-136; 172-173; 200-201

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
3.8	Informazioni relative a joint venture, controllate, impianti in leasing, attività in outsourcing ed altre entità che possono influenzare la comparabilità tra periodi	n.a.	n.a.	T 5
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	n.a.	n.a.	T 44-45; 84; 121; 128; 191; 194-195; 200
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e motivazioni di tali modifiche	n.a.	n.a.	T 90; 189; 191
3.11	Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione	n.a.	n.a.	T 5; 114; 116
Indice contenuti GRI				
3.12	Tabella esplicativa dei contenuti del report che riporti il numero di pagina o del sito internet di ogni sezione	n.a.	n.a.	T 256-264
Assurance				
3.13	Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'assurance esterna del report	n.a.	7.5.3 Tipologia di comunicazione sulla responsabilità sociale	T 5; 266-267
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	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 96
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)	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 96
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	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 96
4.4	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 96-97
4.5	Legame tra compensi dei componenti del più alto organo di governo e la performance dell'organizzazione (inclusa la performance sociale e ambientale)	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 96
4.6	Attività in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interesse	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 96-97
4.7	Processi per la determinazione della composizione, delle qualifiche e delle competenze dei componenti del più alto organo di governo e dei suoi comitati, comprese le considerazioni sulle questioni di genere e altri indicatori di diversità	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 96
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	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 12-13; 16-19; 22; 30-32; 38-43; 52; 62-63; 66; 68; 78-81; 98-99; 104-105; 142; 145-150; 172-173; 205-210; 216-217 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta; www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-etico/eccellenza-affidabilita
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	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 96-97; 98-99; 104-105; 142; 172-173
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	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 96
Impegno in iniziative esterne				
4.11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 20-21; 104-105; 172-173; 176-178

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI	
4.12	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relative a performance economiche, sociali e ambientali	n.a	6.2 Governo dell'organizzazione	T	5; 19; 22-23; 32-33; 38-41; 105-111; 142; 244-245 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali	n.a	6.2 Governo dell'organizzazione	T	101-102
Coinvolgimento degli stakeholder					
4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	n.a	6.2 Governo dell'organizzazione	T	98
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	n.a	6.2 Governo dell'organizzazione	T	98-99
4.16	Approccio dell'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder	n.a	6.2 Governo dell'organizzazione	T	82; 85-86; 98-99; 104-105; 123-124; 143; 152; 154-155; 163; 175; 223-224; 236; 243-245
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	n.a	6.2 Governo dell'organizzazione	T	16-19; 22-23; 32-33; 98-99; 104-105; 142-143; 172-173
INDICATORI DI APPROVVIGIONAMENTO					
DMA SC	Politiche e sistemi di gestione e verifica	n.a		T	8-9; 16; 18-19; 22-25; 36-39; 69-70; 94-95; 98-99; 104-105; 121; 142-145; 147-151; 153-156; 158-163; 172-173; 176-178; 180-183; 194-199; 206-211; 220-221; 234-235 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta
FP1	Percentuale del volume di acquisti effettuati da fornitori che operano in conformità alla politica di approvvigionamento dell'azienda	n.a	6.3 Diritti umani 6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T	16; 36; 38-39; 94; 104-105; 142-143
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	n.a	6.3 Diritti umani 6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T	16; 36; 38-39; 94; 104-105; 142-143; 154; 156
INDICATORI ECONOMICI					
DMA EC	Politiche e sistemi di gestione e verifica	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	6.2 Governo dell'organizzazione 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità	T	8-9; 54-57; 60-63; 71-72; 74-75; 83-87; 90; 92-93; 100; 102-103; 114-115; 121-122; 125-126; 138-139; 147-150; 156-159; 172-173; 176-177; 186; 204; 191-192; 216-217; 220-226; 230; 234-235; 238; 246-247
Performance economica					
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.3 Coinvolgimento della comunità 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza 6.8.9 Investimento sociale	T	100
EC2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità per le attività dell'organizzazione dovuti ai cambiamenti climatici	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi	T	176
EC3	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	n.a	T	125
EC4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	n.a	T	103
Presenza sul mercato					
EC5	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative, suddiviso per genere	n.a	6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità	T	121

