

**CONDIVIDERE VALORI
PER CREARE VALORE**



Responsabilità Sociale d'Impresa

RAPPORTO 2015

FERRERO

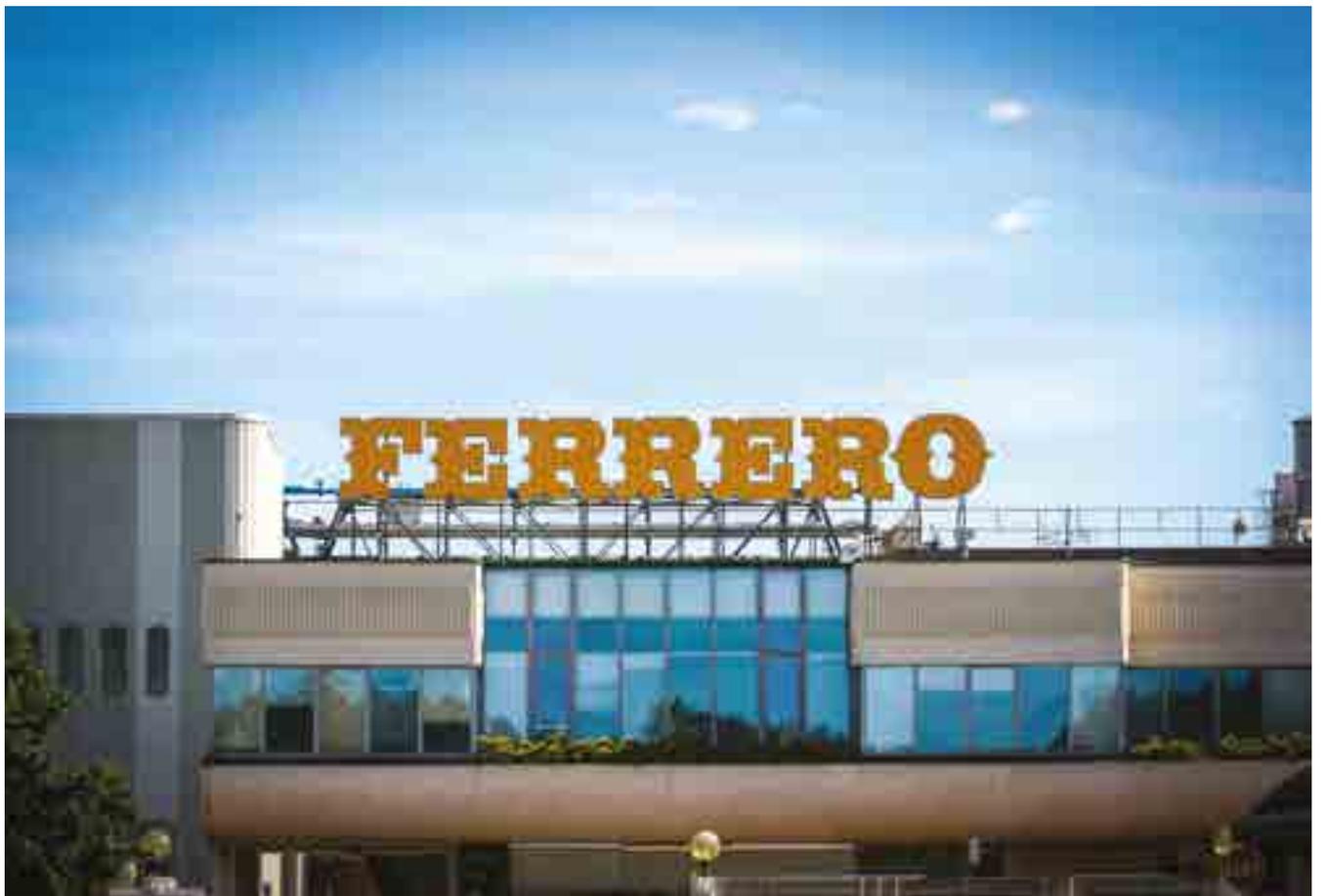
Questa copertina è stata stampata su carta realizzata con sottoprodotti di lavorazione della nocciola che sostituiscono fino al 15% della cellulosa proveniente da albero.

CONDIVIDERE VALORI PER CREARE VALORE

Responsabilità Sociale d'Impresa

RAPPORTO 2015

FERRERO



Premessa metodologica

A proposito di questo rapporto di responsabilità sociale d'impresa

Il presente rapporto ha l'obiettivo di illustrare la strategia di responsabilità sociale del Gruppo Ferrero e le relative iniziative mondiali riferite all'anno 2014/2015 (1° settembre 2014 – 31 agosto 2015). Tenuto conto degli obiettivi definiti nei precedenti rapporti, le tematiche di questa settima edizione sono state selezionate attraverso un processo di materialità interno in base al loro livello di rilevanza per il Gruppo Ferrero e a quanto emerso dal costante confronto con i principali stakeholder.

Inoltre il presente rapporto dedica il focus sulle Grandi Marche Ferrero a Tic Tac® e quelli riferiti alla presenza del Gruppo nel mondo in Australia e in Regno Unito e Irlanda. I focus dedicati ad altri prodotti Ferrero, così come ad altri Paesi in cui il Gruppo opera e alla presenza del Gruppo a Expo Milano 2015, sono inclusi nei precedenti rapporti, disponibili sul sito www.ferrerocsr.com.

La redazione è stata curata dall'Ufficio Affari Istituzionali, Pubbliche Relazioni e Comunicazione Corporate del Gruppo Ferrero (email: csr@ferrero.com) in conformità alle linee guida "G4 Sustainability Reporting Guidelines" (2013) e al "Food Processing Sector Disclosures" (2014), entrambi pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione "In accordance" – Core. Il presente rapporto è stato sottoposto al GRI Content Index Service, e il GRI ha confermato l'accuratezza del G4 Content Index.

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 ultimata la costruzione del nuovo stabilimento in Cina, inaugurato a settembre 2015;
- nel febbraio 2015 è stata completata l'acquisizione della totalità del Gruppo Oltan, leader mondiale nella fornitura, lavorazione e vendita di nocciole;
- nell'agosto 2015 è stata completata l'acquisizione di Thorntons Plc, importante player inglese operante nel settore della produzione dolciaria.

Per quanto riguarda i dati economici, il perimetro di rendicontazione risulta essere lo stesso del bilancio consolidato di Ferrero International.

Per quanto riguarda le informazioni qualitative e i dati quantitativi relativi agli aspetti sociali e ambientali, sono state escluse dal perimetro di rendicontazione:

- la joint venture societaria Stelliferi & Itavex Srl, attiva nel settore della preparazione e vendita di nocciole tostate in differenti gradi di lavorazione;
- le società afferenti al Gruppo Oltan e Thorntons Plc.

Sono invece incluse le società Ferrero Industrial Services G.E.I.E. e la Fondazione Piero, Piero e Giovanni Ferrero¹.

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, dove sono altresì disponibili i precedenti rapporti CSR, pubblicati nel giugno 2010, giugno 2011, luglio 2012, luglio 2013, ottobre 2014 e ottobre 2015. Altri rapporti seguiranno annualmente.

1. La società Ferrero Industrial Services G.E.I.E. e la ONLUS Fondazione Piero, Pietro e Giovanni Ferrero non rientrano all'interno del perimetro di consolidamento del bilancio consolidato di Ferrero International in quanto considerate "parti correlate" ai fini dello IAS 24.



Indice

	Lettera del CEO	8
	La responsabilità sociale Ferrero	10
	Gli obiettivi del Gruppo Ferrero entro il 2020	12
	Gli stakeholder del Gruppo Ferrero e analisi di materialità	14
	Il Gruppo	
	I numeri del Gruppo	21
	Ferrero nel Mondo	22
	La struttura organizzativa e di governance del Gruppo	24
	Il Valore Aggiunto Ferrero	26
	Conformità a leggi e regolamenti	27
	Principali organizzazioni e associazioni	28
	Il Piano ABCDE	30
	Acquisti dai fornitori locali	31
	Premi e riconoscimenti	32
	Le Persone	
	I Nostri Consumatori	38
	La Fondazione Ferrero	80
	Le Donne e gli Uomini Ferrero	98
	Il Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero	138
	Kinder+Sport	148
	Il Pianeta	
	F-ACTS: le pratiche agricole sostenibili Ferrero	172
	HCo: Ferrero Hazelnut Company	208
	Minimizzare l'impatto ambientale	214
	Focus	
	Focus Tic Tac®	254
	Focus Ferrero in Australia	270
	Focus Ferrero nel Regno Unito e in Irlanda	288
	Indicatori GRI	305
	Revisione indipendente a cura di Deloitte	326

Lettera del CEO

I valori solidi, la passione e l'impegno che guidano da sempre l'operato di tutti i collaboratori del Gruppo Ferrero nonché la costante e rinnovata fiducia dei nostri consumatori ci hanno permesso di chiudere con successo anche l'esercizio commerciale 2014/2015, con un fatturato consolidato pari a 9.542 milioni di Euro, in crescita del +13,4% rispetto al periodo precedente.

Tale crescita è stata frutto dello straordinario dinamismo nello sviluppo dei nuovi mercati, dove Ferrero ha registrato risultati ancora più significativi se li si inserisce in un contesto internazionale le cui difficoltà persistono. Quindi il Gruppo conferma e in alcuni casi migliora gli eccezionali risultati delle vendite degli scorsi esercizi in Asia, Medio Oriente, Stati Uniti, Canada, Messico e Australia. Ottimi i risultati anche nei mercati europei quali Regno Unito, Polonia e Germania.



Nel 2014/2015 il Gruppo Ferrero ha effettuato nuovi investimenti, pari al 5,8% delle vendite, per il potenziamento delle attività industriali e produttive, principalmente in Italia, Cina, Germania, Polonia, India e Brasile. Sono 22 gli stabilimenti produttivi su cui oggi Ferrero può contare.

Il Gruppo ha inoltre continuato a rafforzare la propria presenza nel mercato delle nocciole, per garantire e migliorare la qualità di una materia prima fondamentale e assicurare un gusto d'eccezione ai propri prodotti. In particolare, Ferrero ha completato l'acquisizione in Turchia del gruppo Oltan, operatore leader nel mercato della fornitura, lavorazione e vendita di nocciole. Quest'acquisizione rafforza il nostro impegno di responsabilità sociale nelle pratiche di agricoltura sostenibile, già attive in Turchia grazie a un programma dedicato, il "Ferrero Farming Values" (FFV).

Inoltre, ad agosto 2015, il Gruppo Ferrero ha completato l'acquisizione di Thorntons Plc, storica società inglese fondata nel 1911 e operante nel Regno Unito nella produzione e nella commercializzazione dei prodotti dolciari a base di cioccolato. Ferrero e Thorntons hanno alle spalle una forte tradizione familiare e una vocazione a deliziare i propri consumatori con prodotti di altissima qualità.

A rafforzare il nostro orgoglio è un altro importante risultato: al 31 agosto 2015, il totale dei collaboratori interni ed esterni al Gruppo Ferrero ha raggiunto 40.721 Donne e Uomini.

Da maggio ad ottobre 2015, il Gruppo Ferrero ha inoltre preso parte a Expo Milano 2015, portando all'esposizione universale un assaggio della nostra filosofia, che si specchia pienamente nel motto della manifestazione "Nutrire il pianeta, energia per la vita".

Infatti, anche in Expo, Ferrero ha presentato i propri valori, il proprio impegno verso la qualità, l'innovazione costante, la comunicazione trasparente e la cura delle persone che hanno fatto e fanno parte della storia del Gruppo. Essere un Gruppo globale non ci impedisce di agire localmente mantenendo così il forte legame con le Persone e il territorio in cui operiamo. Ciò è dimostrato, oltre che dall'impegno per la performance economica e per la condivisione di valore con un numero sempre più alto di Persone, da un profondo senso di responsabilità che si concretizza in una particolare attenzione alla mitigazione del cambiamento climatico: a settembre 2014, il Gruppo Ferrero ha sottoscritto durante l'Onu Climate Summit 2014 la New York Declaration on Forests, accordo che prevede come obiettivo il dimezzare la deforestazione entro il 2020 e a bloccarla definitivamente entro il 2030.

Oltre a ciò, nel selezionare le nostre materie prime, rafforziamo costantemente gli stringenti criteri, per noi imperativi, dell'eccellenza nella qualità, del rispetto dei diritti umani, della sostenibilità ambientale e del benessere animale, per noi categorici nel selezionare le materie prime. Da novembre 2015 Ferrero è tra i membri del Palm Oil Innovation Group (POIG); ciò rappresenta un ulteriore passo avanti nel cammino per garantire la sostenibilità della catena di approvvigionamento dell'olio di palma in linea con la stessa ambizione innovativa che nel novembre 2013 ha portato Ferrero a lanciare la propria Palm Oil Charter - in collaborazione con i suoi fornitori - per affrontare le cause principali della deforestazione e creare un equilibrio tra salvaguardia dell'ambiente, bisogni della comunità, benefici e fattibilità economica.

Prosegue, poi, la condivisione di valore nel promuovere stili di vita attivi tra le giovani generazioni e le loro famiglie attraverso il programma globale Kinder+Sport "Joy of moving", che incoraggia la pratica sportiva e contribuisce a diffondere la gioia di muoversi tra i bambini di tutto il Mondo.

Il Gruppo continua a crescere ed espandersi e lo fa impegnandosi a dedicare ogni attenzione e dedizione al soddisfacimento delle esigenze del consumatore, mantenendo qualità e freschezza eccellenti e sforzandosi a dare il massimo per garantire che i valori della "Ferrerità", o ciò che amiamo definire il "modo di lavorare di Ferrero", siano sempre applicati.

Tradizione e innovazione sono due elementi indissolubili del DNA Ferrero. Se dovessi trovare una metafora direi che la tradizione è come un arco. Più riusciamo a tendere indietro la corda, più riusciamo a scagliare in avanti la freccia della modernità, della visione, dell'innovazione. Il Gruppo Ferrero ha una solida, radicata "cultura del fare" che, grazie all'intraprendenza dei suoi uomini, ha generato straordinarie Global Lovebrand, che sono spesso diventate miti generazionali seppur al passo con i tempi.

Il forte senso etico, alla base della nostra cultura imprenditoriale, è la nostra catena del valore: ognuno di noi lavora percorrendo un percorso illuminato dalla passione, dalla dedizione e dalla determinazione che mettiamo nel prodotto, dalla sua realizzazione fino alla spedizione e consegna nei punti vendita dove brilla di luce e scalda il cuore dei consumatori. E più sappiamo tenere viva questa luce lungo tutta la catena del valore, più saremo in grado di occupare sempre un posto unico nel Mondo.

Buona lettura!

Luglio 2016

Giovanni Ferrero

Chief Executive Officer
Ferrero International

La responsabilità sociale Ferrero

Ferrero ha da sempre voluto assumere dei concreti impegni di cura e attenzione verso le **Persone e il Pianeta**, riconoscendone una valenza non secondaria rispetto agli obiettivi di performance economica. Tale propensione è insita nel DNA aziendale ed è emblematicamente rappresentata in una lettera che Michele Ferrero volle inviare ai dipendenti dell'azienda nel 1957, quando ne assunse la guida:

“ 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. ”

Michele Ferrero

Il termine responsabilità sociale d'impresa per il Gruppo Ferrero ha da sempre rappresentato l'attenzione per le persone e per il territorio, ovvero i dipendenti e gli ex dipendenti, il consumatore, le famiglie e le comunità locali in cui opera. Questi principi di responsabilità sociale hanno guidato i primi passi di Ferrero più di sessantacinque anni fa ad Alba e rimangono immutati oggi.

Infatti, per il Gruppo Ferrero, il più importante bilancio ufficiale non è mai stato quello annualmente depositato, bensì quello di responsabilità sociale, che rispecchia il **rispetto del Gruppo verso le Persone e il Pianeta**.

Oggi, l'approccio alla sostenibilità del Gruppo Ferrero si fonda sulla strategia di responsabilità sociale d'impresa **“Condividere valori per creare valore”**.

Tale strategia è realizzata quotidianamente, attraverso il nostro impegno verso il consumatore che si traduce nella massima qualità dei prodotti, nell'innovazione e nella comunicazione trasparente. Per Ferrero, la creazione di valore condiviso è una pratica che tocca tutte le fasi della catena del valore: passa per la cura delle persone che hanno fatto e continuano a fare la storia del Gruppo, per il sostegno alle comunità locali, per la promozione di stili di vita attivi tra i giovani e le loro famiglie giungendo al forte impegno verso pratiche agricole sostenibili e alla salvaguardia e protezione dell'ambiente.

Confermiamo pertanto tutti gli impegni della nostra strategia di responsabilità sociale d'impresa che continua ad articolarsi sulle due principali aree tematiche: le Persone e il Pianeta.



PERSONE

Per 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 gli obiettivi commerciali. Tale responsabilità si concretizza attraverso la strategia Ferrero per la nutrizione, la continua innovazione, la qualità e la freschezza dei prodotti, la sicurezza alimentare e la comunicazione trasparente e responsabile. Inoltre, Ferrero pone una costante attenzione alla vita dei propri dipendenti ed ex dipendenti e alle persone che vivono nelle comunità in cui opera. Tale impegno è dimostrato anche attraverso le attività della Fondazione Ferrero e del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero attivo in Africa e Asia. Inoltre, il Gruppo continua il proprio impegno nell'attività di promozione di stili di vita attivi rivolgendosi ai giovani e alle loro famiglie attraverso il programma globale Kinder+Sport "Joy of moving".

PIANETA

Monitorare e migliorare l'impatto delle proprie attività lungo tutta la catena di fornitura è una priorità per il Gruppo Ferrero, perseguita attraverso l'approvvigionamento sostenibile delle principali materie prime. Inoltre, il Gruppo si impegna a produrre nel rispetto dell'ambiente, avvalendosi delle migliori tecnologie disponibili, utilizzando l'energia, i materiali e le risorse naturali in modo efficiente e consumando le risorse idriche in modo responsabile e ragionevole. Consapevole di tale responsabilità, Ferrero persegue il forte impegno volto a minimizzare l'impatto ambientale dalle materie prime agli stabilimenti produttivi fino alla logistica, lungo tutta la catena del valore.

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

Gli obiettivi del Gruppo Ferrero entro il 2020

AMBITO	DESCRIZIONE	AVANZAMENTO
	Certificazione di sicurezza alimentare FSSC 22000 per tutti i siti produttivi del Gruppo	Entro il 2016 
	Potenziamento delle attività della Fondazione Ferrero e del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero	Raggiunto e rinnovato 
	Promozione di iniziative interne a supporto di una "cultura delle diversità"	Rinnovato fino al 2018 
	Aumento del 5% di donne in posizioni manageriali (rispetto al 31 agosto 2015)	Entro il 2020 
	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 
	100% cacao certificato come sostenibile	Entro il 2020 
	100% olio di palma certificato come sostenibile e segregato	Raggiunto a dicembre 2014 
	100% zucchero di canna raffinato da fonti di approvvigionamento sostenibili	Entro il 2020 
	Implementazione del piano sulla tracciabilità per il 100% delle nocciole	Entro il 2020 
	100% uova da galline a terra nel rispetto del benessere animale	Raggiunto a settembre 2014 
	Energia elettrica autoprodotta pari al 70% (anziché 75%) dell'energia consumata da tutti gli stabilimenti europei , di cui il 18% (anziché 25%) da fonte rinnovabile	Raggiunto parzialmente a settembre 2014 

AMBITO	DESCRIZIONE	AVANZAMENTO
	Certificazione ISO 50001 di Gruppo per i 17 attuali siti produttivi – esclusi gli stabilimenti del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero - compresi i siti di generazione energetica	Entro il 2020 
	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 
	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 _{2eq}) nelle attività di trasporto e stoccaggio (rispetto al 2009)	Entro il 2020 
	Utilizzo negli imballaggi di materiali derivanti da risorse rinnovabili (+10% rispetto al 2009)	Entro il 2020 
	100% cartone² vergine da filiera sostenibile certificata	Raggiunto a dicembre 2014 
	100% carta³ vergine da filiera sostenibile certificata	Prolungato al 2017 



LE PERSONE



IL PIANETA



IN LINEA

NON
IN LINEANUOVO
OBIETTIVO

2. Con il termine cartone si identificano i materiali con grammatura (massa per metro quadro) superiore a 225 g/m².

3. Con il termine carta si identificano i materiali con grammatura (massa per metro quadro) inferiore a 225 g/m².

Per maggiori dettagli relativi allo stato di avanzamento degli obiettivi del Gruppo Ferrero entro il 2020, si vedano i successivi capitoli del presente rapporto.

Gli stakeholder del Gruppo Ferrero e analisi di materialità

Nel 2015, al fine dell'applicazione del nuovo *standard* di rendicontazione G4 *Sustainability Reporting Guidelines*, il Gruppo ha aggiornato l'analisi dei temi rilevanti in ambito di sostenibilità attraverso un processo di materialità interno, coinvolgendo le parti interessate e condividendo obiettivi e strategie.

In particolare, l'analisi di materialità svolta per la predisposizione del presente rapporto ha avuto lo scopo di identificare e valutare l'importanza dei diversi temi di sostenibilità che influenzano la capacità di creare valore del Gruppo e le tematiche ritenute rilevanti dai propri *stakeholder*.

Il punto di partenza è stato l'analisi degli aspetti delle G4 *Sustainability Reporting Guidelines* del GRI e di altri temi identificati come potenzialmente rilevanti per il Gruppo e per i suoi *stakeholder*.

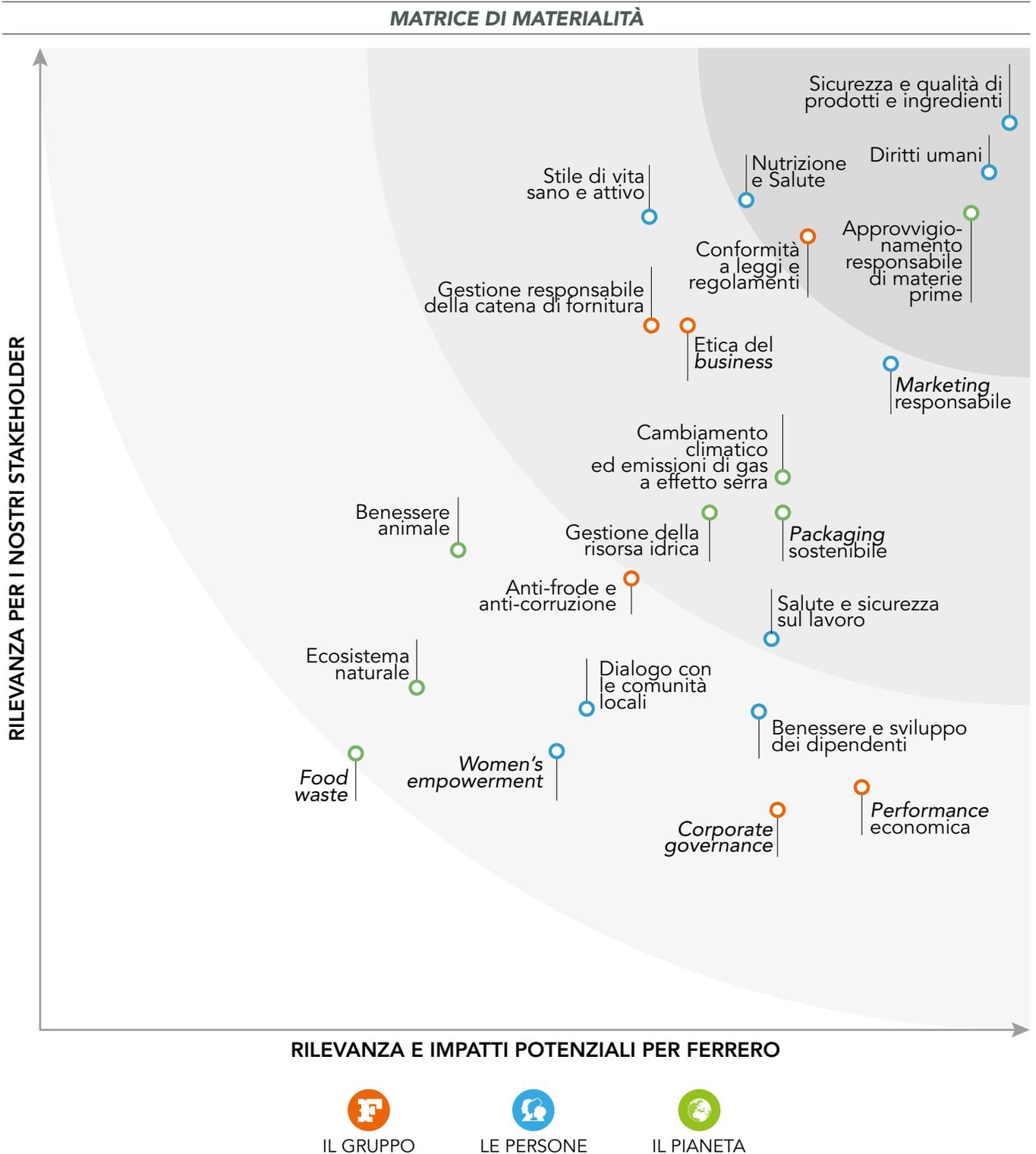
Successivamente all'identificazione dei temi rilevanti, è stato chiesto alle funzioni interne coinvolte nel processo di redazione del rapporto di responsabilità sociale d'impresa del Gruppo di valutare, attraverso un questionario, la rilevanza delle tematiche individuate sia per il Gruppo Ferrero che rispetto a quanto emerso dal costante confronto con i principali *stakeholder*. Tale analisi quantitativa è stata integrata da un'analisi qualitativa che ha visto il

coinvolgimento di una selezione di *manager* del Gruppo e ha portato alla definizione della matrice di materialità riportata di seguito.

Nella matrice, gli aspetti che risultano maggiormente rilevanti per il Gruppo Ferrero e per i suoi *stakeholder* si collocano nel quadrante in alto a destra, e rappresentano una priorità strategica per il Gruppo.

Così come nelle precedenti analisi, è stata confermata l'importanza dalle tematiche relative alla sicurezza e qualità dei prodotti e degli ingredienti, alla strategia nutrizionale del Gruppo e alla diffusione di stili di vita attivi; così come gli aspetti relativi all'approvvigionamento responsabile delle materie prime, al rispetto e alla difesa dei diritti umani, alla corretta gestione della catena di fornitura e al *women empowerment*. Inoltre è stata evidenziata la rilevanza di tematiche come la conformità a leggi e regolamenti, l'eticità nei rapporti con i *business partner*, la gestione responsabile dei rapporti con i fornitori e l'applicazione di una strategia di *marketing* e comunicazione responsabile. Particolare attenzione è posta anche alla salute e sicurezza dei dipendenti, nonché al loro benessere e sviluppo. La sostenibilità ambientale (*climate change* ed emissioni di gas a effetto serra, gestione delle risorse idriche, *packaging* sostenibile e rispetto dell'ecosistema naturale) completa le tematiche identificate come

maggiormente rilevanti, insieme alle politiche anti-frode e anti-corruzione, food waste, sviluppo delle comunità locali, corporate governance e performance economica.



Per ciascuna delle 22 tematiche emerse come materiali è stato inoltre identificato il perimetro all'interno del quale si generano gli impatti che rendono ciascuna tematica rilevante. Questi infatti possono avvenire in entità all'interno del perimetro dell'organizzazione, all'esterno dell'organizzazione, o sia all'interno che all'esterno.

AMBITO	TEMATICA	PERIMETRO INTERNO	PERIMETRO ESTERNO
	Etica del business	Gruppo Ferrero	Fornitori, Distributori e Rivenditori, Agricoltori
	Corporate governance	Gruppo Ferrero	
	Performance economica	Gruppo Ferrero	Fornitori, Distributori e Rivenditori, Agricoltori
	Conformità a leggi e regolamenti	Gruppo Ferrero	Fornitori, Distributori e Rivenditori, Consumatori
	Anti-frode e anti-corrruzione	Gruppo Ferrero	Fornitori, Distributori e Rivenditori
	Gestione responsabile della catena di fornitura	Acquisti	Fornitori, Distributori e Rivenditori
	Nutrizione e Salute	Strategia nutrizionale e Prodotti	Consumatori, Associazioni dei consumatori e ONG, Istituzioni, Governi e Legislatori
	Sicurezza e qualità di prodotti e ingredienti	Stabilimenti produttivi e Prodotti	Fornitori, Distributori e Rivenditori, Consumatori, Associazioni dei consumatori e ONG
	Marketing responsabile	Marketing, Comunicazione e Media	Consumatori
	Benessere e sviluppo dei dipendenti	Gruppo Ferrero, Fondazione Ferrero	Sindacati, Comunità locali
	Salute e sicurezza sul lavoro	Stabilimenti produttivi	Collaboratori esterni, Fornitori
	Women's empowerment	Gruppo Ferrero	Agricoltori
	Stile di vita sano e attivo	Kinder+Sport	Consumatori, ONG, Comunità locali
	Dialogo con le comunità locali	Acquisti, Stabilimenti produttivi, HCo, Kinder+Sport, Fondazione Ferrero, Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero	ONG, Istituzioni, Governi, Comunità locali
Diritti umani	Gruppo Ferrero	Fornitori, Agricoltori, ONG	
	Approvvigionamento responsabile di materie prime	Acquisti, HCo	Fornitori, Agricoltori, ONG
	Food waste	Stabilimenti produttivi e Prodotti	Fornitori, Distributori e Rivenditori, Agricoltori e Consumatori
	Benessere animale	Acquisti	Fornitori, ONG
	Ecosistema naturale	Stabilimenti produttivi	Fornitori, Agricoltori, Comunità locali
	Cambiamento climatico ed emissioni di gas a effetto serra	Stabilimenti produttivi, Magazzini	Fornitori, Viaggi di lavoro dei dipendenti
	Packaging sostenibile	Direzione Packaging, Stabilimenti produttivi	Consumatori, Fornitori
	Gestione della risorsa idrica	Stabilimenti produttivi, HCo	Fornitori

Gli aspetti citati sono coerentemente analizzati nei relativi capitoli del presente rapporto, attraverso una descrizione qualitativa dell'approccio gestionale (DMA, *Disclosure on Management Approach*) e specifici indicatori di performance, la cui copertura è riportata nella tabella di sintesi in coda al report, stilata secondo lo schema proposto dalle linee guida GRI G4.

Contestualmente all'analisi di materialità è stata aggiornata anche la mappatura degli interlocutori interni ed esterni confermando la centralità del consumatore, che rimane quindi il primo stakeholder di riferimento per Ferrero.

Gli *stakeholder* a cui è destinato il seguente rapporto sono, quindi, come illustrato nell'immagine che segue:

STAKEHOLDER MAPPING



Relativamente al 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 nel capitolo "Il Gruppo Ferrero"). In aggiunta, il Gruppo ha sviluppato un dialogo strutturato con alcune ONG, attive anche in ambito CSR.

Trattandosi del primo rapporto di responsabilità sociale redatto secondo le linee guida GRI-G4, l'analisi di materialità non ha direttamente coinvolto gli *stakeholder* esterni del Gruppo. Tuttavia, in un'ottica di continuo miglioramento della propria strategia di sostenibilità, Ferrero si pone l'obiettivo di aggiornare nel corso dei prossimi anni tale analisi, prevedendo il coinvolgimento anche degli *stakeholder* esterni.

OPERATIONAL





FERRERO



I numeri del Gruppo

Fa parte della responsabilità sociale Ferrero offrire al consumatore di tutto il mondo prodotti innovativi, di altissima qualità e freschezza e realizzati con materie prime selezionatissime.

TOTALE PRODUZIONE (quintali)

2013/2014	2014/2015	AUMENTO PRODUZIONE
11.499.000	12.078.000	5%

FATTURATO NETTO CONSOLIDATO (€/000)

2013/2014	2014/2015	AUMENTO FATTURATO NETTO
8.412.438	9.541.772	13,4%

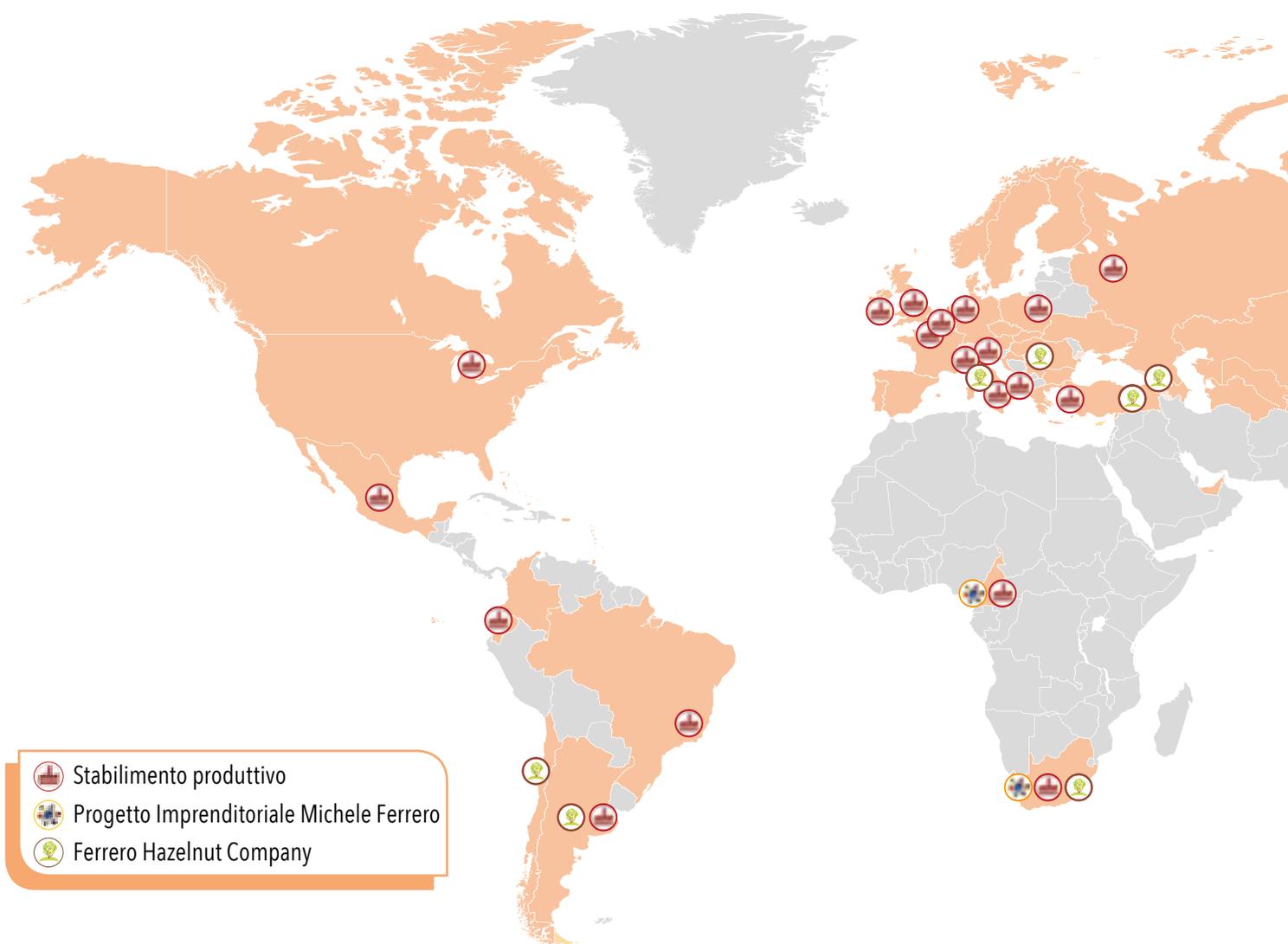
RIPARTIZIONE GEOGRAFICA DEL FATTURATO NETTO CONSOLIDATO 2014/2015

ITALIA	RESTO D'EUROPA	EXTRA EUROPA
15%	57%	28%

ORGANICO MEDIO DI GRUPPO

2013/2014	2014/2015	AUMENTO ORGANICO MEDIO
24.836	25.784	3,8%

Ferrero nel Mondo



-  Stabilimento produttivo
-  Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero
-  Ferrero Hazelnut Company

IL GRUPPO FERRERO È PRESENTE IN 53 PAESI

ARGENTINA	CINA	GEORGIA	LUSSEMBURGO	REGNO UNITO	STATI UNITI
AUSTRALIA	COLOMBIA	GERMANIA	MALESIA	REP. CECA	SUDAFRICA
AUSTRIA	COREA DEL SUD	GIAPPONE	MESSICO	ROMANIA	SVEZIA
BELGIO	CROAZIA	GRECIA	MONACO	RUSSIA	SVIZZERA
BRASILE	DANIMARCA	HONG KONG	NORVEGIA	SERBIA	TAIWAN
BULGARIA	ECUADOR	INDIA	PAESI BASSI	SINGAPORE	TURCHIA
CAMERUN	EMIRATI ARABI	IRLANDA	POLONIA	SLOVACCHIA	UCRAINA
CANADA	FINLANDIA	ITALIA	PORTO RICO	SPAGNA	UNGHERIA
CILE	FRANCIA	KAZAKISTAN	PORTOGALLO	SRI LANKA	

I prodotti Ferrero sono presenti, commercializzati direttamente o mediante distributori autorizzati, in oltre 170 dei Paesi che compongono l'intera comunità internazionale.

I NOSTRI 22 STABILIMENTI PRODUTTIVI



ITALIA	Alba	1946
GERMANIA	Stadtallendorf	1956
FRANCIA	Villers-Écalles	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 Duży	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
CINA	Hangzhou	2015
INGHILTERRA	Alfreton	2015



**Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero*

HCo - HAZELNUT COMPANY



6 AZIENDE AGRICOLE FERRERO IN:

CILE
ARGENTINA
GEORGIA
SUDAFRICA
AUSTRALIA
SERBIA

8 IMPIANTI DI LAVORAZIONE IN:

CILE
ITALIA
TURCHIA

UNA PRESENZA CAPILLARE E IN CONTINUA ESPANSIONE, CHE TESTIMONIA IL SUCCESSO E LA QUALITÀ DEI PRODOTTI, LE CAPACITÀ ADATTIVE E LA PRONTEZZA DI RISPOSTA ALLE RICHIESTE DEI DIFFERENTI MERCATI, MA ANCHE LA VICINANZA DEL GRUPPO E DEI SUOI PRODOTTI ALLE ESIGENZE QUOTIDIANE DEI CONSUMATORI DI TUTTO IL PIANETA.

1. Il dato include i quantitativi d'acqua prevista nelle ricette dei prodotti Ferrero, le materie prime per le sorprese e i materiali ausiliari dei processi produttivi.

MATERIE PRIME

Il totale delle materie prime agricole e delle materie prime imballaggi utilizzate dal Gruppo nell'anno 2014/2015 corrisponde a 1.781.339 tonnellate¹.

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 2015, il Gruppo risulta composto da 78 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 800 dipendenti.

Nel 2014/2015 il Gruppo Ferrero ha completato l'acquisizione della totalità del Gruppo Oltan, operatore *leader* nel mercato della fornitura, lavorazione e vendita di nocciole, e ha completato l'acquisizione di Thorntons Plc, un importante *player* inglese che opera nel settore dei prodotti dolciari a base di cioccolato.

Inoltre nel 2014/2015 è stato completato il 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 com-

posto 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 l'**Audit Committee**, 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. L'*Audit Committee* è nominato dal Consiglio di Amministrazione e comprende almeno cinque membri, tre dei quali sono amministratori indipendenti non esecutivi. Due dei tre amministratori indipendenti non esecutivi hanno un'esperienza recente e rilevante nel settore finanziario e, eventualmente, una conoscenza del *business* dei Beni di Consumo. 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 ruolo dell'*Audit Committee* assegnato dal CdA è quello di:

- fornire una supervisione sul processo di informativa finanziaria;
- controllare la *performance* del Gruppo con particolare attenzione ai fattori chiave e alle iniziative/eventi, al fine di valutare i rischi e l'impatto sul sistema di controllo interno;
- valutare l'efficacia del sistema di controllo interno basato sul modello CoSO (*Internal Control-Integrated Framework*), verificando:
 - a. la *governance*, i processi e i controlli di gestione del rischio attuati dal *management*;
 - b. il funzionamento efficace del *Group Internal Audit* (GIA) nel fornire un servizio di garanzia indipendente e di qualità.
- raccomandare la nomina dei revisori esterni (*external auditor*), valutare le prestazioni, approvare i compensi per l'*audit* e i termini dell'incarico.

Infine, Il dipartimento **Governance, Risk e Compliance** (GRC) ha sviluppato un modello di controllo interno secondo il quale le funzioni stanno (attualmente) implementando processi chiave di monitoraggio e gestione del rischio. Questo con l'obiettivo di mitigare i rischi operativi di *business* e fornire una piattaforma che assicuri una crescita sostenibile del Gruppo. Questa fase iniziale ha visto nel corso degli ultimi anni una progressiva copertura di tematiche di rischio trasversali e interfunzionali, tendendo sempre più a un sistema integrato di Gruppo, un sistema che combini le grandi tematiche di gestione d'impresa, del rischio e di

conformità aziendale, adottando un approccio olistico atto a supportare la gestione strategica del Gruppo.

Per quanto riguarda l'organizzazione operativa, il Gruppo Ferrero **presidia direttamente tutti i processi core** dalla sua sede in Lussemburgo, e in particolare:

- le attività di ricerca e sviluppo di prodotti e dei relativi processi e tecniche di produzione, anche per quanto riguarda le sorprese;
- la progettazione di impianti/macchinari di 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 del Gruppo;
- 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*):

- confezionamento 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 Valore Aggiunto Ferrero

Il "Valore Aggiunto" rappresenta il **valore economico generato dal Gruppo**. In particolare, il "Valore Aggiunto Netto²" 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 ed il pagamento di interessi.

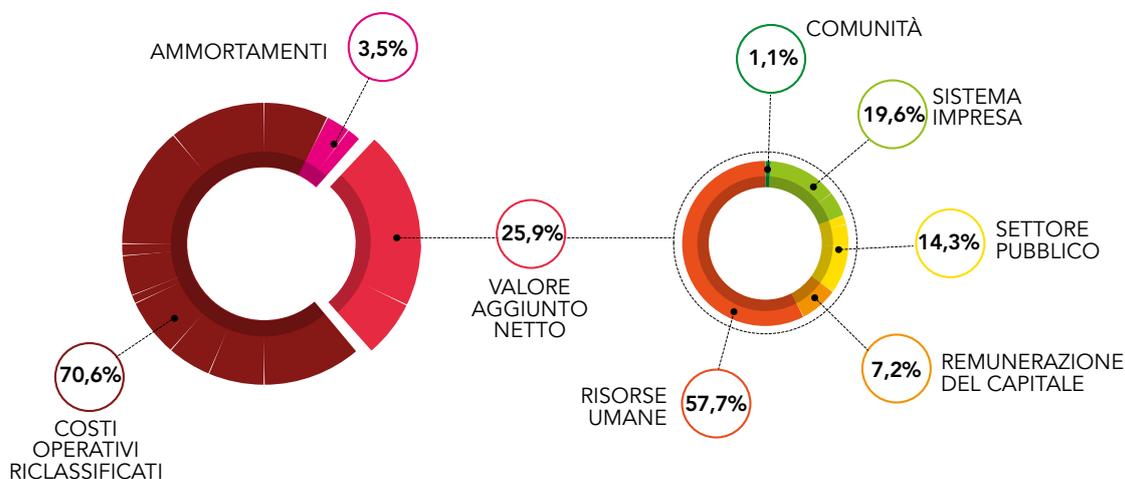
La voce "Settore pubblico" rappresenta l'importo dovuto dal Gruppo a Enti della Pubblica Amministrazione, a titolo di imposte sul reddito e altri tributi direttamente attribuibili al patrimonio aziendale, con esclusione di imposte e altri oneri accessori della gestione operativa (dazi e oneri doganali).

La voce "Comunità" include liberalità e donazioni, investimenti in progetti a carattere sociale e collaborazioni con università e centri di ricerca.

Infine, la voce "Sistema Impresa" rappresenta il valore economico trattenuto nel Gruppo, quale differenza tra il valore economico generato e il valore economico distribuito.

2. Nel 2014/2015 il "Valore Aggiunto Netto" generato dal Gruppo Ferrero è stato pari a 2.618 milioni di euro.

VALORE AGGIUNTO GENERATO E DISTRIBUITO - 2014/2015



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.

Non si sono inoltre 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. Parimenti, 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 organizzate relative attività formative. A partire dal 2016/2017 Ferrero inizierà a erogare un corso di formazione specifico su politiche e procedure anticorruzione a livello

globale. Tale corso sarà rivolto a tutti i dipendenti³ del Gruppo.

In merito ai contributi ricevuti dalla pubblica amministrazione, si segnala che sia i contributi in conto esercizio sia i contributi in conto capitale di competenza dell'anno 2014/2015 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 nell'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 sul sito www.ferrero.com).

3. Sono esclusi i dipendenti che rientrano nella categoria d'inquadramento "Operai".

Principali organizzazioni e associazioni europee e globali di cui Ferrero è parte attiva

ORGANIZZAZIONI PER LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT (con sede a New York)

Iniziativa politica e strategica che coinvolge aziende impegnate ad allineare le loro attività secondo dieci principi universalmente accettati, relativi a diritti umani, lavoro, ambiente e lotta alla 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, attraverso un quadro completo di parametri per la rendicontazione (www.globalreporting.org).