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI	
EC6	Politiche, pratiche e percentuali di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	n.a	6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza	T	71; 102-103; 223; 235
EC7	Procedure di assunzione di persone residenti dove si svolge prevalentemente l'attività e percentuale dei senior manager assunti nella comunità locale	n.a	6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza	T	123
Impatti economici indiretti					
EC8	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente "per pubblica utilità"	n.a	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.3 Coinvolgimento della comunità 6.8.4 Istruzione e cultura 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 6.8.6 Sviluppo tecnologico e accesso alla tecnologia 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza 6.8.9 Investimento sociale	T	54-57; 60-63; 72; 74-75; 83; 85-87; 102-103; 147-150; 158-159; 186; 224-225; 238; 246-247
EC9	Analisi e descrizione dei principali impatti economici indiretti considerando le esternalità generate	n.a	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 6.6.7 Rispetto dei diritti di proprietà 6.7.8 Accesso ai servizi essenziali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 6.8.6 Sviluppo tecnologico e accesso alla tecnologia 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza 6.8.9 Investimento sociale	P	54-57; 60-63; 72; 74-75; 102; 147-150; 158-159; 172-173; 176; 191-192; 220-221; 222-224; 230; 234-235
INDICATORI AMBIENTALI					
DMA EN	Politiche e sistemi di gestione e verifica	VI. Ambiente	6.2 Governo dell'organizzazione 6.5 Ambiente	T	8-9; 93; 103; 142-144; 150-153; 172-173; 176-179; 180-181; 183-186; 188-189; 190-192; 194-201; 220-222; 234-236 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta
Materie prime					
EN1	Materie prime utilizzate per peso e volume	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	93; 144, 150; 195
EN2	Percentuali dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	195
Energia					
EN3	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	178-179; 189
EN4	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	178-179; 188-189
EN5	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	172; 176-179; 184-186; 194; 199; 220-222; 234-235
EN6	Iniziative per fornire prodotti e servizi ad efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguenti riduzioni del fabbisogno energetico come risultato	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	172; 176-179; 184-186; 194; 199; 220-222; 234-235
EN7	Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	172; 179; 184-186; 220-222; 234-235
Acqua					
EN8	Prelievo totale di acqua per fonte	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	180-181
EN9	Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	180-181
EN10	Percentuale e volume totale dell'acqua riciclata e riutilizzata	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	180-181
Biodiversità					
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	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali	T	192
EN12	Descrizione dei maggiori impatti di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità di aree protette o aree ad elevata biodiversità esterne alle aree protette.	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali	T	192

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
Emissioni, scarichi, rifiuti				
EN16	Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi	T 190-191; 199
EN17	Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra significative per peso	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi	T 200-201
EN18	Iniziative per ridurre le emissioni di gas ad effetto serra e risultati raggiunti	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi	T 190-192; 198-199; 220-222; 234-235
EN19	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono per peso	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T 190
EN20	NOx, SOx, e altre emissioni significative nell'aria per tipologia e peso	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	NA Ferrero non produce altre emissioni significative
EN21	Acqua totale scaricata per qualità e destinazione	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T 180-181
EN22	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T 182-183
EN23	Numero totale e volumi di sversamenti significativi	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T 183
Prodotti e servizi				
EN26	Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 6.7.5 Consumo sostenibile	T 172-173; 194-197
EN27	Percentuale dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato per categoria	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse 6.7.5 Consumo sostenibile	T 194; 197
Conformità				
EN28	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale	VI. Ambiente	6.5 Ambiente	T 103
Trasporti				
EN29	Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T 199-201; 222; 236
INDICATORI SOCIALI				
Indicatori sulle pratiche di lavoro e sulle condizioni di lavoro adeguate				
DMA LA	Politiche e sistemi di gestione e verifica	V. Occupazione e relazioni industriali	6.2 Governo dell'organizzazione 6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro	T 8-9; 56-57; 60-63; 114-122; 124-135; 138-139; 216; 221; 226-227; 230; 239-241 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta; www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-etico/eccellenza-affidabilita
Occupazione				
LA1	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologie, tipo di contratto, distribuzione territoriale e scomposto per genere	V. Occupazione e relazioni industriali	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro	T 114-117; 216; 230
LA2	Numero totale e tasso di nuovi assunti e di turnover del personale, suddiviso per età, genere e area geografica	V. Occupazione e relazioni industriali	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro	T 120-121
LA15	Tasso di ritorno al lavoro e tasso di retention dopo il congedo parentale, suddiviso per genere	V. Occupazione e relazioni industriali	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale	NC 121 Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/2015
Relazioni industriali				
LA4	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	V. Occupazione e relazioni industriali	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale 6.4.5 Dialogo sociale 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro	T 124