CSR EUROPE (con sede a Bruxelles)

Organizzazione fondata nel 1995 per stimolare e sostenere la responsabilità sociale d'impresa. CSR Europe conta 50 membri *corporate* e a essa aderiscono 45 organizzazioni nazionali di CSR. In totale, l'organizzazione riunisce oltre 10.000 aziende (<http://www.csreurope.org/>).

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AEF ADVERTISING EDUCATION FORUM

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

AIM EUROPEAN BRANDS ASSOCIATION

Associazione europea che raggruppa le industrie di marca, per un totale di circa 1.800 imprese in 21 Paesi, creando informazione e consapevolezza su tematiche quali lo sviluppo, la distribuzione e la commercializzazione dei *brand* (www.aim.be).

BONSUCRO

Organizzazione non-profit che promuove la sostenibilità del settore della canna da zucchero, fornendo un sistema di misurazione e certificazione. Ad oggi sono coinvolti nel progetto oltre 400 membri in 32 Paesi, in rappresentanza di tutte le fasi della filiera produttiva (www.bonsucro.org).

CAOBISCO EUROPEAN ASSOCIATION OF CHOCOLATE, BISCUIT & CONFECTIONERY INDUSTRIES

Associazione di rappresentanza di circa 11.000 aziende dolciarie dell'Unione europea, con l'obiettivo di stimolare un'industria dolciaria innovativa, moderna e più sostenibile (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).

FDE EUROPEAN FEDERATION OF FOOD & DRINK INDUSTRIES

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

IFBA INTERNATIONAL FOOD & BEVERAGE ALLIANCE

Organizzazione che raggruppa le 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).

CGF THE CONSUMER GOODS FORUM

Network globale che riunisce, in maniera paritaria, circa 400 distributori, produttori, prestatori di servizi e altri *stakeholder* di 70 Paesi al fine di promuovere pratiche commerciali efficienti in un'ottica di cambiamento positivo (<http://www.theconsumergoodsforum.com>).

TIE TOY INDUSTRIES EUROPE

Organizzazione che rappresenta gli interessi dei produttori di giocattoli nell'Unione europea e promuove il valore dei giocattoli e dell'atto di giocare nello sviluppo educativo, fisico e sociale dei più piccoli (www.tietoy.org).

WFA WORLD FEDERATION OF ADVERTISERS

Organizzazione mondiale delle associazioni nazionali e delle imprese del settore *marketing* che raccoglie oggi circa il 90% del valore del mercato pubblicitario, promuovendo una comunicazione responsabile ed efficace (www.wfanet.org).

Le organizzazioni citate hanno tutte sede a Bruxelles, ad eccezione di Bonsucro che ha sede a Londra.

Il piano ABCDE

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

Tale Codice si basa sui principi Ferrero, è conforme al Codice Etico del Gruppo (entrambi disponibili al sito 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. garanzia delle condizioni dell'ambiente di lavoro;
5. integrità commerciale.

A partire dal 2013 è stato raggiunto l'obiettivo di condivisione del Codice di Condotta Commerciale Ferrero lungo la catena del valore.

Da tale momento, si è proceduto a includere la clausola contrattuale di pre-

sa visione e accettazione del Codice nei nuovi contratti siglati con i fornitori del Gruppo, iniziativa continuata anche nel 2014/2015.

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, è stato sviluppato un protocollo *Ferrero Farming Values* per la filiera del latte nell'ambito del "*Milk Supply Chain Partnership Project*". Tale progetto ha l'obiettivo di sviluppare e consolidare azioni volte a raggiungere gli *standard* definiti dal protocollo di filiera Ferrero, attraverso partenariati di fornitori.

Per ulteriori dettagli si rinvia al capitolo "F-ACTS: 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 Ferrero per la Sicurezza e Qualità dei giocattoli" e 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). Nel 2014/2015, sono state effettuate attività di *audit* presso i fornitori nei seguenti ambiti: Sistemi di Gestione della Qualità e della Sicurezza alimentare, specifiche certificazioni delle materie prime agricole e codici Ferrero per le sorprese sopra indicati (per maggiori dettagli, si rinvia agli appositi capitoli del presente rapporto).

Inoltre, da dicembre 2013, il Gruppo Ferrero partecipa alla *Supply Chain Initiative* promuovendo l'implementazione dei "Principi di buone pratiche nei rapporti verticali nella filiera di approvvigionamento alimentare" (www.supplychaininitiative.eu).

La *Supply Chain Initiative* è un'iniziativa congiunta lanciata da sette associazioni a livello europeo con l'obiettivo di aumentare l'equità nelle relazioni commerciali lungo tutta la catena di approvvigionamento alimentare.

Nel gennaio 2016 i promotori della *Supply Chain Initiative* hanno pubblicato la seconda relazione annuale, fornendo una panoramica completa dei progressi e risultati della *Supply Chain Initiative* a parti-

re dal suo lancio nel settembre 2013.

La relazione presenta anche i risultati della seconda indagine annuale delle aziende partecipanti, le azioni intraprese e l'implementazione nell'ambito della SCI (<http://supplychaininitiative.eu/news/sci-2nd-annual-report>).

Nessun reclamo è mai stato presentato o ricevuto da Ferrero da quando ha preso parte alla *Supply Chain Initiative*.

Acquisti da fornitori locali

Si riportano qui di seguito le percentuali relative agli acquisti effettuati dai fornitori locali, calcolate sulla totalità degli acquisti nei Paesi dei principali stabilimenti⁴:

ACQUISTI DA FORNITORI LOCALI NEI PRINCIPALI PAESI

PAESI	ACQUISTI DA FORNITORI LOCALI
Italia*	96%
Germania*	99%
Francia*	89%
Belgio*	60%
Polonia*	90%
Canada	77%
Russia	98%
Turchia*	99%
Messico	97%
Australia*	94%
Irlanda	71%

* Il dato non considera tutte le società di Ferrero nel Paese ma solo la società che gestisce lo stabilimento.

⁴ I valori si riferiscono agli acquisti effettuati dagli stabilimenti presso i fornitori nazionali sul valore totale degli acquisti dell'anno 2014/2015. Sono escluse le forniture infragruppo e le forniture centralizzate (quali 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 successivi del presente rapporto includono l'analisi completa degli impatti del Gruppo sulle comunità locali, tra i quali, in particolare, "La Fondazione Ferrero di Alba", "Il Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero", "F-ACTS: le pratiche agricole sostenibili" e "Minimizzare l'impatto ambientale".

Premi e riconoscimenti



Ottobre 2015 **Social Responsibility Award**

Il Gruppo Ferrero ha ricevuto il premio "Social Responsibility Award" in occasione del "South Africa-Italy Business Excellence Awards", organizzato dall'Ufficio Economico del Consolato Generale del Sudafrica a Milano in collaborazione con la Camera di Commercio Italo-Sudafricana a Johannesburg. Ferrero ha ottenuto il prestigioso riconoscimento grazie al suo impegno con il progetto "Imprese Sociali".



Marzo 2016 **NCA Lifetime Achievement Awards**

L'associazione *National Confectioners*, una delle prime associazioni di categoria al mondo, ha onorato Michele Ferrero con il premio "NCA Lifetime Achievement Awards" durante la conferenza *Association's State of the Industry* a Miami. Il premio, che è stato conferito solamente 15 volte, è riconosciuto a quegli individui la cui visione, duro lavoro e dedizione hanno portato a un contributo significativo e duraturo per l'industria dolciaria, secondo la NCA.



Aprile 2016 **Reputation Institute**

Ferrero è la prima azienda italiana a livello di reputazione secondo il *Global RepTrak® 100* condotto dal *Reputation Institute*, leader mondiale nei servizi di misurazione e consulenza sulla reputazione aziendale, che ha svelato le 100 aziende con la migliore reputazione al mondo. Il Gruppo Ferrero si è posizionato al 18° posto nella classifica mondiale, e con un punteggio di 74,8 risulta la prima azienda nel settore alimentare nella *top 100*. Inoltre, a livello italiano, secondo l'indagine *RepTrak® Italia 2016*, Ferrero si conferma per il secondo anno consecutivo l'azienda con la più alta reputazione, con un punteggio di 85,8. Ferrero è stata ulteriormente premiata con il "Best CSR 2016", a conferma dell'impegno profuso in tema di responsabilità sociale, insito nel DNA dell'azienda.



Aprile 2016
Randstad Awards

Dai risultati dell'indagine condotta in Italia, su un campione di oltre 7.000 persone di età compresa tra 18 e 65 anni comprensivo di occupati, studenti e non occupati, Ferrero risulta l'azienda italiana più attrattiva come datore di lavoro da parte dei potenziali dipendenti, con il 76,5% delle preferenze, una percentuale che vale il primo posto. Ferrero, in particolare, è la preferita in quattro dei dieci fattori oggetto di indagine, risultando al primo posto per sicurezza del posto di lavoro, atmosfera di lavoro piacevole, buon equilibrio tra vita professionale e privata, responsabilità sociale d'impresa.



Aprile 2016
Authentic Brands

L'agenzia di comunicazione *Cohn & Wolfe* ha presentato uno studio globale sull'autenticità dei marchi percepita dal punto di vista dei consumatori in termini di onestà e trasparenza. Ferrero, oltre ad essere l'unica azienda italiana a comparire nella classifica globale, è stata indicata come uno dei marchi campioni d'autenticità in Italia.



Luglio 2016
Ethic Panda Award

Ferrero Cina è stata premiata per la quarta volta consecutiva alla cerimonia, e ha vinto il premio "*Ethic Panda Award*" per la seconda volta, grazie al suo continuo impegno nella responsabilità sociale d'impresa e gli eccellenti risultati conseguiti, quali la promozione di uno stile di vita salutare in Cina tramite Kinder+Sport.

LE PERSOIN





Questa sezione del rapporto è dedicata alle **Persone**, che **occupano un ruolo centrale nella quotidiana attività del Gruppo Ferrero**.

IL GRUPPO FERRERO È NATO ED È CRESCIUTO, GENERAZIONE DOPO GENERAZIONE, GRAZIE ALL'INCONDIZIONATA PASSIONE DELLE PERSONE CHE NE HANNO FATTO E NE FANNO PARTE E GRAZIE ALLA CONTINUA FIDUCIA CHE I CONSUMATORI HANNO RIPOSTO NEI NOSTRI PRODOTTI.

Le Persone sono i nostri Consumatori, le Donne e gli Uomini Ferrero, gli ex dipendenti e le comunità locali. La passione e la fiducia sono rafforzate dall'impegno del Gruppo nel perseguire gli obiettivi imprenditoriali senza mai perdere di vista i principi che contraddistinguono il proprio agire: lealtà e fiducia, rispetto e responsabilità, integrità e sobrietà, passione per la ricerca e per l'innovazione. Sono principi che, da sempre, hanno permesso a Ferrero di far valere la centralità delle persone, l'altissima qualità del prodotto e l'attenzione per il territorio e per il sociale.

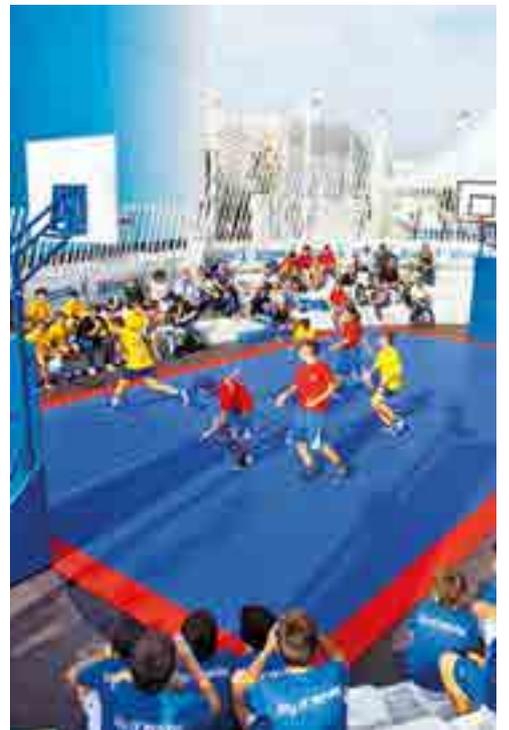
Ferrero ha voluto praticare ogni giorno la passione e l'impegno nella soddisfazione del **Consumatore**, ponendolo al centro del proprio lavoro quotidiano, attraverso un prodotto di altissimo valore qualitativo, la continua innovazione, l'impegno per la sicurezza alimentare e delle sorprese KINDER® e la comunicazione responsabile.

Il futuro del Gruppo non può però passare che attraverso il prezioso coinvolgimento di tutti coloro che collaborano con Ferrero investendo tempo, lavoro, idee. L'attenzione verso le **Donne e gli Uomini Ferrero** si concretizza, quotidianamente, nella creazione di un ambiente di lavoro positivo, dove poter sviluppare e accrescere le proprie capacità e competenze, e nello sviluppo di una politica sociale mirata al loro benessere.

La **Fondazione Ferrero** è poi l'espressione della stima e della gratitudine del Gruppo verso quanti hanno contribuito al suo sviluppo e ne hanno condiviso i valori. La Fondazione accoglie i dipendenti Ferrero in pensione e si è nel tempo ingrandita ampliando il proprio raggio d'azione fino a diventare un centro educativo e culturale di riferimento.

L'impegno del Gruppo Ferrero verso le persone si è inoltre concretizzato attraverso le **Imprese Sociali Ferrero** oggi rinominate "**Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero**", proprio in memoria del Cavaliere del Lavoro Michele Ferrero, che le aveva fortemente volute e sostenute in ogni fase del loro sviluppo. Queste mirano a creare posti di lavoro in alcune aree meno favorite dei Paesi emergenti e realizzano progetti e iniziative di carattere sociale e umanitario per la tutela della salute e a supporto dell'educazione di bambini e ragazzi delle comunità locali.

Da diversi anni, la responsabilità sociale di Ferrero nei confronti delle persone prende vita anche attraverso il sostegno al movimento e allo sport giovanile, promuovendo stili di vita attivi tra i ragazzi e le loro famiglie con il programma globale **Kinder+Sport** che incoraggia la pratica sportiva e intende diffondere la gioia di muoversi tra i bambini e i ragazzi di tutto il mondo, ispirandoli ad assumere abitudini di vita attive sin da piccoli.



I NOSTRI CONSUMATORI

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



Grandi Marche in piccole porzioni

Ferrero produce e distribuisce prodotti dolciari tra i più amati al mondo: li promuove in ragione della loro qualità e della loro **perfetta integrazione all'interno di una dieta varia e completa** in termini di apporto calorico e di nutrienti.

Il segreto di una dieta bilanciata è la corretta gestione della varietà e quantità dei cibi e per questo la porzionatura ha un ruolo fondamentale. Per questo motivo, sin dalle prime fasi dello sviluppo, Ferrero controlla l'apporto calorico dei propri prodotti offrendoli in gran parte in porzioni facili da inserire negli episodi alimentari della giornata, senza che essi ne divengano l'esclusivo componente e anticipando, inoltre, l'attuale *trend* dell'industria alimentare di riduzione e di moderazione delle porzioni.

GRAZIE A CIÒ È FACILITATA E FAVORITA LA COMBINAZIONE DEI PRODOTTI FERRERO CON ALTRI ALIMENTI BASE DI UNA DIETA BILANCIATA CONSENTENDO LA FORNITURA DI UNA INTENSA E PIACEVOLE SENSAZIONE GUSTATIVA, COMBINATA CON UN CONTROLLO DELL'APPORTO DI CALORIE.

Il ruolo delle nostre Grandi Marche nell'alimentazione giornaliera **è in accordo con le basilari indicazioni della moderna scienza della nutrizione:**

1. una dieta varia garantisce l'apporto di tutti i nutrienti necessari;
2. una dieta sana si fonda sull'assunzione di ogni cibo in quantità moderata;
3. una giornaliera e modesta attività fisica integra positivamente la dieta, costituendo il fondamento della salute, e la sua assenza rappresenta l'elemento determinante per lo sviluppo di sovrappeso e la comparsa di anomalie patologiche.

Su tali assunti Ferrero ha sviluppato **una strategia che si può definire unica** poiché si fonda su una peculiare tipologia di prodotti dolciari la cui base è rappresentata da materie pri-

me nobili che non solo contribuiscono, attraverso la loro naturale composizione, alla fornitura di energia, ma anche alla tipologia e quantità di micronutrienti che sono indispensabili per la salute.

Inoltre, grazie all'esperienza e al *know how* sulle materie prime e sui processi produttivi, nella ricerca di continuità con le ricette tradizionali, Ferrero non utilizza grassi idrogenati, apportatori di acidi grassi *trans* (TFA), dannosi per la salute e non aggiunge in modo artificiale quote di micronutrienti ai propri prodotti.

Un ulteriore costante sforzo del Gruppo Ferrero è quello di adottare etichette chiare e complete, di facile consultazione e di valore non solo per la dovuta informazione al consumatore, ma anche per una valenza educativa a corrette abitudini alimentari.

Il rapporto di Ferrero con i consumatori si basa su una cultura alimentare che favorisce la loro scelta meditata e libera, sulla base di obiettivi elementi di informazione che si traducono in cultura ed educazione alimentare. È infatti profondamente radicata nel Gruppo la consapevolezza che **una maggiore educazione alimentare debba essere parte integrante di uno stile di vita sano.**

È infatti la dieta, e **non i singoli alimenti**, a essere la determinante dello stato di salute e, anche se questo nostro principio è quasi universalmente accettato, da anni abbiamo unito a esso il concetto di sostenibilità, che ci porta a credere e affermare il ruolo della nutrizione sostenibile come unica possibile evoluzione dell'alimentazione del nostro pianeta.

IN RIFERIMENTO ALLA STRATEGIA DI NUTRIZIONE, DAL 2011 FERRERO HA COSTITUITO UN COMITATO SCIENTIFICO "NUTRIZIONALE", 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.

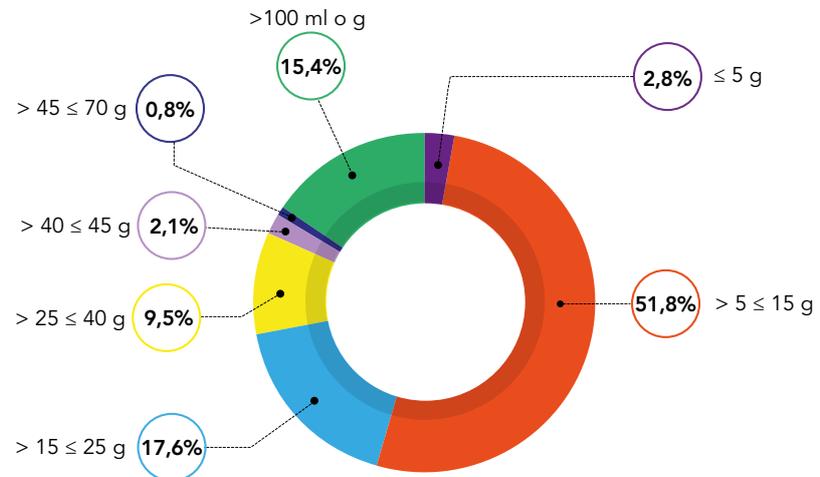
LE PORZIONI FERRERO: IL CONSUMO CONSIGLIATO E SUPPORTATO DALL'IMBALLO INDIVIDUALE

Ferrero progetta e realizza prodotti unici e buoni, per questo ricercati e apprezzati dai consumatori. Combinare gusto ed equilibrio nell'apporto alimentare è certamente frutto di una scelta individuale; tuttavia fornire gran parte dei prodotti Ferrero in imballo singolo, oltre ai requisiti di igiene e sicurezza del prodotto, tutela la loro qualità e fornisce una chiara indicazione di porzione e di consumo. Questo aiuta ciascuno a costruire, attraverso i differenti episodi alimentari nel corso della giornata, la propria individuale struttura di equilibrio alimentare e nutrizionale. Così la porzione singolarmente imballata può fornire quel po' di energia che serve o la soddisfazione di un desiderio con la possibilità di sentirsi liberi di farlo.

I prodotti della linea KINDER®, ad esempio, tradizionalmente offerti ai bambini e ai ragazzi, continuano a essere predisposti in porzioni singole di peso compreso tra 5 (5,8 g KINDER® Schokobons) e 45 g (42 g KINDER® Delice), tra i più piccoli della loro categoria.

Come illustrato nel seguente grafico, **oltre il 70% dei volumi dei prodotti Ferrero commercializzati nel mondo è offerto in porzioni inferiori a 25 g e oltre l'80% in porzioni inferiori a 45 g**, con un contenuto energetico compatibile con il consumo integrato nei diversi episodi alimentari.

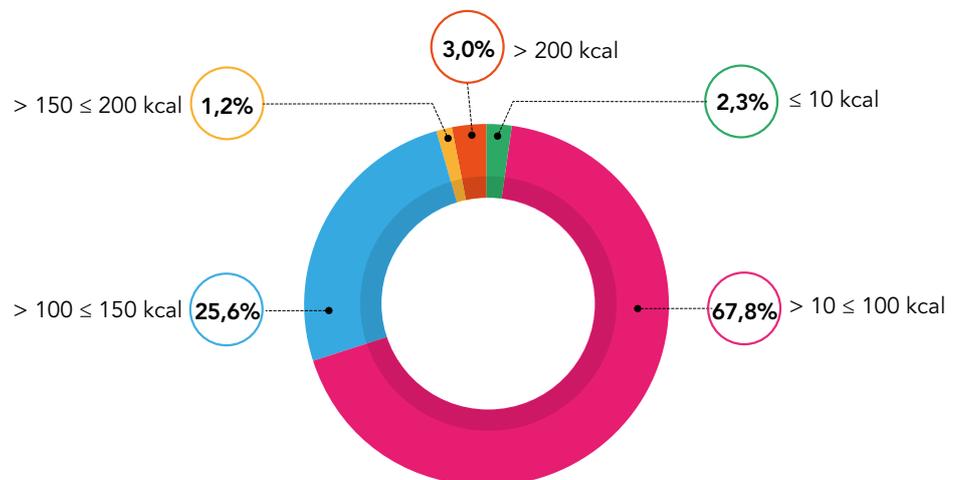
SUDDIVISIONE % DELLE PORZIONI DEI PRODOTTI FERRERO*, IN GRAMMI¹



* % dei volumi dei prodotti commercializzati nel mondo, nell'anno 2014/2015.

Inoltre, **oltre il 70% dei volumi dei prodotti Ferrero è offerto in porzioni inferiori a 100 kcal e oltre il 95% in porzioni inferiori a 150 kcal.**

SUDDIVISIONE % DELLE PORZIONI DEI PRODOTTI FERRERO*, IN KCAL



* % dei volumi dei prodotti commercializzati nel mondo, nell'anno 2014/2015.

I grafici comprendono tutti i prodotti Ferrero commercializzati nel mondo nell'anno 2014/2015, con esclusione dei formati speciali per ricorrenze, mix di prodotti, mini o maxi e special edition, corrispondenti a circa il 3% dei volumi commercializzati.

Circa l'80% dei prodotti Ferrero si colloca al di sotto delle 130 kcal/porzione e l'apporto calorico medio per porzione dei prodotti Ferrero è inferiore alle 100 kcal.

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

Il limite di 130 kcal permette di poter costruire le più svariate occasioni alimentari, utilizzando il prodotto Ferrero come parte dell'episodio alimentare, lasciando spazio all'assunzione di altri alimenti quali frutta, succhi di frutta al 100%, latte scremato, altri latticini e prodotti a base di cereali.

RISULTATI DELLA NOSTRA ATTIVITÀ SCIENTIFICA

Ferrero contribuisce a promuovere buone abitudini alimentari anche attraverso **un forte impegno nella ricerca scientifica**. Continuano, inoltre, gli sforzi per la promozione della prima colazione tra i giovani e di moderati consumi alimentari in tutte le fasce d'età.

Anche nel 2014/2015 il Gruppo Ferrero, sulla base dei valori aziendali, ha svolto e supportato presso diversi istituti scientifici riconosciuti a livello internazionale alcune attività di ricerca in ambito nutrizionale. Sono stati coinvolti vari gruppi di ricerca universitari, con *unrestricted grant*, mantenendo saldo il principio di imparzialità, indipendenza dell'istituto e la libertà intellettuale dei ricercatori nei confronti di Ferrero, per ottenere risultati solidi dal punto di vista scientifico. I risultati della ricerca scientifica sono quindi stati divulgati in vari convegni, congressi, *workshop* e pubblicati in riviste con *impact factor*. Per *policy* aziendale, tuttavia, molte di queste informazioni sono utilizzate solo internamente o sono pubblicate in maniera indipendente dagli autori degli studi.

La lista ufficiale dei risultati della ricerca presentata qui di seguito, in questa edizione del rapporto di responsabilità sociale, risulta quindi solo una parte del lavoro scientifico intrapreso negli ultimi anni dal Gruppo e prevede per gli articoli scientifici:

- Ruxton, Carrie Helen. "Food science and food ingredients: the need for reliable scientific approaches and correct communication", Florence, 24 March 2015. *International Journal of Food Sciences and Nutrition* (2015): 1-8.

- Fattore, Giovanni, et al. "Critical review of economic evaluation studies of interventions promoting low-fat diets", *Nutrition reviews* 72(11) (2014): 691-706. DOI:10.1111/nure.12142.

Inoltre, alcuni risultati della ricerca sono stati presentati con la partecipazione del Gruppo Ferrero ai seguenti convegni:

- "33rd International Symposium on Diabetes & Nutrition" tenutosi a Toronto (Canada), dal 9 al 12 giugno 2015;

- "The new challenge: Back to Basics. Scientific evidence and daily food for a better life" tenutosi a Expo Milano, il 19 giugno 2015;

- "International Summit On Medical Nutrition Education And Research" tenutosi a Cambridge (UK), dal 7 al 9 agosto 2015.

Si ricordano anche gli studi recentemente conclusi:

- valutazione degli effetti del consumo cronico di prodotti KINDER® sull'organismo in confronto con *snack* tradizionali: risposta glicemica, insulinemica, grelinemica, senso di sazietà e *marker* infiammatori in giovani adulti. La neutralità degli effetti del consumo di prodotti KINDER® sul metabolismo è stata confermata da uno studio clinico *cross-over* randomizzato;

- specifiche ricerche riguardo al ruolo degli zuccheri semplici nell'obesità, nel diabete e nelle malattie cardiovascolari. Negli studi di intervento con diete e sostituzioni isoenergetiche, la sostituzione degli zuccheri liberi con quelli complessi mostra nessuna variazione del peso corporeo e nessun aumento significativo della pressione arteriosa. Invece lo scambio zuccheri/carboidrati sotto il 10% non aumenta il colesterolo totale e colesterolo LDL. Infine, quando le calorie totali apportate dalla dieta sono meno di 2000, non si vede l'aumento di colesterolo totale e colesterolo LDL.

“CARTE D’IDENTITÀ NUTRIZIONALI” DEI PRODOTTI FERRERO

In aggiunta, all’interno dell’azienda è condiviso un documento legato al prodotto che riassume le sue caratteristiche nutrizionali e il suo collocamento all’interno dell’occasione di consumo giornaliera: colazione, BMEE (*Between Meal Eating Episodes*) o fine pasto. Il documento offre anche una valutazione della risposta metabolica all’utilizzo del prodotto Ferrero preso in esame e, per alcuni di essi, anche degli effetti sull’attenzione e sull’umore. Attualmente **la redazione delle “carte d’identità nutrizionali” coinvolge più del 75% dei volumi commercializzati** nel 2014/2015 e comprende:

1. Ferrero NUTELLA®
2. Ferrero Nutella B-ready
3. Ferrero Rocher
4. Ferrero Pocket Coffee
5. Ferrero Esthé
6. KINDER® Sorpresa
7. KINDER® Bueno
8. KINDER® Cioccolato
9. KINDER® Merendero
10. KINDER® Fetta al latte
11. KINDER® Cereali

I NOSTRI OBIETTIVI PER IL 2015/2016

- Rafforzare il coinvolgimento nelle iniziative, nazionali e internazionali, che promuovono atteggiamenti virtuosi relativi al **binomio alimentazione e salute**.
- Redigere la “**carta d’identità nutrizionale**” di **tutti i prodotti Ferrero** corrispondenti al 100% dei volumi commercializzati.



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 dei prodotti finiti presso i punti vendita.

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, nelle zone in cui le alte temperature ambientali possono impedire che il prodotto arrivi al consumatore al meglio delle proprie caratteristiche organolettiche, Ferrero sospende la fornitura di prodotti particolarmente delicati come le praline Rocher e Mon Cheri, arrivando in taluni casi ad attivare il ritiro di questi prodotti dai canali di vendita.

È stato definito a livello di Gruppo un "Catalogo generale delle difettosità" da controllare nel mercato sul prodotto finito sulla base del quale vengono realizzati i controlli di qualità percepita.

A tal fine, nell'anno 2014/2015 sono state effettuate, a livello globale, **oltre 750.000 visite di controllo presso i punti vendita**, durante le quali sono stati controllati i livelli di freschezza dei prodotti e sono stati raccolti dati puntuali di temperatura degli stessi punti vendita. Oltre a ciò, in oltre 110.000 di queste visite, sono state intensificate le attività di monitoraggio della qualità percepita da parte dei consumatori, a comprova della reale situazione cui sono sottoposti i prodotti fino all'esposizione sugli scaffali dei punti vendita.

TRACCIABILITÀ E SICUREZZA

Fin dal 1946, quindi dalle origini, Ferrero ha posto la massima attenzione nella selezione delle materie prime e degli ingredienti.

Sono proprio la **qualità** e la **freschezza** di questi ultimi a determinare le caratteristiche organolettiche peculiari dei prodotti; proprio per questo, Ferrero ha sviluppato proce-

dure a suo tempo innovative come quella del "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 TECNOLOGI ALIMENTARI.

Anche sulla base del 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 sui sistemi e sulle procedure da essi adottate per garantire la sicurezza e la qualità delle forniture.

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.

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: a 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 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 "*spiderweb*".

Per un dettaglio su controlli e "assaggi" riferiti a uno dei nostri prodotti storici, si rimanda al focus dedicato a Tic Tac®, in appendice al presente rapporto.



GLI STANDARD AVANZATI DEI NOSTRI STABILIMENTI



Negli stabilimenti Ferrero è utilizzato un apposito sistema globale integrato "SAP" che garantisce la condivisione e integrazione, all'interno del Gruppo, 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 globale e coordinato. In particolare, focalizzandosi sui processi del modello Ferrero specifici della Qualità, il sistema è stato implementato durante l'anno 2014/2015 nello stabilimento di Cork (in Irlanda) arrivando a coprire 17 dei 20 stabilimenti. Sono, invece, in corso specifiche iniziative progettuali che prevedono l'adozione del modello Qualità di Gruppo Ferrero anche nello stabili-

mento dell'Ecuador e del Sudafrica. Gli stabilimenti dove il sistema SAP non è ancora operativo sono comunque dotati di un Sistema di Gestione dei processi di Qualità (Fenice) e tramite una rete di collegamenti informatici con la Direzione centrale della Qualità è possibile garantire la *governance* dei processi di Qualità in tutti gli stabilimenti del Gruppo.

Anche le linee produttive lavorano tramite condivisione dei dati di Qualità con il sistema SAP, che è stato implementato in ulteriori 2 stabilimenti (in Brasile e in Irlanda) arrivando a coprirne 17 dei 20 totali.

Il completamento del *rollout* per gli stabilimenti che ne sono ancora sprovvisti, è confermato entro l'anno 2016 ad eccezione dello stabilimento del Camerun.

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 terzi, la verifica della corretta applicazione degli stringenti capitolati Ferrero di prodotto, di sicurezza alimentare (in linea con i requisiti della norma FSSC 22000, HACCP) e di Sistema di Gestione della Qualità (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: le ISO 9001 e FSSC 22000.**

Per rinforzare sempre di più il concetto di “famiglia professionale della Qualità” viene organizzata annualmente una *convention* della funzione Qualità, che riunisce tutte le risorse della Qualità fabbrica, della Qualità Commerciale e della Direzione Qualità centrale.

L'evento ha come obiettivo principale il rafforzamento del concetto di “Qualità di Gruppo” attraverso tre giornate di condivisione di spunti, problematiche e *best practice*; a questo incontro partecipano più di 60 colleghi della Qualità Ferrero nel Mondo.

Le tabelle seguenti riportano lo stato delle certificazioni dei sistemi di gestione degli stabilimenti del Gruppo.

STABILIMENTI INCLUSI NELLA CERTIFICAZIONE ISO 9001:2008 DI GRUPPO

STABILIMENTO	Certificazione ISO 9001:2008* A partire dall'anno:
Alba (Italia)	1999
Arlon (Belgio)	1996
Balvano (Italia)	1996
Baramati (India)	2013
Belsk Duży (Polonia)	2001
Brantford (Canada)	2011
Cork (Irlanda)	1994
La Pastora (Argentina)	2000
Lithgow (Australia)	1999
Manisa (Turchia)	2014
Poços De Caldas (Brasile)	1999
Pozzuolo (Italia)	1998
Quito (Ecuador)	1999
S. Angelo (Italia)	1999
San José Iturbide (Messico)	2014
Stadtallendorf (Germania)	1994
Villers-Écalles (Francia)	1997
Vladimir (Russia)	2010
Walkerville (Sud Africa)	2012

* 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.

Per lo stabilimento del Camerun, l'ottenimento della certificazione ISO 9001:2008, è previsto entro la fine del 2016.

Si evidenzia che è previsto l'adeguamento della certificazione ISO alla nuova edizione della norma ISO 9001:2015 entro il 2017 per tutti gli stabilimenti già in possesso della certificazione secondo la versione 2008.

CERTIFICAZIONI IN TEMA DI SICUREZZA ALIMENTARE E DI ACCREDITAMENTO DEI LABORATORI D'ANALISI

	FSSC 22000 dal:	ISO 22000 dal:	IFS, COSTCO, HACCP dal:	ISO 17025 dal:
Alba (Italia)	2014		2007	2006
Arlon (Belgio)	2014		2006	
Balvano (Italia)	2014			
Baramati (India)	2015 (dicembre)			
Belsk Duży (Polonia)	2013		2006	
Brantford (Canada)	2014		2008	
Cork (Irlanda)	2013		2011	
La Pastora (Argentina)	2011	2008	2015 (dicembre)	
Lithgow (Australia)	2011			
Manisa (Turchia)	2015 (settembre)			
Poços De Caldas (Brasile)	2015 (novembre)	2007		
Pozzuolo Martesana (Italia)	2016 (gennaio)			
Quito (Ecuador)	2013		2010	
S. Angelo (Italia)	2013		2011	
San Josè Iturbide (Messico)	2016 (marzo)		2015 (maggio)	
Stadtallendorf (Germania)	2012		2006	2007
Villers-Écalles (Francia)	2012			
Vladimir (Russia)	2015 (settembre)	2013	2010	

In particolare, nel corso del 2015, ulteriori 4 stabilimenti Ferrero (Manisa, Baramati, Poços de Caldas e Vladimir) hanno ottenuto la certificazione secondo lo standard FSSC 22000, che rappresenta il massimo livello raggiungibile in ambito delle certificazioni sulla sicurezza alimentare e altri



2 stabilimenti (Pozzuolo Martesana e San Josè Iturbide) hanno ottenuto la certificazione nei primi mesi del 2016.

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*).

CASI DI NON CONFORMITÀ

ISO 9001:2008 Certificazione del Sistema di Qualità Ferrero

Nel 2014/2015, sono stati eseguiti 7 *audit* da parte di enti di certificazione esterni che hanno interessato gli stabilimenti di S. Angelo dei Lombardi, Litghow, Arlon, Stadtallenforf, Walkerville, Brandtford, la Direzione Qualità di Gruppo e altre funzioni centrali: l'esito complessivo degli *audit* è sostanzialmente positivo non essendo emerse in nessun sito situazioni di "Non conformità".

IFS – International Featured Standard – FOOD

Nel 2014/2015, le indagini condotte per verificare la conformità a questo *standard* certificativo presso gli stabilimenti di Alba, Arlon, Belsk, Cork e Stadtallendorf hanno messo in evidenza un livello di conformità denominato "Higher Level", con una votazione media pari a 97,9%.



I NOSTRI OBIETTIVI PER IL 2015 E IL 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 al termine della sua realizzazione e ha visto il coinvolgimento di tutte le direzioni aziendali interessate; in particolare, il dipartimento aziendale che si occupa di sistemi informatici ha messo a punto un piano di implementazione in tutte le *Business unit* del pacchetto informatico aziendale, denominato GCC (Gestione Contatti Consumatori). A dicembre 2015, il 98% dei volumi commerciali 2014/2015 sono monitorati centralmente e la procedura di gestione dei contatti dei consumatori è stata implementata da tutte le *Business unit* del Gruppo. La gestione centralizzata dei reclami consente, nell'ambito del Sistema Qualità di Gruppo, di implementare le azioni preventive/correttive necessarie a evitare il ripetersi delle non conformità oltre a una gestione coordinata degli stessi.

2. Estendere la certificazione di sicurezza alimentare FSSC 22000 a tutti gli stabilimenti del Gruppo entro il 2015, a esclusione del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero il cui obiettivo, che comprende la certificazione ISO 9001 e la certificazione di sicurezza alimentare FSSC 22000, è posto entro il 2016. In linea con gli obiettivi, anche gli stabilimenti di Pozzuolo Martesana e San José Iturbide hanno ottenuto la certificazione FSSC 22000 nei primi mesi del 2016. Si conferma che, per gli stabilimenti del Camerun e del Sudafrica, l'ottenimento della certificazione è previsto entro la fine del 2016.

3. Raggiungere **l'integrazione degli audit/ispezioni di sicurezza alimentare per tutti i Co-Packer (conti lavoro) e i magazzini**, in modo da avere una copertura completa entro il 2020.

Il presidio di tutta la filiera tramite *audit*, ispezioni e altre metodologie è in pieno sviluppo attraverso varie iniziative, *in primis* il sistema di monitoraggio integrato della Qualità nei magazzini che prevede verifiche documentate condotte dai referenti locali di logistica, Qualità di stabilimento e Qualità mercato.

Attualmente, gli *audit/ispezioni* di sicurezza alimentare condotti dalla Direzione Qualità di Gruppo presso i magazzini hanno raggiunto una percentuale di copertura del 63%². Nel corso dell'anno 2014/2015 il sistema di monitoraggio integrato è stato lanciato in fase di test su 4 Paesi (Italia, Germania, Francia e Brasile) e nel corso dell'anno 2015/2016 verrà lanciato a livello globale.

Con riferimento agli *audit/ispezioni* di sicurezza alimentare condotti presso i *Co-Packer*, è stata raggiunta una percentuale di copertura pari all'83%³ del totale dei *Co-Packer*.

4. Ottenere, a livello mondiale, la **certificazione ISO 9001 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", **entro il 2020**. 19 dei 20 stabilimenti sono già inclusi nella certificazione ISO 9001:2008 di Gruppo e, in anticipo rispetto all'obiettivo dichiarato, anche lo stabilimento del Camerun prevede di ottenere tale certificazione entro la fine del 2016.

2. Tale percentuale è calcolata sul totale degli spazi utili dei magazzini espressi in posti pallet nel periodo tra settembre 2012 e agosto 2015.

3. Tale percentuale è calcolata sul totale dei *Co-Packer* nel periodo tra settembre 2012 e agosto 2015.

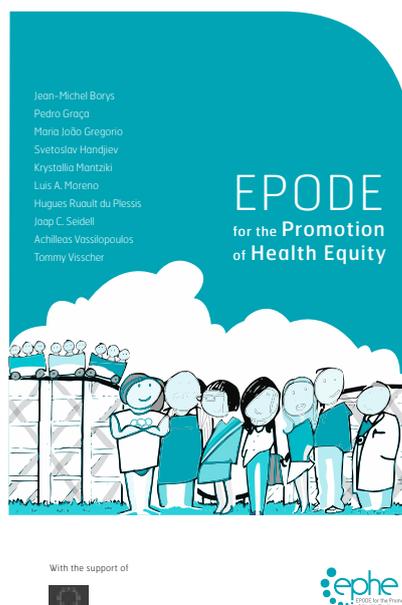
Una comunicazione responsabile

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 sistemi di autoregolamentazione, 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.

Ferrero sostiene l'idea che le comunicazioni commerciali responsabili possono aiutare i consumatori a fare scelte adeguate sui prodotti alimentari e le bevande, come pure a comprendere il ruolo svolto dall'alimentazione, dalla dieta e dall'attività fisica al fine di raggiungere uno stile di vita globalmente sano e attivo. L'industria può svolgere un ruolo cruciale in tale ambito, trasmettendo comunicazioni commerciali coerenti con i principi di una buona alimentazione, una dieta equilibrata, attività fisica e scelta personale.

Quale operatore industriale a livello globale, Ferrero applica in maniera coerente il *"Framework for responsible food and beverage communication"* adottato dalla ICC – *International Chamber of Commerce* – oltre che i codici regionali e nazionali di autoregolamentazione sviluppati a livello locale su tale base. Ferrero riconosce la necessità di adeguati meccanismi di applicazione per sanzionare o modificare le pubblicità che non soddisfano i requisiti di autoregolamentazione sopra citati.

Ferrero crede profondamente che un'efficace autoregolamentazione delle comunicazioni commerciali possa fornire un valido quadro per **rispondere al meglio all'esigenza del consumatore di ricevere comunicazioni veritiere e accurate**. Questo è il motivo per cui Ferrero svolge un ruolo attivo nel processo di autoregolamentazione sia a livello nazionale che internazionale:



- Ferrero è membro della *International Food & Beverage Alliance* (IFBA) (www.ifballiance.org), associazione che raggruppa le principali aziende del settore alimentare operanti su scala mondiale, impegnate a promuovere programmi di autoregolamentazione relativi alla formulazione e alle porzioni dei prodotti alimentari, all'informazione nutrizionale dei consumatori, alla pubblicità responsabile diretta ai bambini e alla promozione dell'attività fisica.
- Inoltre, Ferrero aderisce alla *World Federation of Advertisers*, (www.wfa-net.org/en), organizzazione internazionale che promuove buone ed efficienti pratiche in materia di pubblicità responsabile.

Insieme ad altre aziende, Ferrero partecipa a una serie di iniziative di autoregolamentazione, tra cui:

- pubblicità responsabile rivolta ai bambini (*EU Pledge*: www.eu-pledge.eu);
- promozione di pratiche commerciali leali lungo la filiera agroalimentare (www.supplychaininitiative.eu).

A partire dal 2006, nel quadro della Piattaforma d'azione europea sulla dieta, l'attività fisica e la salute, organizzata dalla Commissione europea, **Ferrero ha assunto una serie di impegni in materia di stili di vita sani**, in particolare per quanto riguarda: l'etichettatura nutrizionale, la pubblicità responsabile, la promozione dell'attività fisica (attraverso il programma Kinder+Sport) e di stili di vita globalmente corretti (attraverso il supporto al programma EPODE - *Ensemble Prévenons l'Obésité Des Enfants* - e al progetto EPHE - *Epode for the Promotion of Health Equity*: www.epheproject.com).



MONITORAGGIO DEGLI IMPEGNI

Al fine di rafforzare la credibilità dei suoi impegni, ogni anno Ferrero è sottoposta a **monitoraggi certificati da organismi terzi esterni**.

Monitoraggio della pubblicità

A LIVELLO GLOBALE

A livello globale, Ferrero applica la *IFBA Global Policy on Advertising and Marketing Communications to Children*, in base alla quale **il Gruppo non indirizza la pubblicità dei propri prodotti alimentari** attraverso la televisione, la stampa e internet **a un pubblico costituito prevalentemente da bambini con meno di 12 anni**. In particolare, dal gennaio 2013 Ferrero:

- applica tali norme di autoregolamentazione in televisione, sulla stampa e su internet, non pubblicizzando i propri prodotti alimentari verso *audience* in cui la presenza di bambini sotto i 12 anni sia superiore al 35%.

- data la crescente importanza della sfera digitale nel *marketing*, estende il campo di applicazione dei propri impegni fino a includere i siti web aziendali.

I risultati del monitoraggio condotto esternamente da Accenture confermano l'andamento positivo degli ultimi cinque anni (<https://>

www.ferrero.com/social-responsibility/ferrero-advertising-and-marketing-principles/responsible-advertising-marketing).

Per monitorare le pubblicità televisive mandate in onda nel 2015 dalle aziende aderenti alla IFBA e verificare la conformità con la politica IFBA⁴, Accenture ha analizzato più di 700.000 *spot* pubblicitari per un periodo di tre mesi nei seguenti dieci Paesi: Brasile, Cina (città di Shanghai), Colombia, Indonesia, Malesia, Russia, Arabia Saudita, Sudafrica, Thailandia ed Emirati Arabi Uniti. I dati aggregati mostrano che il livello di conformità generale della pubblicità televisiva è stato pari al 97%.

Il monitoraggio della pubblicità su carta stampata è stato condotto nei seguenti cinque Paesi: Brasile, Cina (città di Shanghai), Russia, Sudafrica e Singapore. In questo caso, la conformità è stata pari al 100%. I siti web aziendali hanno mostrato un tasso di conformità rispetto agli impegni assunti pari al 99,8% in quattro Paesi: Singapore, Cina, Russia, Brasile.

4. Il rapporto di Accenture sul monitoraggio televisivo dell'impegno IFBA è stato redatto nel secondo trimestre del 2015.

Per quanto riguarda specificamente Ferrero, **il monitoraggio degli impegni sulla pubblicità televisiva ha coinvolto un campione di 7 Paesi** e il tasso di conformità⁵ è stato il seguente:
 Brasile, 99%; Malesia, 92%; Sudafrica, 97%; Emirati Arabi Uniti, 100%; Colombia, 83,5%; Indonesia, 99,6%; Russia, 96,5%.

Accenture ha monitorato la conformità della pubblicità su stampa tra settembre e ottobre 2015 in Brasile, Cina, Russia, Sudafrica e Singapore. **Non è stato riscontrato alcun caso di violazione** in questi Paesi.

Tra gennaio e febbraio 2016 è stata valutata anche la pubblicità *online*, che include i siti *web* aziendali, in Brasile, Cina, Russia e Singapore. Anche in questo caso, le attività di monitoraggio svolte da Accenture non hanno evidenziato alcuna violazione degli impegni sottoscritti da Ferrero.

Per il futuro, Ferrero sta lavorando attivamente per **implementare gli "Enhanced 2014 Commitments" dell'EU Pledge entro la fine del 2016**. Tali impegni rafforzati estenderanno l'applicazione della politica IFBA alla radio, al cinema, ai DVD/CD-ROM, al *marketing* diretto, al collocamento dei prodotti, ai giochi interattivi, al cellulare e al *marketing* via SMS. Inoltre, dove non sono disponibili dati di misurazione affidabili dell'*audience* (ad esempio nel caso della pubblicità digitale), sarà presa in considerazione l'impressione generale della comunicazione di *marketing*, al fine di garantire che la comunicazione non sia intrinsecamente progettata per rivolgersi in primo luogo ai minori di 12 anni.

5. Questi tassi di conformità sono relativi al monitoraggio effettuato sulla pubblicità nella fascia "All spot (All GPRS, All Time)".

A LIVELLO EUROPEO

In Europa, Ferrero partecipa all'iniziativa *EU Pledge*, che prevede un **approccio responsabile alla pubblicità dei prodotti alimentari ai bambini sotto i 12 anni in televisione, sulla stampa e via internet.**

Gli impegni sono stati oggetto di un programma di monitoraggio annuale svolto da due organismi esterni⁶:

- **Accenture Media Management**

ha monitorato la pubblicità televisiva nei seguenti 7 Paesi europei: Francia, Germania, Ungheria, Italia, Polonia, Portogallo e Spagna;

- **European Advertising Standards Alliance (EASA)** ha monitorato i siti *web* delle aziende aderenti all'*EU Pledge* sulla base delle valutazioni effettuate dalle organizzazioni nazionali per l'autoregolamentazione della pubblicità nei seguenti 10 Paesi europei: Belgio, Francia, Germania, Ungheria, Paesi Bassi, Polonia, Repubblica Ceca, Spagna, Portogallo e Regno Unito.

Il tasso di conformità complessivo delle pubblicità televisive delle aziende aderenti all'*EU Pledge* è stato del 98,9%, in crescita rispetto ai risultati dello scorso anno (98,5%).

In relazione al monitoraggio sui siti *web*, quest'anno sono stati verificati in totale 219 siti e il tasso di conformità globale è stato pari al 100%. Anche tale percentuale è risultata superiore rispetto a quella dello scorso anno, pari al 97%.

In linea con i suoi principi sulla pubblicità (<https://www.ferrero.com/social-responsibility/ferrero-advertising-and-marketing-principles/responsible-advertising-marketing>), **in Europa Ferrero non pubblicizza alcun**

prodotto alimentare ai bambini di età inferiore ai 12 anni.

Il Gruppo ha quindi proseguito un'intensa attività di coordinamento tra le varie funzioni coinvolte nella questione della pubblicità responsabile (*marketing*, legale, pianificazione dei media, commerciale), per garantire il massimo livello possibile di conformità.

Sono state presentate internamente le linee guida interne sulla pubblicità responsabile e il "*Marketing to Children Road Test*". Il "*Marketing to Children Road Test*" è stato sviluppato con il supporto della *World Federation of Advertisers*. Lo strumento è disponibile internamente per garantire un elevato tasso di conformità con l'*EU Pledge*.

Per quanto riguarda la pubblicità televisiva, **i tassi di conformità di Ferrero** per il 2015 sono stati i seguenti: Spagna, 96,4%; Francia, 99,7%; Portogallo, 98,7%; Polonia, 98,6%; Ungheria, 99,1%; Germania, 99,9%; Italia, 99,4%.

Il Gruppo è stato informato di alcuni casi minori di non conformità e ha rapidamente preso misure per identificare gli *spot* in questione e adottare le necessarie azioni correttive.

Dei 219 siti *web* analizzati, 26 appartengono a Ferrero: nessuno di loro conteneva elementi considerati come potenzialmente in violazione dei codici pubblicitari o delle pertinenti leggi sulla pubblicità. Rispetto all'anno precedente, le non conformità si sono ulteriormente abbassate.

6. I dati presentati nel seguente rapporto di Accenture Media Management e EASA si riferiscono alla seconda metà del 2015.

Piattaforma d'azione europea sulla dieta, l'attività fisica e la salute

Per quanto riguarda la partecipazione di Ferrero alla Piattaforma europea, **il Gruppo è tenuto a presentare un rapporto annuale di monitoraggio** per ciascuno degli impegni assunti in materia di: formulazione e porzionatura dei prodotti, informazione nutrizionale ed educazione alimentare, promozione dell'attività fisica e comunicazione pubblicitaria responsabile. Tale rapporto di monitoraggio è successivamente oggetto di valutazione da parte di un ente esterno incaricato dalla Commissione europea.

Il rapporto 2014 di monitoraggio degli impegni sottoscritti da Ferrero nell'ambito della Piattaforma è stato valutato con i seguenti risultati:

- *"Promotion of physical activity"*: soddisfacente;
- *"Media literacy & Responsible Advertising to children"*: non soddisfacente (per motivi principalmente amministrativi, in quanto non fornisce sufficienti informazioni sulle risorse umane coinvolte e la diffusione dei risultati);

- *"Product formulation and portion sizes"*: non soddisfacente (non sono state effettuate ulteriori riduzioni delle porzioni dei prodotti Ferrero nel corso del 2014/2015; tuttavia, questo è accaduto perché le porzioni già piccole di Ferrero permettono di integrare correttamente i suoi prodotti nei cinque pasti della dieta quotidiana);

- *"EPODE (Ensemble Prévenons l'Obésité Des Enfants)/EEN (European Epode Network)"*: soddisfacente.



LASCIAMO PARLARE LE ETICHETTE

In linea con la legislazione in vigore nei diversi Paesi, **Ferrero fornisce ai propri consumatori una corretta e trasparente informazione nutrizionale** sul retro della confezione.

IN AGGIUNTA A QUANTO PREVISTO DALLE SINGOLE LEGGI NAZIONALI, FERRERO SI IMPEGNA A FORNIRE INFORMAZIONI NUTRIZIONALI ADDIZIONALI SUL FRONTE PACCO, AL FINE DI FACILITARE UNA MIGLIORE COMPrensIONE DELLE ETICHETTE.

Il 13 dicembre 2014 è entrato in vigore il regolamento europeo 1169/2011 (UE) sull'informazione al consumatore, che prevede nuovi obblighi per le etichette dei prodotti alimentari. In linea con quanto previsto dal suddetto regolamento, **il Gruppo Ferrero ha deciso di continuare a fornire l'informazione nutrizionale fronte pacco volontaria**, rinnovando il proprio impegno a rispettare le raccomandazioni in materia di etichettatura dell'Associazione Europea dell'Industria delle Bevande e dell'Agroalimentare (*FoodDrinkEurope*), per i prodotti delle linee KINDER® e NUTELLA® e per gli *snack* Ferrero.

Nell'Unione europea, questo impegno volto a fornire le informazioni volontarie sul fronte pacco copre il 100% dei prodotti Ferrero (prodotti delle linee KINDER® e NUTELLA® e gli *snack* Ferrero). Questa percentuale non copre i piccoli imballi e i prodotti stagionali, in quanto la raccomandazione esclude espressamente tali categorie.

Il logo apposto sul fronte pacco, in caso di ripetizione dell'informazione già presente sul retro, fornisce informazioni nutrizionali volontarie in conformità con quanto stabilito dal regolamento 1169/2011 (UE).

In particolare, queste informazioni comprendono:

- il valore energetico e le quantità di sostanze nutritive forniti sia per 100 g che per porzione, in kilocalorie e in kiloJoule;
- la seguente dicitura, in stretta prossimità del logo: "Assunzioni di riferimento di un adulto medio (8.400 kJ/2.000 kcal)".

Per 25g:

586kJ
140 kcal
7%*

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

Per 100g:

2343 kJ / 560 kcal

Al fine di assicurare la necessaria coerenza a livello di Gruppo, Ferrero continua a estendere le informazioni nutrizionali volontarie sul fronte pacco anche al di fuori dell'Europa.

A livello globale, l'attuazione degli **IFBA Principles for a Global Approach to Fact-based Nutrition Information** è proseguita anche nel corso del 2015. Tali principi, già applicati in USA, Messico, Russia, Kazakistan e Bielorussia, sono stati estesi nel 2015 ai seguenti Paesi e regioni:

Argentina, Australia, Brasile, Brunei, Cina, Hong Kong, India, Indonesia, Malesia, Nuova Zelanda, Filippine, Singapore, Taiwan, Thailandia, Ucraina, Paesi del Consiglio di cooperazione del Golfo e Nordafrica. È confermato che **la piena attuazione dei Principi IFBA sui prodotti Ferrero idonei avrà luogo a livello globale entro dicembre 2016**, ad eccezione dei Paesi in cui le disposizioni legislative locali non lo consentano.

в одній порції 12,5 г:



Fig.1

на порцію 12,5 г:



Fig.2

Qui sopra sono indicati due esempi pratici di come potrà tradursi il nuovo impegno IFBA relativo all'indicazione del valore energetico sul fronte pacco, a seconda delle diverse esigenze nazionali. Nei Paesi in cui non esiste un valore riconosciuto di *reference intake* (oppure non è consentito utilizzarlo), è riportato solo il valore assoluto delle calorie per 100 grammi e/o per porzione (Fig. 1). Negli altri Paesi, dove ciò è possibile, sono invece indicati entrambi i valori, assoluto e in percentuale rispetto al *reference intake* applicabile (Fig. 2).



Programma EPODE

Dal 2007, Ferrero è **partner del progetto EPODE** (*Ensemble Préventions l'Obésité Des Enfants – Insieme per Prevenire l'Obesità Infantile*) e della EEN (*European Epode Network*). Nel quadro della rete EEN, Ferrero ha continuato a partecipare a diversi progetti EPODE nazionali nei seguenti Paesi europei:

- **Francia:** Ferrero continua a sostenere il progetto **Vivons en Forme**, i cui risultati positivi sono stati confermati in diverse città francesi. A Saint-André-lez-Lille, per esempio, il livello di obesità e sovrappeso nei bambini è sceso dal 18,09% del 2008 al 10,77% nel 2015.

- **Belgio:** nel 2015, i risultati positivi del progetto **Viasano** sono stati pubblicati sulla rivista scientifica *Pediatric Obesity*⁷, testimoniando una riduzione del 2,1% della prevalenza di bambini in sovrappeso e una riduzione dello 0,3% dell'obesità infantile nel periodo 2007-2010 in due

città pilota che partecipano al progetto.

- **Spagna:** Ferrero continua a contribuire al progetto **Thao**, volto a ridurre l'obesità infantile, che nel 2015 ha raggiunto 71 città spagnole. Il progetto si è concluso nel mese di ottobre 2015.

- **Paesi Bassi:** nel 2015 il progetto **JOGG** ha attivato a Breda un programma settimanale per promuovere stili di vita salutari in alcune zone della città, dove erano stati riscontrati livelli particolarmente elevati di obesità.

CONTRIBUTO FERRERO IN	PROGRAMMA	CITTÀ	ANNO	EURO
Unione europea	<i>European Epode Network/EPHE</i> (www.epode-european-network.com)	7 Stati membri	2015	150.000
Francia	<i>Vivons en Forme</i> (www.vivons-en-forme.org)	250 città	2015	250.000
Spagna	<i>Fundacion Thao</i> (www.thaoweb.com)	71 città	2015	30.000
Belgio	<i>Viasano</i> (www.viasano.be)	20 città	2015	80.000
Paesi Bassi (città di Breda)	JOGG (www.jongerenopgezondgewicht.nl)	91 città (Ferrero è presente solo a Breda)	2015	20.000

Dal 2012, il progetto principale della piattaforma EEN è EPHE (*Epode for the Promotion of Health Equity*), iniziativa cofinanziata dalla Commissione europea (DG SALUTE) in collaborazione con 6 università europee. Il progetto, che ha coperto il triennio 2012-2015, si è basato su iniziative locali che hanno raggiunto attivamente le famiglie, le scuole e le comunità locali.

7. J. Vinck e al.
"Downward trends in the prevalence of childhood overweight in two pilot towns taking part in the VIASANO community-based programme in Belgium: data from a national school health monitoring system", *Pediatric Obesity*, 31 marzo 2015, <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/ijpo.12022/abstract;jsessionid=90C81F4E996307EEB39CFC02D4DE806D.f03t01>.

EPHE, concentrandosi sulle disuguaglianze socio-economiche, ha come target specifico le popolazioni economicamente e socialmente svantaggiate, con l'obiettivo di **ridurre il rischio di malattie legate alla dieta e agli stili di vita sedentari**.

Il programma ha raggiunto 1.266 bambini (di età media pari a 7,17 anni) **e le rispettive famiglie**, residenti nei seguenti 7 Paesi europei: Paesi Bassi, Belgio, Romania, Bulgaria, Portogallo, Grecia e Francia, mostrando un alto tasso di risposta in quasi tutti i Paesi. Il progetto si è concluso nel 2015; i risultati finali sono stati pubblicati⁸ e presentati in un evento pubblico tenutosi a Bruxelles nel mese di settembre 2015. L'esito del progetto fornisce una nuova visione dei comportamenti riguardo il bilancio energetico e dei loro determinanti, che potrebbe essere il punto di riferimento per lo sviluppo di interventi efficaci volti a ridurre le disuguaglianze nell'obesità infantile.

La Commissione europea ha formalmente riconosciuto l'importanza delle *partnership* pubblico-private con valenza sociale e **ha definito EPODE una best practice da replicare in altri Paesi dell'Unione europea**, in quanto riunisce tutti gli attori coinvolti nella lotta all'obesità: la comunità scientifica, l'industria, le autorità e le comunità locali, permettendo di individuare gli interventi specifici da realizzare e ottenendo così un concreto impatto sul territorio.

8. Jean-Michel Borys e al.
"EPODE for the promotion of health equity",
Lavoisier Publishing
(Francia) 2015.



Kinder Surprise Company

LA STORIA DELLE NOSTRE SORPRESE

Da oltre 40 anni, i prodotti KINDER® Ferrero hanno contribuito alla **crecita felice dei bambini di tutte le età** generando momenti quotidiani di intensa emozione.

In tutto questo tempo il processo di creazione delle sorprese si è evoluto, pur mantenendo lo stesso impegno per creare prodotti sicuri e innovativi e cercando di migliorare tutto il tempo.

Kinder Surprise Company (KSC) è la Divisione del Gruppo Ferrero dedicata alla creazione e produzione dei piccoli giocattoli KINDER® le cui caratteristiche e giocabilità devono essere sviluppate e ottimizzate specificamente per il formato in miniatura del mondo KINDER®.

I BAMBINI E IL VALORE DEL GIOCO



I bambini sono il punto di riferimento centrale.

Sono curiosi, creativi e hanno una grande fantasia. Amano sperimentare, scoprire e stupirsi. Sono veloci nell'apprendimento e cercano sempre nuovi stimoli.

Sia i bambini che i genitori cercano dei momenti di socializzazione e di condivisione attraverso la gioia di giocare insieme. Questa esigenza spiega la sfida per Ferrero di fornire

sempre nuove sorprese e giochi per farli interagire e far sì che si crei un legame emotivo tra di loro.

I bambini sono il nostro futuro, ed è per questo che il Gruppo Ferrero è fermamente convinto che **un bambino felice oggi sarà un adulto migliore domani.**

Il gioco è un elemento essenziale della vita dei bambini, ed è uno dei loro diritti!

Giocare sviluppa le capacità intellettuali, creative e di *problem solving*, la fantasia, la capacità di relazionarsi con gli altri, il movimento e il coordinamento, soprattutto a livello manuale, la scoperta e l'apprendimento.

SECONDO QUESTA VISIONE, L'OBIETTIVO DEI PRODOTTI KINDER® FERRERO È QUELLO DI CREARE LA PIÙ BELLA ESPERIENZA DI GIOCO IN UN FORMATO SORPRENDENTEMENTE PICCOLO CHE GENERA GRANDI EMOZIONI.

Il diritto dei bambini a giocare è espressamente riconosciuto dall'articolo 31 della Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti dei bambini. (Risoluzione 44/25 del 20 novembre 1989).

Art. 31 della Convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti dei Bambini

Risoluzione 44/25 del 20 novembre 1989

1. Gli stati parti riconoscono al fanciullo il diritto al riposo ed al tempo libero, a dedicarsi al gioco ed ad attività ricreative proprie della sua età e a partecipare liberamente alla vita culturale ed 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 condizione di uguaglianza, di mezzi appropriati di divertimento e di attività ricreative, artistiche e culturali.

Ciò richiede cura e attenzione assoluta in tutta la filiera, dalla progettazione alla realizzazione del prodotto finito.

Per tutte queste ragioni, ci sono alcune caratteristiche di base che le sorprese devono avere:

- **L'emozione di aprire l'uovo:** scoprire il prodotto e cercare di indovinare ciò che c'è dentro, crea delle emozioni che ogni volta stimolano l'immaginazione del bambino.

- **Giocabilità:** assemblare la sorpresa stimola l'immaginazione, il ragionamento logico e le capacità motorie. La sorpresa impegna il bambino immediatamente, offrendogli la possibilità di giocare in diversi modi.

- **L'interazione con gli altri bambini e con i genitori:** la natura dell'esperienza di gioco proposta incoraggia il bambino a socializzare e crea momenti gioiosi di condivisione.



I PRINCIPI CHE GUIDANO LO SVILUPPO CREATIVO

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 lavoro

secondo quattro 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	La soddisfazione derivante dal raggiungere un obiettivo (montare la sorpresa) e dall'interazione con piccoli giochi progettati per essere attraenti per i bambini e per stimolarne la creatività.
SVILUPPO RELAZIONALE	L'interazione con gli amici e la famiglia, incoraggiata dalle esperienze di gioco proposte, aiuta i bambini a socializzare e a vivere felici esperienze con gli altri.
SVILUPPO MOTORIO	L'assemblaggio della sorpresa richiede una buona coordinazione mani-occhi e stimola l'immaginazione, la logica e la manualità.

2. Varietà

Ogni anno, un team di esperti sviluppa nuove giocabilità, volte a stimolare la crescita dei bambini nella sua completezza.

La strategia delle "aree di gioco" è stata creata con l'obiettivo di aumentare la rilevanza di ogni sorpresa. Nel corso degli anni, il Dipartimento *Marketing* e Innovazione ha identificato diverse aree di riferimento attorno alle quali deve essere definito l'assortimento, per rispettare una precisa varietà di sorprese all'interno dello stesso.

Ogni sorpresa deve rientrare in una categoria particolare, al fine di creare un assortimento equilibrato di giochi, che si collega con tutte le aree di gioco precedentemente definite.



3. Esperienza a 360°

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

Il dialogo con i consumatori sta diventando sempre più importante e, per questo motivo, più strutturato. È necessario quindi creare un contatto con loro prima e dopo il momento dell'acquisto.

Il bigliettino di *marketing*, che accompagna sempre la sorpresa, illustra le attività ludiche e fornisce spunti per l'elaborazione di storie che arricchiscano e amplino il gioco.

Con la scansione del codice QR presente su di esso, creato per ogni sorpresa, i bambini possono accedere a una narrazione emozionante, connettersi e condividere le possibilità estendendo l'esperienza fisica nello spazio digitale nella app *Magic Kinder*.



4. Universalità

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

Nonostante le grandi differenze tra i vari Paesi del Mondo, tutti i bambini condividono una caratteristica tipica: amano essere sorpresi, e questo è tanto più forte quanto più la sorpresa può attivare una sensazione positiva di meraviglia che mette in risalto la sua unicità rispetto ad altri prodotti simili presenti sul mercato.



FASI DELLO SVILUPPO DELLE SORPRESE

1. Strategia di *marketing*
2. Fase creativa: prime idee e analisi
3. Prototipi di *design* e pre-valutazioni
4. Ricerche su mamme e bambini
5. Certificazioni e test volontari
6. Controlli di produzione e di qualità
7. *Marketing* responsabile

1. Strategia di marketing

Lo scopo di questa fase è quello di definire un assortimento strategico, collegato con ogni singolo aspetto delle sorprese, dalle attività di gioco al *look and feel* di ogni singolo gioco.

Ogni sorpresa è il frutto di specifiche analisi basate su diversi aspetti della vita quotidiana dei bambini:

- Esigenze di bambini e genitori
- Tendenze nel mondo dei giocattoli
- Ricerche co-creative in collaborazione con i bambini
- Influenza della tecnologia e dell'innovazione

Partendo da questi risultati, il Dipartimento interno di *Marketing* e *Innovazione* comincia a definire un insieme di caratteristiche che dovranno avere le sorprese, al fine di sviluppare una strategia e il relativo assortimento prezioso ed efficiente.

Durante questa fase è importante considerare anche tutte le varie esigenze connesse con le diverse aree geografiche (ad esempio gli aspetti culturali e religiosi), al fine di creare un assortimento in grado di riflettere le tendenze internazionali, pur nel rispetto delle tradizioni locali.

2. Fase creativa: prime idee e analisi

In questa fase, l'idea si trasforma in un *design*, con una propria giocabilità. Questi *design* costituiscono la base per la creazione di un prototipo 3D, dando vita all'idea tramite l'utilizzo di vari programmi CAD.

Durante questo processo, il *team* di *design* prende anche in considerazione i seguenti aspetti:

- Sicurezza e qualità
- Fattibilità
- Costi
- Possibilità di inserimento nella capsula

Dal momento che la progettazione orientata alla sicurezza è uno dei fondamenti dello sviluppo della sorpresa, ognuna deve rispettare le linee guida, che sono tradotte in precauzioni specifiche relative alla dimensione, forma e morfologia del gioco.

Queste precauzioni sono:

- evitare parti troppo piccole;
- evitare forme sferiche e ovoidali;
- non utilizzare batterie a bottone e magneti;
- assicurare il pre-montaggio delle parti più piccole per ridurre il numero di pezzi e creare parti più grandi;
- evitare colori che potrebbero essere confusi con il cioccolato;
- utilizzare materiali dedicati di alta qualità per evitare la rottura e allo stesso tempo garantire un elevato *standard* di *design*.





3. Prototipi di design e pre-valutazioni

Il prototipo fisico viene creato attraverso stampanti 3D.



Questo prototipo riflette la forma e l'eventuale funzione della sorpresa ed è il risultato del processo creativo. Tiene in considerazione anche requisiti di produzione e sicurezza:

Safety assessment:

Durante la fase di *design*, Ferrero effettua una valutazione preventiva approfondita della sicurezza per ogni prototipo; ciò significa che deve superare alcuni *test* di pre-valutazione al fine di continuare il suo percorso verso l'industrializzazione. Questa valutazione è effettuata con l'aiuto di alcuni esperti (principalmente laboratori accreditati) e consiste nel verificare se le sorprese sono conformi alle normative internazionali e

al Codice Ferrero per la Sicurezza e Qualità dei giocattoli, e se presentano eventuali rischi aggiuntivi.

Controllo medico:

Un gruppo di lavoro dedicato ha il compito di analizzare e valutare che tutti gli aspetti del prototipo siano conformi a vari requisiti aggiuntivi, stabiliti da un punto di vista medico. Questo *team* è sempre composto dal responsabile del progetto, dal *team* della qualità, dal *team* del

design, dal *team* legale e dal medico specialista otorinolaringoiatra (specialista orecchio, naso e gola). Nel corso degli anni, questo metodo di lavoro ha creato un elenco accurato di caratteristiche che sono considerate come linee guida dell'analisi. Se sono necessari alcuni cambiamenti, questo *team* verifica inoltre che non rovinino esteticamente la sorpresa o impediscano la sua giocabilità; in alternativa, può anche decidere di abbandonare quello specifico concetto di gioco.



Age grading evaluation:

L'Age grading è la determinazione dell'età appropriata dei bambini ai quali un giocattolo è destinato, sulla base di studi psicologici dello sviluppo e degli attuali riferimenti legali⁹.

Per effettuare le determinazioni di età, si confrontano le caratteristiche specifiche e le funzioni ludiche di un gioco con le abilità dei bambini in una particolare fascia di età.

Il processo di valutazione ha lo scopo di identificare l'età di partenza in cui il bambino è in grado di utilizzare in modo gratificante la sorpresa nella sua funzione prevista, ossia a che età il bambino possiede le **capacità cognitive e motorie** per interagire con quel giocattolo nelle funzioni proposte.

La piena conformità delle sorprese KINDER[®] a queste linee guida ha lo scopo di assicurare che corrispondano al limite di età (3 anni) dell'allerta per le piccole parti. Questo è il

modo corretto per garantire l'efficacia dell'avviso stesso.

Il Dipartimento Qualità è coinvolto in tutti questi test.

Ferrero si adopera in modo particolare per informare i consumatori sul fatto che l'uso delle sorprese KINDER[®] è vietato ai bambini di età inferiore ai 3 anni e che, per garantire il rispetto di tale divieto, è raccomandata la supervisione da parte degli adulti. Un avvertimento specifico in conformità con la direttiva sulla sicurezza dei giocattoli 2009/48/CE informa i genitori in modo chiaro e leggibile.

Questo avviso è sempre estremamente evidente e visibile.



9. European guidelines:
 • CEN Report
 CR14379:2002 – Classification of toys
 • ISO/TR 8124-8:2016 Age Determination Guidelines
 • CPSC Age Determination Guidelines: Relating Children's Ages to Toy Characteristics and Play Behavior: 2002.

4. Ricerche su mamme e bambini

Ogni anno Ferrero effettua un test strategico su larga scala dei prototipi, in genere circa due anni prima del lancio delle sorprese testate. Gli studi si svolgono in diversi Paesi e le interviste coinvolgono sempre sia i bambini che le loro madri.

Di solito, vengono utilizzati due diversi approcci:

1. Approccio quantitativo, in modo da valutare:

- il gradimento complessivo e i principali *KPI* di ogni singola sorpresa;
- prove sui comportamenti (giocare, combinare) e reazioni dei bambini;
- la classifica delle sorprese più apprezzate.

Le madri e i bambini sono sottoposti ai seguenti stimoli nell'ordine indicato:

- un video, che mostra l'apertura dei prodotti e l'estrazione del contenitore;

- il foglietto di ogni sorpresa (fronte e retro);

- un video di 20-30 secondi che mostra ogni sorpresa e la relativa giocabilità.

2. Approccio qualitativo, in modo da valutare:

- il gradimento complessivo della gamma di sorprese e di ogni singola sorpresa;
- intuizioni sulla possibile ottimizzazione e sull'ulteriore sviluppo.

Ferrero si basa solitamente sulla metodologia dei *focus group*.

In circa 9.000 interviste in tutta Europa, nella regione Asia-Pacifico e in America Latina, Ferrero raccoglie tutte le opinioni su uno specifico gruppo di nuovi argomenti, al fine di selezionare i migliori progetti tra gli 800 proposti ogni anno.

5. Certificazioni e test volontari

Il Codice Ferrero per la Sicurezza e Qualità dei giocattoli prevede che le sorprese KINDER® siano pienamente conformi alle normative internazionali e ai requisiti interni Ferrero.

Per garantirlo, due diversi laboratori accreditati, *leader* a livello mondiale nella ricerca della sicurezza e certificazione, eseguono i test di certificazione delle sorprese: gli organismi di certificazione indipendenti e accreditati UL (con la sua rete specializzata di istituti e laboratori per la sicurezza dei giocattoli in diversi Paesi) e i laboratori LGA.



Tali requisiti sono:

a. CERTIFICAZIONI INTERNAZIONALI

1. L'ultima direttiva europea sulla sicurezza dei giocattoli 2009/48/CE.
2. Gli *standard* europei sulla sicurezza dei giocattoli per i requisiti meccanici e chimici (EN 71).
3. Lo *standard* internazionale sulla sicurezza dei giocattoli ISO 8124, che regola la metodologia dei *test* meccanici e la valutazione dei loro risultati.
4. Gli *standard* MERCOSUR sui giocattoli prodotti a livello internazionale.
5. Gli *standard* nazionali di tutti i Paesi in cui sono vendute le sorprese, in particolare quelli del Canada e dell'Australia, che impongono alcuni requisiti più severi rispetto agli *standard* ISO e EN 71.

b. TEST VOLONTARI

Ferrero adotta anche *test* volontari aggiuntivi, che rientrano nel Codice Ferrero per la Sicurezza e Qualità dei giocattoli, più restrittivi rispetto a quelli previsti dalle normative internazionali:

1. Per quanto riguarda i requisiti meccanici, Ferrero applica *test* ancora più rigorosi alle sue sorprese rispetto alla norma internazionale sulla sicurezza dei giocattoli, ISO 8124. Ogni sorpresa deve essere sottoposta ai "test di abuso" (*test* di caduta da 138 cm, *test* di torsione a 0,45 Nm, *test* di trazione a 70 N e *test* di compressione a 136 N) che simulano il comportamento dei bambini che giocano nelle peggiori condizioni, compreso l'abuso del giocattolo. Solo se i *test* non provocano la rottura della sorpresa o di una qualsiasi delle sue parti, può essere ammessa alla produzione; diversamente dalla norma internazionale che ammette che il giocattolo si rompa, a condizione che le parti rotte non siano taglienti.
2. In relazione alla composizione chimica, con particolare riferimento alla migrazione dei metalli pesanti, Ferrero impone per le proprie sorprese il rispetto di requisiti ancora più restrittivi di quelli previsti dalla norma EN 71 sulla sicurezza (il limite stabilito dai requisiti interni è inferiore rispetto a quello ritenuto accettabile dallo *standard* EN 71).

Rispetto al numero di *test* richiesti dal regolamento internazionale in materia di sicurezza e qualità, il numero richiesto dal Codice Ferrero per la Sicurezza e Qualità dei giocattoli è quasi il doppio: **38 test rispetto a 65**.

L'applicazione di tutte queste regole garantisce quindi che il giocattolo e tutte le sue parti siano sicuri e robusti.



SORPRESA REALIZZATA CON MATERIALE MOLTO RESISTENTE (AD ESEMPIO NYLON), IN QUANTO SE REALIZZATA IN POLIPROPILENE O ABS NON SUPEREREBBE I TEST MECCANICI.

TEST MECCANICI, FISICI E DI INFIAMMABILITÀ

TEST EN 71-1 E 2 E ISO 8124-1 E 2: COME RICHIESTO DALLE NORMATIVE

EN 71-1: Test meccanici e fisici: verificare la presenza di punti taglienti e bordi taglienti.

EN 71-2: Test di infiammabilità.

ISO 8124-1: Test meccanici e fisici: verificare la presenza di punti taglienti e bordi taglienti causati da rotture durante i test meccanici.

ISO 8124-2: Test di infiammabilità.

Test addizionali

Kinder Surprise Company applica test su base volontaria molto più severi per garantire la sicurezza di una sorpresa. Non è tollerato alcun tipo di rottura, per quanto parziale.

1. Test di torsione in entrambe le direzioni di rotazione (0,45 Nm, o 180° per le parti morbide), sia per le parti singole che preassemblate (ad esempio le ruote).
2. Test sulla resistenza alla trazione assiale e alla trazione perpendicolare (70 N, per 10"), sia per le parti singole che preassemblate (ad esempio le ruote).
3. Test di caduta (da un'altezza di 138 cm: nessuna rottura).
4. Verificare la presenza di punti o bordi taglienti dopo il test di caduta.

Inoltre, se del caso:

1. Cavetti: controllo dimensione.
2. Test della ventosa: una sorpresa attaccata a una ventosa non deve poter passare attraverso un foro largo 44,5 mm e profondo 6,4 mm, e la ventosa non deve staccarsi durante varie prove di trazione meccanica.
3. Test di passaggio dell'aria su tutte le parti ai bordi, come le ruote: uno speciale strumento misura se la parte consente il passaggio dell'aria in una quantità definita di litri al minuto che si basa su indicazione medica.
4. Test di resistenza sotto compressione di 136 N: non è ammessa nessuna rottura o deformazione.
5. Controllo su tutti i fori: conformità alle specifiche dimensioni dello standard.
6. Controllo dimensionale (minimo 2 mm) su tutti i giocattoli che possono fluttuare nell'aria e/o proiettili a energia immagazzinata.

SOLO SE TUTTI QUESTI TEST PRODUCONO IL RISULTATO "SUPERATO" IL GIOCATTOLO SARÀ GIUDICATO CONFORME, E QUINDI SARÀ APPROVATO PER LA FABBRICAZIONE.

TEST CHIMICI

TEST EN 71 E ISO 8124: COME RICHIESTO DALLE NORMATIVE

EN 71-3: Test di migrazione dei vari elementi (19 elementi).

ISO 8124-3: Test di migrazione dei vari elementi (8 elementi).

EN 71-3 e ISO 8124-3: *Kinder Surprise Company* applica volontariamente test chimici più stringenti e restrittivi in relazione ad alcuni elementi.

Test aggiuntivi

In aggiunta, *Kinder Surprise Company* applica volontariamente una serie ulteriore di test chimici su tutti i giocattoli e particolari requisiti o limiti applicabili in alcuni Paesi, o non menzionati nella EN 71 e nella ISO 8124, per esempio:

Cile: limiti toluene.

Giappone: legislazione alimentare.

Canada: limiti di nitrocellulosa.

SOLO SE TUTTI QUESTI TEST PRODUCONO IL RISULTATO "SUPERATO" IL GIOCATTOLO SARÀ GIUDICATO CONFORME, E QUINDI SARÀ APPROVATO PER LA FABBRICAZIONE.

c. CERTIFICAZIONI LOCALI

Ogni singola sorpresa è certificata da diversi organismi di certificazione in tutto il Mondo:



La capsula di KINDER® Sorpresa

L'attuale capsula mono pezzo che racchiude la sorpresa è caratterizzata da un *design* ancora più sicuro del precedente, costituito da due pezzi, ed è stata introdotta nel 2007 dal Gruppo Ferrero.

Le due parti della capsula mono pezzo sono legate tra loro da una linguetta di plastica resistente e durevole, che consente un predefinito modo di rottura in condizioni specifiche.



A riprova di tale resistenza e durata, durante la produzione è sottoposta a specifici test distruttivi su base giornaliera.

Per ciascuno dei test un intero lotto viene verificato per ogni turno di produzione e i risultati sono trasferiti automaticamente dal *Robocap* (un banco di prova automatizzato progettato per standardizzare la verifica della capsula) a un *computer*. Se le capsule testate non superano uno dei test, la produzione del turno da cui i campioni sono stati prelevati viene isolata e il Dipartimento Qualità di KSC, dopo l'esecuzione di ulteriori analisi, decide se i prodotti possono essere accettati o devono essere invece respinti e distrutti.

Secondo gli *standard* EN 71-1:2005 e ISO 8124:2000, la capsula mono pezzo è sottoposta a diversi test:

- **Test di trazione:** assicura che la linguetta di plastica che tiene insieme le due parti non si rompa quando sottoposta a una trazione di 150 N (circa 15 kg);
- **Test di rotazione:** la capsula viene sottoposta a un certo numero di rotazioni in senso sia orario che antiorario e si considera che abbia superato il test solo se non vi è separazione del fondo dall'alto.

La sicurezza della capsula mono pezzo è stata certificata da una qualificata *équipe* di medici di fama internazionale. Inoltre, è stata riconosciuta come modello di riferimento mondiale per la sicurezza della categoria.

Il materiale utilizzato è formulato specificamente per questa capsula ed è fornito dallo stesso stabilimento a tutti i produttori di capsule; è conforme alle normative internazionali sul contatto con gli alimenti dei Paesi in cui il prodotto è venduto.

La direttiva sulla sicurezza dei giocattoli 2009/48/CE, che è entrata in vigore il 20 luglio 2011 in tutti gli stati membri dell'Unione europea, prevede che una capsula "mono pezzo" sia l'unico tipo di capsula consentito in Europa per le uova di cioccolato contenenti una sorpresa.

6. Controlli di produzione e di qualità

In aggiunta alla crescita stabile dei centri di produzione europei, Ferrero ha investito in un decentramento geografico, che ha anche permesso di contribuire al progresso di alcune aree emergenti.

OLTRE A VERIFICARE LE SORPRESE, FERRERO SVOLGE DEGLI AUDIT ETICI E DI SICUREZZA PERIODICI PRESSO LE AZIENDE DEI FORNITORI, CHE SONO SITUATE PRINCIPALMENTE IN EUROPA, CINA E INDIA IN PIÙ DI 25 STABILIMENTI, E CONTANO CIRCA 20.000 DIPENDENTI.

Le relazioni del Gruppo Ferrero con i Paesi emergenti sono ispirate al principio "formare e costruire", che significa il trasferimento di 40 anni di esperienza aziendale e l'instaurazione di una relazione basata sulla conoscenza, lo scambio e la crescita. Inoltre, perseguendo costantemente i progressi tecnologici dei processi produttivi si contribuisce all'accrescimento della competenza industriale.

Esempio di processo di produzione innovativo: "stampaggio a co-iniezione"

PRIMA

Lo stampaggio a iniezione è il processo tradizionale utilizzato per la produzione della maggior parte degli articoli in plastica. Il tradizionale processo di produzione delle sorprese prevedeva lo stampaggio a iniezione e la successiva pitturazione manuale.



OGGI

La continua spinta al miglioramento ha portato a un cambiamento del *design* delle sorprese. Ciò consente di affiancare alla pitturazione manuale una tecnica di sovrastampaggio che aumenta l'efficienza del processo complessivo. Inoltre, questa innovazione riduce il quantitativo di vernici e solventi utilizzati nella produzione e rilasciati nell'ambiente.



Questa tecnologia, che Ferrero sta perfezionando internamente, produce oggetti finemente decorati in combinazione con l'efficienza di produzione.

Il Dipartimento Qualità di Ferrero effettua costanti controlli di qualità durante l'intero processo di produzione delle sorprese, utilizzando linee guida estremamente precise ispirate alle più evolute pratiche del settore:

- Test meccanici in fase di stampaggio con una frequenza prestabilita.
- Controlli e test meccanici durante le ispezioni finali.
- Ispezione presso gli stabilimenti del prodotto finito: test di assemblaggio e movimentazione.

La produzione di ogni sorpresa con-

tinua solo se i controlli periodici mostrano che tutti i requisiti di sicurezza e qualità continuano ad essere rispettati.

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 non solo di **mantenere gli elevati standard qualitativi** desiderati, ma anche di continuare a condividere *know-how* e competenze con i fornitori.

Il codice, dal titolo "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 sono sottoposti a un *audit* rigoroso finalizzato a verificare che rispettino i diritti fondamentali previsti nel codice di condotta.
- Il lavoro minorile non è permesso.
- Gli impianti di produzione, l'ambiente di lavoro e i servizi (mensa, dormitori e servizi igienici) devono essere conformi a tutte le normative locali in materia di igiene del lavoro e prevenzione degli infortuni.
- I dipendenti hanno il diritto di formare un sindacato o di aderire a uno esistente e di eleggere liberamente i propri rappresentanti.
- Non è ammessa alcuna discriminazione fra i lavoratori sulla base di razza, nazionalità, religione, disabilità, sesso, età, orientamento sessuale, appartenenza sindacale o affiliazione politica. La pratica disciplinare deve essere effettuata secondo legge.
- Deve essere garantito ai lavoratori un salario uguale o superiore al salario minimo legale (locale o nazionale), sia per il lavoro ordinario che per quello straordinario. Le ore di lavoro straordinario devono essere regolate 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 per valutare il grado di implementazione del codice di condotta, nominando due organismi "terze parti" (SGS e UL) per ispezionare i produttori di sorprese KINDER® al fine di garantire l'applicazione e il rispetto dei requisiti etici, che rappresentano valori imprescindibili.



LE ISPEZIONI EFFETTUATE DA TALI ORGANISMI CONFERMANO CHE IL TREND DEI PRODUTTORI DI SORPRESE È IN LINEA CON LO SPIRITO E I PRINCIPI FONDAMENTALI DEL CODICE DI CONDOTTA, E CHE NON SUSSISTONO "NON CONFORMITÀ" RIGUARDO AL RISPETTO DEI DIRITTI UMANI E DEGLI ALTRI CONTENUTI FONDAMENTALI DEL PRESENTE CODICE. INOLTRE, NON È MAI UTILIZZATO, IN NESSUN CASO E PER NESSUN MOTIVO, IL LAVORO MINORILE.

Tutto questo rassicura ampiamente circa il rispetto delle condizioni di lavoro da parte dei fornitori di giocattoli KINDER®, e consente a Ferrero di onorare precisi impegni assunti con alcuni licenzianti particolarmente sensibili sulle questioni etiche.

7. Marketing responsabile

Sono state fatte importanti scelte anche in termini di comunicazione, e in particolare:

La conformità con la policy IFBA

Ferrero ha sempre creduto nel ruolo cruciale svolto dai genitori nell'educazione dei propri figli per quanto riguarda una dieta equilibrata e stili di vita sani e attivi. Per questo le pubblicità e le comunicazioni commerciali relative ai nostri prodotti sono dirette, in termini di contenuti e nell'acquisto di spazi pubblicitari, soprattutto agli adulti che scelgono quale cibo acquistare per la loro famiglia e ai bambini di età superiore ai 12 anni.

Ferrero ritiene che **una particolare attenzione debba essere rivolta alle comunicazioni pubblicitarie indirizzate principalmente ai bambini**, soprattutto nei casi in cui è più probabile che saranno esposti a tali

comunicazioni senza la supervisione dei genitori.

In linea con queste considerazioni, Ferrero aderisce alla *IFBA Global Policy on Advertising and Marketing Communications to Children*, definita dalla *International Food & Beverage Alliance (IFBA)* a Bruxelles.

In conformità con questi principi, Ferrero garantisce, a livello globale, di non pubblicizzare i propri prodotti in tv, sulla stampa o su internet a un pubblico costituito prevalentemente (oltre il 35% dal 2013) di bambini di età inferiore ai 12 anni. Limitate eccezioni a questa regola possono essere applicate temporaneamente in alcuni Paesi che utilizzano criteri diversi.



La App Magic Kinder

La app *Magic Kinder* è stata creata per le famiglie con bambini, **tenendo conto dei desideri e delle esigenze dei genitori di tutto il Mondo**. È uno spazio sicuro per i bambini, che permette al genitore il controllo totale dell'utilizzo della app tramite le impostazioni speciali cui solo il genitore può avere accesso.

Gli avatar possono essere aggiunti, possono essere impostati limiti temporali e il genitore può anche decidere quanto contenuto il bambino può scaricare.

Magic Kinder contiene contenuti esclusivi come giochi, storie, video e varie attività come i quiz e le colorazioni. Tutte attività progettate per essere istruttive e divertenti, in modo che i bambini possano interagire mentre imparano.

L'applicazione *Magic Kinder* è distribuita in 168 Paesi, sviluppata in 11 lingue e contiene cinque formati (gioca & impara, guarda video, leggi storie, disegna & colora e scopri il pianeta) declinati in contenuti che sono sempre educativi e/o che aiutano le famiglie a vivere momenti magici insieme.



LA FONDAZIONE FERRERO

Nata nel 1983 come Opera Sociale da un'idea del Cavaliere del Lavoro Michele Ferrero che la intitola ai genitori e allo zio, fondatori dell'industria dolciaria, la Fondazione è da sempre presieduta dalla signora Maria Franca Ferrero e ha sede ad Alba, in provincia di Cuneo, poco distante dallo stabilimen-

to. Nel 1991 viene riconosciuta come Fondazione dal Ministero dell'Interno e nel 2005 il suo ruolo è sottolineato dal Presidente della Repubblica Italiana che conferisce alla signora Ferrero la Medaglia d'oro riservata ai benemeriti della scuola, della cultura e dell'arte.

«DESIDERO CHE LE PERSONE CHE HANNO CONTRIBUITO CON NOI A SVILUPPARE PRODOTTI INNOVATIVI E A DIFFONDERLI IN TUTTO IL MONDO, E CHE PER QUESTO HANNO CONTINUAMENTE STIMOLATO LA LORO CREATIVITÀ, POSSANO AVERE UNO SPAZIO FISICO, DELLE RISORSE UMANE E FINANZIARIE A DISPOSIZIONE, PER CONTINUARE A IMPARARE COSE NUOVE CON IL PATTO CHE IL FRUTTO DELLE COSE IMPARATE SIA ANCHE DONATO AL TERRITORIO».



Con queste parole, Michele Ferrero espresse nel 1983 il desiderio di creare e donare una Fondazione le cui iniziative fossero destinate agli "anziani" Ferrero, e cioè a quei dipendenti in servizio o in quiescenza «che abbiano prestato – come si legge nello Statuto – attività lavorativa subordinata per non meno di 25 anni continuativi».

Con il suo complesso architettonico, la Fondazione è in grado di soddisfare le esigenze di circa 3.500 ex collaboratori e coniugi, offrendo loro luoghi di incontro, laboratori per attività manuali, una biblioteca, un auditorium polivalente, palestre, sale per mostre e convenzioni a cliniche mediche. Per i figli dei dipendenti è inoltre attivo un modernissimo asilo nido.

Al centro delle sue proposte, la Fondazione pone il miglioramento della qualità della vita della persona anziana, coltivando socialità, relazioni, impegno, conoscenze.