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
LA5	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative, specificando se tali condizioni siano incluse o meno nella contrattazione collettiva	V. Occupazione e relazioni industriali	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale 6.4.5 Dialogo sociale	T 124
FP3	Percentuale del tempo di lavoro perso a causa di vertenze, scioperi e/o serrate, per paese	V. Occupazione e relazioni industriali	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale 6.4.5 Dialogo sociale	T 124
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 e genere	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.6 Salute e sicurezza sul lavoro	P 129 Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/2015.
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	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.6 Salute e sicurezza sul lavoro 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.3 Coinvolgimento della comunità 6.8.4 Istruzione e cultura 6.8.8 Salute	T 56-57; 127; 134-135; 226-227; 239
Formazione e istruzione				
LA10	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.7 Sviluppo delle risorse umane e formazione sul luogo di lavoro	P 131-132; 135 Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/2015.
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	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.7 Sviluppo delle risorse umane e formazione sul luogo di lavoro 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze	T 60-63; 129-135; 226-227; 239
LA12	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera.	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.7 Sviluppo delle risorse umane e formazione sul luogo di lavoro	T 133
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	V. Occupazione e relazioni industriali	6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro	T 117-119
Remunerazione paritaria tra donne e uomini				
LA14	Rapporto dello stipendio base e della remunerazione degli uomini rispetto a quello delle donne a parità di categoria, suddiviso per le sedi operative più significative	V. Occupazione e relazioni industriali	6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale	P 122 Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/2015.
Indicatori diritti umani				
DMA HR	Politiche e sistemi di gestione e verifica	IV. Diritti umani	6.2 Governo dell'organizzazione 6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.6 Risoluzione delle controversie 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T 8-9; 16-19; 30; 38-39; 103-105; 118; 122-125; 129-130; 138-139; 142-150; 156-159; 164-167 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta; www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-etico/eccellenza-affidabilita
Pratiche di investimento e approvvigionamento				
HR1	Percentuale e numero totale di accordi significativi di investimento e contratti che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una relativa valutazione	IV. Diritti umani	6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.5 Evitare le complicità 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T 16; 39; 104-105; 142; 146-150
HR2	Percentuale dei principali fornitori, appaltatori e altri partner commerciali che sono sottoposti a verifiche in materia di diritti umani e relative azioni intraprese	IV. Diritti umani	6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.5 Evitare le complicità 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T 16; 39; 104-105; 142; 146-150; 156-158
HR3	Ore totali di formazione dei dipendenti su politiche e procedure riguardanti tutti gli aspetti dei diritti umani rilevanti per l'attività dell'organizzazione e percentuale dei lavoratori formati	IV. Diritti umani	6.3 Diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità	P 103; 129-130

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
Non discriminazione				
HR4	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni correttive intraprese	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	6.3 Diritti umani 6.3.6 Risoluzione delle controversie 6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro	T 103
Libertà di associazione e contrattazione collettiva				
HR5	Identificazione delle attività e dei fornitori rilevanti in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità 6.3.8 Diritti civili e politici 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.4.5 Dialogo sociale	T 16; 39; 104-105; 124-125; 142
Lavoro minorile				
HR6	Identificazione delle attività e dei fornitori rilevanti con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure adottate per contribuire alla sua eliminazione	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità 6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T 16; 39; 104-105; 142; 145-150; 156-159
Lavoro forzato				
HR7	Attività e principali fornitori con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligato e misure intraprese per contribuire all'abolizione di ogni loro forma	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità 6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T 16; 39; 104-105; 142; 145-150; 156-159
Valutazioni				
HR10	Percentuale e numero totale delle attività sottoposte a controlli e/o valutazioni di impatto relativi ai diritti umani	IV. Diritti umani	6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità	T 16; 39; 104-105; 142; 145-150; 156-159; 167
Azioni correttive				
HR11	Numero di reclami registrati relativi al rispetto dei diritti umani, gestiti e risolti attraverso meccanismi formali di gestione dei reclami	IV. Diritti umani	6.3 Diritti umani 6.3.6 Risoluzione delle controversie	T 39; 103
Indicatori Società				
DMA SO	Politiche e sistemi di gestione e verifica	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.2 Governo dell'organizzazione 6.6 Corrette prassi gestionali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità	T 8-9; 13; 16; 18-19; 38-39; 40-41-49; 52-63; 72; 74-75; 78-87; 94-95; 101-103; 138-139; 142-150; 156-159; 184-186; 192-196; 205-210; 223-225; 235-238; 246-248 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta
Collettività				
S01 (FPSS)	Natura, obiettivo ed impatto di qualsiasi programma e attività che valuta e gestisce gli impatti delle operazioni sulla comunità	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.3 Coinvolgimento della comunità 6.8.9 Investimento sociale	T 16; 38-39; 48-49; 52-63; 72; 74-75; 83; 85-87; 102; 138-139; 143-150; 156-159; 184-186; 193-196; 205-210; 223; 235
S01 (G3.1)	Percentuale di attività che hanno implementato politiche di engagement con le comunità locali, analisi di valutazione degli impatti e programmi di sviluppo	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.3 Coinvolgimento della comunità 6.8.9 Investimento sociale	T 38-39; 48-49; 52-63; 66-72; 74-75; 78-87; 102-103; 138-139; 143-150; 156-159; 186; 223-225; 235; 238
S09	Attività con significativi impatti negativi reali o potenziali sulle comunità locali.	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità	T 102-103; 223; 235
S010	Misure di prevenzione e mitigazione implementate per attività con significativi impatti negativi reali o potenziali sulle comunità locali.	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità	T 102-103; 223; 235