Offrendo molteplici attività, la Fondazione aiuta a vivere l'invecchiamento non come stagione del disarmo, ma come occasione per scoprire nuove opportunità e per valorizzare il capitale sociale dei singoli.

Nel motto della Fondazione sono ripresi tre concetti: **Lavorare, Creare, Donare**. "Lavorare", perché l'impegno, la dedizione e le responsabilità maturate dagli anziani nell'attività lavorativa siano messe all'opera per realizzare idee e progetti nuovi; "Crea-

re", perché le attività compiute dagli anziani abbiano un carattere innovativo, percorrano strade nuove e non siano semplici ripetizioni di esperienze precedenti; "Donare", perché ciò che viene prodotto e generato sia inteso come un dono, tanto dalle persone che lo realizzano con la loro attività e il loro impegno, quanto dalla società che ne trae beneficio.

Nel rispetto dei principi etici della famiglia Ferrero, la Fondazione è un punto di riferimento per tutte le realtà aziendali del Gruppo. È stata un modello sia per l'Opera Sociale di Stadtallendorf, in Germania, nata nel 2008, sia per tutte le iniziative sostenute, fin dal 2005, da Ferrero Francia a favore di dipendenti, anziani e bambini, tra cui 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 di oltre trent'anni, **la Fondazione Ferrero è un modello anche per il Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero**, attivo in Africa e Asia.

«HO MATURATO IL CONVINCIMENTO CHE IL GRUPPO FERRERO AVREBBE DOVUTO COMPIERE UNO SFORZO UMANO E FINANZIARIO PER RINGRAZIARE TANGIBILMENTE I PROPRI ANZIANI, E IN PARTICOLARE I PENSIONATI, ASSICURANDO LORO UNA STRUTTURA CHE, SODDISFACENDONE SEMPRE E OVUNQUE LE NECESSITÀ MATERIALI E MORALI, POTESSE, NEL CONTEMPO, COSTITUIRE UN CENTRO DI ATTIVITÀ VITALE E DUREVOLE».

Sono ancora parole di Michele Ferrero che dimostrano come, già nel 1983, la sua intenzione fosse di operare nel solco di una imprenditoria civile.

In quest'ottica si muovono, ormai da oltre trent'anni, tutte le iniziative della Fondazione Ferrero.

La filosofia e la struttura della Fondazione sono state ampiamente descritte nei precedenti rapporti CSR del Gruppo Ferrero (disponibili all'indirizzo web www.ferrerocrs.com).

PROGETTI SOCIALI

La Fondazione offre agli anziani Ferrero opportunità di carattere salutistico, medico, sociale, e consente di svolgere attività motorie, culturali, relazionali, con ricadute positive anche sulle comunità locali e sul territorio. Esistono circa **40 gruppi di attività**, attraverso cui gli ex dipendenti possono sperimentare i laboratori di sartoria, ceramica, fotografia, ricamo, internet, lingue straniere, disegno e pittura. Sono organizzate gite ecologiche, attività di canto, gruppi di nonni e nipoti, incontri con cuochi, lezioni di pasticceria e molto altro ancora. **Gli anziani forniscono sostegno e collaborazione ai progetti culturali della Fondazione Ferrero**, sempre più frequenti e articolati nel tempo: essi sono attivi nella realizzazione degli allestimenti per le mostre, nell'accoglienza degli ospiti, nei servizi di sorveglianza, nel-

la gestione del *bookshop* durante gli eventi espositivi, ecc. Sono frequenti i momenti di aggiornamento e approfondimento delle attività di volontariato, utili a fornire un aiuto concreto a malati e bisognosi.



ASSISTENZA SOCIO-SANITARIA

Nel corso del 2015, in ambito di assistenza socio-sanitaria, sono state svolte **580 visite mediche** per gli anziani Ferrero e i loro coniugi di Alba e circondario. Inoltre, presso l'ambulatorio medico sono state effettuate **263 visite di controllo** per gli anziani Ferrero e i coniugi che partecipano ai corsi di



attività motoria, **52 visite mediche** per dipendenti Ferrero e **160 visite specialiste neurologiche** a carico del dottor Leonardo Scarzella. Grazie a **8 infermieri volontari**, sono state eseguite 2.764 misurazioni della pressione arteriosa, 251 terapie iniettive intramuscolari e sottocutanee, 124 elettrocardiogrammi, 209 rilevazioni della glicemia, 73 medicazioni. Nel 2015, l'infermeria è rimasta aperta 233 giorni, per un totale di 350 ore.

Il servizio di **podologia** ha fornito assistenza a **91 persone**; **675 persone** hanno invece usufruito del servizio di **cura delle patologie del piede**. Da settembre 2014 il servizio medico si avvale della consulenza del dottor Michele Dalmasso, osteopata, che ha eseguito **238 visite**.

La Fondazione offre corsi di **attività motoria** a cui, nel corso del 2015, hanno partecipato 454 persone divise in 11 gruppi di attività motoria normale (con 207 iscritti) e 22 gruppi di attività motoria mirata (con 247 iscritti). Anche 23 anziani Ferrero in servizio hanno partecipato a corsi di attività motoria mirata.

Anche per il 2015 la Fondazione Ferrero ha promosso l'attività di **nordic walking**. I partecipanti sono stati 107, divisi in 6 gruppi.

Nel corso del 2015 è continuato il programma di **screening per la prevenzione e la diagnosi precoce della degenerazione maculare legata all'età**, in collaborazione con la Fondazione per la Macula di Genova. Nel 2015 sono state effettuate **134 visite**. Lo screening, iniziato a maggio 2005, ha visto a fine 2015 la partecipazione di **1.427 anziani Ferrero**.

SERVIZIO DI ASSISTENZA SOCIO-SANITARIA DOMICILIARE E CENTRO PRELIEVI

Nel giugno 2013, è stato avviato un **servizio di assistenza socio-sanitaria domiciliare** rivolto agli anziani Ferrero pensionati e ai rispettivi coniugi residenti ad Alba e dintorni. L'obiettivo è di collaborare con i familiari e il medico curante in tutti i casi in cui un anziano Ferrero necessita di assistenza e prestazioni sanitarie al proprio domicilio. Tale servizio non

vuole sostituirsi alla già esistente ADI (Assistenza Domiciliare Integrata) fornita dalla ASL CN2, ma integrarne le attività domiciliari.

Grazie alla presenza di volontari del gruppo solidarietà e a un veicolo dedicato, **l'infermiere professionale si reca direttamente al domicilio del paziente**.



I principali servizi erogati sono: valutazione multidimensionale e creazione di apposita scheda clinica, prelievi ematici, terapia sottocutanea e intramuscolare, misurazione dei parametri vitali e glicemia, medicazione di lesioni da decubito o ferite chirurgiche, elettrocardiogramma, consegna di farmaci a domicilio e accompagnamento a visite mediche e ritiro dei referti, preparazione agli interventi chirurgici intesa come preparazione della documentazione clinica e di promemoria relativi alla terapia da assumere nei giorni precedenti l'intervento.

Si va così a creare una solida collaborazione/lavoro *d'équipe* tra il servizio medico, socio-assistenziale e infermieristico della Fondazione con

il medico curante e con i *caregivers* dei pazienti.

La presenza dell'infermiere professionale permette inoltre di organizzare presso i locali della Fondazione un servizio di prelievi ematici (cosiddetto centro prelievi) con le seguenti caratteristiche:

- frequenza giornaliera con orario prestabilito e solamente su prenotazione;
- rivolto esclusivamente agli anziani Ferrero e ai loro coniugi;
- ritiro dei referti e possibilità di pagamento di eventuali *ticket* da parte dell'utente direttamente presso la nostra sede.

NEL CORSO DEL 2015 SONO STATI ESEGUITI 582 PRELIEVI EMATICI E 399 VISITE DOMICILIARI.

GIORNATA DI SOLLIEVO

A partire dal mese di giugno 2014 si è pensato di **accogliere periodicamente in Fondazione gli anziani Ferrero e i loro coniugi che necessitano di un'assistenza o di compagnia** perché soli a casa, dando la possibilità ai *caregivers* di avere qualche ora da poter dedicare alle proprie attività.

Per due mercoledì al mese, in presenza dell'assistente sociale, dell'infermiere professionale e con la supervisione dei medici della Fondazione, si invitano circa una ventina di persone. Il fine è di coinvolgere i soggetti in attività di terapia occupazionale.

Si viene a creare così una stretta collaborazione tra il gruppo della cucina, della pasticceria, dei camerieri coin-

volti durante il pranzo, del gruppo ceramica, degli autisti e del gruppo della solidarietà.

Queste giornate si svolgono 2 volte al mese e sono strutturate in un pomeriggio dalle 14.00 alle 17.30, e una giornata intera dalle 11.00 alle 17.30 in cui si pranza insieme.

Oltre ai lavori di terapia occupazionale, durante il pomeriggio viene servita una merenda.

In queste giornate generalmente il numero di partecipanti varia tra le 15 e 20 persone.

L'attività è stata sospesa durante il periodo estivo di agosto.

Le giornate di sollievo nell'anno 2015 sono state 24.

IL NIDO FERRERO

Continua l'attività del nido aziendale, in funzione dall'autunno 2009. Il nido Ferrero **può ospitare 80 bambini, in età compresa fra i tre mesi e i tre anni, a condizioni agevolate per i dipendenti**; una percentuale tra il 5 e il 10% è riservata a bambini albesi, indicati dal Comune.

NEI SUOI ANNI DI ATTIVITÀ, IL NIDO FERRERO SI È AFFERMATO COME LUOGO AL SERVIZIO DEI BAMBINI, UNO SPAZIO DI INCONTRO, INFORMAZIONE, FORMAZIONE E CONFRONTO PER GENITORI, EDUCATORI, OPERATORI DELL'ASSISTENZA, DEL SOSTEGNO, DELL'AZIONE CREATIVA.



Il nido Ferrero è architettonicamente all'avanguardia, a misura d'infanzia e con spazi sicuri e curati dove potersi muovere in libertà, riposare, giocare, divertirsi.

La crescita dei bambini e l'acquisizione di coscienza e conoscenza sono assicurati anche evitando, quando possibile, di invadere la libertà di ognuno di essi. In tal modo, i bambini possono esprimersi e muoversi conquistando anche sicurezza.

Il nido offre sostegno e consulenza alle famiglie, **organizzando incontri e promuovendo colloqui su temi educativi** dedicati alla genitorialità e alla crescita sana dei bambini.

Per le diverse attività didattiche sono a disposizione laboratori della luce, di pittura, di materiali per le attività di manipolazione, di musica.

Lo spazio esterno permette, a seconda delle stagioni, di far vivere ai bambini esperienze a contatto con la natura.

L'asilo è dotato di una cucina interna che usa prodotti freschi legati alla stagionalità.

Gli anziani della Fondazione, nella loro funzione di "nonni", praticano attività diverse con bambini e genitori.

I nonni mettono a disposizione tempo, esperienza, affetto e si rendono protagonisti di momenti di incontro in cui si leggono favole e filastrocche, si preparano piccole pietanze, si confezionano addobbi, si cura l'orto.

Il servizio medico della Fondazione presta attività di consulenza presso il nido Ferrero. Sono organizzati incontri mensili con la direttrice ed è effettuato un periodico coordinamento

con i pediatri di base dell'ASL CN2 Alba-Bra. Tra le attività svolte vi sono: consulenza per traumi minori o patologie che non richiedono il Pronto Soccorso, organizzazione di incontri semestrali di formazione per gli educatori professionali e per il personale dell'asilo nido, supervisione del materiale di medicazione dell'infermeria, supervisione e partecipazione all'elaborazione dei menu stagionali, sottoposti al controllo degli uffici ASL competenti, attività di monitoraggio tramite scheda statistica compilata giornalmente dagli operatori che permette di registrare l'andamento annuale di alcuni eventi come traumi minori, assenze dei bambini per patologie infettive, presenza al nido con sintomi di malessere.

MASTER IN SCIENZA E TECNOLOGIA DELL'ALIMENTAZIONE E NUTRIZIONE UMANA - MICHELE FERRERO

Come negli anni precedenti, la Fondazione Ferrero di Alba ha proseguito l'interessante collaborazione con l'Università di Torino, grazie al 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 IN 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.

Sono assegnati **due premi del valore di 5.000 euro** agli studenti che hanno conseguito il titolo con la migliore valutazione e un premio, di pari importo, alla miglior tesi finale.

CICLO DI CONFERENZE MEDICHE 2015

Nel corso del 2015 sono state organizzate le seguenti conferenze mediche:

- **"La valutazione e la gestione dell'infarto miocardico"** – Relatore: Dott. Antonio Dellavalle, Direttore S.O.C. Cardiologia Ospedale San Lazzaro Alba;

- **"Recenti innovazioni chirurgi-**

che per le malattie del colon e del retto" – Relatore: Dott. Sebastiano Cavalli, Direttore ff S.O.C. Chirurgia Ospedale San Lazzaro Alba.

È stata pubblicata la dodicesima edizione de **"I quaderni medici della Fondazione"** che raccoglie i vari argomenti trattati nel corso dell'anno.

CONGRESSI E CONFERENZE DI CARATTERE MEDICO-SCIENTIFICO OSPITATI DALLA FONDAZIONE

- 24 marzo 2015: convegno dell'associazione "Amici di Robert Johnson" dal titolo "Nuovi genitori";
- 16 maggio 2015: convegno ALTOG (Associazione Italiana di Traumatologia e Ortopedia Geriatrica) dal titolo "Quali limiti di accettabilità nei trattamenti dell'anziano";
- 5 giugno 2015: giornata promossa dalla LILT (Lega Italiana per la Lotta ai Tumori), sezione provinciale di Cuneo, dal titolo "Inventa la tua favola" rivolta ai bambini della scuola primaria;
- 11 e 12 settembre 2015: convegno SIPMET (Società Italiana di Patologia e Medicina Traslazionale) dal titolo "Meeting our young scientists";
- 28 settembre 2015: convegno promosso da ASL CN2 Alba-Bra dal titolo "Questo paese sconosciuto. Riflessioni e confronto interculturale sulle tematiche di fine vita";
- 5, 6 e 7 novembre 2015: Il convegno internazionale "Invecchiamento di successo: nuovi orizzonti";
- 17 novembre 2015: convegno promosso da ASL CN2 Alba-Bra dal titolo "Follow up del carcinoma mammario" rivolto ai medici di Medicina Generale.



PARTECIPAZIONE A CONVEGNI E CONGRESSI SCIENTIFICI

- Convegno "L'eccellenza sostenibile nel nuovo welfare. Modelli di risposta top standard ai bisogni delle persone non autosufficienti" (Padova) organizzato dal Censis con la presentazione della relazione "Invecchiamento di successo";
- convegno internazionale "Nutrire la memoria per nutrire le generazioni: anziani attivi e benessere" (Milano) organizzato da Università Cattolica di Milano e Expo Padiglione Commissione Europea;
- giornata per la ricerca "Il ruolo della Nutrizione dalla prevenzione alla cura" (Roma) organizzato da Università Cattolica di Milano con una relazione della Fondazione all'interno della sessione "L'interazione tra ricerca e industria al servizio della persona" dal titolo: "Active aging e successful aging: la Fondazione Ferrero come modello di responsabilità sociale dell'impresa";
- convegno "Dietary needs of healthy & frail older people" (Milano) organizzato da Università Milano Bicocca e Expo Milano 2015.

L'INVECCHIAMENTO DI SUCCESSO

Invecchiare bene per la Fondazione Ferrero è un concetto, una filosofia che riunisce attività, atteggiamenti, modi d'essere, relazioni.

Promuovere lo stato di salute, prevenire la malattia, attraverso il controllo medico e l'attività fisica e senz'altro uno dei primi obiettivi. La maggior parte delle persone ritiene che l'esercizio fisico e una corretta alimentazione siano le strade più importanti per una buona condizione generale.

Ma la *performance* fisica è solo una delle componenti del benessere generale.

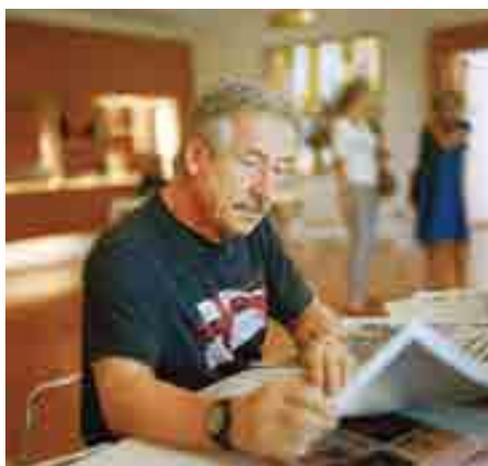
Le capacità mentali, esercitate sia attraverso attività ricreativo-creative, sia attraverso relazioni sociali, espresse attraverso il volontariato e lo svolgimento di attività produttive in senso lato, sono elementi che fondano lo stato del benessere e condizionano l'Invecchiare bene.



Invecchiare bene non è un problema solo medico. Siamo entrati in una nuova era di promozione della salute e di prevenzione della malattia nelle persone anziane. Anche se la medicina mantiene un suo ruolo nell'invecchiare bene, l'elemento che lo caratterizza maggiormente è il fatto che gli anziani possano fare per se stessi molto di più di ciò che i loro medici possano fare per loro. Far lavorare il proprio corpo, sia in senso fisico che mentale, nutrirlo correttamente ed essere coinvolti nella vita, fornisce una qualità aggiunta agli anni del pensionamento, sia in termini di benessere sia di produttività. Alla luce di tali considerazioni, nell'autunno del 2015, si è svolto il secondo convegno *"Invecchiamento di successo: nuovi orizzonti"*.

Tale convegno di respiro internazionale, a frequenza biennale, si pone l'obiettivo di far riflettere, in maniera seria e scientifica, sul tema dell'invecchiamento, alla luce delle nuove sfide sociali, economiche e culturali per favorire la creazione di una società per tutte le età, nella quale giovani e anziani abbiano l'opportunità di contribuire allo sviluppo, condividendone i benefici. **L'invecchiamento demografico richiede una risposta tempestiva e pianificata** per limitare i suoi eventuali effetti negativi sulla società e sull'economia e per rovesciare la sfida in un'opportunità economica capace di offri-

re migliori prospettive alla popolazione che invecchia, considerando aspetti come la qualità della vita, la salute nel suo complesso e il benessere sociale. Accanto allo sviluppo di nuove terapie mediche, il valore sociale della salute e del benessere delle persone aumenterà. I metodi di prevenzione e di cura dovranno considerarlo nell'ipotizzare le proprie strategie di sviluppo.



PROGETTI CULTURALI

La Fondazione Ferrero è sempre più una realtà viva in ambito culturale.

Con le sue iniziative di studio e di ricerca, è protagonista di momenti formativi intensi, pensati per **sviluppare una rete di idee e di esperienze trasversali** ai vari ambiti del sapere. In sintonia con i valori d'impresa, la Fondazione Ferrero promuove occasioni di confronto a favore di una cultura attiva, creativa e responsabile. Nel perseguimento dei propri obiettivi, la Fondazione Ferrero sostiene e favorisce azioni culturali in sinergia con fondazioni, enti e istituzioni locali, nazionali e internazionali, veri *starting*

supporters di progetti duraturi, pensati a vantaggio di tutta la società.

La Fondazione eroga, ogni anno, **borse di studio nazionali e internazionali** ai figli dei dipendenti e degli anziani Ferrero, sostiene ricerche scientifiche e dottorati di ricerca. Inoltre, dà impulso e finanzia progetti ed eventi che intreccino scienza e ricerca, arte e cultura, discipline economiche e sociali. In particolare, è favorita la conoscenza delle figure più rilevanti della storia culturale di Alba e del Piemonte, con l'intento di richiamarne l'attenzione anche fuori dai confini nazionali.

Felice Casorati. Collezioni e mostre tra Europa e Americhe

Nell'autunno del 2014 la Fondazione ha inaugurato la mostra "*Felice Casorati. Collezioni e mostre tra Europa e Americhe*". La mostra ha portato ad Alba **oltre 100.000 visitatori**, segnando un record di presenze e di apprezzamenti anche tra i bambini, che hanno potuto fruire dei laboratori didattici, tra gruppi e associazioni e tra studenti di scuole medie, istituti superiori e licei.

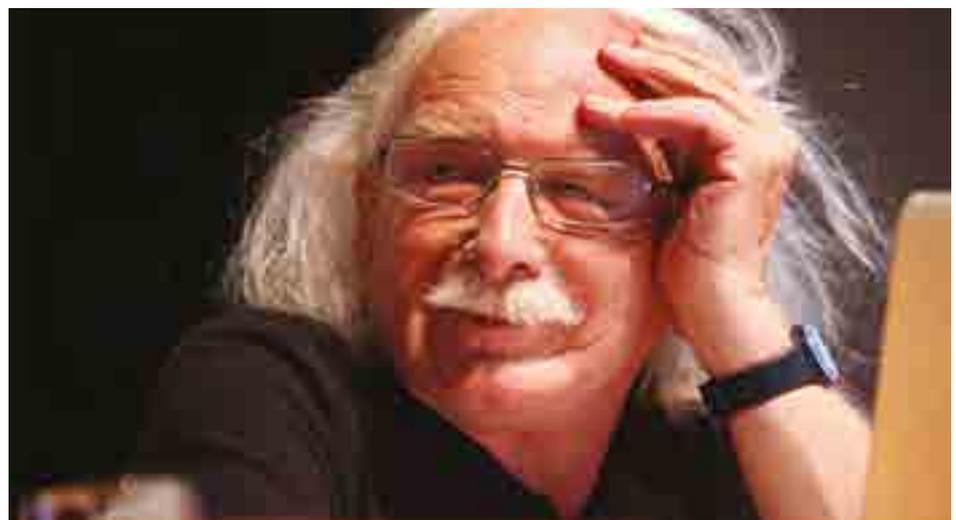
Le opere sono state individuate tra quelle che Casorati stesso, durante la sua lunga carriera artistica, iniziata nel 1907 e conclusa con la sua scomparsa nel 1963, scelse di presentare nei contesti espositivi internazionali.



Ciclo di conferenze

La Fondazione Ferrero **organizza periodicamente incontri nell'ambito del "Ciclo di conferenze"**. Nel 2015 sono state organizzate le seguenti conferenze:

- **Alessandro de Franciscis**, Presidente del *Bureau des Constatations Médicales* di Lourdes;
- il cardinale **Angelo Scola**, arcivescovo di Milano;
- **Giacomo Rizzolatti**, neuroscienziato, autore della scoperta dei neuroni specchio;
- **Piero Bianucci**, giornalista e scrittore scientifico;
- **Comitato di Collaborazione Medica**, Organizzazione Non Governativa e Onlus che per missione promuove il diritto alla salute e garantisce cure primarie nei Paesi del Mondo a basso reddito;
- **Stefano Farina**, dirigente arbitrale italiano.



Per quanto riguarda le **proposte musicali**, è proseguita la collaborazione con l'Unione musicale di Torino, associazione senza scopo di lucro, fondata nel 1946, e con *Italy & Usa Alba Music Festival*, rassegna diretta dai musicisti Giuseppe Nova, Jeffrey Silberschlag e Larry Edward Vote.

È proseguita anche la redazione della **rivista aziendale Filodiretto**, pubblicata quattro volte l'anno e inviata a oltre 20.000 persone in tutto il Mondo, tra dipendenti del Gruppo e anziani. La rivista è pubblicata in cinque lingue (italiano, inglese, tedesco, francese e spagnolo) e contiene il resoconto delle iniziative del Gruppo Ferrero, delle singole società e della Fondazione.



OBIETTIVI FUTURI

Nell'autunno 2016 la Fondazione Ferrero dedicherà a Giacomo Balla (Torino 1871 – Roma 1958), figura straordinaria di pittore e fondamentale raccordo tra l'arte italiana e le avanguardie storiche, una mostra di risonanza internazionale, a cura di Ester Coen.

L'esposizione sarà articolata in quattro momenti: il realismo sociale e la tecnica divisionista, il periodo pre-futurista, le compenetrazioni iridescenti e il futurismo.

In linea con la storia ventennale delle proprie esposizioni d'arte, legate allo sviluppo della cultura del territorio, la Fondazione Ferrero si avvale della collaborazione scientifica della GAM di Torino, depositaria di un nucleo si-

gnificativo di opere di Giacomo Balla e della Soprintendenza BEAP del Piemonte. La selezione di opere individuate dalla curatrice per la mostra di Alba propone un percorso che è nel contempo cronologico, tematico e stilistico. Mediante un *corpus* rigoroso e selettivo, rispetto all'altissima qualità dei lavori esposti, l'esposizione mira a narrare la straordinaria parabola di Balla che, partendo da una "piemontesità" radicata - è torinese per origini e formazione - e da un realismo profondo, anche di tipo sociale, è capace di maturare prospettive internazionali e diventare un punto di riferimento delle avanguardie internazionali del primo ventennio del XX secolo.

OPERA SOCIALE FERRERO IN GERMANIA

L'Opera Sociale incoraggia gli ex collaboratori Ferrero ad **adottare uno stile di vita sano e attivo durante il pensionamento**. L'Opera Sociale, che ha sede nello stabilimento di Stadtallendorf in Germania, ha sviluppato un programma olistico articolato su tre pilastri:

MENTE **Informazione** **e Apprendimento**

In quest'area, i pensionati hanno l'opportunità di imparare nuove abilità ed esplorare i temi di attualità. Ad esempio, possono seguire un corso di informatica, sviluppare il proprio talento creativo cimentandosi in corsi di pittura o partecipare ai seminari.

CORPO **Fitness** **e Nutrizione**

Per mantenersi in forma, è importante praticare esercizio fisico moderato e seguire un'alimentazione corretta. Camminate in montagna, escursioni in bicicletta, lezioni di ginnastica e di relax, corsi di cucina: queste sono solo alcune delle nostre numerose iniziative per incoraggiare gli ex collaboratori Ferrero a prendersi cura della propria salute.

ANIMA **Condivisione** **e Socialità**

L'Opera Sociale organizza molte attività per stare insieme agli amici e conoscere nuove persone: che si tratti di un caffè e una chiacchierata, di aiutare nell'organizzazione dei nostri eventi o di giocare a bocce in compagnia.





Molti ex collaboratori apprezzano e partecipano volentieri alle nostre attività, anche perché possono contribuirvi attivamente. Nel corso del 2014/2015, il **79% dei pensionati ha partecipato ad almeno uno dei nostri 339 eventi, che sono stati frequentati in totale da 5.510 persone.** Queste cifre mostrano che gli ex collaboratori Ferrero creano una comunità forte, anche una volta conclusa la loro carriera lavorativa. Una comunità che sa anche aiutare gli altri. Di seguito sono riportati alcuni esempi:

Attività con i bambini: lettura di storie

Leggere e leggere insieme ad alta voce è un modo per unire le generazioni, ma anche per **stimolare la concentrazione e il potenziale dei bambini.** Il nostro gruppo "bookworms" (simpaticamente "topi di biblioteca") è formato da ex collaboratori Ferrero che leggono storie ai nipotini e ai bambini dell'asilo e della scuola elementare di Stadtallendorf.



L'origine del cibo: seminare, crescere e raccogliere

Gli anziani aiutano i bambini a praticare la semina, la crescita e il raccolto: così scoprono la coltivazione di frutta e verdura facendo esperienza pratica. In collaborazione con la scuola materna di Stadtallendorf, abbiamo creato una spirale delle erbe aromatiche presso la sede dell'Opera So-

ziale e presto aggiungeremo un orticello per i bambini. Questo progetto dà frutti anche in altri modi perché, grazie al contributo della scuola elementare locale, **i pensionati possono trasmettere la loro "conoscenza ecologica" agli alunni.**

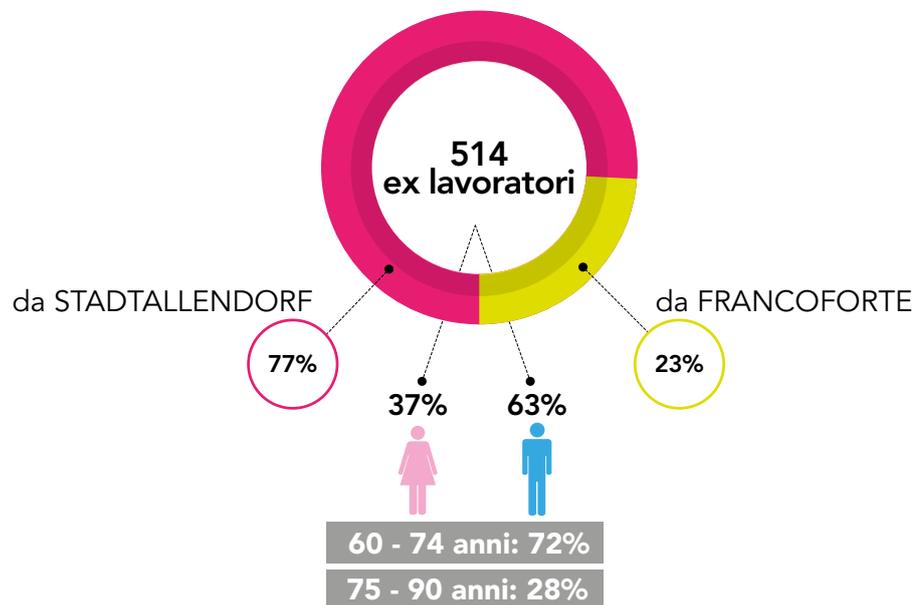
Storia vivente: l'antica Roma all'Opera Sociale

L'installazione interattiva presso il *Kinder & Jugendmuseum Nürnberg* (Museo dei bambini e dei giovani di Norimberga) offre ai bambini l'**opportunità di scoprire l'autentica Roma antica**. Gli ex collaboratori Ferrero accompagnano i bambini durante la visita. La nostra collaborazione con il museo è iniziata lo scorso anno con la prima esposizione dedicata alla storia del cacao.

Parliamo di sostenibilità: la cooperazione con le organizzazioni locali

Dal 2013, l'Opera Sociale si impegna per **portare il tema della sostenibilità aziendale oltre i confini dello stabilimento, nella comunità locale**. In collaborazione con il centro di educazione per adulti di Volkshochschule del distretto di Marburg-Biedenkopf e il Comune di Stadtallendorf, saranno organizzati una serie di eventi sul tema della sostenibilità per i cittadini anziani di Stadtallendorf e delle zone limitrofe. Nell'anno 2014/2015 abbiamo parlato di salute. Con numerosi seminari ed escursioni, abbiamo affrontato questo argomento da molti punti di vista, per sensibilizzare i partecipanti ad adottare uno stile di vita sano. Alcuni eventi sono stati aperti anche ai più piccoli.

I NUMERI DELL'OPERA SOCIALE IN GERMANIA AL 31 AGOSTO 2015



79,1% ha partecipato ad almeno un'attività dell'Opera Sociale

Di essi:

quota degli anziani di
STADTALLENDORF: 82,4%

quota degli anziani di
FRANCOFORTE: 65,2%

OPERA SOCIALE FERRERO IN FRANCIA

Il GIS (*Groupe d'Initiatives et de Solidarité* - Gruppo delle Iniziative e della Solidarietà) è un'associazione creata nel 2005, che raggruppa coloro che hanno raggiunto la pensione in Ferrero Francia e i loro coniugi, i quali possono diventare, a richiesta, "membri associati". Nel 2015, ci sono **149 ex lavoratori (70 uomini e 79 donne)**: 24 pensionati della forza vendita, 36 pensionati della sede di Mont-Saint-Aignan e 89 pensionati dello stabilimento di Villers-Écalles. **Ci sono 75 membri associati** (25 mariti e 50 mogli).



Gli obiettivi del GIS sono di accompagnare gli ex collaboratori di Ferrero Francia nella loro nuova vita di pensionati, per mantenere il legame di amicizia e di solidarietà con la società e tra loro stessi. A tale scopo è stato allestito uno spazio dedicato nello stabilimento di Villers-Écalles, che permette di offrire ai membri del GIS un luogo di raccolta privilegiato in seno all'azienda. Nel corso del 2015, **72 ex lavoratori hanno partecipato ad almeno un'attività dell'Opera Sociale.**

Le attività del GIS sono strutturate in 4 pilastri:

SOCIALITÀ **Restare in contatto con l'azienda e i suoi ex collaboratori**

Un gruppo variabile tra 30 e 40 membri si riunisce tutti i martedì nello spazio adibito al GIS a Villers-Écalles, al fine di condividere momenti di convivialità. I più sportivi approfittano di questi momenti di incontro per fare *jogging*. Inoltre, i membri del GIS sono invitati al pranzo natalizio annuale dei dipendenti di Ferrero Francia.

CULTURA
Organizzare gite culturali e stimolare la curiosità

Nel corso del 2015, sono stati organizzati 21 grandi appuntamenti culturali (per la prima volta, una crociera in Norvegia). Tali attività permettono di stimolare la curiosità e arricchire la cultura di coloro che partecipano alla vita del GIS.

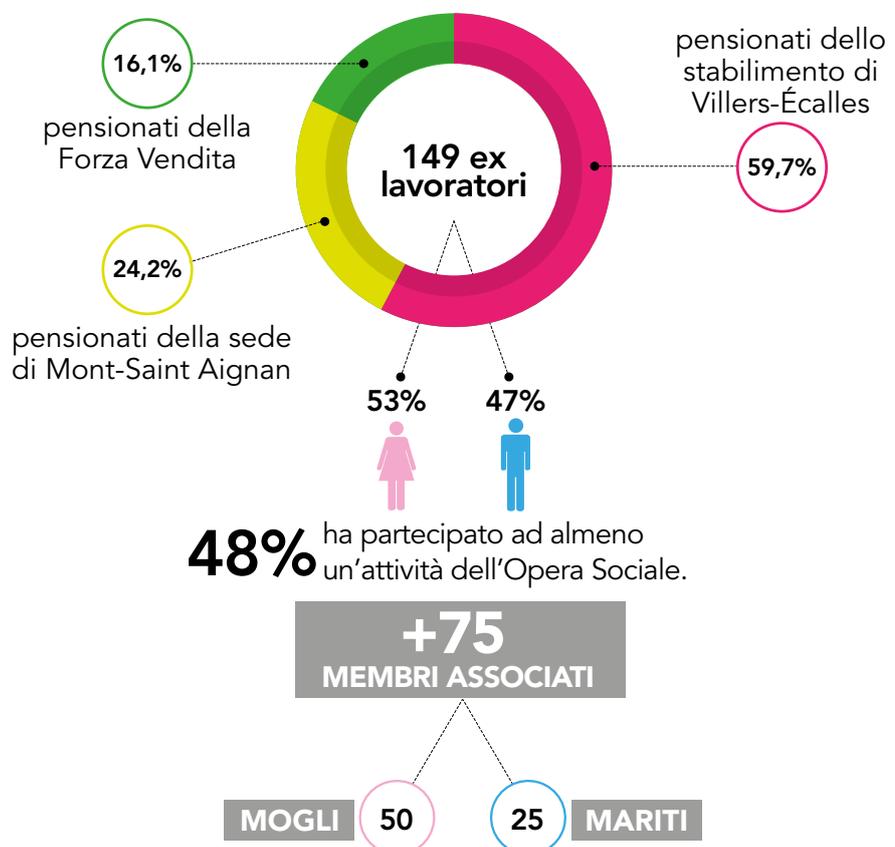
SALUTE
Mantenersi in salute fisicamente e intellettualmente

Al fine di conservare e migliorare le condizioni fisiche dei membri del GIS, sono realizzate con regolarità escursioni e attività di *trekking*. Parimenti, i partecipanti al GIS possono prendere parte a giochi per stimolare la memoria e la brillantezza intellettuale.

SOLIDARIETÀ
Essere partecipi di appuntamenti con associazioni locali e nazionali

Nel corso del 2015 sono state avviate cinque *partnership* di solidarietà con associazioni locali (6 nel 2014), coinvolgendo specialmente associazioni dedicate all'infanzia. Lo scambio intergenerazionale e il dialogo sono alimentati attraverso incontri tra i membri del GIS e i bambini che sono coinvolti nelle associazioni *partner*.

I NUMERI DELL'OPERA SOCIALE IN FRANCIA AL 31 DICEMBRE 2015

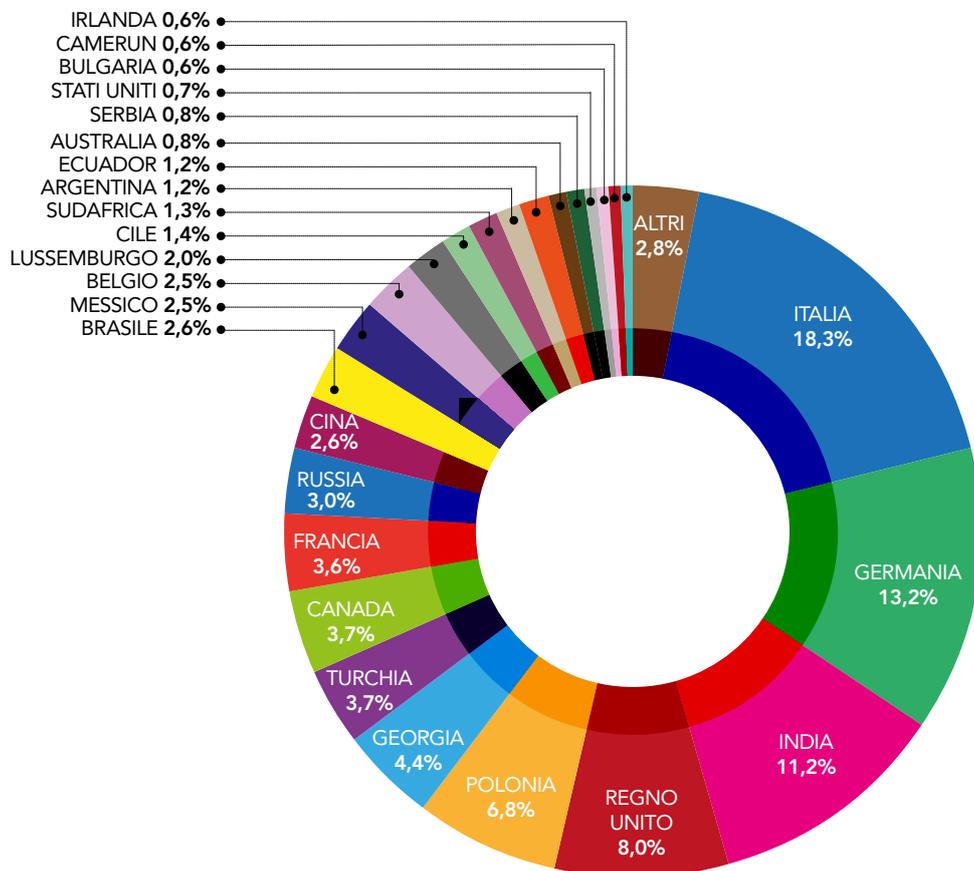


LE DONNE E GLI UOMINI FERRERO

A l 31 agosto 2015, il numero puntuale dei collaboratori di Ferrero è di **40.721**, in aumento del 19% rispetto al dato al 31 agosto 2014 (34.236).

Tale dato è formato da **33.219 dipendenti** a cui si aggiungono 26 dipendenti di Ferrero Industrial Services G.E.I.E e Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero, per un totale di **33.245 dipendenti**¹⁰. A questi occorre aggiungere **7.476 persone esterne** che collaborano con le aziende del Gruppo¹¹ (prevalentemente come lavoratori interinali e agenti¹²).

COLLABORATORI INTERNI ED ESTERNI PER PAESE DEL GRUPPO FERRERO AL 31 AGOSTO 2015



10. Il totale di **33.245 dipendenti** al 31 agosto 2015 include **4.317** persone impiegate nelle società acquisite nel corso del 2014/2015: **3.074** persone di Thorntons Plc e **1.243** di Oltan Group. Si precisa che il dettaglio dei dati riportati nel seguito del presente capitolo è relativo all'organico puntuale al 31 agosto 2015 che esclude i dati delle società di Thorntons Plc e Oltan Group, per un totale pari a **28.928** dipendenti.

11. Tale dato include anche le persone esterne che collaborano con Ferrero Industrial Services G.E.I.E e Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero.

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

PAESI	AL 31 AGOSTO 2015	
	N. COLLABORATORI	%
Italia	7.439	18,3%
Germania	5.369	13,2%
India	4.560	11,2%
Regno Unito	3.239	8,0%
Polonia	2.777	6,8%
Georgia	1.805	4,4%
Turchia	1.504	3,7%
Canada	1.489	3,7%
Francia	1.452	3,6%
Russia	1.230	3,0%
Cina	1.065	2,6%
Brasile	1.046	2,6%
Messico	1.010	2,5%
Belgio	1.009	2,5%
Lussemburgo	829	2,0%
Cile	555	1,4%
Sudafrica	548	1,3%
Ecuador	486	1,2%
Argentina	483	1,2%
Australia	331	0,8%
Serbia	312	0,8%
Stati Uniti	298	0,7%
Camerun	250	0,6%
Bulgaria	248	0,6%
Irlanda	237	0,6%
Altri	1.150	2,8%
TOTALE	40.721	100%

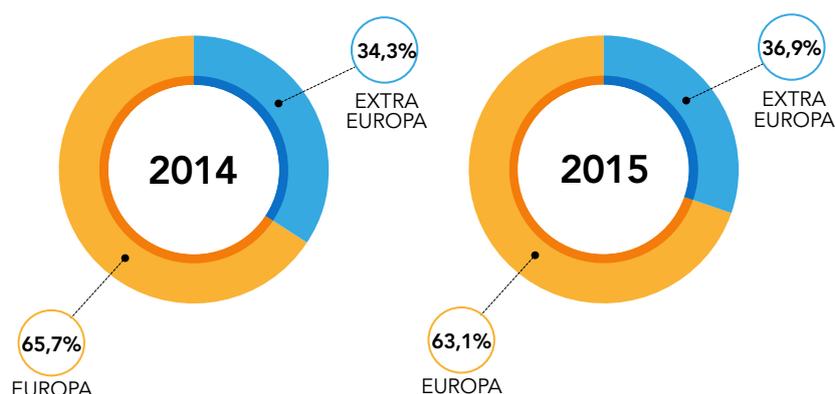
Al 31 agosto 2015, il Gruppo Ferrero include **dipendenti appartenenti a 104 diverse nazionalità**.

In particolare, rispetto all'anno precedente, si segnala un aumento del numero dei collaboratori in Georgia, Cina e Serbia.

UNA COSTANTE ESPANSIONE NEL MONDO

Pur mantenendo una forte presenza del proprio personale e delle proprie attività in Europa¹³, il Gruppo Ferrero continua ad **accrescere la propria presenza extraeuropea (dal 34,3% al 31 agosto 2014 al 36,9% al 31 agosto 2015), con un aumento di 2,6 punti percentuali.**

ORGANICO PUNTUALE DEL GRUPPO AL 31 AGOSTO PER AREA GEOGRAFICA



LE PERSONE FERRERO IN NUMERI

ORGANICO PUNTUALE* DEL GRUPPO AL 31 AGOSTO

N. DIPENDENTI	AL 31/08/2014	AL 31/08/2015
TOTALE	27.485	28.928
di cui donne	43,3%	42,4%

*L'organico puntuale considera i dipendenti impiegati direttamente da Ferrero al 31 agosto, inclusi i dipendenti di Ferrero Industrial Services G.E.I.E e Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero, con l'esclusione delle società di Thorntons Plc e Oltan Group.

L'organico puntuale al 31 agosto 2015 è in incremento rispetto al precedente, a parità di perimetro, con particolare riferimento ai contratti a termine e stagionali in ambito produttivo. Si riscontra, tuttavia, **un positivo trend di crescita anche dei contratti a tempo indeterminato.**

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

¹³. Per Europa si intende l'insieme dei 28 Paesi membri dell'UE.

produzione sia concentrata in 7/8 mesi dell'anno (stagione invernale); tale situazione rende indispensabile il ricorso, da parte di Ferrero, all'utilizzo di contratti a termine stagionali.

L'**organico medio** nel 2014/2015 è pari a **25.784**¹⁴, a cui si aggiunge l'organico medio di *Ferrero Industrial Services G.E.I.E* e Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero, per un totale di **25.811**, in aumento del 3,8% rispetto al 2013/2014 (24.864). A questi occorre aggiungere **6.517 esterni** che collaborano con le aziende del Gruppo¹⁵ (prevalentemente come lavoratori interinali e agenti¹⁶).

ORGANICO DI GRUPPO PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO

TIPOLOGIA DI CONTRATTO	AL 31/08/2014		AL 31/08/2015	
	N. DIPENDENTI	%	N. DIPENDENTI	%
Tempo determinato	7.370	26,8%	8.164	28,2%
Tempo indeterminato	20.115	73,2%	20.764	71,8%
TOTALE	27.485	100%	28.928	100%

PART-TIME/FULL-TIME	AL 31/08/2014		AL 31/08/2015	
	%		%	
<i>Part-time</i>	6,2%		3,7%	
<i>Full-time</i>	93,8%		96,3%	

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 esigenze aziendali stagionali con quelle extralavorative dei dipendenti.

ORGANICO DI GRUPPO PER INQUADRAMENTO

INQUADRAMENTO	AL 31/08/2014		AL 31/08/2015	
	N. DIPENDENTI	%	N. DIPENDENTI	%
Operai	16.121	58,7%	17.407	60,2%
Impiegati	8.374	30,5%	8.508	29,4%
<i>Middle manager</i>	2.109	7,7%	2.127	7,3%
<i>Senior manager</i>	881	3,2%	886	3,1%
TOTALE	27.485	100%	28.928	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.