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
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	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.8.8 Salute	T 18-21; 48-49; 78-87; 246-248
Corruzione				
S02	Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.3 Lotta alla corruzione	T 103
S03	Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anti-corruzione dell'organizzazione	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.3 Lotta alla corruzione	P 103 <i>Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/2015.</i>
S04	Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.3 Lotta alla corruzione	T 103
Contributi politici				
S05	Posizioni sulla politica pubblica, partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche e pressioni esercitate	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.4 Coinvolgimento politico responsabile 6.8.3 Coinvolgimento della comunità	T 18-19; 40-41; 101-102; 143; 150-152; 156-159; 244-245
S06	Totale dei contributi finanziari e benefici prestati a partiti, politici e relative istituzioni per Paese	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.4 Coinvolgimento politico responsabile 6.8.3 Coinvolgimento della comunità	T <i>www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta</i> <i>Il Gruppo Ferrero non consente comportamenti che offrano, promettono, chiedono o consegnino un indebito beneficio pecuniario, o di altra natura, a pubblici ufficiali e/o funzionari e/o membri delle loro famiglie e/o partner commerciali, con l'intenzione di corrompere, direttamente o indirettamente. Ferrero non consente contributi a partiti politici e/o a candidati a pubblici incarichi.</i>
Conformità				
S08	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	X. Concorrenza XI. Fiscalità	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.3 Lotta alla corruzione 6.6.7 Rispetto dei diritti di proprietà 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza	T 103
Indicatori di responsabilità di prodotto				
DMA PR	Politiche e sistemi di gestione e verifica	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.2 Governo dell'organizzazione 6.6 Corrette prassi gestionali 6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori	T 16-20; 22-23; 26-28; 32-37; 39; 40-47; 103-104; 196-197
Salute e sicurezza dei consumatori				
PR1	Fasi del ciclo di vita dei prodotti/servizi per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati per promuoverne il miglioramento e percentuale delle principali categorie di prodotti/servizi soggetti a tali procedure	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.4 Protezione della salute e della sicurezza dei consumatori 6.7.5 Consumo sostenibile	T 16; 18-20; 22-23; 32-37; 104 <i>www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta</i>
PR2	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non-conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.4 Protezione della salute e della sicurezza dei consumatori 6.7.5 Consumo sostenibile	T 28; 39; 103
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	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.7.4 Protezione della salute e della sicurezza dei consumatori	T 26-27
FP6	Percentuale dei volumi di vendita totale di prodotti di consumo con ridotto contenuto di grassi saturi, acidi, grassi trans, sodio e zuccheri aggiunti	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.7.5 Consumo sostenibile	T 19
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)	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.7.5 Consumo sostenibile	T 19