14. Tale dato corrisponde all'organico medio espresso in Full Time Equivalent (FTE).

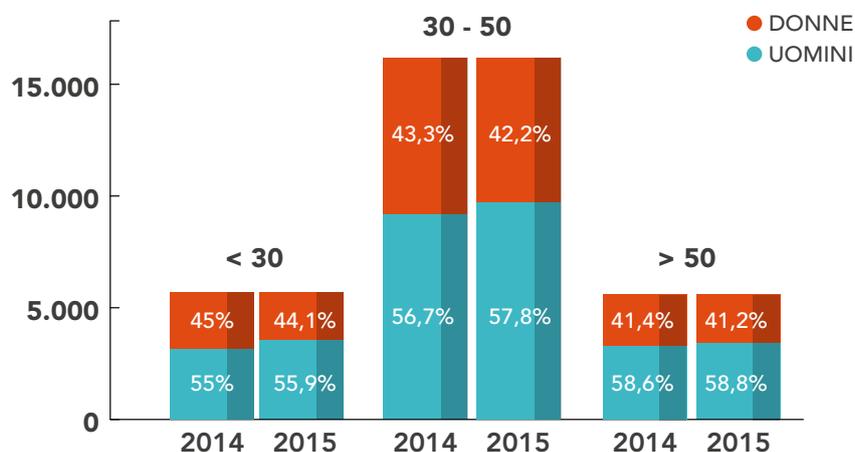
15. Tale dato include anche le persone esterne che collaborano con Ferrero Industrial Services G.E.I.E e Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero.

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

FASCE DI ETÀ

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

ORGANICO DI GRUPPO PER FASCE DI ETÀ E GENERE AL 31 AGOSTO



ORGANICO DI GRUPPO PER FASCE DI ETÀ

FASCE DI ETÀ	AL 31/08/2014	AL 31/08/2015
	%	%
< 30	20,7%	21,0%
30 - 50	58,9%	58,0%
> 50	20,4%	21,0%
TOTALE	27.485	28.928

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

ORGANICO DI GRUPPO PER FASCE DI ETÀ E INQUADRAMENTO

INQUADRAMENTO	AL 31/08/2015		
	< 30	30 - 50	> 50
Operai	14,2%	31,3%	14,7%
Impiegati	6,5%	19,3%	3,6%
Middle manager	0,4%	5,5%	1,5%
Senior manager	0,0%	1,9%	1,2%
TOTALE	21,0%	58,0%	21,0%

I Comitati descritti nel paragrafo "La struttura organizzativa e di governance del Gruppo" sono composti da 21 membri che appartengono per il 43% alla fascia di età "oltre i 60", per il 33% alla fascia di età "tra i 51 e i 60" e per il 24% alla fascia di età "tra i 40 e i 50". In tali Comitati, la presenza femminile corrisponde al Presidente del Consiglio di Amministrazione.

PRESENZA FEMMINILE E MASCHILE

Rispetto all'anno precedente, **cresce la presenza femminile nella popolazione dei senior manager.**

ORGANICO DI GRUPPO AL 31 AGOSTO

ORGANICO	2014			2015		
	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE
	N. DIPENDENTI	%	%	N. DIPENDENTI	%	%
Area geografica						
Europa	18.064	57,7%	42,3%	18.249	58,0%	42,0%
Extra Europa	9.421	54,9%	45,1%	10.679	57,0%	43,0%
Inquadramento						
Operai	16.121	53,0%	47,0%	17.407	54,9%	45,1%
Impiegati	8.374	57,8%	42,2%	8.508	57,3%	42,7%
Middle manager	2.109	68,5%	31,5%	2.127	69,2%	30,8%
Senior manager	881	86,6%	13,4%	886	85,8%	14,2%
Tipologia di contratto						
Tempo determinato	7.370	45,9%	54,1%	8.164	48,7%	51,3%
Tempo indeterminato	20.115	60,7%	39,3%	20.764	61,2%	38,8%
Part-time/Full-time						
Part-time	1.715	19,5%	80,5%	1.066	20,3%	79,7%
Full-time	25.770	59,2%	40,8%	27.862	59,1%	40,9%
Organico totale	27.485	56,7%	43,3%	28.928	57,6%	42,4%

ORGANICO DI GRUPPO A TEMPO INDETERMINATO
PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE AL 31 AGOSTO

INQUADRAMENTO	2014			2015		
	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE
	N. DIPENDENTI	%	%	N. DIPENDENTI	%	%
Operai	10.106	58,3%	41,7%	10.595	59,5%	40,5%
Impiegati	7.081	58,5%	41,5%	7.209	58,2%	41,8%
Middle manager	2.060	68,9%	31,1%	2.084	69,6%	30,4%
Senior manager	868	86,8%	13,2%	876	86,0%	14,0%
TOTALE	20.115	60,7%	39,3%	20.764	61,2%	38,8%

TURNOVER DEL PERSONALE

Di seguito sono riportati i dati relativi al *turnover*¹⁷ 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 2014/2015 il Gruppo Ferrero ha effettuato **3.084** nuove assunzioni¹⁸, di cui **1.829** uomini (59,3%) e **1.255** donne (40,7%).



TURNOVER IN USCITA E IN ENTRATA PER FASCE DI ETÀ - EUROPA

2013/2014						
EUROPA	TURNOVER IN USCITA			TURNOVER IN ENTRATA		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
< 30	73	97	170	254	265	519
30 - 50	138	123	261	179	208	387
> 50	95	84	179	25	20	45
TOTALE	306	304	610	458	493	951
%	4,00%	2,92%	3,38%	5,99%	4,73%	5,26%
2014/2015						
EUROPA	TURNOVER IN USCITA			TURNOVER IN ENTRATA		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
< 30	144	146	290	222	214	436
30 - 50	132	156	288	112	165	277
> 50	96	148	244	10	22	32
TOTALE	372	450	822	344	401	745
%	6,12%	4,68%	5,24%	5,66%	4,17%	4,75%

17. Si segnala che la percentuale di turnover in entrata e in uscita relativamente all'anno 2014/2015 è stata calcolata in coerenza con la nuova metodologia interna che utilizza il dato di headcount medio annuo al posto del dato di headcount al 31 agosto, utilizzato per il calcolo del turnover dell'anno 2013/2014.

18. Il dato esclude le acquisizioni di Thorntons Plc e Oltan Group.

TURNOVER IN USCITA E IN ENTRATA PER FASCE DI ETÀ – EXTRA EUROPA

2013/2014						
EXTRA EUROPA	TURNOVER IN USCITA			TURNOVER IN ENTRATA		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
< 30	293	324	617	684	748	1.432
30 - 50	328	403	731	503	602	1.105
> 50	52	52	104	26	36	62
TOTALE	673	779	1.452	1.213	1.386	2.599
%	15,85%	15,05%	15,41%	28,57%	26,78%	27,59%
2014/2015						
EXTRA EUROPA	TURNOVER IN USCITA			TURNOVER IN ENTRATA		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
< 30	323	450	773	463	695	1.158
30 - 50	365	439	804	410	628	1.038
> 50	44	53	97	38	105	143
TOTALE	732	942	1.674	911	1.428	2.339
%	19,20%	20,66%	19,99%	23,89%	31,32%	27,93%

TURNOVER IN USCITA E IN ENTRATA PER FASCE DI ETÀ – GRUPPO

2013/2014						
GRUPPO	TURNOVER IN USCITA			TURNOVER IN ENTRATA		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
< 30	366	421	787	938	1.013	1.951
30 - 50	466	526	992	682	810	1.492
> 50	147	136	283	51	56	107
TOTALE	979	1.083	2.062	1.671	1.879	3.550
%	8,23%	6,95%	7,50%	14,05%	12,05%	12,92%
2014/2015						
GRUPPO	TURNOVER IN USCITA			TURNOVER IN ENTRATA		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
< 30	467	596	1.063	685	909	1.594
30 - 50	497	595	1.092	522	793	1.315
> 50	140	201	341	48	127	175
TOTALE	1.104	1.392	2.496	1.255	1.829	3.084
%	11,16%	9,82%	10,37%	12,69%	12,90%	12,81%

CONGEDO PARENTALE

I dati relativi al ritorno al lavoro dopo il periodo di congedo parentale sono relativi a un campione di sei Paesi.

CONGEDI PARENTALI PER GENERE NEL 2014/2015 E RELATIVO STATO AL 31 AGOSTO 2015

ITALIA	2014/2015		
	UOMINI	DONNE	TOTALE
Personale che ha usufruito del congedo parentale*	6	57	63
Stato al 31/08/2015			
Personale tornato in servizio dopo il congedo parentale	4	5	9
Personale in congedo parentale	2	52	54
Personale che ha lasciato il Gruppo dopo il congedo parentale	-	-	-
TOTALE	6	57	63

LUSSEMBURGO	2014/2015		
	UOMINI	DONNE	TOTALE
Personale che ha usufruito del congedo parentale*	-	6	6
Stato al 31/08/2015			
Personale tornato in servizio dopo il congedo parentale	-	2	2
Personale in congedo parentale	-	4	4
Personale che ha lasciato il Gruppo dopo il congedo parentale	-	-	-
TOTALE	-	6	6

GERMANIA	2014/2015		
	UOMINI	DONNE	TOTALE
Personale che ha usufruito del congedo parentale*	1	29	30
Stato al 31/08/2015			
Personale tornato in servizio dopo il congedo parentale	1	1	2
Personale in congedo parentale	-	27	27
Personale che ha lasciato il Gruppo dopo il congedo parentale	-	1	1
TOTALE	1	29	30

FRANCIA	2014/2015		
	UOMINI	DONNE	TOTALE
Personale che ha usufruito del congedo parentale*	-	19	19
Stato al 31/08/2015			
Personale tornato in servizio dopo il congedo parentale	-	12	12
Personale in congedo parentale	-	7	7
Personale che ha lasciato il Gruppo dopo il congedo parentale	-	-	-
TOTALE	-	19	19

SPAGNA	2014/2015		
	UOMINI	DONNE	TOTALE
Personale che ha usufruito del congedo parentale*	-	4	4
Stato al 31/08/2015			
Personale tornato in servizio dopo il congedo parentale	-	4	4
Personale in congedo parentale	-	-	-
Personale che ha lasciato il Gruppo dopo il congedo parentale	-	-	-
TOTALE	-	4	4

BRASILE	2014/2015		
	UOMINI	DONNE	TOTALE
Personale che ha usufruito del congedo parentale*	-	16	16
Stato al 31/08/2015			
Personale tornato in servizio dopo il congedo parentale	-	7	7
Personale in congedo parentale	-	5	5
Personale che ha lasciato il Gruppo dopo il congedo parentale	-	4	4
TOTALE	-	16	16

*I dati considerano i dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale dal 1° settembre 2014 al 31 agosto 2015 per un periodo di almeno 2 mesi.

TASSO DI ASSENTEISMO

Come dichiarato nei precedenti rapporti, si riportano di seguito i dati relativi al tasso di assenteismo degli operai degli stabilimenti del Gruppo, a esclusione del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero.

TASSO DI ASSENTEISMO DEGLI OPERAI NEL 2014/2015

STABILIMENTO	TASSO DI ASSENTEISMO 2014/2015
Alba	4,22%
Arlon	6,30%
Balvano	4,80%
Belsk Duży	3,68%
Brantford	3,50%
Cork	5,20%
La Pastora	7,10%
Lithgow	3,80%
Manisa	4,00%
Poços de Caldas	3,50%
Pozzuolo Martesana	6,20%
Quito	3,60%
S. Angelo dei Lombardi	5,30%
S. José Iturbide	0,30%
Stadtallendorf	6,72%
Villers-Écalles	5,50%
Vladimir	2,70%

Il tasso di assenteismo è calcolato rapportando le ore di assenza per malattia e infortuni sul totale delle ore lavorabili nel periodo considerato.

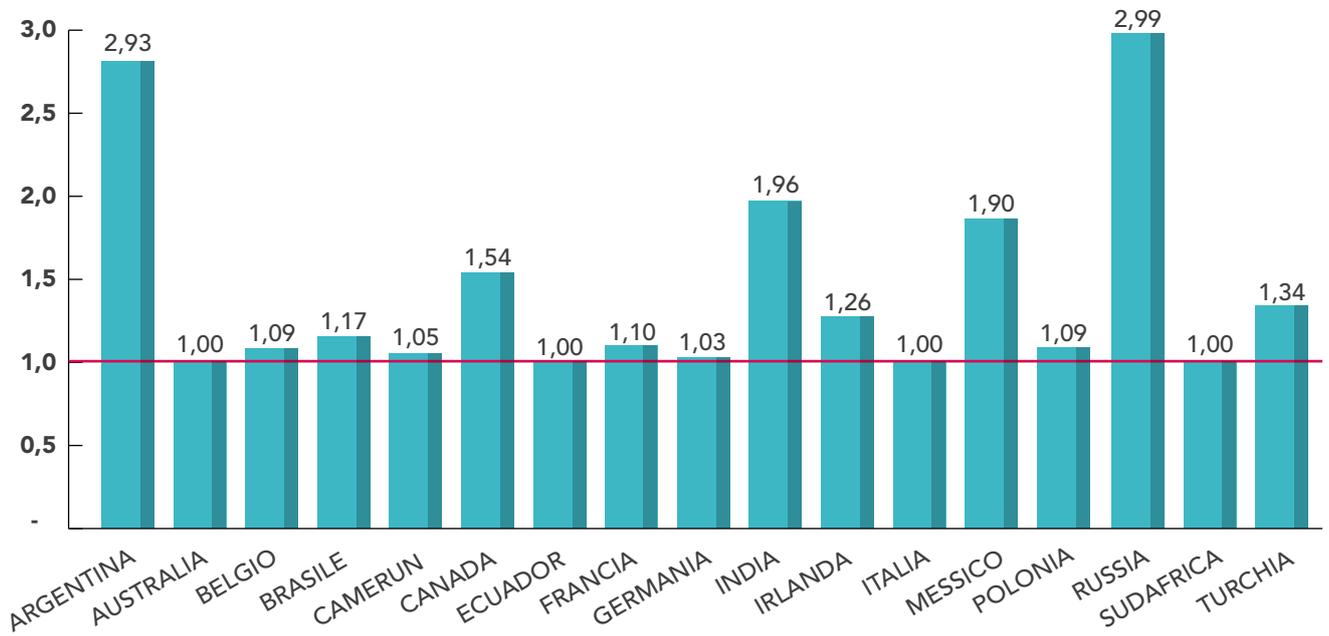
TRATTAMENTI RETRIBUTIVI

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 aziendali di miglior favore**, ovvero premi di risultato secondo gli obiettivi raggiunti e le prassi locali.

Il grafico sottostante riporta il rapporto tra la retribuzione minima¹⁹ Ferrero e i salari minimi previsti dalle legislazioni dei singoli Paesi in cui sono presenti gli stabilimenti Ferrero, nel 2014/2015.

19. La retribuzione minima negli stabilimenti Ferrero è la medesima per tutti i neoassunti senza distinzione di genere.

**RAPPORTO TRA LO STIPENDIO BASE DEGLI OPERAI NEOASSUNTI
E IL MINIMO LEGALE NEL 2014/2015***



**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.*

Di seguito è riportato il rapporto²⁰ tra la retribuzione media dei dipendenti di sesso maschile e femminile, con riferimento ad alcuni dei principali Paesi del Gruppo. Dato il sistema di raccolta dei dati retributivi a livello di Gruppo, si è in grado ad oggi di fornire tali dati relativamente a un campione di Paesi.



20. 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.

RAPPORTO RETRIBUZIONE MEDIA PER GENERE E INQUADRAMENTO

INQUADRAMENTO	RAPPORTO RETRIBUZIONE DONNE VS UOMINI 31/08/2014	RAPPORTO RETRIBUZIONE DONNE VS UOMINI 31/08/2015
Italia		
Operai	92,4	92,4
Impiegati	95,4	94,9
<i>Middle manager</i>	93,9	95,2
<i>Senior manager</i>	72,4	74,5
Germania		
Operai	79,1	79,7
Impiegati	84,5	84,5
<i>Middle manager</i>	85,8	86,4
<i>Senior manager</i>	92,7	92,1
Francia		
Operai	90,8	90,2
Impiegati	100,4	100,8
<i>Middle manager</i>	90,2	91,4
<i>Senior manager</i>	102,7	117,0
Polonia		
Operai	68,9	71,7
Impiegati	93,6	96,1
<i>Middle manager</i>	94,6	98,2
<i>Senior manager</i>	65,5	68,1
Irlanda		
Operai	90,8	89,3
Impiegati	78,0	74,9
<i>Middle manager</i>	70,5	72,4
<i>Senior manager</i>	n.a.	n.a.

INQUADRAMENTO	RAPPORTO RETRIBUZIONE DONNE VS UOMINI 31/08/2014	RAPPORTO RETRIBUZIONE DONNE VS UOMINI 31/08/2015
Canada		
Operai	87,7	87,2
Impiegati	88,2	88,9
<i>Middle manager</i>	99,9	106,2
<i>Senior manager</i>	73,6	112,0
USA		
Operai*	92,4	93,3
Impiegati	79,3	83,2
<i>Middle manager</i>	97,5	95,6
<i>Senior manager</i>	68,2	78,1
Russia		
Operai	78,0	76,7
Impiegati	112,1	114,5
<i>Middle manager</i>	99,8	105,0
<i>Senior manager</i>	79,2	68,9
Belgio		
Operai	92,6	92,8
Impiegati	93,9	96,8
<i>Middle manager</i>	78,2	77,1
<i>Senior manager</i>	n.a.	65,1
Messico		
Operai	n.d.	81,6
Impiegati	n.d.	91,9
<i>Middle manager</i>	n.d.	80,5
<i>Senior manager</i>	n.d.	n.a.

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

Si riscontra, mediamente, **un trend positivo nel rapporto delle retribuzioni uomini/donne**. 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*.

Va inoltre evidenziato come in alcuni Paesi di dimensioni più ridotte anche il trasferimento di una sola risorsa (fra le risorse più *senior*) può determinare una variazione significativa nel rapporto.

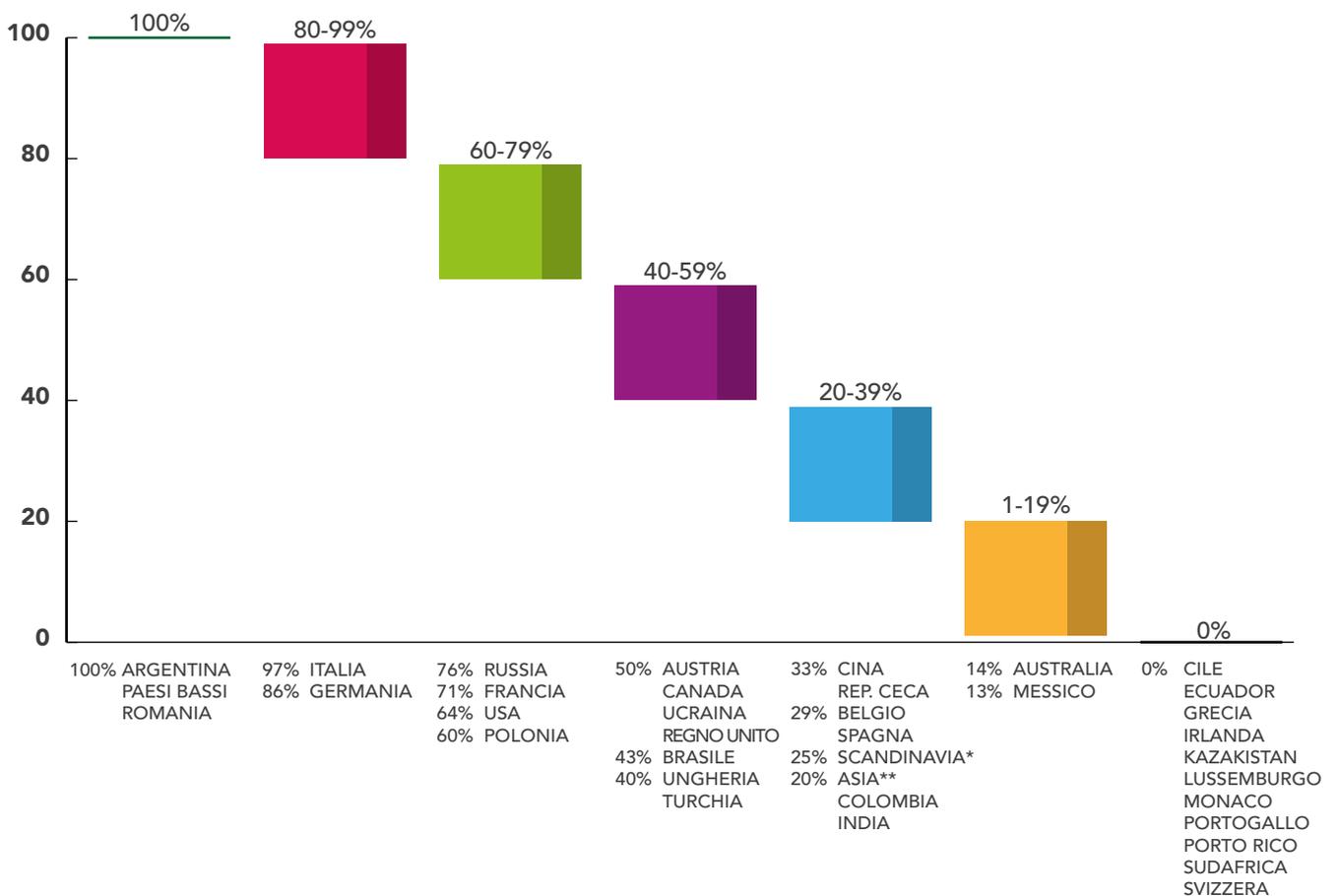


ASSUNZIONI LOCALI

FERRERO SI IMPEGNA A INCREMENTARE, OVE POSSIBILE, LA PERCENTUALE DI SENIOR MANAGER ASSUNTI LOCALMENTE IN TUTTI I 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 886 *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*.

PERCENTUALE DI SENIOR MANAGER ASSUNTI LOCALMENTE AL 31 AGOSTO 2015



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

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

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 in esame 2014/2015 non sono emersi episodi di sciopero nei confronti dell'azienda, in nessuna delle sedi Ferrero.

Attività del Comitato Aziendale Europeo (CAE) nel 2015

Il 2015 è stato per il CAE Ferrero un anno contrassegnato da importanti consolidamenti di attività e significative innovazioni.

Nel mese di aprile si è svolto a Wrocaw (Polonia) il consueto seminario di formazione congiunta sul tema "**Le sfide dei nuovi mercati: tra competizione globale e diritti sociali**". I temi della crisi economica e della competizione globale sono stati l'occasione per approfondire le sfide che Ferrero si trova a dover affrontare sui mercati, in particolare in quelli di più recente ingresso come la Cina, ma anche le implicazioni di ordine sociale ed etico che queste sfide rappresentano per la tutela dei lavoratori e per le politiche di sviluppo sostenibile.

Il **Laboratorio Salute e Sicurezza** ha avviato nel corso dell'anno la sua fase costitutiva con la prima riunione del gruppo di lavoro e la definizione dei primi obiettivi di lavoro: il lancio nel 2016 di una campagna di motivazione delle lavoratrici e dei lavoratori sui temi della prevenzione e l'avvio della riflessione sui contenuti e sugli strumenti di scambio delle buone pratiche di tutela della salute e di sicurezza.

La **newsletter EURONOTES**, notiziario del CAE Ferrero, ha pubblicato due numeri che sono stati distribuiti ai lavoratori di tutti gli stabilimenti e centri di attività di Ferrero in Europa: il numero 14 del marzo 2015 è stato interamente dedicato al tema della salute e sicurezza sul lavoro e all'avvio del Laboratorio; il successivo numero 15, pubblicato in dicembre, ha dato conto del rinnovo dell'accordo di funzionamento del CAE Ferrero firmato il 7 ottobre a Marche en Famenne (Belgio) in occasione della riunione istituzionale annuale del comitato. L'accordo riguarda circa 18.000 lavoratori (corrispondenti a oltre il 60% dei lavoratori del Gruppo) tra operai, impiegati della rete commerciale e dei nove stabilimenti produttivi ubicati in Italia, Germania, Belgio, Francia, Polonia e Irlanda. Il nuovo accordo, che aggiorna quello del 2011, contiene e consolida prassi già avviate; le più significative sono: la costituzione del

"Laboratorio Salute e Sicurezza e Responsabilità Sociale d'Impresa", la formazione locale - collegata alle attività del CAE - dei rappresentanti dei lavoratori nei singoli Paesi e la costituzione di un gruppo di coordinamento del CAE composto dal segretario, dal coordinatore del Laboratorio e dal delegato alla comunicazione. Questo nuovo organismo ristretto di dialogo sociale con la direzione si riunirà periodicamente per fissare l'agenda del CAE e per coordinare la gestione delle attività di formazione, del Laboratorio e di comunicazione.

L'incontro istituzionale di ottobre è stato, inoltre, l'occasione per procedere al rinnovo delle cariche di Presidente e di Segretario del CAE, oltre che alla nomina del coordinatore del Laboratorio e del delegato alla comunicazione.

Sempre in questo incontro, si è deciso di ricordare e festeggiare nel 2016 i **vent'anni di vita del CAE Ferrero**.



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 è determinato sulla base di valutazioni attuariali e coperto 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

LA TUTELA DELLA SICUREZZA E DELLA SALUTE SUL LAVORO È UN VALORE CENTRALE NEL SISTEMA FERRERO. DI CONSEGUENZA, IL GRUPPO SI IMPEGNA A TUTELARE LA SICUREZZA E LA SALUTE DEI DIPENDENTI, DEGLI APPALTATORI, DEI VISITATORI E DI OGNI ALTRO SOGGETTO CHE ENTRA NELLA PROPRIA SFERA DI INFLUENZA.

Ferrero riconosce l'importanza di incoraggiare e sostenere una solida ed effettiva cultura della sicurezza all'interno dei propri siti. Tramite adeguate ini-

ziative di formazione, coinvolgimento e sensibilizzazione, ogni soggetto interessato deve sentirsi parte attiva delle iniziative volte al miglioramento delle condizioni di salute e sicurezza della propria organizzazione. Inoltre, Ferrero incoraggia comportamenti sicuri e salutari anche nella vita privata, a casa e durante il tempo libero.

Le attività Ferrero devono rispettare tutti i requisiti definiti dalla normativa applicabile nei Paesi in cui opera, nonché quelli più restrittivi definiti o sottoscritti dal Gruppo stesso. L'identificazione dei pericoli, la valutazione dei rischi e il loro controllo sono elementi che vengono presi in considerazione fin dalla progettazione degli impianti, nei processi e nel contesto lavorativo e costantemente mantenuti aggiornati.

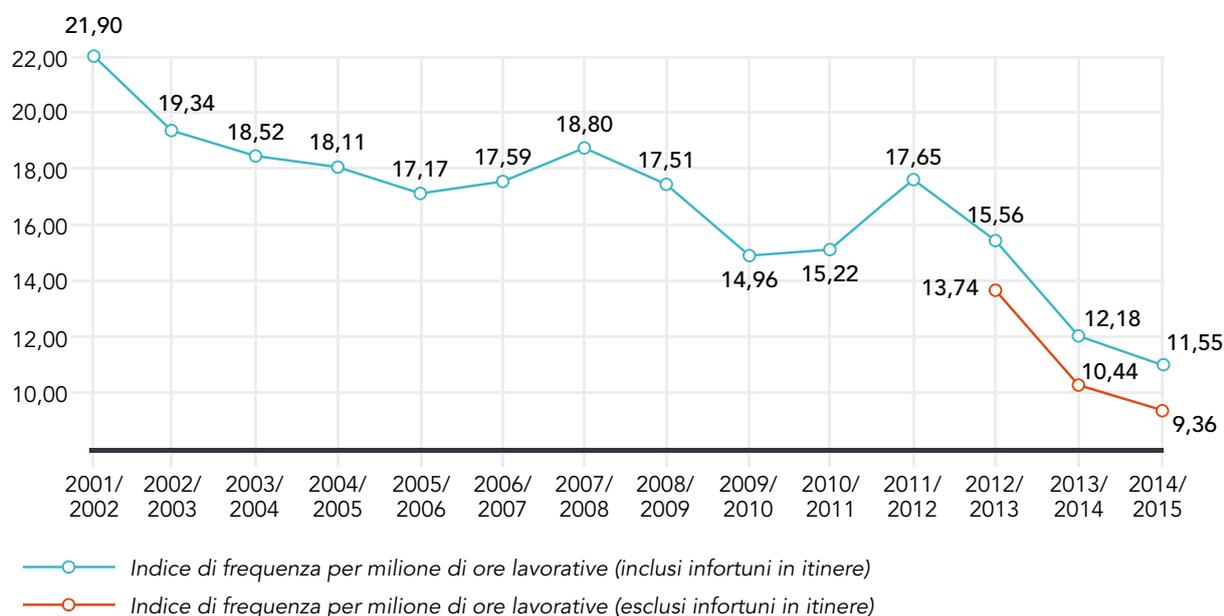
Nel corso del 2014/2015, Ferrero ha continuato i propri sforzi per **coordinare e diffondere buone prassi nell'ambito della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro**, tra cui la creazione di un *network* di esperti sul tema, dotato di una piattaforma tecnologica comune. Tale iniziativa ha contribuito a conseguire risultati positivi anche sul piano delle prestazioni.

I grafici sottostanti includono gli infortuni di durata superiore a 3 giorni dei dipendenti degli stabilimenti produttivi del Gruppo, con esclusione del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero, avvenuti sia in orario di lavoro che in itinere (tragitto casa/lavoro e viceversa).

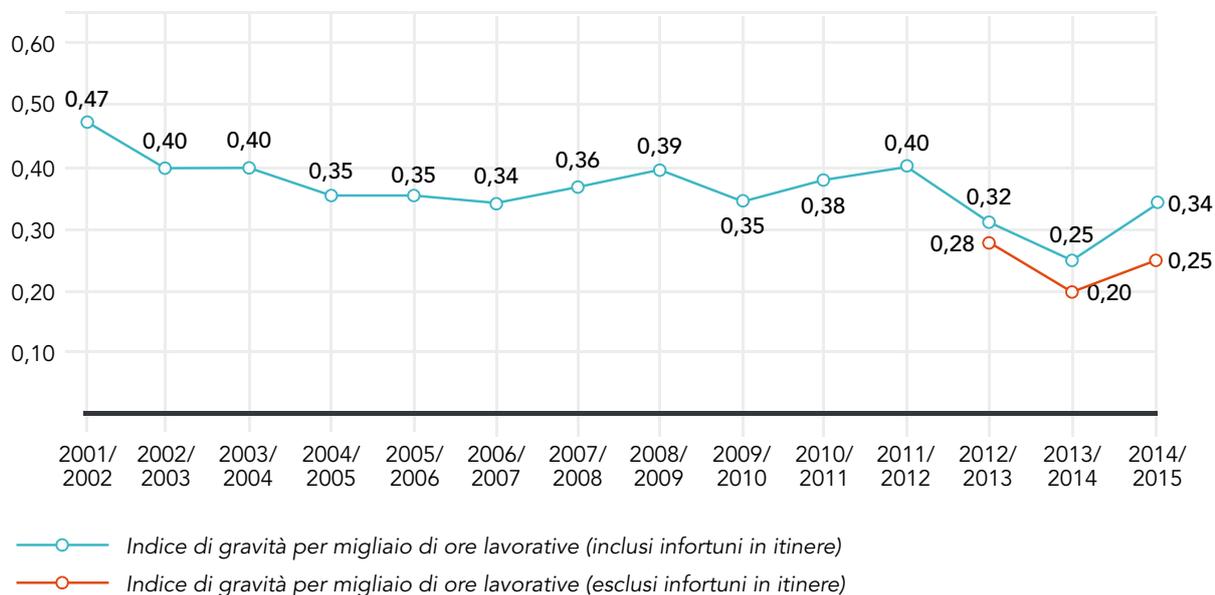
INDICE DI FREQUENZA E DI GRAVITA' DEGLI INFORTUNI DI GRUPPO

	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	2013/ 2014	2014/ 2015
Indice di frequenza per milione di ore lavorative														
Inclusi infortuni in itinere	21,90	19,34	18,52	18,11	17,17	17,59	18,80	17,51	14,96	15,22	17,65	15,56	12,18	11,55
Esclusi infortuni in itinere												13,74	10,44	9,36
Indice di gravità per mille ore lavorative														
Inclusi infortuni in itinere	0,47	0,40	0,40	0,35	0,35	0,34	0,36	0,39	0,35	0,38	0,40	0,32	0,25	0,34
Esclusi infortuni in itinere												0,28	0,20	0,25

INDICE DI FREQUENZA DEGLI INFORTUNI DI GRUPPO



INDICE DI GRAVITÀ DEGLI INFORTUNI DI GRUPPO



Andamento degli infortuni



I dati statistici relativi all'andamento degli eventi infortunistici nel perimetro considerato sono positivi. L'indice di frequenza degli infortuni accaduti durante l'attività lavorativa a personale Ferrero appartenente agli stabilimenti produttivi scende da 10,44 infortuni per milione di ore lavorate a 9,36 (-10%). L'indice di gravità, che misura le giornate perse ogni mille ore lavorate, al contrario cresce da 0,20 a 0,25 (+25%). Nel medio periodo, l'indice di frequenza risulta negli ultimi esercizi significativamente in decrescita (-34% in tre anni considerando la totalità degli infortuni, -32% in soli due anni considerando i soli infortuni in orario

di lavoro), altrettanto non si può dire per l'indice di gravità che, dopo due anni di decrescita, risale sia considerando il totale degli infortuni che i soli infortuni in orario di lavoro.

Considerando le aree geografiche, la riduzione del numero di infortuni in orario di lavoro è riscontrata, sia pur con qualche differenza, sia in Europa²¹ (-9% dell'indice regionale di frequenza) che extra Europa (-15%). Relativamente alla gravità degli infortuni in orario di lavoro, per entrambe le aree geografiche si registra invece un incremento degli infortuni (+17% per l'Europa e +63% extra Europa).

INDICE DI FREQUENZA E DI GRAVITÀ DEGLI INFORTUNI DI GRUPPO PER AREA GEOGRAFICA

ANNO		2013/2014	2014/2015
Indice di frequenza			
Inclusi infortuni in itinere	Europa	7,24	8,70
	Extra Europa	6,60	5,52
Esclusi infortuni in itinere	Europa	11,80	10,75
	Extra Europa	5,91	5,05
Indice di gravità			
Inclusi infortuni in itinere	Europa	0,30	0,38
	Extra Europa	0,11	0,21
Esclusi infortuni in itinere	Europa	0,24	0,28
	Extra Europa	0,08	0,13

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

Nell'esercizio 2014/2015 e nel perimetro considerato non si sono registrati infortuni con esito mortale.

Tutela della salute

Per quanto riguarda la salute, sono state avviate nuove iniziative e attività per avere un ambiente di lavoro sempre più sano e salutare. Tra queste iniziative a titolo di esempio si ricordano:

- la dotazione generalizzata, presso i *plant* produttivi, di defibrillatori semi-automatici con personale addestrato al loro utilizzo;
- lo stabilimento di Stadtallendorf in Germania ha avviato un programma, con il supporto di un esperto esterno, finalizzato a introdurre pratiche di benessere fisico (es. *stretching*) prima di cominciare il turno di lavoro;
- lo stabilimento di Manisa in Turchia ha avviato diverse iniziative legate allo stile di vita salutare, il fumo, le regole di igiene personale;
- lo stabilimento di Quito ha avviato una campagna di prevenzione sul rischio AIDS.

Formazione salute e sicurezza

A partire dal 2014/2015 si è avviato un sistematico processo di raccolta dati e indicatori sulla sicurezza per tutti i *plant* produttivi. Tra questi spiccano le attività di formazione erogate da ciascun *plant* relative alla sicurezza sul lavoro. Ferrero infatti considera l'attività di formazione come essenziale strumento di prevenzione, non solo relativa alla conoscenza dei rischi, ma anche alla loro gestione. Benché i criteri non siano ancora perfettamente omogenei e i dati ancora parziali (relativi a 14 stabilimenti), è possibile

stimare **un coinvolgimento di oltre 9.700 collaboratori in corsi dedicati alla sicurezza e alla salute**, per oltre **68.000 ore complessivamente erogate**, con una **media di circa 4,7 ore pro-capite all'anno**.

Le tematiche principali sono: la sicurezza rispetto al ruolo ricoperto, gli specifici rischi (ad esempio rischio elettrico, spazi confinati, rischio attrezzature, guida carrelli elevatori) e le situazioni di emergenza (primo soccorso e antincendio).

Il coinvolgimento: una settimana dedicata alla sicurezza

Anche nel corso dell'anno 2014/2015, il personale operante in Italia è stato coinvolto in iniziative finalizzate a promuovere e sostenere una cultura della sicurezza.



In particolare, la Commissione Sicurezza della sede di Alba ha patrocinato una vera e propria campagna di comunicazione guidata dal motto "La tua sicurezza interessa anche me", culminata con la richiesta di esprimere una propria idea e opinione sulla sicurezza davanti a una telecamera. Circa 200 colleghi hanno partecipato e i diversi contributi sono confluiti in un video che è stato trasmesso all'interno nel network televisivo dei reparti produttivi e nell'intranet aziendale.



Analogamente, gli stabilimenti di Balvano e S. Angelo dei Lombardi hanno organizzato congiuntamente un concorso a premi per la risoluzione di "Parole crociate di sicurezza" che ha raccolto molto interesse e partecipazione.

ORIZZONTALI:

8. Quanto di emergenza in campo primo?
 9. Quanto di salute personale a chi si tocca?
 10. Quanto di pericolo ambientale a chi si gode?
 11. Quanto di salute pubblica a chi si cura?
 12. Quanto di salute mentale a chi si cura?
 13. Quanto di salute fisica a chi si cura?
 14. Quanto di salute emotiva a chi si cura?
 15. Quanto di salute sociale a chi si cura?

VERTICALI:

1. Quanto di salute personale a chi si tocca?
 2. Quanto di salute pubblica a chi si cura?
 3. Quanto di salute mentale a chi si cura?
 4. Quanto di salute fisica a chi si cura?
 5. Quanto di salute emotiva a chi si cura?
 6. Quanto di salute sociale a chi si cura?
 7. Quanto di salute personale a chi si tocca?
 8. Quanto di salute pubblica a chi si cura?
 9. Quanto di salute mentale a chi si cura?
 10. Quanto di salute fisica a chi si cura?
 11. Quanto di salute emotiva a chi si cura?
 12. Quanto di salute sociale a chi si cura?

Parole crociate di sicurezza:

A P
 A
 S
 M
 V
 Z
 E
 D
 U

FORMAZIONE

Nel 2014/2015, il *Learning Lab Ferrero* ha vissuto una fase di profonda ristrutturazione sia riguardo la sua originaria compagine organizzativa, sia riguardo l'offerta formativa proposta per il Gruppo Ferrero.

La neo funzione, rinominata *Ferrero University*, si posiziona da un punto di vista organizzativo nella Direzione *Talent* di Gruppo, con la missione di **sviluppare iniziative formative di interesse globale a supporto del business e delle sue sfide**, così come declinate nel piano strategico aziendale a medio termine.

Inoltre è il punto di riferimento delle funzioni locali riguardo a linee guida, *best practice* e modello di funzionamento dei processi formativi aziendali.

La struttura organizzativa di *Ferrero University* è organizzata in 4 pilastri (*Learning pillars*) denominati rispettivamente:

- WELCOME TO FERRERO!
- FERRERO LEADERS
- FERRERO KNOW HOW ACADEMIES
- FERRERO LOCAL TRAINING & LEARNING SYSTEMS



Welcome to Ferrero Pillar: ha lo scopo di creare programmi formativi orientati a **formare i dipendenti durante le tipiche fasi dell'entrata in azienda** (*onboarding*). Questo momento non deve però intendersi solo nella sua accezione classica di "neo assunto"; infatti si può parlare di "entrata" in tutti quei momenti in cui si deve gestire un cambiamento, sia esso di posizione, funzione, mestiere e carriera.



I principali programmi proposti in questo *pillar* sono:

- **"Ferrerità"** - per tutti i dipendenti neo assunti nel Gruppo;
- **"Ferrero New Graduates Program"** - per tutti i dipendenti neo assunti e neo laureati;
- **"Group Induction Program"** - per dipendenti che ricopriranno posizioni ritenute chiave e strategiche per l'azienda;
- **"On Boarding Policy"** - politiche da fornire alle aziende locali per avere un processo di *"onboarding"* omogeneo e che dia l'opportunità a tutti i nuovi assunti di conoscere in modo efficace e veloce l'azienda che hanno raggiunto e l'ambiente lavorativo, in modo da ricoprire le responsabilità del loro ruolo da subito, in modo ottimale.

Ferrero Leaders Pillar: ha lo scopo di progettare ed erogare programmi formativi di interesse di Gruppo orientati a **formare i dipendenti che ricoprono posizioni manageriali** e di creare un solido profilo di *leadership*. Un esempio di programma legato a questo *pillar* è il **"Master in International Management"** che si sta progettando in collaborazione con la *Business school* SDA Bocconi, rivolto a *middle manager* in un percorso di carriera internazionale.

Ferrero Know How Academies: ha lo scopo di creare **Academy specifiche per le diverse funzioni aziendali con le quali identificare il know how distintivo dell'azienda**, proteggerlo e diffonderlo alle diverse famiglie professionali tramite programmi formativi mirati a trasferire e massimizzare la conoscenza dei mestieri Ferrero. La responsabilità delle *Academy* è delle diverse funzioni aziendali, supportate nel *project management* e nella gestione del *know how* formativo dalla *Ferrero University*. È in essere una importante revisione dei sistemi di *governance* di questo *pillar* per creare un continuum dell'esperienza di apprendimento, non solo durante il *training*, ma anche per ciò che può avvenire prima e dopo la formazione. Questo ha l'obiettivo di far sedimentare ciò che si apprende e farlo diventare modo di lavorare quotidiano, integrando i sistemi e gli strumenti offerti dai programmi delle *Academy*.

Le *Academy* già in essere e, in alcuni casi, in fase di revisione e aggiornamento, in continuità con il lavoro iniziato con il *Learning Lab* sono:

- *Ferrero Marketing Academy*
- *Ferrero Industrial Academy*
- *Ferrero Sales Academy*

Le *Academy* in corso di sviluppo sono le seguenti:

- *Ferrero Legal Academy*
- *Ferrero Operating Supply Academy*
- *Ferrero HR Academy*
- *Ferrero Finance Academy*

Ferrero Local Training & Learning System Pillar: è l'anello di congiunzione tra la *Ferrero University*, che opera a livello di Gruppo, e le funzioni che si occupano di formazione a livello locale. Il *pillar* ha quindi lo scopo di **verificare il modello di funzionamento delle funzioni locali coerentemente con le linee guida centrali**, recuperare le *best practice* e monitorare tramite strumenti di gestione della formazione i dati relativi alle *performance* e relativi KPI.

Responsabilità di questa unità è anche lo sviluppo di piattaforme e sistemi (*Learning Management System*) che rendano possibile la gestione dei processi di apprendimento, del ciclo di fruizione della formazione e delle fasi che precedono e seguono la formazione con l'obiettivo del consolidamento degli apprendimenti.

I colleghi di questo *pillar* collaborano inoltre con gli altri *pillar* supportandoli nella creazione di formazione a distanza (non in aula), che permetterà di raggiungere sempre più colleghi Ferrero nel Mondo.

Ferrero University, in una logica di continuità rispetto ai progetti avviati dal *Learning Lab Ferrero*, insieme a tutte le funzioni locali che si occupano di formazione, ha offerto ai dipendenti del Gruppo Ferrero complessivamente



394.957 ore di formazione (15,8 ore pro-capite²²), con una copertura di 31.101 partecipazioni²³ in tutto il Mondo e coinvolgendo 13.552 dipendenti in almeno un programma formativo durante il 2014/2015.

I dati numerici relativi alle performance della formazione aziendale a livello di Gruppo²⁴, tenendo fede agli impegni presi nei precedenti report CSR, sono stati raccolti e aggregati tramite uno strumento di gestione della formazione che ora è definitivamente a disposizione di tutte le Società del Gruppo.

ATTIVITÀ DI FORMAZIONE PER AMBITO FORMATIVO NEL 2014/2015

AMBITO FORMATIVO (training area)	PARTECIPAZIONI	ORE DI FORMAZIONE
Development activities	75	1.761
Institutional training	1.656	37.251
Managerial & Soft skills	4.241	64.402
Professional know-how	23.424	202.471
Foreign languages	1.705	89.072
TOTALE COMPLESSIVO	31.101	394.957

ATTIVITÀ DI FORMAZIONE PER CONTENUTI FORMATIVI NEL 2014/2015

CONTENUTO FORMATIVO (training category)	ORE DI FORMAZIONE
Development activities	1.741
Finance	3.142
HR	23.212
IT	15.844
Institutional	37.251
Languages	89.072
Legal	1.921
Logistics	2.038
Maintenance	9.519
Management training	65.058
Marketing	15.227
Organization	1.421
Production	23.502
Purchasing	1.122
Quality	9.806
R&D	2.208
Sales	22.932
Security & Safety	69.941
TOTALE COMPLESSIVO	394.957

22. Le ore pro-capite sono calcolate considerando l'organico medio nel 2014/2015.

23. Le partecipazioni rappresentano il numero totale delle presenze alle diverse attività formative, che non corrisponde al numero di persone coinvolte, in quanto un dipendente può aver partecipato a più eventi formativi.