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
Etichettatura di prodotti e servizi				
PR3	Tipologia di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativi soggetti a tali requisiti informativi	VIII. Interessi del consumatore	6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.3 Comunicazione commerciale onesta, informazioni basate su dati di fatto e non ingannevoli e condizioni contrattuali corrette 6.7.4 Protezione della salute e della sicurezza dei consumatori 6.7.5 Consumo sostenibile 6.7.6 Servizi di supporto ai consumatori, risoluzione dei reclami e delle dispute 6.7.9 Educazione e consapevolezza	T 46-47; 196-197
FP8	Politiche e pratiche di comunicazione ai consumatori su ingredienti e informazioni nutrizionali che vanno oltre quanto previsto dai requisiti di legge	VIII. Interessi del consumatore	6.7.5 Consumo sostenibile	T 46-47
Comunicazione di marketing				
PR6	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	VIII. Interessi del consumatore	6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.3 Comunicazione commerciale onesta, informazioni basate su dati di fatto e non ingannevoli e condizioni contrattuali corrette 6.7.6 Servizi di supporto ai consumatori, risoluzione dei reclami e delle dispute 6.7.9 Educazione e consapevolezza	T 40-46
PR7	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	VIII. Interessi del consumatore	6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.3 Comunicazione commerciale onesta, informazioni basate su dati di fatto e non ingannevoli e condizioni contrattuali corrette 6.7.6 Servizi di supporto ai consumatori, risoluzione dei reclami e delle dispute 6.7.9 Educazione e consapevolezza	T 41-45
Conformità				
PR9	Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi	VIII. Interessi del consumatore	6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.6 Servizi di supporto ai consumatori, risoluzione dei reclami e delle dispute	T 39; 103
INDICATORI DI BENESSERE DEGLI ANIMALI				
DMA AW	Politiche e sistemi di gestione e verifica	n.a.	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile	T 16; 104-105; 161-163; 208-209 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta
Allevamento e genetica				
FP9	Percentuale e totale degli animali allevati e/o sottoposti al processo di trasformazione distinti per specie e razza	n.a.	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile	NA Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali.
Zootecnica				
FP10	Politiche e pratiche, distinte per specie e razza, relative alle alterazioni fisiche e all'utilizzo di anestetici	n.a.	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile	NA Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali.
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	n.a.	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile	NA Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali.
FP12	Politiche e pratiche sull'utilizzo di antibiotici, anti-infiammatori, ormoni e/o trattamenti stimolatori della crescita, distinti per specie e razza	n.a.	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile	NA Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali.
Trasporto, movimentazione e macellazione				
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	n.a.	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile	NA Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali.



Dichiarazione Verifica del livello di applicazione GRI

Il Global Reporting Initiative (GRI) dichiara che Ferrero International S.A. ha presentato il proprio "Condividere Valori per Creare Valore" (2014) al dipartimento GRI Report Services, il quale è giunto alla conclusione che il Report possiede i requisiti del Livello di Applicazione A+.

I Livelli di Applicazione GRI indicano in che misura il contenuto delle linee guida GRI-G3.1 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-G3.1. Per la metodologia vedi www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

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, 24 luglio 2014



Asthildur Hjaltadóttir

Asthildur Hjaltadóttir
Direttore Servizi
Global Reporting Initiative

Il "+" è stato aggiunto al Livello di Applicazione in quanto Ferrero International S.A. 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

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 16 luglio 2014. GRI esclude esplicitamente che la presente dichiarazione sia applicata a cambiamenti successivi.

Relazione della società di revisione sulla revisione limitata del rapporto di responsabilità sociale d'impresa

Al Consiglio di Amministrazione 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 2013. La responsabilità della redazione del rapporto di sostenibilità in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" (versione G3.1, 2011) e al "Food Processing Sector Supplement" entrambi definiti 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. È 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 del Gruppo 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 "il Gruppo Ferrero" del rapporto di sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 agosto 2013, sul quale Deloitte Audit Société à responsabilité limitée ha emesso la relazione della società di revisione, in data 14 febbraio 2014;
 - 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;

- 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.

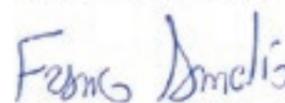
La revisione limitata ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella di una revisione completa svolta secondo l'ISAE 3000, e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati 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 9 luglio 2013.

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 2013 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" (versione G3.1, 2011) e al "Food Processing Sector Supplement" entrambi definiti dal GRI - Global Reporting Initiative, come descritto nel paragrafo "premessa metodologica".

Milano, 30 luglio 2014

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



Franco Amelio
Socio
Corporate Responsibility Services

FERRERO

Ferrero Ufficio CSR
P.le Pietro Ferrero, 1
12051 Alba (CN)
Italia

csr@ferrero.com
www.ferrerocsr.com

Stampato su carta FSC