24. I dati si riferiscono alla formazione in aula registrata tramite il Learning Management System.

ORE DI FORMAZIONE PER GENERE NEL 2014/2015

DATI PER GENERE	ORE FORMAZIONE	ORE PRO-CAPITE
Donne	159.717	15,5
Uomini	235.240	16,0
TOTALE COMPLESSIVO	394.957	15,8

ORE DI FORMAZIONE PER INQUADRAMENTO NEL 2014/2015

INQUADRAMENTO	ORE FORMAZIONE	ORE PRO-CAPITE
Operai	109.292	7,9
Impiegati	188.792	22,9
Middle Manager	74.434	35,4
Senior Manager	22.440	25,4
TOTALE COMPLESSIVO	394.957	15,8

L'anno di transizione dal *Learning Lab Ferrero* alla neo struttura *Ferrero University*, con la missione di supporto al *business* e alle sue sfide così come descritte nel piano strategico a medio termine, ha reso necessario l'avvio di importanti progetti di riformulazione dell'offerta formativa, nonché di *governance* dei processi di gestione della formazione a livello mondiale.

Queste attività di revisione dell'offerta e dei processi, iniziate quest'anno, proseguiranno nel prossimo anno commerciale in cui la *Ferrero University* si impegna ad attuare a livello internazionale l'offerta formativa delle *Academy*, a rilasciare le versioni riattualizzate dei programmi di diffusione dei valori e della cultura aziendale e dell'*onboarding* dei neolaureati e dei programmi di sviluppo delle competenze manageriali e di *leadership*.

Inoltre garantiremo il coordinamento

con l'intero "sistema formativo", collaborando attivamente con le aziende locali nel definire le priorità in accordo con i piani strategici aziendali.

Ci impegniamo inoltre a rafforzare l'erogazione dell'offerta formativa a livello globale tramite metodi e strumenti di *distance learning*, moltiplicando le occasioni di apprendimento e creando i presupposti per un apprendimento continuo nel Gruppo Ferrero.

Progetto Intercultura

Per il nono anno consecutivo, il Gruppo ha rinnovato la collaborazione con Intercultura, offrendo ai giovani figli di dipendenti la possibilità di frequentare un periodo di studio all'estero. Sono state erogate 2 borse di studio annuali in Italia, Germania e Polonia e 3 borse di studio brevi (bimestrali, trimestrali) in Francia.

PERFORMANCE MANAGEMENT

Il *Performance Management* si conferma un importante processo che consente **la valutazione e il miglioramento delle performance individuali e aziendali** e, al tempo stesso, contribuisce allo **sviluppo professionale** degli attori coinvolti.

Nel 2014/2015 Ferrero ha proseguito l'ambizioso progetto di coinvolgere una popolazione impiegatizia e manageriale sempre più ampia (circa 9.800 dipendenti di 53 diverse nazioni) in un processo di valutazione comune. Il conseguimento di tale obiettivo garantisce omogeneità nella valutazione dei dipendenti, allineamento sui comportamenti aziendali richiesti, chiarezza nelle aspettative sul contributo individuale e collettivo e definizione di concrete azioni di sviluppo per gli interessati.

In tale contesto e nell'ottica di una crescente attenzione alle risorse umane e alle necessità aziendali, il processo di *Performance* sarà sempre più focalizzato su un **dialogo**

continuo tra gli attori coinvolti per favorire lo sviluppo e la crescita professionale.

La valutazione delle prestazioni del dipendente si riferisce all'anno commerciale (settembre-agosto) ed è espressa in un giudizio finale sulle aspettative dell'azienda nei suoi confronti in 3 aree principali: copertura delle aree di responsabilità, obiettivi conseguiti e comportamento nell'organizzazione. Il voto è selezionato su una scala a 4 livelli che va da "al di sotto delle aspettative" a "eccezionale". Segue una descrizione dettagliata di ciascun livello:

- **Eccezionale:** ottima copertura delle aree di responsabilità, obiettivi conseguiti e spesso superati, comportamenti spesso al di sopra delle aspettative.

- **Al di sopra delle aspettative:** copertura molto buona delle aree di responsabilità, obiettivi conseguiti e a volte superati, comportamenti a volte al di sopra delle aspettative.



- **In linea con le aspettative:** copertura adeguata delle aree di responsabilità, obiettivi conseguiti e comportamenti che soddisfano le aspettative.
- **Al di sotto delle aspettative:** copertura inadeguata delle aree di responsabilità, obiettivi non completamente conseguiti e comportamenti che richiedono un miglioramento.

Nell'esercizio 2014/2015, circa il 98% dei nostri *senior manager* ha ottenuto una valutazione positiva e una percentuale significativa ha superato le aspettative.

Le tabelle di seguito riportano le percentuali di dipendenti, suddivisi per sesso e inquadramento, che hanno ricevuto una revisione periodica delle prestazioni e dello sviluppo di carriera durante il periodo di riferimento.

DIPENDENTI CHE HANNO RICEVUTO UNA VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE NEL 2014/2015

INQUADRAMENTO	PERCENTUALE
Impiegati	83%
<i>Middle manager</i>	98%
<i>Senior manager</i>	100%

PERCENTUALE DI DIPENDENTI PER GENERE CHE HANNO RICEVUTO UNA VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE NEL 2014/2015

GENERE	PERCENTUALE
Donne	37%
Uomini	41%
TOTALE	39%

COMPETENCIES MANAGEMENT

Nell'ambito del processo di trasformazione che il Gruppo sta attraversando, risulta determinante mantenere e condividere i valori aziendali, adattare i comportamenti manageriali a un contesto interno ed esterno sempre più sfidante e accrescere le conoscenze tecniche previste nel proprio ambito lavorativo.

In quest'ottica, il legame tra i nostri valori e le competenze richieste – core e tecniche – è stato maggiormente evidenziato e rafforzato in un modello che verrà integrato nei processi inerenti la gestione delle risorse umane al fine di garantire coerenza e chiarezza sui comportamenti attesi.

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 2015 è stato consegnato un riconoscimento formale a 285 dipendenti per 25 anni di anzianità di servizio nel Gruppo Ferrero, a 282 dipendenti per 30 anni, a 149 dipendenti per 35 anni e a 43 dipendenti per 40 anni.

25. La media è stata calcolata considerando, per ogni dipendente attivo al 31 agosto 2015, l'anzianità dalla data di entrata nel Gruppo Ferrero fino al 31 agosto 2015.

Di seguito sono riportati i dati relativi all'anzianità media²⁵ dei dipendenti degli stabilimenti del Gruppo al 31 agosto 2015 (si evidenzia che gli stabilimenti di Manisa e San José Iturbide sono attivi solo dall'anno 2013).

**ANZIANITÀ MEDIA DEI DIPENDENTI NEL GRUPPO FERRERO
AL 31 AGOSTO 2015**

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	11 anni, 7 mesi	17 anni, 2 mesi	14 anni, 9 mesi
Impiegati	15 anni, 4 mesi	19 anni, 5 mesi	17 anni, 10 mesi
Middle managers	16 anni, 0 mesi	19 anni, 3 mesi	18 anni, 6 mesi
Senior managers	17 anni, 1 mese	22 anni, 6 mesi	21 anni, 11 mesi
GERMANIA: Stadtallendorf dal 1956			
Operai	8 anni, 6 mesi	11 anni, 0 mesi	9 anni, 9 mesi
Impiegati	12 anni, 9 mesi	15 anni, 4 mesi	14 anni, 5 mesi
Middle managers	11 anni, 9 mesi	16 anni, 11 mesi	16 anni, 3 mesi
Senior managers	10 anni, 11 mesi	22 anni, 9 mesi	22 anni, 3 mesi
FRANCIA: Villers-Écalles dal 1960			
Operai	7 anni, 7 mesi	12 anni, 6 mesi	10 anni, 2 mesi
Impiegati	14 anni, 5 mesi	17 anni, 5 mesi	16 anni, 5 mesi
Middle managers	7 anni, 2 mesi	14 anni, 7 mesi	12 anni, 5 mesi
Senior managers	n.a.	18 anni, 11 mesi	18 anni, 11 mesi

INQUADRAMENTO	ANZIANITÀ MEDIA NEL GRUPPO FERRERO (ANNI, MESI)		
	DONNE	UOMINI	TOTALE
AUSTRALIA: Lithgow dal 1974			
Operai	9 anni, 7 mesi	6 anni, 11 mesi	8 anni, 3 mesi
Impiegati	8 anni, 11 mesi	12 anni, 10 mesi	10 anni, 10 mesi
Middle managers	n.a.	11 anni, 5 mesi	11 anni, 5 mesi
Senior managers	n.a.	32 anni, 8 mesi	32 anni, 8 mesi
IRLANDA: Cork dal 1975			
Operai	11 anni, 7 mesi	9 anni, 11 mesi	10 anni, 6 mesi
Impiegati	9 anni, 3 mesi	15 anni, 3 mesi	12 anni, 11 mesi
Middle managers	12 anni, 10 mesi	29 anni, 9 mesi	25 anni, 6 mesi
Senior managers	n.a.	32 anni, 11 mesi	32 anni, 11 mesi
ECUADOR: Quito dal 1975			
Operai	8 anni, 9 mesi	4 anni, 10 mesi	6 anni, 11 mesi
Impiegati	8 anni, 5 mesi	6 anni, 9 mesi	7 anni, 7 mesi
Middle managers	21 anni, 9 mesi	15 anni, 0 mesi	16 anni, 11 mesi
Senior managers	n.a.	39 anni, 1 mese	39 anni, 1 mese
BELGIO: Arlon dal 1989			
Operai	9 anni, 7 mesi	12 anni, 4 mesi	10 anni, 11 mesi
Impiegati	19 anni, 0 mesi	16 anni, 5 mesi	17 anni, 10 mesi
Middle managers	14 anni, 5 mese	23 anni, 8 mesi	22 anni, 3 mesi
Senior managers	n.a.	9 anni, 1 mese	9 anni, 1 mese
POLONIA: Belsk Duży dal 1992			
Operai	4 anni, 3 mesi	6 anni, 12 mesi	5 anni, 9 mesi
Impiegati	9 anni, 6 mesi	9 anni, 3 mesi	9 anni, 4 mesi
Middle managers	18 anni, 6 mesi	18 anni, 2 mesi	18 anni, 2 mesi
Senior managers	n.a.	17 anni, 11 mesi	17 anni, 11 mesi
ARGENTINA: La Pastora dal 1992			
Operai	9 anni, 3 mesi	9 anni, 4 mesi	9 anni, 4 mesi
Impiegati	11 anni, 2 mesi	14 anni, 8 mesi	13 anni, 5 mesi
Middle managers	15 anni, 5 mesi	13 anni, 6 mesi	14 anni, 1 mese
Senior managers	n.a.	n.a.	n.a.
BRASILE: Poços de Caldas 1994			
Operai	3 anni, 8 mesi	3 anni, 0 mesi	3 anni, 5 mesi
Impiegati	6 anni, 6 mesi	6 anni, 4 mesi	6 anni, 5 mesi
Middle managers	n.a.	10 anni, 8 mesi	10 anni, 8 mesi
Senior managers	n.a.	19 anni, 8 mesi	19 anni, 8 mesi
CANADA: Brantford dal 2006			
Operai	3 anni, 11 mesi	3 anni, 3 mesi	3 anni, 6 mesi
Impiegati	6 anni, 2 mesi	6 anni, 10 mesi	6 anni, 6 mesi
Middle managers	9 anni, 10 mesi	16 anni, 8 mesi	16 anni, 0 mesi
Senior managers	10 anni, 6 mesi	21 anni, 3 mesi	17 anni, 8 mesi

INQUADRAMENTO	ANZIANITÀ MEDIA NEL GRUPPO FERRERO (ANNI, MESI)		
	DONNE	UOMINI	TOTALE
CAMERUN: Yaoundé dal 2006			
Operai	4 anni, 1 mese	2 anni, 0 mesi	3 anni, 5 mese
Impiegati	3 anni, 8 mesi	4 anni, 2 mesi	4 anni, 0 mesi
<i>Middle managers</i>	9 anni, 7 mesi	2 anni, 5 mesi	6 anni, 0 mesi
<i>Senior managers</i>	n.a.	n.a.	n.a.
INDIA: Baramati dal 2007			
Operai	7 anni, 3 mesi	5 anni, 9 mesi	6 anni, 5 mesi
Impiegati	3 anni, 10 mesi	2 anni, 5 mesi	2 anni, 7 mesi
<i>Middle managers</i>	n.a.	6 anni, 8 mesi	6 anni, 8 mesi
<i>Senior managers</i>	n.a.	13 anni, 7 mesi	13 anni, 7 mesi
SUDAFRICA: Walkerville dal 2007			
Operai	5 anni, 3 mesi	3 anni, 8 mesi	4 anni, 11 mesi
Impiegati	3 anni, 9 mesi	3 anni, 3 mesi	3 anni, 5 mesi
<i>Middle managers</i>	2 anni, 8 mesi	7 anni, 11 mesi	6 anni, 5 mesi
<i>Senior managers</i>	n.a.	42 anni, 9 mesi	42 anni, 9 mesi
RUSSIA: Vladimir dal 2009			
Operai	2 anni, 10 mesi	3 anni, 6 mesi	3 anni, 3 mesi
Impiegati	4 anni, 8 mesi	4 anni, 12 mesi	4 anni, 10 mesi
<i>Middle managers</i>	5 anni, 4 mesi	12 anni, 10 mesi	8 anni, 7 mesi
<i>Senior managers</i>	n.a.	8 anni, 12 mesi	8 anni, 12 mesi
MESSICO: San José Iturbide dal 2013			
Operai	0 anni, 11 mesi	0 anni, 11 mesi	0 anni, 11 mesi
Impiegati	2 anni, 10 mesi	2 anni, 12 mesi	2 anni, 11 mesi
<i>Middle managers</i>	3 anni, 4 mesi	4 anni, 2 mesi	4 anni, 0 mesi
<i>Senior managers</i>	n.a.	36 anni, 2 mesi	36 anni, 2 mesi
TURCHIA: Manisa dal 2013			
Operai	2 anni, 3 mesi	1 anno, 10 mesi	2 anni, 0 mesi
Impiegati	3 anni, 1 mese	2 anni, 11 mesi	3 anni, 0 mesi
<i>Middle managers</i>	3 anni, 3 mesi	23 anni, 4 mesi	16 anni, 8 mesi
<i>Senior managers</i>	n.a.	38 anni, 6 mesi	38 anni, 6 mesi

PEOPLE SATISFACTION SURVEY

Nel 2015, il Gruppo ha condotto il suo primo sondaggio esaustivo di soddisfazione del personale, in collaborazione con *Great Place to Work Institute*® (GPTW), organizzazione nota in tutto il Mondo che assiste le aziende nella valutazione dei risultati rispetto a indici nazionali e internazionali. Il sondaggio relativo alla soddisfazione del personale è stato condotto secondo la metodologia GPTW® su oltre 20.000 dipendenti in tutto il Mondo. Le domande dell'indagine erano volte a fornire un quadro aggiornato sul livello medio di soddisfazione dei dipendenti.

Dai risultati emerge la percezione che i dipendenti di Ferrero siano molto orgogliosi dell'immagine dell'azienda, dei suoi prodotti e dei risultati conseguiti; inoltre provano un senso di appartenenza e soddisfazione per il proprio lavoro, i colleghi e il Gruppo.

Oltre a ciò, riconoscono positivamente il contributo del Gruppo Ferrero alle comunità locali tramite le proprie attività e iniziative di responsabilità sociale.

Nel contempo, Ferrero si impegna a migliorare le modalità e i canali di comunicazione con i propri dipendenti, a offrire maggiori opportunità di formazione e a rafforzare la solidità del proprio *management*.

Partendo dai propri punti di forza e affrontando le aree di miglioramento, il Gruppo intende compiere degli importanti passi in avanti al fine di migliorare l'ambiente di lavoro per tutti i propri dipendenti. Il Gruppo, cosciente del lungo percorso da percorrere e sostenuto dal forte impegno del *Top Management*, definirà le aree di miglioramento ed elaborerà un solido piano d'azione per ogni area. Questo avrà come obiettivo sia il conseguimento di risultati immediati che la definizione di una progettualità a medio e lungo termine.

Il *Top Management* sarà direttamente responsabile sia del miglioramento delle prestazioni dell'organizzazione che del livello di soddisfazione dei dipendenti. Il 2016 sarà dedicato all'implementazione dei piani di azione sui punti di forza e sulle aree di miglioramento emersi dal sondaggio.



PROSSIMI PASSI ENTRO IL 2020

L'obiettivo del Gruppo Ferrero è aumentare la propria competitività e il proprio *employee branding* facendo leva sull'eterogeneità del proprio personale come principale risorsa aziendale. Il Gruppo, a tal proposito, si impegna a garantire a livello globale, mediante la funzione Risorse Umane, l'implementazione di politiche per le pari opportunità. Ciò porterà alla definizione di un completo insieme di competenze oltre che alla giusta valorizzazione del contributo di ciascun dipendente.

A tal fine, il Gruppo ha sviluppato nuovi obiettivi specifici per il 2020:

- aumento del 5% di donne in posizioni manageriali (*senior manager*) rispetto al 31 agosto 2015;
- avvio di *partnership* con scuole di economia per sviluppare programmi specifici per le donne *manager*, a partire dall'anno 2016/2017;
- *Ferrero University*: sviluppo di attività di formazione sulla "Mentalità globale e Diversità" per migliorare la conoscenza e la sensibilizzazione su questo argomento a tutti i livelli dell'organizzazione, a partire dall'esercizio 2016/2017.

In continuità con i progetti già avviati e secondo gli obiettivi fissati nel precedente rapporto CSR, opereremo in particolare nei seguenti ambiti:

- nell'ottica di favorire le pari opportunità a tutti i livelli dell'organizzazione, verranno ulteriormente sviluppati gli **strumenti di performance evaluation** e perfezionate le **policy di salary review**, che definiscono le priorità degli interventi sulla base sia della *performance* che del posizionamento individuale sul mercato di riferimento;
- rafforzamento e sviluppo della professionalità dei collaboratori che proteggono e gestiscono il *know how* e gli *asset* aziendali, in molteplici ambiti: industriale, commerciale, attività e strumenti di supporto all'innovazione e al *business*. A tal fine saranno **potenziati i percorsi di formazione delle Ferrero Know-How Academy**;
- prosecuzione dei progetti già in essere per l'**inserimento lavorativo dei giovani**: sono in essere numerose iniziative a livello di singolo Paese, quali progetti di alternanza scuola-lavoro, giornate di orientamento, borse di studio, *internship* che verranno ulteriormente sviluppate;
- 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.

L'IMPEGNO DI FERRERO POLSKA

Anno 2015 – Preparazione alla realizzazione del progetto "Live healthy with Ferrero"

La preparazione del progetto si è basata sulla convinzione che la salute dei dipendenti è un valore importante per l'azienda. Pensando a quelli che sono considerati generalmente i cardini della salute (cioè benessere fisico, alimentazione equilibrata, sicurezza, attività fisica e mentale), sono state organizzate diverse attività "pilota":

seminari su come prevenire il mal di schiena; seminari sulla gestione dello stress; corsi di base di pronto soccorso; consulenze di nutrizionisti con esami del sangue, controllo della pressione, colesterolo e glicemia). Il logo e lo slogan del programma "LIVE HEALTHY WITH FERRERO" hanno voluto stimolare l'interesse dei dipendenti. La comunicazione è stata condotta per e-mail (da un indirizzo e-mail dedicato: live_healthy@ferrero.com), mediante



poster ed espositori pubblicitari. Dopo queste attività "pilota", è stato condotto un sondaggio fra i dipendenti per valutare il loro interesse al programma. I risultati dell'inchiesta sono serviti come base per decidere sull'opportunità di continuare il progetto.

Le tappe del progetto

Il programma è stato presentato ai *manager* e sponsorizzato dal direttore generale. Tutti i dipendenti sono stati informati dell'iniziativa e i volontari si sono registrati alle riunioni individuali. Tutte le attività si sono svolte durante l'orario di lavoro per un periodo di due mesi. Sono state organizzate delle giornate aperte con la partecipazione di operatori sanitari, per sensibilizzare i dipendenti sulle misure adottate dall'azienda per la tutela della loro salute e sull'importanza di prendersi cura della salute non solo quando è necessario, cioè quando si è ammalati, ma come forma di prevenzione. Inoltre, i dipendenti hanno ricevuto una valutazione ergonomica del posto di lavoro condotta da uno specialista, e ricevuto accessori ergonomici (poggiapolsi per mouse e tastiera, portadocumenti e poggiapiedi). I dipendenti hanno anche ricevuto

dei braccialetti *fitness* per monitorare il numero di passi effettuati, la distanza percorsa, il consumo di calorie e la qualità del sonno. Installando un'applicazione sul *computer*, riceveranno dei promemoria che ricorderanno di fare una breve pausa dal lavoro per fare *stretching* e semplici esercizi di rilassamento. Tutti questi accessori sono progettati per migliorare il *comfort* dei dipendenti e sensibilizzarli sull'importanza del movimento, ma anche del sonno, in termini di numero di ore e qualità, con l'obiettivo ultimo di godere di buona salute, il più lungo possibile.

Risultati del progetto

A conclusione della prima parte del progetto, abbiamo ricevuto commenti molto positivi dai dipendenti. La maggioranza ha affermato di essere interessata a queste tematiche e di apprezzare la possibilità di accedere alla consulenza di specialisti sul posto di lavoro. Crediamo che questo programma, oltre a prendersi cura della salute dei dipendenti, abbia un impatto positivo sull'immagine del datore di lavoro, stimoli l'impegno dei dipendenti e la loro fedeltà all'azienda. A lungo termine, ci aspettiamo una riduzione nel numero di assenze, maggiore efficienza sul lavoro e una flessione negli incidenti sul lavoro. La nuova edizione del programma prevede altri seminari, corsi di pronto soccorso per le persone che sono state coinvolte in incidenti stradali, visite con un nutrizionista e la condivisione del *database* di articoli sulla salute nella rete intranet aziendale. Inoltre, i risultati della valutazione ergonomica del posto di lavoro serviranno per migliorare la qualità dell'ambiente di lavoro in cui i nostri dipendenti operano ogni giorno (umidità, esposizione, temperatura dell'aria, ecc.). Il programma sarà elaborato tenendo presente le aspettative dei dipendenti, il tipo di attività che hanno suscitato maggiore interesse e il vero sviluppo di investimento.

L'IMPEGNO DI FERRERO GERMANIA

Di seguito è riportata una panoramica delle attività svolte da Ferrero Germania in merito alle risorse umane per contribuire agli obiettivi di responsabilità sociale d'impresa relativi all'impiego dei giovani:

1. Educazione

Tirocinio commerciale di due anni per gli studenti con laurea universitaria. La formazione si basa sulla forma di apprendistato comunemente applicata in Germania. Vi è una parte pratica in azienda: i tirocinanti sono assegnati ai vari dipartimenti dove sono seguiti da un tutor. La parte teorica si svolge nelle scuole

professionali per un periodo continuativo di diverse settimane. Questo significa che i tirocinanti dovranno frequentare la scuola per un periodo continuativo fino a 8 settimane. A metà tirocinio, è previsto un esame intermedio che dovrebbe dimostrare i progressi conseguiti fino a quel momento. Alla fine del tirocinio, vi è un esame finale, uguale in tutta la

Germania, dinanzi a una commissione della Camera dell'Industria e del Commercio. Ferrero organizza per i suoi tirocinanti un corso di preparazione all'esame finale della durata di 5 giorni.

2. Novità: "Studio doppio"

Ferrero offre ai giovani la possibilità di **fare esperienza pratica in azienda seguendo in parallelo gli studi universitari** per approfondire le conoscenze teoriche. Il lavoro in azienda è alternato agli studi presso la *Fachhochschule* (Università delle Scienze Applicate). In questo modo, la teoria acquisita può trovare un'applicazione pratica. Durante tutto il periodo di formazione, gli studenti ricevono un salario fisso dall'azienda.

3. Borse di studio

Ogni anno, l'azienda offre **3 borse di studio universitarie** (*Universität o Fachhochschule*) ai figli dei dipendenti Ferrero o a ex-tirocinanti. Le borse di studio, pagate per un periodo massimo di 9 semestri, sono elargite dalla Fondazione Ferrero che accoglie gli accademici durante un evento ufficiale.

Borse di studio scolastiche: ogni anno, l'azienda offre 2 borse di studio di un anno presso una scuola all'estero per i figli dei dipendenti di età compresa fra 14 e 17 anni.

4. Giornata dei giovani

Ferrero organizza eventi di un giorno, in cui gli studenti dai 10 ai 16 anni di età hanno la possibilità di **seguire i nostri dipendenti in una giornata di la-**

vorio tipica, per capire meglio in cosa consiste il loro ruolo. Questa iniziativa dovrebbe aiutare i giovani a scegliere il proprio percorso professionale.

5. Stage per giovani studenti

Ferrero offre ai giovani studenti la possibilità di partecipare a uno stage di due settimane durante la loro "fase di orientamento"; in questo modo, possono capire come funziona l'azienda e i suoi singoli dipartimenti e **scegliere meglio il lavoro che vorranno svolgere in futuro**. Seguiti da un mentore e integrati nel dipartimento di loro scelta, i ragazzi hanno modo di cogliere la realtà professionale del settore di loro interesse.

6. Stage per studenti più grandi

Assumiamo regolarmente tirocinanti in tutte le aree dell'azienda,

in particolare nel *marketing*, per una durata fino a 6 mesi. I tirocinanti sono scelti attraverso un accurato processo di selezione. In quanto azienda equa, i nostri tirocinanti ricevono una retribuzione adeguata e i benefit dei nostri dipendenti. Dopo un'adeguata fase di orientamento, assegniamo loro anche la responsabilità di progetti indipendenti. I tirocinanti sono seguiti da vicino e completamente formati dai responsabili di ogni dipartimento. Durante lo stage, possono visitare il nostro stabilimento di Stadallendorf per una giornata.

7. Fiere dell'educazione (HR Stadallendorf)

Partecipiamo regolarmente, con i nostri *stand*, alle **fiere dell'educazione regionali e alle giornate per i lau-**

reati presso le università. Gli studenti di tutte le età possono contattarci per ricevere informazioni chiare sulle prospettive realistiche di formazione professionale e opportunità di lavoro presso la sede di Ferrero a Stadtallendorf.

8. Presentazioni presso le università

Abbiamo creato relazioni forti con le più prestigiose università e manteniamo saldi questi nostri contatti con una duplice finalità: innanzitutto, vogliamo essere un datore di lavoro ancora più "*top of mind*" fra i giovani laureati. In secondo luogo, con queste presentazioni, vogliamo fornire agli studenti una visione realistica dei principali tipi di attività nei diversi dipartimenti della nostra azienda. In questo modo, possono scoprire **la storia e la filosofia dell'azienda e ricevere tutte le informazioni sulle reali opportunità di carriera e avanzamento.** Vogliamo coinvolgere gli studenti migliori nei nostri tirocini e, idealmente, assumerli direttamente dall'università.

9. Career day

Evento regolare in cui invitiamo studenti selezionati e presentiamo loro un'analisi realistica del **programma di formazione e della possibile carriera professionale nel Dipartimento delle Vendite.** Il *Career day* è organizzato in collaborazione con i responsabili vendite della *Business unit* e dovrebbe facilitare le decisioni dei candidati e dell'azienda.

10. Cooperazione con le iniziative degli studenti

Abbiamo avviato una collaborazione a lungo termine con Enactus, un'iniziativa studentesca internazionale che partecipa a progetti regionali, sociali ed ecologici. Cooperiamo con un *team* di studenti Enactus che soddisfa il nostro approccio di responsabilità sociale. Lavorando insieme all'implementazione sostenibile della loro idea di progetto, forniamo il nostro supporto in termini di insegnamento e risorse finanziarie. Dalla collaborazione con gli esperti Ferrero, gli studenti acquisiscono esperienza nella gestione dei progetti e sviluppano le doti imprenditoriali. Noi, in quanto azienda, rafforziamo il nostro impegno nelle attività socialmente rilevanti e attiriamo futuri dipendenti ambiziosi che condividono la nostra cultura aziendale e i nostri valori.

11. Visite guidate agli stabilimenti per scolari e studenti

Ferrero organizza **visite guidate delle linee di produzione per gruppi selezionati di scolari o studenti,** per mostrare e spiegare le tecnologie che sono dietro i processi di fabbricazione dei nostri prodotti. Le visite sono anche concesse in premio alle organizzazioni *partner* che organizzano concorsi su domande o progetti tecnici specifici (al fine di identificare i talenti).

IL PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO

“L'idea su cui l'esperienza di Ferrero ci fa riflettere è relativa al concetto di “operatore sociale”.

Ferrero è un “imprenditore sociale”: qual è la differenza?

L'operatore sociale è chi riceve con una mano e dà con l'altra. L'imprenditore, invece, prima di tutto individua i bisogni da soddisfare e trova i modi per soddisfarli, generando le risorse, o da solo, o con il concorso di altri.

Ecco, noi abbiamo bisogno in Italia di questo metodo e di fare questo passo: trasformare i nostri operatori sociali, che hanno meriti notevolissimi, in imprenditori sociali.

L'idea del cosiddetto “imprenditore civile” è nata in Italia tra il 1300 e il 1400. L'Umanesimo, che si chiamava “umanesimo civile”, è stato il momento in cui sono nati gli imprenditori civili. Se rileggiamo la storia, troveremo che gli ospedali, le scuole, le cattedrali, vengono realizzate tutte da imprenditori: la Cattedrale di Firenze è stata creata dai lanaioli, gli imprenditori della lana.

In quanto imprenditori civili, hanno capito che non è possibile disgiungere il momento della creazione del valore economico dal momento della creazione del valore sociale. Ecco perché recuperare questo, significa parlare del nostro DNA culturale.”

Professor Stefano Zamagni, economista, già Presidente dell'Agenzia per il Terzo settore, membro ordinario della Pontificia Accademia delle Scienze Sociali

Lo spirito imprenditoriale e filantropico che ha caratterizzato Ferrero sin dalle origini è stato la fonte ispiratrice delle Imprese Sociali Ferrero, **ideate e avviate circa dieci anni fa da Michele Ferrero**, prima in Camerun e, successivamente, in Sudafrica e in India. Michele Ferrero connotò le Imprese Sociali Ferrero in modo diverso e innovativo rispetto all'accezione comunemente data di “impresa sociale”.

L'iniziativa delle Imprese Sociali Ferrero è stata ribattezzata “Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero”, proprio in memoria del Cavaliere del Lavoro Michele Ferrero, che le aveva fortemente volute e sostenute in ogni fase del loro sviluppo.

IL PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO INCLUDE IMPRESE COMMERCIALI A TUTTI GLI EFFETTI; IL LORO FINE, QUINDI, È REALIZZARE PROFITTI. NONDIMENO, ESSE AGISCONO CON UNO SPIRITO “SOCIALE” POICHÉ MIRANO A CREARE POSTI DI LAVORO NELLE AREE MENO FAVORITE DEI PAESI EMERGENTI. INOLTRE, REALIZZANO PROGETTI E INIZIATIVE DI CARATTERE SOCIALE E UMANITARIO, DESTINATI A TUTELARE LA SALUTE E LA CRESCITA EDUCATIVA E SOCIALE DEI BAMBINI E DEI RAGAZZI IN QUEI PAESI, INDIPENDENTEMENTE DAL RAGGIUNGIMENTO, O MENO, DI RISULTATI POSITIVI DI BILANCIO.

Lo spirito sociale si estende a **iniziative umanitarie** realizzate nelle aree ove il Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero opera. Queste iniziative sono indirizzate alla tutela della salute e alla crescita educativa e sociale dei bambini e dei ragazzi e si sviluppano sotto l'insegna:

PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO



Il Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero ha avviato le proprie attività produttive nel 2006 in Camerun (Yaoundé), nel 2007 in Sudafrica (Walkerville/Midvaal, Gauteng) e in India (Baramati/Pune, Maharashtra²⁶).



Camerun (Yaoundé)



Sudafrica (Walkerville/Midvaal Gauteng)



India (Baramati/Pune, Maharashtra)

26. Il Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero in India fa riferimento alle sole attività dello stabilimento di Baramati.

LA MISSIONE DEL PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO

La missione del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero si sviluppa secondo **due direttrici**:

a. La creazione di posti di lavoro

Con questo impegno, il Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero, nelle comunità in cui opera, oltre a fornire ai collaboratori un reddito che consenta di affrontare il costo della vita per sé e la loro famiglia, mira a:

- condividere con chi lavora un forte senso di dignità, offrendo la possibilità di divenire protagonisti del proprio destino;

- assicurare la formazione professionale e la capacità lavorativa;
- alimentare una moderna cultura del lavoro industriale.

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 a sostegno dello sviluppo economico e del benessere di tutta la comunità locale.



b. La realizzazione di progetti e iniziative di carattere sociale e umanitario

Per il raggiungimento di quest'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 istituzioni locali, avvalendosi della consulenza della Fondazione Ferrero. Ad oggi, le iniziative sociali e umanitarie su cui si è focalizzato il Progetto Imprenditoriale Michele 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.



SVILUPPO OCCUPAZIONALE E IMPATTO SOCIALE

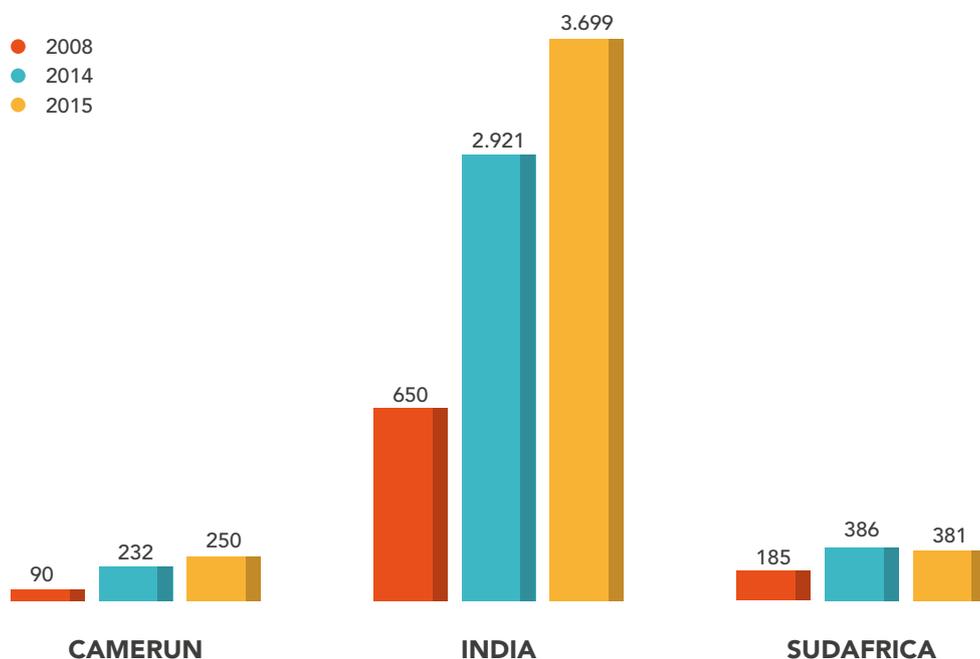
Al 31 agosto 2015, le imprese che fanno riferimento al Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero si sono avvalse della collaborazione di 4.330 persone²⁷, pari a circa l'11% del totale dei collaboratori del Gruppo.

Alla stessa data, i collaboratori che hanno lavorato nei singoli stabilimenti sono stati: 250 in Camerun, 3.699 in India e 381 in Sudafrica.

Lo stabilimento produttivo in India si è portato al terzo posto per capacità di assorbimento della forza lavoro, sul totale dei 20 stabilimenti produttivi dell'intero Gruppo Ferrero.

27. Il dato comprende i collaboratori esterni Ferrero, tra cui i lavoratori interinali, gli agenti di vendita, gli stage formativi e altri rapporti di collaborazione diretta, con esclusione dei contratti di servizi.

**LIVELLI OCCUPAZIONALI DEL PROGETTO IMPRENDITORIALE
MICHELE FERRERO AL 31 AGOSTO**

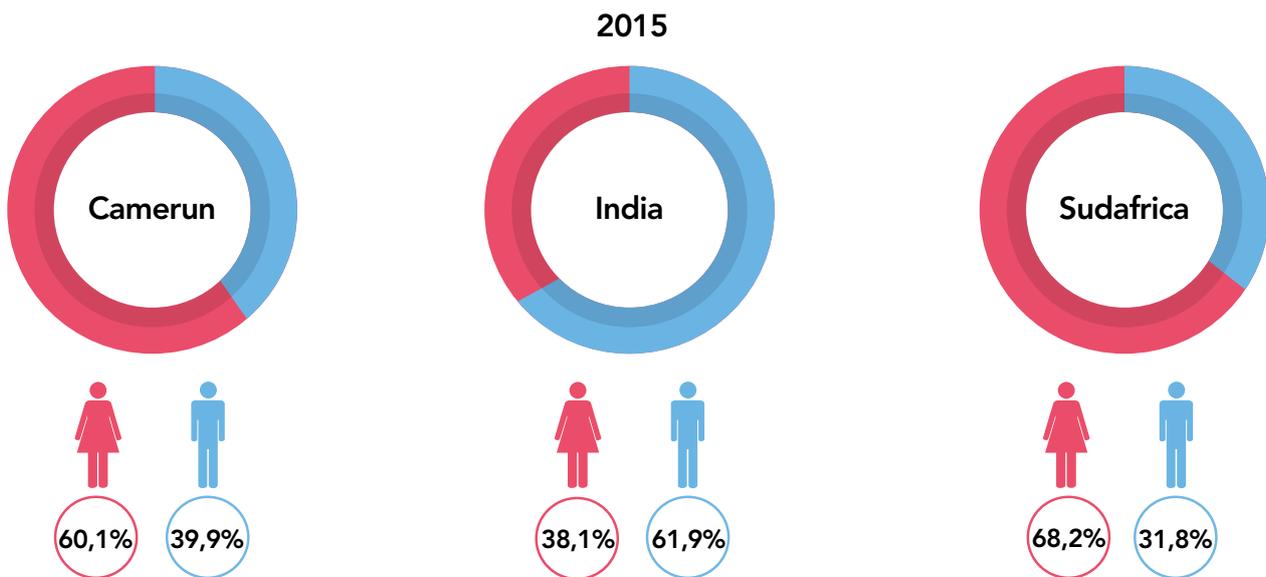
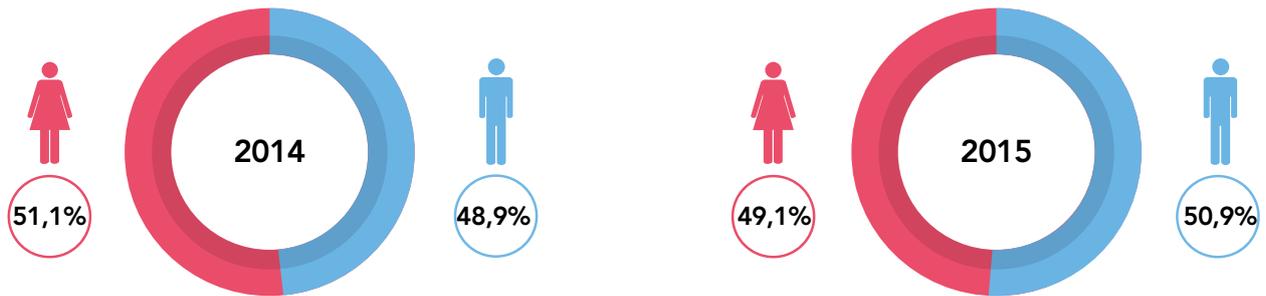


L'incremento del livello occupazionale dello stabilimento in India, nel 2014/2015, è dovuto a un potenziamento della capacità produttiva. Ai lavoratori direttamente impiegati nell'industria dolciaria ne corrispondono almeno altrettanti nell'indotto (nell'approvvigionamento delle materie prime, degli imballaggi, nei servizi logistici): ciò contribuisce a innescare un **sistema virtuoso, che favorisce le condizioni per uno sviluppo sostenibile** all'interno delle comunità in cui il Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero opera.



La percentuale di forza lavoro femminile assorbita dal Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero continua a essere predominante in Sudafrica e in Camerun. Rimane, invece, secondaria in India, per ragioni prevalentemente legate a questioni culturali, economiche e logistiche che limitano maggiormente la mobilità della donna indiana.

**OCCUPAZIONE FEMMINILE DEI DIPENDENTI DIRETTI
DEL PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO AL 31 AGOSTO**



Inoltre, sin dalla sua creazione, l'intento sociale del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero si è esteso all'identificazione e realizzazione di iniziative e opere d'interesse per la comunità locale in cui opera.

Tali iniziative e opere sono state indirizzate alla tutela della salute e alla crescita educativa e sociale dei bambini e dei ragazzi e sono state implementate in stretta collaborazione con la Fondazione Ferrero e le autorità istituzionali locali.

Per una più ampia descrizione delle iniziative e opere sociali realizzate negli scorsi anni, si rinvia ai precedenti rapporti CSR, consultabili sul sito www.ferrerocsr.com.

Kindergarten Pietro Ferrero

Il *Kindergarten* Pietro Ferrero, inaugurato a Baramati il 14 novembre 2014, con una superficie coperta di circa 1.000 m², è costituito da 2 locali per la zona nido, destinata a bambini al di sotto dei 2 anni, 4 locali per bambini dai 2 ai 5 anni, una cucina, un'infermeria, numerosi servizi igienici, magazzini e uffici del personale. Il *Kindergarten* Pietro Ferrero opera su tre turni in modo tale da consentire al personale femminile dello stabilimento di accompagnarvi i propri figli, nel rispetto dei propri turni lavorativi oltre che per far fronte alle esigenze delle famiglie delle comunità locali.

Ad agosto 2015, la struttura contava una frequenza media di 94 bambini assistiti da uno *staff* di 31 persone tra insegnanti e assistenti all'infanzia, oltre al personale addetto alla cucina, alla sicurezza e alle pulizie.

Durante questo primo periodo di attività sono stati ottenuti ottimi riscontri dalla comunità locale. La maggior parte dei genitori è soddisfatta dei progressi fatti dai propri bambini da quando frequentano il *Kindergarten* Pietro Ferrero.

In particolare, sono stati riconosciuti dei miglioramenti riconducibili all'alimentazione dei bambini, basata sulle loro specifiche esigenze nutrizionali, all'assistenza medica e pediatrica a loro fornita oltre che alla qualità delle attività educative e ricreative svolte nel *Kindergarten* Pietro Ferrero.

Inoltre, oltre ai periodici incontri con i genitori presso il *Kindergarten* in cui è condiviso il piano educativo, mensilmente è inviata una *newsletter* personalizzata per ogni bambino contenente una breve descrizione delle attività educative, sia in inglese che in lingua *marathi*, in modo che i genitori possano ripetere e completare queste attività con i loro figli anche a casa.



SVILUPPO DELLE ATTIVITÀ INDUSTRIALI: IMPATTO LOCALE E RILEVANZA ALL'INTERNO DEL GRUPPO

LE ATTIVITÀ PRODUTTIVE DEL PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO SONO PARTICOLARMENTE INCENTRATE SULLA REALIZZAZIONE DEI PRODOTTI DELLA LINEA KINDER®. LA LINEA KINDER®, ORMAI CONOSCIUTA IN TUTTO IL MONDO, SI SVILUPPA IN UNA SERIE DI PRODOTTI AVENTI UNA MISSIONE COMUNE: CONTRIBUIRE A UNA CRESCITA GIOIOSA DI BAMBINI E RAGAZZI PER UN SANO SVILUPPO EMOTIVO E COGNITIVO E COSTRUIRE UN RAPPORTO DI FIDUCIA CON I GENITORI, GRAZIE A QUALITÀ, CURA DELLE RICETTE E PORZIONI SU MISURA.

Le modalità operative impiegate nei centri produttivi del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero sono:

- **tecnologicamente innovative e automatizzate** per la parte alimentare del prodotto, al fine di assicurare la stessa qualità e sicurezza dei prodotti realizzati nel resto del Mondo;
- **manuali** per la realizzazione delle componenti non alimentari, soprattutto nella produzione del KINDER® Joy, conosciuto in Italia come KINDER® Merendero, e per altre attività accessorie, al fine di offrire lavoro al massimo numero di persone.

In particolare, in tutti e tre gli stabilimenti del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero, 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.

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 2014/2015, il 67% delle materie prime agricole impiegate dagli stabilimenti del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero è stato acquistato da produttori locali, segnando un calo rispetto allo scorso anno.

Con riferimento alle materie prime, l'approvvigionamento in loco permette d'incrementare la creazione di posti di lavoro nell'indotto. Con particolare riferimento al **Camerun**, la scelta di trasformare lo stabilimento sempre più in un **centro per la ricerca e la sperimentazione di materie prime, nonché per la produzione di semilavorati**, permetterà di rafforzare la bilancia commerciale del Paese, grazie al valore aggiunto rappresentato dalle esportazioni degli stessi.



“Learn and Earn” in India

Il progetto *Learn and Earn* è un **apprendistato tecnico dedicato agli studenti di Food Technology**. Il programma prevede sia formazione a livello teorico in aula che formazione pratica in stabilimento. Questa iniziativa, realizzata in collaborazione con il locale *Yashaswi Institute of Technology*, è patrocinata dal Ministero dell'Educatione indiano oltre che dal *Maharashtra State Board of Technical Education (MSBTE)*.

Al 31 agosto 2015, **il progetto ha coinvolto circa 190 studenti**, cui Ferrero, oltre alla retribuzione, offre una copertura assicurativa e il pagamento delle tasse universitarie.

L'obiettivo di Ferrero in India è incrementare il numero di partecipanti al progetto, per consentire agli studenti della vicina zona rurale di completare il loro percorso di studi con un'istruzione tecnica. Inoltre, sulla base del loro rendimento durante l'apprendistato, a seguito del completamento del ciclo di studi **gli studenti possono essere integrati nell'organico Ferrero**, secondo le esigenze organizzative.

PROSSIMI PASSI

Nel corso dell'incontro “Sviluppo sostenibile e Imprese Sociali Ferrero”, tenutosi nella cornice di Expo Milano 2015, si è celebrato l'impegno del Gruppo Ferrero in questa iniziativa che è tra le più significative attraverso cui si manifesta la responsabilità sociale del Gruppo.

L'evento è stato inoltre l'occasione per annunciare che **alcune delle strutture utilizzate per le installazioni di Ferrero a Expo 2015 saranno riutilizzate in due Paesi del continente africano, continuando così a creare valore, anche dopo l'esposizione universale.**

In Sudafrica saranno riassemblate nei pressi dello stabilimento di Walkerville per diventare un ambulatorio pediatrico a disposizione sia dei figli delle persone impiegate nello stabilimento che dei bambini della comunità locale. Inoltre tale struttura contribuirà a migliorare le prestazioni sanitarie attualmente offerte ai dipendenti.



In Camerun diventeranno aule scolastiche che ospiteranno bambini e ragazzi presso il campo profughi di Gado-Badzere nel sud est del Paese, al confine con la Repubblica del Centrafrica. Tale iniziativa è realizzata in collaborazione con l'Alto Commissariato per i Rifugiati delle Nazioni Unite (UNHCR).



KINDER+SPORT



KINDER+SPORT, PERSONE IN MOVIMENTO

Il Gruppo Ferrero ha sempre dedicato particolare attenzione alla qualità della vita delle persone, e per questa ragione continua il suo **impegno nell'attività di promozione di stili di vita attivi rivolgendosi ai giovani e alle loro famiglie attraverso il programma globale Kinder+Sport "Joy of Moving"**.

Nel 2015 il progetto Kinder+Sport è giunto al suo decimo anno di attività, il secondo di partecipazione al programma di **responsabilità sociale del Gruppo Ferrero** che ha preso avvio a settembre 2013. La finalità del progetto è quella di incoraggiare l'attività fisica tra le giovani generazioni, ispirando bambini e ragazzi di tutto il mondo ad assumere stili di vita attivi sin da piccoli affinché diventino parte integrante della loro vita quotidiana.

KINDER+SPORT È UN PROGETTO EDUCATIVO INTERNAZIONALE CHE INTENDE DIFFONDERE LA GIOIA DI MUOVERSI NELLA VITA DI OGNI BAMBINO.

Basandosi sul principio che il futuro dei bambini è nel movimento, il programma Kinder+Sport consolida la sua attività al fine di aumentare il tempo dedicato all'attività fisica fra i giovani e il suo livello qualitativo, e lo attua seguendo una Visione, una Missione e un Obiettivo molto chiari.



IL RAFFORZAMENTO DELLA STRATEGIA NEL PERCORSO DI RESPONSABILITÀ

Consapevole che uno stile di vita attivo sia un fondamentale momento di crescita per i bambini, Kinder+Sport ha voluto rafforzare ulteriormente la propria azione continuando il proprio **percorso di responsabilità** in coerenza con gli anni passati.

Ricordiamo le **5 direttrici di responsabilità** che Kinder+Sport osserva nei diversi Paesi in cui opera:

1. Regole chiare: osserviamo precise regole e processi condivisi a livello globale per garantire coerenza di implementazione progettuale e di responsabilità. Strumenti quali il Decalogo Kinder+Sport e il *Brand book*, arricchiti nell'ultimo anno dal *PR Manual*, definiscono e regolano tutti gli aspetti del progetto con l'obiettivo di garantirne trasparenza e continuità.

2. Solide partnership: le principali attività di Kinder+Sport nascono in collaborazione con *partner* nazionali e internazionali, istituzioni e federazioni affidabili e competenti in materia di istruzione sportiva. Particolare attenzione è stata dedicata al consolidamento della *partnership* con l'**International School Sport Federation** (ISF), punto di riferimento dello sport a livello studentesco in tutto il mondo. Globalmente Kinder+Sport collabora con **4 comitati olimpici e 126 federazioni e associazioni sportive**.

3. Approccio educativo: abbiamo posto l'educazione al centro del nostro progetto per aiutare i bambini a crescere con i valori più meritevoli dello sport e della vita, come l'onestà, l'amicizia, l'integrazione e

la fiducia negli altri. In occasione di Expo Milano 2015, insieme ai *partner* CONI e MIUR, è stato presentato l'innovativo metodo **Joy of Moving**, un processo di alfabetizzazione motoria per i bambini che parte dal gioco, ed è stato presentato il "**Manifesto**", che racchiude e valorizza i principi del programma Kinder+Sport e ne ha permesso la diffusione globale attraverso oltre 86.000 firme, tra cui autorevoli rappresentanti del mondo delle istituzioni e dello sport.

4. Sviluppo "glocal": la diffusione del programma nei vari Paesi, ciascuno secondo le sue peculiarità e tradizioni, va di pari passo con un approccio globale coerente agli indirizzi fondanti del programma.

5. Misurabilità: viene adottato un articolato programma di monitoraggio a livello globale al fine di valutare costantemente i risultati raggiunti dal progetto.

Il programma Kinder+Sport continua a incoraggiare la promozione responsabile del movimento anche internamente all'azienda, influenzando la cultura aziendale e coinvolgendo i dipendenti per invitarli a diventare parte attiva del cambiamento e del miglioramento non solo della propria vita, ma anche di quella delle proprie famiglie. La vocazione internazionale del programma Kinder+Sport è stata declinata nelle iniziative per i dipendenti che hanno visto coinvolte, tra le altre, Francia, Gran Bretagna e Argentina.

I RISULTATI GLOBALI 2014/2015

I risultati raggiunti evidenziano un sensibile progresso in coerenza con gli obiettivi del progetto, che si confermano essere, entro il 2017/2018, di:

- **accrescere la presenza del programma a 30 Paesi nel Mondo;**
- **muovere 5 milioni di bambini all'anno.**

Considerato il successo riscontrato dai risultati della ricerca alla base del metodo *Joy of Moving* si è deciso di perfezionare la definizione del terzo obiettivo che diventa quindi:

- **attivare in almeno 5 Paesi 1 programma educativo legato al metodo *Joy of Moving*.**

Nel corso dell'ultimo anno:

- sono stati coinvolti **4 nuovi Paesi** nel progetto;
- il **numero di bambini mossi continua a crescere** con una particolare attenzione alla qualità dell'attività proposta;
- le **associazioni e le federazioni partner** del programma sono aumentate del 40%, inclusa la collaborazione con un nuovo comitato olimpico, il **Netherlands Olympic Committee * Netherlands Sports Confederations** (NOC*NSF) che ha dato l'opportunità a Kinder+Sport di partecipare alla *Dutch Week of Sports*;
- l'**elevata varietà di discipline sportive** praticate si conferma costante a testimonianza del **carattere multidisciplinare** del progetto.

Grazie alle numerose *partnership* attivate, oggi il progetto Kinder+Sport ha raggiunto dimensioni globali e vede coinvolti **25 Paesi**: Argentina, Austria, Cina, Croazia, Danimarca, Francia, Germania, Grecia, Hong Kong, Ungheria, India, Israele, Italia, Messico, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Principato di Monaco, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Gran Bretagna, Lussemburgo.





RISULTATI 2014/2015

25 Paesi
attivi

4,1 Mio bambini
mossi*

3.105 numero
di eventi

4 comitati
olimpici

2,5 Mio kit tecnici
distribuiti

1.107 testimonial
coinvolti

271.519 mila materiali sportivi
distribuiti

23 sport
praticati

126 federazioni
e associazioni

10,6 Mio EUR investimenti

*Bambini mossi: numero di bambini che partecipano attivamente ai programmi ed eventi supportati da Kinder+Sport.



L'AREA KINDER+SPORT A EXPO MILANO 2015

Kinder+Sport ha partecipato a Expo Milano 2015 in collaborazione con importanti *partner* istituzionali quali CONI, MIUR ed Expo con un grande progetto architettonico interamente dedicato al movimento. Una superficie di 3.600 m² dove i bambini e le loro famiglie hanno avuto la possibilità di **scoprire la gioia dell'attività fisica e vivere in prima persona la Joy of Moving** attraverso diversi percorsi sviluppati in 4 aree principali:



- **Inspiring Space**, dedicato alla presentazione del progetto Kinder+Sport e dei suoi valori, per generare consapevolezza sull'importanza degli stili di vita attivi e per incoraggiare i bambini e le famiglie ad abitudini più positive.

- il **Joy of Moving Garden**, installazione innovativa ed educativa che coinvolgeva i bambini con giochi ludico-motori unici, studiati e sviluppati in collaborazione con l'Università di Roma "Foro Italico", con il CONI e il Ministero dell'Educazione.

- l'**Active Arena**, un'area multifunzionale dove praticare giochi di cooperazione studiati da un comitato scientifico, utili all'apprendimento di competenze di interazione importantissime per il percorso di crescita dei bambini.
- la **Relaxing Area**, uno spazio verde per rilassarsi e dove veniva illustrato il progetto di "Restituzione" che vedrà tutte le strutture primarie continuare a generare valore anche dopo l'esposizione universale.



Il principio ispiratore alla base delle proposte educative dell'intero percorso ludico-motorio è stato il **metodo Joy of Moving** (che sarà approfondito in seguito), che Kinder+Sport ha messo a punto con autorevoli *partner* istituzionali esperti dell'età evolutiva a seguito di un progetto di ricerca triennale avviato nel 2012.



L'esperienza di Kinder+Sport a Expo è stato un volano relazionale, nazionale e internazionale, molto efficace, a partire dal consolidamento della *partnership* con il CONI e il MIUR

che hanno partecipato fattivamente al progetto, il primo fornendo oltre 100 *trainer* e tirocinanti di educazione motoria, il secondo invitando le scuole e gli insegnanti al padiglione.

LE FINALITÀ DELLA PRESENZA A EXPO MILANO 2015 SONO STATE LE SEGUENTI:

- **PROMUOVERE IL PROGETTO KINDER+SPORT A LIVELLO INTERNAZIONALE PER SENSIBILIZZARE L'OPINIONE PUBBLICA SULL'IMPORTANZA DEGLI STILI DI VITA ATTIVI.**
- **PRESENTARE IL METODO JOY OF MOVING COINVOLGENDO ATTIVAMENTE I VISITATORI E LE SCUOLE NELL'ESPERIENZA LUDICO-MOTORIA PREDISPOSTA NEL PADIGLIONE.**
- **RAFFORZARE LA PROPRIA PRESENZA INTERNAZIONALE GRAZIE AI CONTATTI CON I PAESI PARTECIPANTI E CON I RAPPRESENTANTI DI GOVERNI E ISTITUZIONI ALLO SCOPO DI FAVORIRE NUOVE PARTNERSHIP E COLLABORAZIONI.**

L'area Kinder+Sport ha ottenuto durante i 6 mesi di Expo risultati molto importanti e significativi sul piano numerico, ma anche qualitativo: **230.000 visitatori** di cui ben **110.000 bambini**, oltre **50.000 famiglie** e **2.000 classi** della scuola primaria e secondaria. Un risultato di grande rilievo, considerando che le visite richiedevano un accompagnamento guidato nelle diverse fasi del percorso, che è stato curato con costanza e dedizione dal personale qualificato del CONI e del Village+Sport di Alba.





Sono stati ospitati **59 eventi** legati alla "gioia del movimento", promosse **10 differenti discipline sportive** grazie al contributo di oltre 100 istruttori del CONI e più di 150 atleti e *ambassador* Kinder+Sport. Il programma di appuntamenti è stato pensato per raccontare e fare vivere ai bambini e alle famiglie il progetto Kinder+Sport così come viene vissuto nei vari Paesi del Mondo, mettendo in luce le diverse sfumature e sfaccettature dei valori dello sport. Infatti, molti degli eventi sportivi che hanno animato ogni giorno l'area sono nati in collaborazione con le *Business unit* delle numerose nazioni nelle quali il Gruppo Ferrero è presente: il calcetto con l'**Italia**, la **Cina**, la **Turchia**, la **Serbia**, il **Belgio** e l'**Olanda**, la **Basketball Academy** dalla **Germania** e la partita di *minibasket* della **Francia**, il *badminton* con l'**India**, la danza tradizionale della **Russia**, il triangolare di pallavolo tra **Italia**, **Spagna** e **Portogallo**, il *minivolley* e la vela della **Polonia** e dell'**Italia**, la **Svezia** e la **Danimarca** con la pallamano, **Inghilterra** e **Irlanda** con il progetto **Move and Learn** sino ai **Mini Joy of Moving Games** degli **Emirati Arabi Uniti**, la gara di atletica del **Principato di Monaco** e il progetto Comunità ricreative del **Messico**.

In occasione della partecipazione a Expo, Kinder+Sport ha inoltre presentato il **Manifesto "Joy of Moving"**, che racchiude i principi cardine del progetto ed è stato firmato da oltre **86.000 persone**, tra cui importanti rappresentanti del mondo delle istituzioni e dello sport, ma anche e soprattutto dalle famiglie che hanno visitato l'area durante i sei mesi dell'esposizione universale.

L'ESPERIENZA DI KINDER+SPORT @ EXPO VISSUTA DALLE PERSONE COINVOLTE



Stefania Giannini - Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca - estratto del comunicato dell'11 dicembre 2015 durante la sigla del Protocollo di intesa.

"Insieme abbiamo realizzato un'iniziativa meravigliosa e oggi apriamo idealmente un altro padiglione, un padiglione virtuale, affinché fin dai banchi di scuola i nostri ragazzi, cittadini di domani, siano educati ai corretti stili di vita. Potremo così proseguire il lavoro iniziato a Expo insieme al CONI e a Ferrero, con l'obiettivo di portare nel mondo il valore dell'educazione alla salute."



Giovanni Malagò - Presidente del CONI - estratto dell'intervista del 4 maggio 2015 durante l'inaugurazione dell'area Kinder+Sport - Expo Milano 2015.

"Un padiglione in cui si respirano sport, solidarietà, valori. Qui ci sentiamo a casa: ci sono i nostri atleti, i nostri testimonial, i nostri volontari. Il perfetto abbinamento fra lo sport e questa straordinaria azienda ci rende attori alla pari in una grande cornice. Per questo voglio ringraziare la famiglia Ferrero."



Claude Scheuer - Presidente della European Physical Education Association (EUPEA).

"Come presidente di un'associazione europea che promuove l'educazione fisica e lo sport nelle scuole e si adopera per una gioventù attiva in generale, è fantastico vedere l'impegno di una grande multinazionale privata che vuole stimolare i bambini ad adottare uno stile di vita attivo, facendone un principio di responsabilità sociale. Ma non solo: questa iniziativa enfatizza anche l'esperienza del "Joy of Moving" insieme agli altri. Sono rimasto molto compiaciuto nel vedere l'entusiasmo dei bambini di tutto il mondo che hanno partecipato alle simpatiche attività organizzate dal padiglione Kinder+Sport presso Expo Milano 2015. Anche mia figlia di 9 anni ha avuto modo di sperimentare i giochi e le sfide esilaranti insieme ai bambini di altri Paesi."



Roberto Baggio - Campione sportivo e Ambasciatore FAO - estratto dell'intervista del 16 ottobre 2015 durante la visita a Expo.

"I bambini sono il nostro futuro. Il mondo dello sport è ricco di tanti valori importanti, ma il più importante di tutti è l'umiltà. E ai più giovani bisogna trasmetterla perché è da lì che parte la creazione del valore. La vita è una sfida infinita, a ogni età."



Sabine Lohr - PR+ Consumer Service, Ferrero Germania.

"Per noi, Expo Milano è stata un'opportunità per presentare il programma nazionale Kinder+Sport a un pubblico internazionale, cosa che ha sottolineato l'aspetto globale dell'iniziativa. Nell'area Kinder+Sport a Expo Milano 2015, una cosa è emersa chiara e lampante: lo sport unisce e con il suo "linguaggio" sa creare una coesione immediata fra i bambini. Il progetto Expo ha rafforzato il successo della nostra iniziativa Kinder+Sport che, oltre a incoraggiare uno stile di vita attivo, promuove altri valori importanti, come l'integrazione e la cooperazione."



Thomas Laux - Marketing Kinder, Ferrero Germania.

"La nostra divisione in Germania sostiene con forza il concetto di un programma Kinder+Sport globale: è importante motivare i bambini a uno stile di vita attivo. In Germania abbiamo due programmi a questo proposito: lo Sports Badge Tour nell'atletica e la Kinder+Sport Basketball Academy. Quest'ultima è stata il nostro contributo a Expo. È stato molto gratificante vedere che il nostro programma ha attirato l'interesse di moltissimi giovani visitatori di Expo, ragazzi e ragazze, debuttanti ed esperti. Expo ci ha fatto capire ancora una volta l'importanza di offrire opzioni di attività fisica ai bambini per trasmettere loro la gioia del movimento."



Diego Latora - istruttore Village+Sport Alba.

"Expo è stato sicuramente un periodo ricco di esperienze e occasioni di crescita sia a livello professionale, sia a livello umano. In qualità di istruttori, il nostro compito era focalizzato nel "creare" momenti di gioco, in cui ogni gruppo di partecipanti aveva la possibilità di "vivere" in prima persona la metodologia "Joy of Moving", dove risaltavano spontaneità, gioia e divertimento, lasciando così un ricordo forte di questa esperienza. Il nostro ruolo diventa cruciale, perché interveniamo su una fascia di età in pieno sviluppo, che ha bisogno di coinvolgimento e di motivazione per intraprendere un percorso di maturazione, caratterizzato dagli aspetti positivi, formativi e benefici dello sport."



Noemi Messinese - Docente di scuola primaria "V. Bachelet" - Monza, Responsabile della Progettualità del plesso.

"Ho scelto di accompagnare la classe a Kinder+Sport nel corso di Expo perché ho avuto modo di conoscere la struttura durante il periodo trascorso come volontaria. Quando ho portato la mia classe, gli educatori sportivi sono riusciti sempre a coinvolgere tutti i bambini, a stupirli con richieste di prestazioni gradualmente ma molto innovative. L'attenzione verso gli alunni diversamente abili è stato il valore aggiunto all'esperienza, perché si sono sentiti perfettamente integrati nella richiesta sportiva."

L'EREDITÀ DI KINDER+SPORT A EXPO

La gioia che nasce dal movimento, l'educazione dei giovani a stili di vita attivi e alla pratica dell'attività fisica: questa è la grande **eredità** che **Ferrero, MIUR e CONI** hanno costruito grazie all'esperienza di **Kinder+Sport a Expo Milano 2015**.

Come già anticipato, il fulcro attorno al quale ha preso vita l'intero progetto dell'area Kinder+Sport a Expo Milano 2015 è il **metodo Joy of Moving** che rappresenta concretamente il capitale di conoscenze e strumenti educativi sui quali si fonda l'eredità immateriale di questa grande esperienza.

Questo innovativo metodo educativo, basato sul gioco e sul movimento e orientato allo sviluppo a tutto tondo del bambino, si fonda su precisi obiettivi di crescita per promuovere lo sviluppo motorio, cognitivo e sociale dei nostri bambini, per accrescere le loro abilità di vita. La metodologia *Joy of Moving* ha un approccio educativo unico, pensato per contribuire a crescere i cittadini attivi di domani, competenti, autonomi e capaci di relazioni costruttive.

È il risultato di un **progetto di ricerca** condotto dall'Università del Foro Italico di Roma, in *partnership* con il

CONI Piemonte, il MIUR Piemonte, il Comune di Alba, la Regione Piemonte e Soremartec, società di ricerca e sviluppo del Gruppo Ferrero. Avviato nel 2012, ha coinvolto **per 3 anni oltre 1.000 bambini** delle scuole dell'infanzia e primaria che hanno avuto l'opportunità di svolgere attività ludico-motorie mirate nel **Village+Sport di Alba**, sotto la guida di 18 laureati in Scienze motorie adeguatamente formati da un comitato scientifico di esperti. Quest'ultimo ha valutato il metodo *Joy of Moving* come un modello educativo sportivo assolutamente innovativo e in grado di portare una evoluzione importante nel mondo dell'educazione attraverso lo sport.

L'esperienza della ricerca è ora confluita all'interno del manuale di didattica delle attività motorie per bambini **"Joy of Moving. Movimenti & Immaginazione."** a cura di Caterina Pesce, Rosalba Marchetti, Anna Motta e Mario Bellucci. L'opera si propone come strumento a disposizione di attori istituzionali, sportivi e privati, ed è disponibile per la condivisione e applicazione a livello internazionale in sinergia con i vari *partner* istituzionali e privati.



“ Il progetto *Joy of Moving* ha messo ‘in gioco’ bambini, insegnanti, genitori, ricercatori, referenti istituzionali e aziendali. Abbiamo prodotto evidenze scientifiche, indispensabili per dare credibilità a questo metodo di sviluppo olistico del bambino attraverso i giochi di movimento. Ma il successo vero sarà se il progetto avrà messo radici dentro e fuori di noi, se avrà innescato un’epidemia di gioia di muoversi. Expo Milano 2015 è stato il suo primo trampolino di lancio internazionale: perché il nostro metodo innovativo è nato nella realtà locale dove ha le sue origini la Ferrero, per poi diffondersi e andare lontano. ”

Caterina Pesce, curatrice del manuale e mente del metodo

I risultati della ricerca alla base del metodo Joy of Moving

1. Il nostro metodo, centrato sulla “variabilità della pratica”, stimola lo sviluppo del bambino.

Praticando i nostri giochi di movimento i bambini diventano più coordinati, ancor più se praticano anche attività all’aperto nel weekend. Perciò la nostra “ricetta” è arricchire le attività motorie a scuola con il metodo *Joy of Moving* e impegnarsi a realizzare un ambiente facilitante che supporti la naturale tendenza dei bambini a giocare attivamente. Il nostro metodo non lascia indietro i bambini in difficoltà, poiché aiuta soprattutto i bambini in condizioni di svantaggio come quelli in sovrappeso, spesso poco coordinati. Il nostro metodo fa migliorare non solo la capacità di coordinare bene i movimenti, ma anche di creare soluzioni motorie sempre nuove, perché stimola i requisiti mentali della creatività motoria, preziosi anche per gli apprendimenti scolastici. È questa la frontiera più attuale della ricerca sulle attività motorie a servizio dello sviluppo del bambino: abbiamo dimostrato che stimolando la capacità di coordinare i movimenti aiutiamo i bambini a sviluppare anche l’efficienza cognitiva e le abilità di vita personali e sociali.

2. Per garantire che il progetto continui a vivere sul territorio abbiamo valutato il processo di implementazione.

Consideriamo i risultati raggiunti non il fine ultimo del progetto stesso, ma le tappe lungo un percorso che non si conclude con essi. Vale a dire che pur puntando a ottenere risultati, ci siamo innamorati del processo e lo abbiamo sottoposto ad un’attenta valutazione. Ne sono emersi punti di forza su cui fare affidamento e punti di debolezza sui quali lavorare in futuro. I punti di forza sono la natura multisetoriale dell’implementazione del progetto e la natura interdisciplinare del progetto educativo. I punti di debolezza, in via di sviluppo, sono il coinvolgimento dei genitori e le sinergie con i settori responsabili di creare le condizioni ambientali per rendere possibile un travaso continuo fra il gioco spontaneo all’aperto, il nostro metodo educativo *Joy of Moving* a scuola e l’avviamento alla pratica sportiva, puntando alla disseminazione del “movimento intelligente” negli ambienti ricreativo, scolastico e sportivo.

3. Last, but not least...

Ci sono i tanti sorrisi dei bambini che giocano, i loro disegni fatti per esprimere le esperienze ed emozioni provate giocando, le piccole vittorie sui propri limiti grazie alla forza trainante e aggregante dei nostri giochi. È il versante del progetto non immortalato dai dati statistici, ma di cui è rimasta traccia indelebile nella mente di coloro che, essendosi messi "in gioco" in questo progetto – bambini, insegnanti, genitori, ricercatori, referenti istituzionali e aziendali – hanno vissuto in prima persona queste esperienze e le trasmetteranno per "contagio". Non possiamo che auspicare un'epidemia di gioia di muoversi.



Per dare continuità e valorizzare ulteriormente il format educativo anche in seguito alla conclusione dell'esposizione universale, il Gruppo Ferrero, il MIUR e il CONI hanno siglato a Roma, nel mese di dicembre 2015, un **Protocollo d'intesa** per promuovere lo sviluppo di buone pratiche per l'educazione ai corretti stili di vita nella scuola.



A fianco del metodo, si accompagna anche una importante eredità materiale di Expo Milano 2015 tradotta nel progetto di "**Restituzione**", che consentirà di riutilizzare al meglio i materiali e le attrezzature usate per allestire il padiglione Kinder+Sport. Tra queste destinazioni si annoverano alcune donazioni al Comune di Alba e al Village+Sport, un'infermeria pediatrica in Sudafrica, un centro didattico in Camerun.

IL MODELLO DEL VILLAGE+SPORT DI ALBA

Kinder+Sport intende operare con iniziative omogenee e uniche in tutto il Mondo attraverso format che abbiano la capacità di contribuire attivamente al cambiamento, a vantaggio della società e della crescita dei cittadini attivi di domani. Esempio di successo è la realtà del **Village+Sport** di Alba. Si tratta di un impianto sportivo di quasi 20.000 m² con 7 campi sportivi, che ospita un vero e proprio centro di ricerca per l'innovazione e la didattica in ambito motorio, organizzato con rigore e competenza da un comitato scientifico che ne decide gli indirizzi.

Il Village+Sport prepara i propri istruttori con un programma di formazione tra i più accurati e avanzati, e si propone come modello di attività educativo-motorio rivolto a tutti, in particolare ai bambini, ai ragazzi e alle loro famiglie, vantando circa **3.000 frequentatori settimanali**: i bambini delle scuole di Alba che svolgono le ore di lezione del programma ministeriale con l'applicazione del nuovo metodo di educazione motoria *Joy of Moving*, gli atleti delle società del territorio, i ragazzi delle scuole superiori, gli appassionati del *fitness* e quelli del movimento che usufruiscono delle piattaforme sportive.

Nato quattro anni fa come progetto pilota, il Village+Sport rappresenta un modello polifunzionale con caratteristiche di unicità e sostenibilità tali da renderlo replicabile in altre geografie e culture. È infatti già stata intrapresa una prima esperienza di esportazione dell'approccio educativo a **Baramati in India** presso la **Pratishthan School**.

A supporto del disegno di replicabilità, si prevede lo sviluppo di una collana derivata dal manuale *Joy of Moving*, il cui primo volume è previsto sia dedicato ai *Day Camp* estivi.



UN PROGRAMMA DI MOVIMENTO CONTINUATIVO IN TUTTO IL MONDO

In parallelo all'opportunità straordinaria offerta dal palcoscenico mondiale di Expo Milano 2015, il progetto Kinder+Sport ha proseguito nella sua continua espansione a livello internazionale in due direzioni di operatività complementari. In primo luogo attraverso la *partnership* con l'**International School Sport Federation** (ISF), che vede il presidio di eventi a livello globale che coinvolgono studenti e classi in tornei sportivi con l'obiettivo di creare maggiori opportunità di incontro e competizione sportiva fra le scuole di tutto il Mondo. In secondo luogo grazie al fermento dei **programmi attivi nelle diverse geografie**, di cui citiamo qui di seguito alcuni esempi rilevanti.

Kinder+Sport in Germania

Ferrero Germania partecipa al programma internazionale di Kinder+Sport con due importanti iniziative pensate per accompagnare i bambini alla scoperta della gioia del movimento: **Kinder+Sport Sport Badge tour e Kinder+Sport Basketball Academy**.

Come sostenitore dello *Sport Badge tour* della Confederazione degli Sport Olimpici della Germania, dal 2007 Kinder+Sport incoraggia i bambini e i ragazzi a testare i propri livelli di *fitness* in atletica leggera. Nel 2014/2015 è stato organizzato un *tour* con nove tappe in varie città tedesche a cui **hanno preso parte complessivamente 1,2 milioni di bambini**, guidati e motivati da esperti tra cui l'*ambassador* sportivo Frank Busemann, medaglia d'argento olimpica di *DecathlonOverall*. Gli sport praticati includevano il salto in lungo, la corsa, il nuoto e il lancio del martello.

La Kinder+Sport *Basketball Academy*, fondata nel 2011 per avvicinare i bambini al *basket*, **ha coinvolto nel 2014/2015 oltre 33.000 bambini in 145 eventi** nei quali hanno potuto apprendere le regole di base del gioco insieme a grandi campioni come Henning Harnisch. La *Basketball Academy* ha preso parte con successo anche agli eventi di Expo Milano 2015 presso l'area Kinder+Sport, **coinvolgendo in due giorni quasi 8.500 bambini**.



Kinder+Sport in India



Nel 2015 Ferrero India ha realizzato con Kinder+Sport il primo *Camp* estivo di 12 giorni nelle vicinanze di Baramati, nei pressi di Pune. Nel contesto della Scuola *Vidya Pratishtan* **hanno partecipato 350 bambini dai 5 ai 12 anni guidati da 22 trainer locali**, guidati dagli istruttori del Village+Sport di Alba esperti del metodo *Joy of Moving*. L'evento ha contribuito a ispirare i ragazzi a praticare l'attività fisica e trasmettere i valori positivi dello sport come l'amicizia, la solidarietà, l'integrazione e la fiducia.

Kinder+Sport in Messico

Kinder+Sport ha lanciato in Messico il **Recreational Communities program** insieme all'Istituto ufficiale per lo sport dell'amministrazione di Città del Messico. Il programma ha portato alla ristrutturazione e recupero di spazi all'aperto nei quartieri disagiati di Città del Messico. Sono inoltre state fornite le attrezzature per realizzare campi da calcio e pallavolo e tutti i materiali per realizzare attività sportive fra bambini e genitori: palle, divise, coni e porte. Oltre a ciò, il *Recreational Communities program* ha organizzato ogni *weekend*, per un intero anno, l'*Activation Tour*, per ispirare la pratica dell'attività fisica nelle famiglie e tra genitori e bambini attraverso le soluzioni più semplici e meno impegnative sul fronte economico. Nel primo anno di attività, 2014/2015, **sono state coinvolte 70.000 persone superando dell'8% le attese iniziali**.

Kinder+Sport in Italia

Kinder+Sport Italia ha colto l'opportunità di Expo 2015 per rafforzare il progetto consolidando il rapporto con le federazioni *partner* (pallavolo, pallacanestro, nuoto, scherma, atletica, vela e tennis) e soprattutto con il comitato olimpico.

- **7 sono i progetti scuola supportati**, uno per disciplina; nel 2015/2016 si aggiungerà infatti "racchette di classe", promosso congiuntamente dalle federazioni di tennis e *badminton*.

- **1,9 milioni i giovani** di età compresa tra i 6 e i 19 anni affiancati nell'attività sportiva. **180 gli eventi finali delle iniziative supportate**, tra manifestazioni competitive e non, **100 le giornate** dove Kinder+Sport è stato presente con un *team* e un villaggio dedicato alla promozione del progetto.

- **7 i grandi campioni sportivi** che ci aiutano a diffondere i nostri valori: Andrea Lucchetta, Carlton Myers, Massimiliano Rosolino, Valerio Aspromonte, Fiona May, Alessandra Sensini e Rita Grande.

CONI (Comitato Olimpico Nazionale Italiano)

Quest'anno abbiamo supportato il CONI nella Giornata Nazionale dello Sport, un evento che ha l'obiettivo di promuovere tutte le discipline sportive e che coinvolge attivamente tutto il territorio nazionale in una giornata di sport e divertimento, **coinvolgendo oltre 470.000 partecipanti in 20 regioni, oltre 100 province e 600 comuni**. Negli *Educamp*, dedicati a tutti i ragazzi di età compresa tra i 5 ed i 14 anni, anche quelli più sedentari, meno inclini all'attività fisica, giovani in difficoltà e segnalati dalle strutture socio-sanitarie. A ognuno di essi viene garantito, nel periodo estivo, un ambiente sicuro in cui condividere momenti di sano sport e gioco, all'interno delle strutture scelte quali sedi dei *Camp*. Nella prima edizione del trofeo CONI, una competizione che si svolge in due fasi, una regionale e una nazionale. **32 discipline che nella fase finale hanno visto partecipare circa 3.000 ragazzi.**



FIPAV (Federazione Italiana Pallavolo)

"S3" è il nuovo progetto scuola della federazione di pallavolo, ideato grazie alla collaborazione con Andrea Lucchetta. Il primo anno sono stati coinvolti **2.400 istituti scolastici** e circa **450.000 bambini**, e sono state **1.000 le società collegate per le attività a supporto**. S3 promuove il *volley* in palestra, ma anche in eventi di piazza e in vere e proprie feste della pallavolo, con lo scopo di far giocare la famiglia intera, dai bambini ai ragazzi, fino agli adulti e ai nonni. Prevede formule di gioco a partire dalla scuola primaria fino alla scuola secondaria, coinvolgendo tutti in modo semplice, dinamico e divertente. Si basa su una dettagliata progressione tecnico-didattica e su percorsi di gioco adatti per ogni fascia d'età. L'idea centrale è quella di concentrare energie e attenzione su valori forti come sport, squadra e salute, ben coniugati insieme alla tecnica, all'organizzazione e alla comunicazione.

FIN (Federazione Italiana Nuoto)

“**Acquamica nuoto anch’io**” è il progetto nato da un’idea di Arena, sponsor tecnico della federazione di nuoto, che per il secondo anno è sostenuto anche da Kinder+Sport. Il programma, destinato alle scuole di primo grado per avvicinare i bambini a questa disciplina, con l’aiuto di Massimiliano Rosolino, si svolge in due fasi: didattica in classe e pratica in piscina. La prima tranche del progetto ha toccato **500 classi elementari** su tutto il territorio italiano, per un totale di **12.500 bambini**.



FIV (Federazione Italiana Vela)

“**Velascuola**” è il progetto didattico nazionale ideato e realizzato dalla FIV, in collaborazione con il MIUR, per promuovere nelle istituzioni scolastiche la cultura nautica e stimolare il rispetto dell’ambiente. Il progetto prevede lezioni in cui intervengono istruttori federali a supporto delle normali attività scolastiche attinenti le attività nautiche. Da quest’anno il progetto si avvale della *partnership* di Kinder+Sport, attraverso la distribuzione dei manuali didattici e l’attivazione di laboratori e lezioni di avviamento pratico all’attività velica. **527 gli istituti scolastici coinvolti, 193 i circoli**, per un totale di **43.700 alunni**.



I risultati della ricerca 1,2,3... MINIVOLLEY FIPAV-KINDER+SPORT

Con l'anno scolastico 2014/2015 si è conclusa l'indagine "1,2,3... Minivolley FIPAV-KINDER+SPORT", una ricerca scientifica realizzata dall'**Istituto di Medicina dello Sport FMSI di Torino**, in collaborazione con il **MIUR Piemonte e la Federazione Italiana Pallavolo**, che ha preso in considerazione gli effetti ottenuti attraverso l'integrazione di ore di educazione fisica programmata, strutturata e gestita da personale qualificato al programma normale della scuola primaria.

Nel quinquennio 2009/2010 – 2014/2015 sono state prese in considerazione **25 classi, 5 classi per ogni anno di studio (dalla 1^a alla 5^a)**, di vari istituti scolastici di Torino nelle quali tecnici FIPAV opportunamente formati, in collaborazione con l'insegnante di classe, hanno seguito l'attività di **educazione motoria per 3 ore alla settimana** da settembre a maggio.

Laureati in Scienze motorie e personale medico dell'Istituto di Medicina dello Sport di Torino hanno eseguito **test antropometrici** (peso, statura, plica sottocutanea del tricipite), **motori** (mobilità articolare della colonna vertebrale, capacità di coordinazione motoria e resistenza) **nonché di BMI (Body Mass Index) all'inizio e alla fine di ogni anno scolastico**. Inoltre è stata eseguita un'ultima valutazione all'inizio della 1^a secondaria inferiore con confronto con i compagni di classe provenienti da scuole diverse. Complessivamente i **bambini studiati sono stati 480 (250 maschi e 230 femmine)** nella scuola primaria.



I principali risultati ottenuti dai bambini che hanno frequentato il programma per almeno 4 anni consecutivi si possono così riassumere:

1. una **riduzione del tessuto adiposo** e contestuale **incremento della massa magra**;
2. l'incremento fisiologico del BMI con l'età si traduce in una **diminuzione del percentile di riferimento riferito ai valori di Cacciari et al. sulla popolazione italiana di pari età**;
3. una **migliorata efficienza fisica** in termini di flessibilità articolare, capacità di coordinazione motoria e resistenza;
4. una **migliore conoscenza dello sport**, relativamente ad attrezzature e organizzazioni, nonché **benefici rispetto a giochi sedentari ed effetti positivi sulla salute**.

I risultati ottenuti permettono di concludere che **l'attività motoria programmata e costante durante il periodo della scuola primaria contribuisce a produrre effetti positivi di tipo morfologico, motorio e cognitivo** in relazione al numero degli anni di frequenza dell'attività motoria.



A

H

E

N

A

I

R

L

E



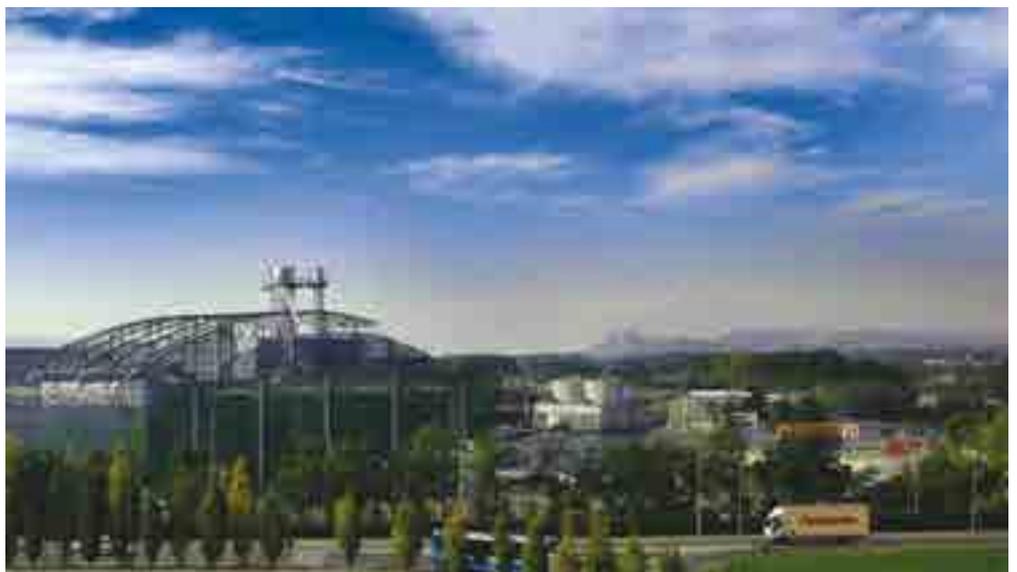
Questa sezione del rapporto è dedicata al **Pianeta, al cui rispetto il Gruppo Ferrero rivolge massima attenzione**: per questo motivo ci impegniamo a coniugare una forte motivazione alla crescita con un'elevata attenzione alla sostenibilità e all'ambiente.

IL RISPETTO E LA PROTEZIONE DEL PIANETA SI CONCRETIZZANO ATTRAVERSO UNA SERIE DI SCELTE RESPONSABILI, FINALIZZATE SIA ALL'APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE DELLE MATERIE PRIME CHE ALLA RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE NELLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE.

Il Gruppo Ferrero è infatti consapevole dell'importante ruolo che esso, al pari di ogni altra attività umana, gioca nell'equilibrio dell'ecosistema, essendone parte integrante. Considerate anche le relazioni dirette con il settore agricolo, Ferrero si impegna nella **diffusione di pratiche sostenibili** lungo l'intera catena di approvvigionamento. In particolare, i parametri fondamentali che applichiamo nel selezionare le materie prime agricole sono l'eccellenza nella qualità, il rispetto dei diritti umani e la sostenibilità.

Inoltre, il Gruppo Ferrero pone un'attenzione costante al **miglioramento delle prestazioni energetiche e ambientali** delle proprie attività. Ciò è reso evidente dal nostro impegno a produrre nel rispetto dell'ambiente, avvalendoci delle migliori tecnologie disponibili, utilizzando l'energia, i materiali e le risorse naturali in modo efficiente e consumando le risorse idriche in modo responsabile e ragionevole.

Consapevoli di tale responsabilità, **rinnoviamo il forte impegno volto a minimizzare l'impatto ambientale** dalle materie prime agli stabilimenti produttivi, fino alla logistica, lungo tutta la catena del valore.



F-ACTS: LE PRATICHE AGRICOLE SOSTENIBILI FERRERO

FERRERO OPERA SECONDO LA VISIONE DI "CONDIVIDERE VALORI PER CREARE VALORE" E HA SEMPRE PREFERITO STABILIRE RAPPORTI COMMERCIALI DIRETTI E DI LUNGA DURATA, BASATI SUL DIALOGO E SULLA TRASPARENZA, CON PRODUTTORI E FORNITORI DI MATERIE PRIME.

Per approvvigionarsi delle migliori materie prime disponibili sul mercato, Ferrero ha sviluppato da lungo tempo una profonda analisi e conoscenza degli ingredienti, delle loro origini e dei loro processi di trasformazione. Ora più che mai, la sostenibilità è diventata una componente chiave di questa **cultura della conoscenza**.

Ferrero opera secondo la visione "**Condividere valori per creare valore**" e ha sempre preferito stabilire **rapporti commerciali diretti di lunga durata**, basati sul dialogo e sulla trasparenza, con produttori e fornitori di materie prime.

Secondo tale visione, il valore non è creato solo attraverso il rispetto di una serie di principi chiave; implica anche la responsabilità di condividere questi valori con tutti gli *stakehol-*

der interni ed esterni al Gruppo. In particolare, Ferrero ha a cuore le condizioni che caratterizzano la produzione di materie prime nelle proprie filiere agricole. Inoltre, **richiede a tutti i fornitori e collaboratori di aderire al proprio Codice di Condotta Commerciale** e di rispettare i propri elevati e non negoziabili *standard*. In ultima istanza, ciò consoliderà la *partnership* con tutti gli attori della filiera e ne rafforzerà la trasparenza.

Ferrero riconosce che le materie prime sono prodotte in aree rurali e che questo sviluppo rurale è il vero *driver* per **aiutare i contadini, i lavoratori e le loro famiglie**. Per questo motivo, Ferrero promuove anche buone pratiche agricole e sociali, in accordo con gli *standard* riconosciuti a livello internazionale.

LA VISIONE DI FERRERO VERSO LA SOSTENIBILITÀ E IN PARTICOLARE IL MIGLIORAMENTO DELLE CONDIZIONI DELLE AREE RURALI E DELLE COMUNITÀ IN CUI LE MATERIE PRIME SONO APPROVVIGIONATE HA PORTATO ALLO SVILUPPO DI UN PROGRAMMA CHE CONCRETIZZA L'IMPEGNO DEL GRUPPO PER L'APPROVVIGIONAMENTO DI MATERIE PRIME SOSTENIBILI, CHIAMATO FERRERO - AGRICULTURAL COMMITMENT ON SUSTAINABILITY (F-ACTS).

F-ACTS

Per implementare i propri ambiziosi progetti di sostenibilità delle filiere agricole, Ferrero ha lanciato, nell'ambito del F-ACTS, i programmi **Ferrero Farming Values** (FFVs) per le proprie materie prime principali.



Per ogni materia prima, è realizzato uno specifico programma FFV che persegue obiettivi specifici, con **un approccio fondato su 3 pilastri**: sviluppo di progetti e *partnership* dedicati, adozione di *standard* e certificazioni, impegni istituzionali e collettivi.

In particolare, considerando la complessità dell'approvvigionamento a livello globale, il Gruppo Ferrero riconosce che i singoli attori non possono, da soli, trasformare una consolidata filiera produttiva in una filiera sostenibile.

TUTTI GLI STAKEHOLDER LUNGO LA CATENA DEL VALORE DEVONO COLLABORARE PER CONSEGUIRE L'OBIETTIVO DI UNA FILIERA SOSTENIBILE.

I tre pilastri quindi, invece che operare singolarmente, lavorano in sinergia per completarsi vicendevolmente. Questo approccio, inoltre, è integrato da una serie di azioni e iniziative.



F-ACTS

I 3 PILASTRI

SVILUPPO DI PROGETTI E PARTNERSHIP



TFT,
GeoTraceability,
Support to Life

ADOZIONE DI STANDARD E CERTIFICAZIONI



RSPO, Bonsucro,
UTZ/Fairtrade/
Rainforest Alliance

IMPEGNI ISTITUZIONALI E COLLETTIVI



International Cocoa Initiative,
World Cocoa Foundation,
Caobisco/ILO

PROGRAMMI E OBIETTIVI



CACAO

Entro il 2020
100% certificato sostenibile



OLIO DI PALMA

Da gennaio 2015
100% sostenibile certificato RSPO
come segregato



NOCCIOLE

Entro il 2020
100% tracciabili



ZUCCHERO DI CANNA

Entro il 2020
100% certificato sostenibile



UOVA

Da settembre 2014
100% da galline allevate a terra per
gli stabilimenti UE



LATTE

Rispetto di rigidi *standard* qualitativi
e controllo degli indici di sostenibilità



Gli obiettivi fissati per la filiera della lecitina di soia e del caffè sono già stati raggiunti. Ferrero pertanto mantiene i suoi impegni:

- **100% lecitina di soia non OGM.** Per Ferrero è una pratica consolidata e il Gruppo resterà fedele al proprio impegno;

- **100% caffè certificato sostenibile.** Il caffè è approvvigionato, in genere, da fornitori selezionati del Centro e Sud America. Il programma *UTZ* legato al caffè "permette ai contadini di perfezionare le tecniche agricole, migliorare le condizioni di lavoro e potersi prendere maggiore cura dei propri figli e dell'ambiente¹".

Supplier Sustainability Programme: valutare e sostenere la performance di sostenibilità dei fornitori



Nell'ambito del F-ACTS, Ferrero ha avviato una *partnership* con *EcoVadis*, un *network* collaborativo globale di scambio di dati ESG, per valutare e convalidare le *performance* di sostenibilità dei propri fornitori strategici. *EcoVadis* offre uno strumento analitico, un sistema di punteggio e un *database* sicuro *online* di condivisione delle pratiche di sostenibilità dei fornitori. I fornitori selezionati sono invitati a completare il questionario *EcoVadis* specifico per il proprio settore sulle loro pratiche ambientali, sociali, di filiera e sull'etica commerciale. I risultati saranno analizzati, valutati e riportati attraverso il sistema di *rating* di *EcoVadis*, che si basa su *standard* riconosciuti a livello internazionale come il *Global Reporting Initiative*, il *Global Compact* delle Nazioni Unite e l'ISO 26000. Attraverso l'utilizzo di questa piattaforma comune, il Gruppo sarà in grado di entrare in contatto con i propri fornitori e identificare le sfide e/o opportunità di sostenibilità per migliorare la filiera. Un progetto pilota è stato messo a punto nel dicembre 2015.

1. Dichiarazione della *UTZ Certified Coffee Program Mission*.

CACAO



Gran parte del cacao mondiale è prodotto nei paesi in via di sviluppo da piccole aziende agricole o a conduzione familiare. Contrariamente al settore agroalimentare industrializzato, questi piccoli agricoltori spesso devono fare

affidamento su metodi di coltivazione antiquati con conoscenze agricole e risorse limitate. Gli agricoltori affrontano importanti sfide e incontrano la complessità delle questioni economiche, sociali e ambientali, come ad esempio l'aumento della concorrenza da altre colture e la mancanza di conoscenza e accesso alle buone pratiche agricole.

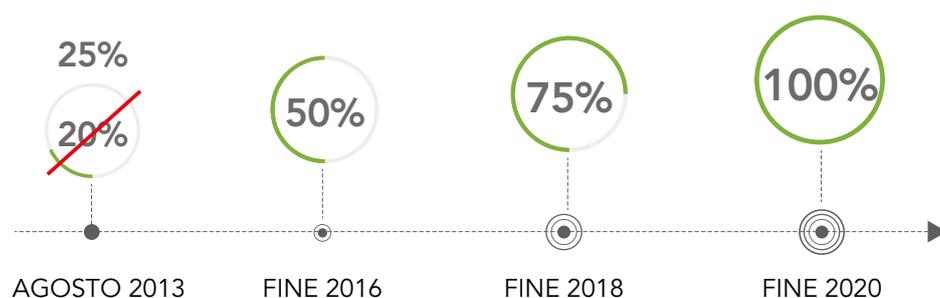
Per salvaguardare il futuro del settore del cacao, Ferrero si impegna a sostenere e migliorare la sostenibilità della coltivazione del cacao attraverso l'attuazione del **Programma Ferrero Farming Values Cocoa**. L'approccio di tale programma si basa su tre pilastri fondamentali: Certificazione, Impegno istituzionale e Progetti in *partnership*.



Cacao certificato

Uno degli impegni principali di Ferrero verso la costruzione di una filiera agricola sostenibile è l'approvvigionamento del **100% di fave di cacao certificate entro la fine del 2020**. Nel 2014/2015, Ferrero ha utilizzato oltre **120.000 t di fave di cacao**, di cui il **44% è stato certificato come cacao sostenibile**, in linea con quanto pianificato nel periodo in esame.

ROADMAP DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE DEL CACAO



Origini: Costa d'Avorio, Ghana, Nigeria, Ecuador, Camerun e altri

Attualmente, il Gruppo si sta approvvigionando di fave di cacao sostenibile in base ai seguenti standard di certificazione: *UTZ Certified*, *Rainforest Alliance Certified™* e *Fairtrade*.



UTZ Certified è sinonimo di agricoltura sostenibile e migliori opportunità per gli agricoltori, le loro famiglie e il nostro pianeta. Il programma *UTZ* consente agli agricoltori di apprendere al meglio i metodi di coltivazione, di migliorare le condizioni di lavoro e di prendersi cura dei loro figli e dell'ambiente. Attraverso il programma *UTZ*, gli agricoltori possono ottenere migliori raccolti, generare un maggior profitto e creare migliori opportunità per loro e per le loro famiglie, salvaguardando l'ambiente e proteggendo le risorse naturali della terra.



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 di lavoro 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.



Il *Fairtrade Cocoa Program* permette ai piccoli produttori di trarre benefici vendendo più cacao in virtù della certificazione *Fairtrade*. Per maggiori informazioni: www.info.fairtrade.net/program. Con il *Fairtrade Sourcing Program*, nel 2013 Ferrero si è impegnata ad acquistare 20.000 t di cacao, aderente ai requisiti *Fairtrade*, entro il 2016. A fine 2015, il Gruppo ha acquistato 8.880 t di cacao *Fairtrade*.

Parallelamente all'impegno per raggiungere l'obiettivo di approvvigionamento del 2020, **Ferrero collabora costantemente con organizzazioni non profit e di coltivatori** per affrontare problematiche agricole, sociali, ambientali ed economiche legate alla coltura del cacao. Ferrero sostiene anche i progetti locali già in essere per assicurare una produzione sostenibile del cacao, migliorando al tempo stesso le condizioni di vita degli agricoltori e il benessere delle loro comunità. Di seguito sono riportati alcuni esempi di questi progetti sul campo.

Nigeria: progetto Kokodola



Dal 2012, Ferrero è impegnata in una *partnership* pubblico-privata con *IDH*, *Oxfam Novib*, *Continaf*, *Petra Foods Limited* e la *Farmers' Development Union (FADU)* in Nigeria. Si tratta del progetto Kokodola, che significa "il cacao porta ricchezza" nella lingua Yoruba.

Lo scopo generale del progetto Kokodola è migliorare la vita dei coltivatori di cacao negli stati di Ondo e Osun nella Nigeria occidentale, con cinque obiettivi specifici:

- migliorare la produzione e la qualità del cacao;
- migliorare l'accesso agli input finanziari e agricoli;
- aiutare i gruppi di agricoltori a "professionalizzarsi";
- affrontare le questioni sociali per rafforzare i gruppi vulnerabili e migliorare i mezzi di sussistenza;
- rafforzare i gruppi *multi-stakeholder* a livello nazionale.

Lanciato nel mese di aprile 2012, il progetto mirava a fornire una formazione sulle buone pratiche agri-

cole, sociali e commerciali a più di 7.500 agricoltori entro il 2015. Nel 2014/2015, sono stati formati 1.955 agricoltori (1.370 maschi e 585 femmine). Nel corso del progetto quadriennale, il numero complessivo di agricoltori formati (7.580) ha superato l'obiettivo.

Durante la formazione sulle buone pratiche agricole, i coltivatori di cacao hanno potuto imparare una migliore gestione delle loro attività, accrescendo le competenze, come l'innesto, le nuove piantagioni, la potatura, il diserbo e l'irrorazione. Nel corso del 2014/2015, sono state create 20 coltivazioni modello, per mostrare nuove e/o migliorate tecniche di coltivazione, in modo che gli agricoltori potessero replicare tali buone pratiche nelle proprie aziende agricole.

Nello stesso periodo, è stato erogato a tre organizzazioni di agricoltori un corso di formazione sulla gestione delle cooperative, raggiungendo 146 partecipanti tra i produttori di cacao.

Lo scopo principale della formazione è stato quello di migliorare le competenze e rafforzare le capacità interne per lo sviluppo delle organizzazioni degli agricoltori in materia di *governance* democratica, di migliori servizi ai clienti e di dimensioni economiche.

“ Le cose più importanti che ho imparato dal progetto Kokodola riguardano gli aspetti della potatura, dell'irrorazione e dello sviluppo del vivaio. Imparare la pratica della potatura mi ha davvero aiutato ad aumentare la produzione, e la conoscenza acquisita dalla formazione sui vivai mi ha permesso di costruire il mio vivaio di cacao per l'estensione della mia azienda agricola. ”

*Olomi Rotimi,
coltivatore di cacao in Nigeria*

Al fine di ottenere una migliore comprensione delle sfide sociali della coltivazione del cacao, sono stati condotti studi relativi ai temi del lavoro minorile, della responsabilizzazione, ovvero l'empowerment delle donne e del coinvolgimento dei giovani in agricoltura. I risultati degli studi sono stati utilizzati per delineare le strategie e le attività implementate per affrontare le tematiche individuate. Per supportare l'eliminazione del lavoro minorile, sono state condotte una serie di attività di sensibilizzazione. Tra queste, l'affissione di manifesti nelle scuole e negli ambienti utilizzati per il progetto, la distribuzione di magliette personalizzate e altro materiale informativo ai principali agricoltori. Per quanto riguarda il rafforzamento della partecipazione femminile sono stati erogati corsi di formazione sulla giustizia di genere e sull'empowerment delle donne nello sviluppo economico a 180 agricoltori, tra cui 120 donne e 60 uomini.

Testimonianza di una coltivatrice coinvolta nel progetto Kokodola

“ **Da quanto tempo coltiva il cacao?**
Ho iniziato a lavorare in azienda con mio padre nel 1965, quando avevo quattro anni.

Cosa è cambiato da quando è arrivato il progetto Kokodola?
Stiamo utilizzando le tecniche che ci sono state insegnate alla *Farmer Field School* (FFS); in particolare imparare la tecnica della potatura ha rappresentato un grande miglioramento. La differenza è che il lavoro è diminuito e sto vedendo i frutti crescere dove non erano mai spuntati prima. Due dei miei figli frequentano la scuola secondaria, mentre uno frequenta ancora la scuola primaria. Gli altri miei quattro figli sono sposati

e lavorano nel commercio. Ciò che è cambiato dall'inizio del progetto è che ora non c'è più nulla di cui i miei bambini abbiano bisogno che io non possa fornirgli.

Può farci un esempio?

Ho dato a mio figlio il capitale iniziale per aprire un'attività. Ora vende tondini di ferro per il settore edile.

Le piacerebbe se i suoi figli coltivassero il cacao?

Adesso sì. Recentemente ho acquistato un'azienda per la coltivazione del cacao per mio figlio che ha 27 anni. Non ha ancora aderito al progetto Kokodola perché vuole aspettare di capire se ne vale la pena. Altre aziende hanno realizzato progetti pochi anni fa e hanno ingannato i contadini: ecco perché è scettico.

La sua resa agricola è aumentata?

Sì, da 3 tonnellate nel 2012 a oltre 4 tonnellate nella scorsa stagione (2013).

Quali sono le maggiori sfide che deve affrontare?

Prima di questo programma eravamo soliti imbrogliare sul peso, con le bilance truccate. Vendere il cacao e ottenere un prezzo equo era un grosso problema. Ma questo è migliorato grazie al progetto. Anche i trasporti sono un problema, perché da noi non sono regolari, la strada per il nostro paese è stata riparata l'anno scorso, quindi ci aspettiamo che il camion del progetto venga molto più spesso per ritirare il nostro cacao. Siamo speranzosi.

Come vede il futuro?

Le aziende agricole che ho comprato sono per quando sarò più vecchia. I miei figli avranno una buona situazione economica e io sarò in grado di riposare. Ho due dipendenti fissi e quattordici stagionali che lavorano per me. Il rendimento agricolo sta migliorando e i prezzi sono equi. Così la mia unica preoccupazione è per quanto tempo questo progetto proseguirà, prima che lo abbandonino di nuovo. Ci auguriamo davvero che questo progetto possa continuare.



*Signora Raji (52 anni),
coltivatrice di cacao
marzo 2014*

Ghana: Ferrero Cocoa Community Commitment (F3C)

In collaborazione con l'ONG *Source Trust*, e con il *National Programme For The Eliminating Of The Worst Forms Of Child Labour In Cocoa* (NPECLC) in Ghana, il progetto *Ferrero Cocoa Community Commitment (F3C)* - una *partnership* pubblico-privata creata nel rispetto del Quadro d'azione Har-

kin-Engel del 2010 - è stato approvato nel 2012 e il lavoro sul campo è iniziato nei primi mesi del 2013. Obiettivo generale del programma era quello di migliorare le condizioni di vita e il benessere delle famiglie di coltivatori di cacao e dei loro figli attraverso una riduzione misurabile delle peggiori forme di lavoro minorile e un aumento del reddito familiare. Il progetto si è efficacemente concluso alla fine del 2015.

Collaborando con NPECLC, il programma F3C è allineato al *National Plan of Action (NPA) 2009-2015* attraverso quattro interventi progettuali:

1. assistere NPECLC per **portare il Sistema di Monitoraggio del Lavoro Minorile in Ghana (GCLMS) in 162 nuove comunità** che presentano le peggiori forme di lavoro minorile (WFCL), rafforzando al contempo 14 comunità che già partecipano al programma pilota GCLMS di NPECLC, raggiungendo così un totale di 176 comunità di coltivazione del cacao;
2. sostenere il *Department of Social Welfare* ghanese e il suo programma di sensibilizzazione e di mobilitazione per **promuovere la comprensione dei diritti dei bambini**, tra cui gli effetti e le conseguenze del lavoro minorile, attraverso la creazione di *Community Child Protection Committees (CCPC)*;
3. introdurre una **formazione completa sui mezzi di sostentamento per le organizzazioni di agricoltori** basate sulla comunità per consentire l'educazione dei propri membri. Numericamente, l'obiettivo era quello di formare 8.800 agricoltori su una migliore agricoltura e sulle pratiche sociali e di raggiungere 26.400 bambini come beneficiari indiretti di tale formazione;
4. **assistere i Ghana Education Services (GES) con l'installazione di otto Village Resources Centers (VRC)** nelle scuole per rendere più efficace l'insegnamento e l'apprendimento del funzionamento dei *computer* e di *internet*.



ADOPTION OF BEST PRACTICES TO IMPROVE COCOA PRODUCTIVITY

Cocoa Demonstration Farm
Integrated Soil Fertility Management



I risultati del progetto

• Nel corso dei tre anni di durata del progetto, **F3C ha raggiunto un totale di 226 comunità di coltivatori di cacao** (rispetto a un'estensione programmata di 176) in 8 distretti.

Coinvolti in formazione:

COMUNITÀ **226**

AGRICOLTORI **8.800**

cazione della coltivazione del cacao, le tecniche di moltiplicazione rapida dei platani, i test del terreno locale e le tecniche di miglioramento.

• Entro la fine del 2015, cinque *Village Resource Centers* sono stati installati nelle comunità del progetto. Questo intervento ha garantito che mediamente **918 studenti della scuola media potessero acquisire competenze informatiche in laboratorio** invece dell'apprendimento sui libri.

• È stato raggiunto l'obiettivo di **fornire una formazione a 8.800 agricoltori sulle buone pratiche agricole, sociali e ambientali**. Nel 2015, il programma di formazione è stato ampliato per includere nuovi argomenti, come ad esempio l'*empowerment* di genere, la diversifi-

Mentre sono stati raggiunti importanti obiettivi di formazione degli agricoltori, gli obiettivi relativi all'implementazione del GCLMS non sono stati conseguiti, in particolare l'espansione delle CCPC oltre le 48 comunità originarie, la raccolta di dati sui casi di lavoro minorile e gli sforzi

per porvi rimedio e la diffusione degli strumenti GCLMS. I vincoli di finanziamento NPECLC hanno vietato l'incremento della sensibilizzazione sul lavoro minorile e gli sforzi del GCLMS. Fortunatamente, *Source Trust* è riuscito a integrare la sensibilizzazione sul lavoro minorile nei moduli di formazione sui mezzi di sussistenza per tutti gli agricoltori.



Vantaggi del programma F3C

F3C ha fornito una formazione completa sui mezzi di sussistenza ai funzionari locali e agli agricoltori riguardo le buone pratiche agricole, sociali e ambientali.

La formazione è stata progettata **per aiutare gli agricoltori a ottenere migliori rese di cacao**, e quindi un potenziale aumento dei mezzi di sussistenza per sostenere meglio le loro

famiglie, e in proporzione, per ridurre la necessità che i bambini lavorino nelle aziende familiari. La formazione ha incluso anche l'apprendimento del *Ghana Hazardous Framework*, specifico sul lavoro minorile nel cacao, chiedendo le attività che i bambini possono svolgere al di fuori dell'orario scolastico, in base alla loro età e quelle che non dovrebbero mai intraprendere.

Il programma ha incluso altre importanti tematiche quali: le questioni di genere, il concetto di *Spraying Service Providers* (SSP), le colture alimentari e le tecniche di crescita rapida dei platani.

Oltre alla formazione, gli agricoltori hanno beneficiato di:

1. distribuzione di dispositivi di protezione individuale;
2. costituzione di coltivazioni modello, seguendo la *Integrated Soil Fertility Management Methodology* (ISFM) per capire i vincoli alla produttività e i successi dei trattamenti integrati;
3. distribuzione di piantine di platano per ottenere alberi che ombreggiano le piantagioni di cacao o come colture di sussistenza;
4. migliore accesso alle piantine di produzione vivaistica;
5. visite sul campo da parte di agronomi di *Source Trust*, almeno una volta all'anno.



Altri sforzi in Ghana

In aggiunta al programma F3C in Ghana, Ferrero e *Source Trust* hanno implementato il programma di certificazione *UTZ* in 3 distretti raggiungendo altri 4.714 agricoltori.

L'impegno di Ferrero per la tracciabilità del cacao è rafforzato dall'uso del sistema *GeoTraceability* di **mappatura delle aziende agricole**. A fine 2015, 9.730 agricoltori sono stati completamente mappati, e stanno rifornendo Ferrero di cacao tracciabile. Entro la fine del 2016, 13.000 coltivatori saranno integrati nel sistema di

GeoTraceability e forniranno a Ferrero fave di cacao completamente tracciabili e certificate *UTZ Certified*.

Le singole piccole aziende agricole che producono questo cacao sono mappate grazie a palmari GIS, che raccolgono una serie di dati di coltivazione, quali l'età degli alberi e la densità di piantagione, la prevalenza di malattie e le pratiche agricole. Questo consente a Ferrero di avere una visione significativa delle condizioni socioeconomiche dei coltivatori di cacao.

LE INFORMAZIONI SONO UTILIZZATE DA FERRERO E SOURCE TRUST PER CALIBRARE GLI INTERVENTI IN AGRICOLTURA E VERSO LE COMUNITÀ SULLA BASE DELLE NECESSITÀ DEI COLTIVATORI E DELLE LORO FAMIGLIE.

In definitiva, il processo monitora anche i risultati degli investimenti Ferrero in tali aree, per **assicurare che vengano implementati miglioramenti** nella produttività e nelle condizioni di vita degli agricoltori fornitori di cacao.

Costa d'Avorio: partnership con Fairtrade e con l'unione delle cooperative ECOOKIM

Programma congiunto di monitoraggio con Fairtrade

ECOOKIM è un'unione di cooperative del cacao in Costa d'Avorio costituita da 23 cooperative associate e da circa 10.000 produttori di cacao. Dal 2014, Ferrero si è approvvigionata di cacao certificato *Fairtrade* direttamente da ECOOKIM. Nel 2014/2015, ECOOKIM ha assegnato sette cooperative associate e il loro rispettivo volume di cacao a Ferrero, con circa **5.400 coltivatori di cacao**.

Nell'aprile 2015, Ferrero e *Fairtrade Germany* hanno avviato un progetto di monitoraggio congiunto per valutare lo sviluppo dell'unione di cooperative, per esplorare il potenziale per ulteriori progressi e migliorare il benessere delle comunità che producono il cacao. Gli obiettivi specifici sono i seguenti:

- valutare lo stato di avanzamento operativo di ECOOKIM sulla coltivazione del cacao e lo sviluppo della

comunità;

- rafforzare le capacità di auto-monitoraggio di ECOOKIM;
- supportare ulteriormente lo sviluppo sociale e sostenibile delle comunità dei coltivatori di cacao;
- contribuire a una *partnership* trasparente e a lungo termine con ECOOKIM.

Un elemento chiave del progetto è quello di sviluppare un sistema di monitoraggio solido per le sette cooperative che approvvigionano Ferrero. Dall'inizio di questa iniziativa, sono stati sviluppati 18 *Key Performance Indicators* (KPI) che coprono le tematiche della coltivazione del cacao e del benessere della comunità. I KPI sono stati tradotti in forma di questionari, in cui è stato organizzato un sistema di *reporting* digitale per le cooperative.



Per facilitare il processo di monitoraggio, sono stati offerti alle cooperative aderenti dei corsi di formazione sulla raccolta dei dati e su KPI specifici. È stato assunto un economista agricolo con una significativa esperienza sul monitoraggio dell'impatto nel settore rurale come consulente su questo progetto, affidandogli la responsabilità della raccolta dei dati e la successiva formazione del personale delle cooperative.

La fase di raccolta dei dati del progetto è stata completata nel dicembre 2015. I dati raccolti sono stati elaborati, analizzati e verificati da FLOCERT nei primi mesi del 2016, e la prima relazione intermedia sarà pronta entro la fine del primo trimestre del 2016. Si prevede che il progresso possa rafforzare e promuovere lo sviluppo sostenibile e migliorare il benessere delle comunità che producono il cacao in Costa d'Avorio.



Programma di Prevenzione del Lavoro Minorile

Oltre al progetto congiunto di monitoraggio Ferrero-Fairtrade, ECO-OKIM ha partecipato al programma di Fairtrade "It Takes a Village to Protect a Child", il cui obiettivo era quello di **prevenire il lavoro minorile nelle comunità di produttori di cacao e migliorare il benessere dei bambini**. Tre su sette delle cooperative fornitrici di Ferrero hanno partecipato al programma, che è realizzato da Fairtrade in collaborazione con

una ONG locale sui diritti dei bambini, *Fraternité Sans Limites* (FSL). È composto da due principali pilastri:

1. Istituzione di un *Child Labor Committee* per intraprendere attività di sensibilizzazione e sviluppare una politica di protezione del bambino. Questo comitato conduce un'indagine sulle famiglie per monitorare i rischi per i bambini nelle comunità. L'indagine è svolta da *Youth Monitor* addestrati (con un'età di 15-18 anni) nelle singole comunità.

2. Miglioramento dell'istruzione primaria, secondaria e professionale per promuovere opportunità di lavoro per i giovani membri della comunità.

In aggiunta al programma promosso da *Fairtrade*, ECOOKIM ha istituito un fondo di prestito scolastico per le sue cooperative aderenti per combattere il lavoro minorile e incoraggiare i figli degli agricoltori ad andare a scuola. Con il sostegno finanziario di Ferrero, è attualmente in costruzione una scuola elementare, che dovrebbe essere ultimata nell'anno scolastico 2016/2017.

Attività di formazione

Nell'ambito delle attività di certificazione *Fairtrade* con ECOOKIM, la *partnership* ha lo scopo di **migliorare costantemente le condizioni di vita dei coltivatori di cacao e delle loro comunità**, e contribuire alla creazione di un settore sostenibile. Per migliorare la competitività complessiva del settore della coltivazione del cacao è stato impartito agli agricoltori un *training* intensivo sulle buone pratiche agricole, sociali e ambientali. Commisurato a questo, è stata impartita alle cooperative associate una formazione sulla gestione del-

le cooperative. In particolare, ECOOKIM ha sviluppato un progetto di *empowerment* femminile per aiutare le donne ad aumentare i loro guadagni e, di conseguenza, a migliorare le loro condizioni di vita. Le attività in questo progetto comprendono l'organizzazione di una formazione agricola sull'irrigazione e sull'agricoltura di sussistenza (ad esempio la coltivazione di ortaggi) e la fornitura di un supporto tecnico e finanziario sull'accesso al mercato per vendere i loro prodotti.



OLIO DEL FRUTTO DI PALMA

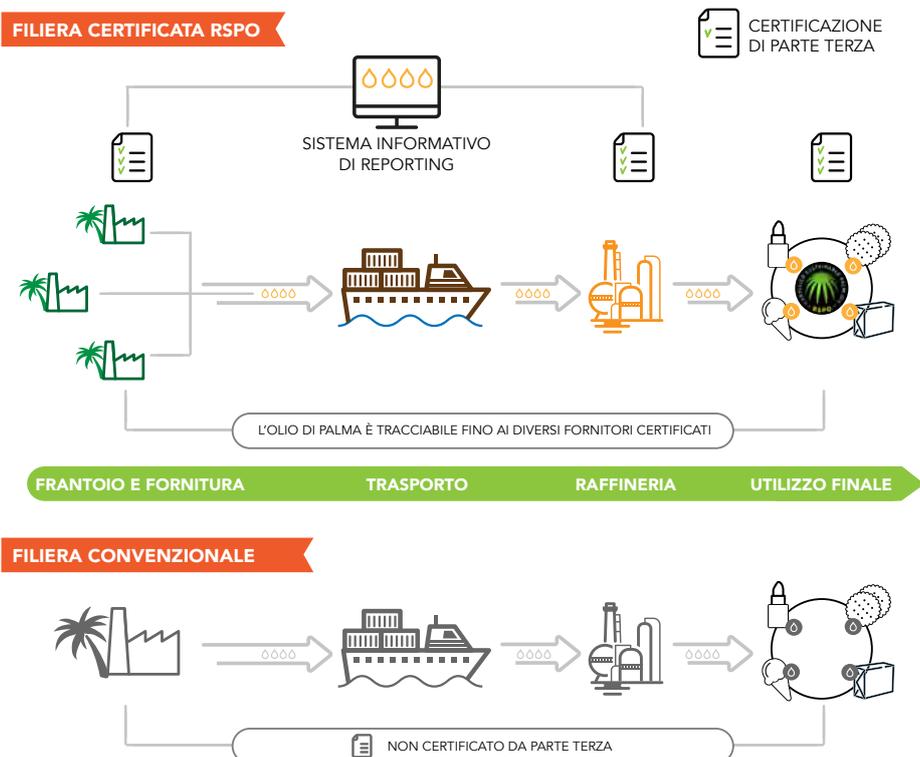


Il Gruppo Ferrero acquista meno dello 0,3% della produzione globale di olio del frutto di palma. Nel 2014/2015 Ferrero ha utilizzato circa 180.000 t di olio del frutto di palma, contro le circa 62 milioni di tonnellate prodotte a livello mondiale, secondo le statistiche ufficiali (*Oil World 2015*).

Ferrero può avere un ruolo significativo nel guidare la trasformazione sostenibile del settore dell'olio del frutto di palma, a vantaggio dell'ambiente e delle comunità che vivono e lavorano nei paesi produttori di olio di palma. Pertanto il Gruppo, sin dal 2005, ha lavorato **per un approvvigionamento responsabile dell'olio del frutto di palma, quando la strategia del Gruppo ha portato all'investimento nella certificazione Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)**. Dal momento in cui si sono resi disponibili i primi volumi, Ferrero ha iniziato sistematicamente ad approvvigionarsi dell'olio del frutto di palma sostenibile certificato come segregato.

DAL GENNAIO 2015, FERRERO UTILIZZA NEI PROPRI PRODOTTI ESCLUSIVAMENTE OLIO DEL FRUTTO DI PALMA 100% SOSTENIBILE CERTIFICATO RSPO COME SEGREGATO.

CONFRONTO TRA FILIERA DELL'OLIO DEL FRUTTO DI PALMA CERTIFICATA RSPO COME SEGREGATA E FILIERA CONVENZIONALE



Tuttavia, l'impegno del Gruppo in merito alla sostenibilità va al di là del raggiungimento del 100% di olio del frutto di palma sostenibile certificato RSPO come segregato. Questo è stato dimostrato nel novembre 2013, con il **lancio della Ferrero Palm Oil Charter**: un piano di attuazione solido, reso pubblico con precisi obiettivi temporali che include in modo estensivo i fornitori del Gruppo. **Ferrero è diventata anche membro di TFT**, un'organizzazione globale non-profit, i cui team lavorano in tutto il mondo per contribuire a trasformare le filiere per il bene delle persone e della natura.

TFT sostiene Ferrero nel realizzare i propri obiettivi che mirano a conseguire la piena tracciabilità FFB (*Fresh Fruit Bunch*) dei coltivatori da cui il Gruppo si approvvigiona, visitando le piantagioni e fornendo le raccomandazioni per soddisfare la *Ferrero Palm Oil Charter*, ove necessario. Inoltre, attraverso questa cooperazione, Ferrero si è impegnata con i propri principali fornitori e ha raggiunto una maggiore visibilità nei confronti dei produttori di olio del frutto di palma. Sono stati completati gli esami documentali e le visite in loco alle piantagioni al fine di individuare il divario tra le politiche, le procedure e le pratiche sul campo rispetto ai requisiti della *Ferrero Palm Oil Charter* ed è stato concordato un piano d'azione con scadenze temporali con ciascuno dei coltivatori. Questi piani di azione sono ora in corso di attuazione e sono monitorati per garantire la loro corretta applicazione.

Nello specifico, riportiamo di seguito i **10 principi della Ferrero Palm Oil Charter**, che il Gruppo si impegna a garantire, insieme ai propri fornitori

di olio del frutto di palma. Tali principi esigono che i fornitori del Gruppo Ferrero:

1. Forniscano olio completamente tracciabile, compresi i piccoli coltivatori.
2. Non disboscino foreste con elevati stock di carbonio.
3. Non usino il fuoco per il disboscamento dei terreni.
4. Non piantino le colture su terreni torbosi.
5. Proteggano gli orangotango e altre specie a rischio di estinzione, preservando le aree ad alto valore di conservazione.
6. Segnalino le emissioni di gas serra derivanti dalla loro produzione.
7. Rispettino i diritti umani, compreso il diritto al consenso libero, informato e preliminare delle comunità locali e autoctone.
8. Riconoscano, rispettino e rafforzino i diritti dei lavoratori.
9. Non utilizzino Paraquat.
10. Combattano attivamente la corruzione.



Greenpeace

"Per quanto riguarda le aziende dei beni di consumo, Ferrero, il produttore di NUTELLA®, è in realtà una delle società rivolte al consumatore più avanzate quando si tratta dell'approvvigionamento dell'olio di palma. In risposta alle richieste dei propri clienti, Ferrero è stata una delle prime società ad annunciare una politica per abbandonare l'utilizzo di olio di palma derivante da piantagioni che hanno provocato deforestazione...

...

Ferrero - a differenza di molte società - è trasparente e responsabile sui progressi verso l'attuazione di questi impegni.

...

Politiche come quelle di Ferrero sono importanti e fissano parametri di riferimento che gli altri dovrebbero seguire"

*Suzanne Kroger, Coordinatore Globale
per l'Olio di Palma di Greenpeace International*



Perché Ferrero usa l'olio del frutto di palma?

L'olio del frutto di palma è utilizzato in una varietà di prodotti Ferrero, insieme ad altri ingredienti attentamente selezionati, per **tre ragioni**:

- la presenza di olio di palma può essere adattata in quantità diverse alle esigenze di ogni ricetta, dal momento che alcune richiedono farciture più cremose, altre una consistenza croccante, mentre altre tutte e due, e - cosa che è veramente importante - senza ricorrere al processo di idrogenazione, che produce i cosiddetti "acidi grassi trans", riconosciuti dalle autorità e dal mondo scientifico come particolarmente nocivi per la salute;
- contribuisce all'equilibrio tra gli altri ingredienti (come nocciole e mandorle), esaltandone il gusto, dal momento che è inodore e insapore a seguito del processo di raffinazione;
- aiuta a mantenere il gusto unico dei prodotti Ferrero lungo tutta la loro *shelf life*, grazie alla sua maggiore stabilità all'ossidazione rispetto agli altri oli vegetali.

Tracciabilità, il primo passo per capire da dove sorgono i problemi e per trovare soluzioni

L'olio di palma sostenibile certificato RSPO come segregato è una garanzia che l'olio proviene da una piantagione di palma certificata secondo i principi e i criteri RSPO e non è mescolato durante la lavorazione con olio di palma proveniente da piantagioni non certificate. Tuttavia questa certificazione non fornisce l'ubicazione della piantagione. I nostri obiettivi sono motivati dal desiderio di **avere un contatto diretto con i nostri fornitori di olio di palma e di stabilire una filiera corta per essere vicini ai produttori**, cosa che facilita la comprensione della catena di fornitura e la conoscenza dell'origine dell'olio di palma che acquistiamo. Pertanto, il Gruppo Ferrero ha lavorato con i propri fornitori per conoscere i frantoi e le piantagioni da cui proviene l'olio. Conoscere l'ubicazione della piantagione da cui Ferrero si ap-

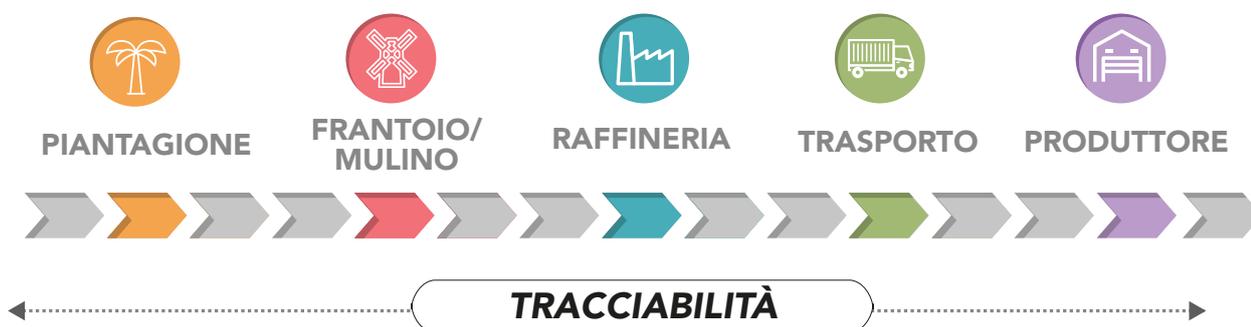
provvede permetterà al Gruppo di monitorare l'attuazione della *Ferrero Palm Oil Charter*.

I dati di Ferrero del 2014/2015 confermano che, **a partire da gennaio 2015, l'approvvigionamento totale di olio di palma è al 100% segregato**. L'olio del frutto di palma utilizzato nei prodotti Ferrero nel 2014/2015² proviene da 59 frantoi e 249 piantagioni nella penisola della Malesia (74% dei volumi annui utilizzati), Papua Nuova Guinea (17,4%), Malesia insulare (3,8%), Indonesia (1,7%), Brasile (1,0%) e Isole Solomon (0,1%).

Dalla nostra analisi il 5,15% dei volumi di olio di palma che acquistiamo proviene da piccoli proprietari o piccoli agricoltori, che si stimano essere pari a circa 27.510.

2. La tracciabilità dell'ubicazione delle singole piantagioni ha raggiunto una copertura pari al 98% dei volumi annui utilizzati.

LA TRACCIABILITÀ DELLA FILIERA DELL'OLIO DEL FRUTTO DI PALMA



I numeri dell'olio del frutto di palma



- L'olio di palma e l'olio di palmisti rappresentano il 33% della produzione globale di olio vegetale (*Oil World 2015*).

- In media, ogni anno sono prodotte 60 milioni di tonnellate di olio di palma (*Oil World 2015*).

- Un ettaro di alberi di palma da olio può produrre in media 3,6 t di olio all'anno (*Oil World 2015*).

Ettari necessari per produrre una tonnellata di olio (www.mpoc.org.my):

- Palma: 0,26 ettari
- Colza: 1,52 ettari
- Girasole: 2 ettari
- Soia: 2,22 ettari

- La palma da olio è coltivata su più di 16 milioni di ettari, che rappresentano il 6% di tutte le terre colti-

vate per gli oli vegetali a livello globale, ma ha il massimo rendimento, producendo circa un terzo di tutti gli oli e grassi (*Oil World 2015*).

- Indonesia e Malesia forniscono circa l'83% dell'olio di palma prodotto a livello globale (di cui il 51% in Indonesia, e il 34% in

Malesia) (*Oil World 2016*).

- In Indonesia circa la metà della produzione di olio di palma deriva da piccoli proprietari, in Malesia essi rappresentano un terzo della produzione.

- Un albero di palma è produttivo per circa 25 anni.³

- Un albero di palma produce 40 kg di olio di palma ogni anno.³

- In Indonesia e Malesia insieme, circa 4,5 milioni di persone si guadagnano da vivere con l'olio di palma.³

- L'uso di olio di palma nella nutrizione umana risale a 10.000 anni fa.³

3. <http://www.palmoilandfood.eu/en/what-is-palm-oil>.

Migliorare le pratiche dei nostri fornitori: follow-up dalle visite sul campo

Durante il 2013 e 2014, Ferrero ha effettuato visite sul campo presso una selezione dei propri principali fornitori, da cui è acquistato il 74% dell'olio del frutto di palma. **L'esito delle visite ha portato alla definizione di specifici piani d'azione** a scadenza definita, con ogni produttore. Da novembre 2014 il Gruppo ha lavorato a stretto contatto con TFT e con i propri fornitori al fine di risolvere i punti di miglioramento individuati durante

le visite sul campo. La maggior parte delle azioni a breve termine sono state avviate e i temi individuati affrontati (condizioni dei lavoratori, aggiornamento delle politiche di Gruppo, impegni verso la non-deforestazione, non-sfruttamento). Tuttavia, alcune delle azioni necessitano un ulteriore impegno con i coltivatori per sostenere il miglioramento delle pratiche.

I FORNITORI FERRERO



Verso l'inclusione dei piccoli proprietari nella catena di approvvigionamento di Ferrero

Uno dei pilastri della *Ferrero Palm Oil Charter* è **l'inclusione dei piccoli agricoltori nelle nostre catene di fornitura** e il Gruppo è consapevole del fatto che le pratiche di alcuni piccoli produttori devono essere monitorate e migliorate. Inoltre, è necessario un ulteriore impegno con i piccoli proprietari per sostenerli nell'implementazione di migliori pratiche migliorando le loro condizioni di vita. Il Gruppo sosterrà attivamente questo movimento, analizzando in ogni località, i problemi dei piccoli proprietari e le potenziali iniziative che Ferrero può intraprendere con essi. Inoltre il Gruppo Ferrero intende collaborare con il progetto "*Rurality*", un'iniziativa TFT che mira a potenziare i piccoli agricoltori e a sostenere le comunità agricole più solide. Inoltre, insieme ad Oxfam stiamo contribuendo all'approfondimento del dibattito e all'ideazione del progetto FAIR per i piccoli produttori, al fine di valutarne la potenziale attuazione.

Tuttavia, il Gruppo non limita i propri sforzi a un unico progetto e valuterà ogni iniziativa esistente come una possibile **opportunità per includere e coinvolgere**

gere i piccoli proprietari all'interno della propria filiera. Il Gruppo Ferrero continuerà a lavorare con tutti i propri fornitori per valutare innanzitutto le dinamiche rurali dei piccoli proprietari. Tali valutazioni daranno informazioni utili ad adattare il supporto necessario ai piccoli proprietari/agricoltori per supportarli nel cambiamento e migliorare la loro qualità di vita.



I prossimi passi nel 2016

- **Ferrero Palm Oil Charter:** per mantenere il proprio ruolo attivo nel mercato dell'olio di palma sostenibile, Ferrero proseguirà il proprio percorso oltre la certificazione RSPO, impegnandosi nell'implementazione sistematica della *Ferrero Palm Oil Charter* lungo l'intera catena produttiva, dai fornitori ai sub-fornitori. I prossimi passi saranno la traduzione, in partnership con TFT, dei dieci obiettivi della *Ferrero Palm Oil Charter* in specifici e misurabili criteri, e lo sviluppo di uno strumento di verifica che possa assicurare clienti e *stakeholder* circa la solidità della *Charter*, verificato da un ente terzo.

- **Palm Oil Innovation Group (POIG):** Ferrero sostiene attivamente il POIG, un'iniziativa *multi-stakeholder* con la missione di trasformare il settore della produzione dell'olio di palma e spezzare il legame tra l'olio di palma, la distruzione delle foreste e torbiere, e la violazione dei diritti umani e del lavoro. Fondata nel 2013, l'iniziativa è stata sviluppata in

collaborazione con le ONG più importanti, come pure con i produttori di olio di palma progressisti. Il POIG mira a sostenere la RSPO dimostrando che sono possibili l'innovazione e la *leadership* nella produzione di olio di palma responsabile. I coltivatori di olio di palma membri dei POIG dimostrano che l'adozione delle migliori pratiche innovative è economicamente sostenibile. Il Gruppo sta sviluppando nuovi modelli per le migliori pratiche nel settore e auspica che queste diventino abituali. Impegnandosi con gli acquirenti di olio di palma dei settori *retail* e manifatturiero, il POIG mira a influenzare la domanda di mercato per l'olio di palma prodotto in modo responsabile da società verificate dal POIG stesso.

Per ulteriori informazioni sul POIG, si visiti il sito www.poig.org.

Per ulteriori informazioni sul *Charter* del POIG e sugli indicatori, si visiti il sito: http://poig.org/wp-content/uploads/2016/03/100316_POIG_FAQ.pdf.

**PER ULTERIORI INFORMAZIONI E PER I PRECEDENTI RAPPORTI SUI
PROGRESSI RELATIVI ALL'OLIO DI PALMA SI RIMANDA AL SITO
WWW.FERREROCSR.COM**

La sostenibilità nel karité

Il burro di karité, ottenuto dalla lavorazione delle noci di karité, è utilizzato per esaltare il gusto e la consistenza dei prodotti Ferrero. Gli alberi di karité crescono naturalmente nella cintura subsahariana che attraversa numerosi Paesi dell'Africa occidentale, e le noci **vengono raccolte in prevalenza dalle donne locali**. L'ininterrotta collaborazione con il nostro fornitore di karité AAK continua a sostenere l'**approvvigionamento a lungo termine di burro di karité sostenibile e tracciabile in Burkina Faso e nei Paesi limitrofi**. Il progetto, responsabilizzando e insegnando alle donne come lavorare il karité nel miglior modo possibile, dalla raccolta allo stoccaggio, le aiuta a guadagnare di più producendo noci di karité qualitativamente migliori, trattando direttamente con le loro comunità. Tutto questo segue anche i principi del commercio equo e solidale nei confronti delle donne, dando loro la piena libertà di scegliere con chi prendere accordi commerciali.



La sostenibilità nel sal

Il burro di shorea (sal) è ottenuto dal frutto dell'albero sal (*Shorea robusta*) in India. Il burro viene estratto dai semi del suo frutto e successivamente elaborato e perfezionato per ottenere un prodotto di colore chiaro, con un odore leggero e fine, una struttura densa, adatto per prodotti cosmetici e prodotti alimentari. Il burro è utilizzato per migliorare la consistenza dei prodotti Ferrero.

Ferrero è stata premiata dal governo locale del Madhya Pradesh per l'approccio a un approvvigionamento coerente e responsabile. **Continueremo a lavorare per una filiera sostenibile di sal** e a cercare un partenariato di progetto a lungo termine per l'approvvigionamento di sal sostenibile e tracciabile in India.

NOCCIOLE

La filiera delle nocciole

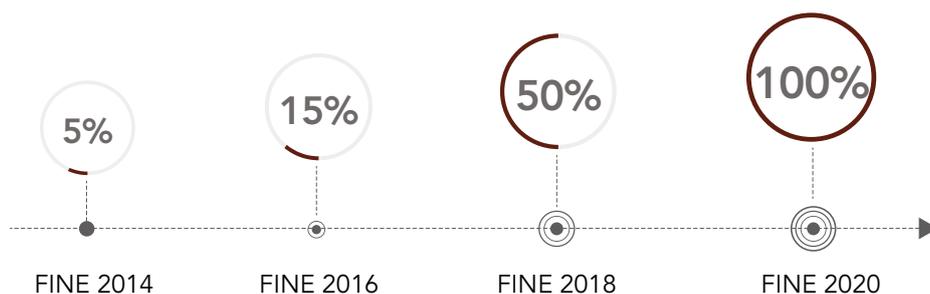


FERRERO, TRA I PRINCIPALI PLAYER A LIVELLO MONDIALE NEL SETTORE DELLE NOCCIOLE, INTENDE RAGGIUNGERE L'OBIETTIVO DEL 100% DI TRACCIABILITÀ PER LA SUA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO DI NOCCIOLE, ENTRO IL 2020.

La tracciabilità nella filiera delle nocciole Ferrero si concretizza nella capacità di seguire i movimenti delle nocciole in ogni fase produttiva e di risalire alle loro origini fino all'azienda agricola. Considerata la qualità quale priorità assoluta, un sistema efficace di tracciabilità permette al Gruppo di **assicurare gli standard qualitativi della produzione e dei prodotti.**

In linea con la *roadmap* della catena di approvvigionamento sostenibile delle nocciole, Ferrero raggiungerà il 100% di tracciabilità entro il 2020. Al termine del 2015, in linea con la *roadmap* definita, **il Gruppo ha ottenuto la completa tracciabilità di oltre il 5% della fornitura di nocciole.**

ROADMAP DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE DELLE NOCCIOLE



Origini: Turchia, Cile, Italia

Il Gruppo non si approvvigiona esclusivamente dai principali Paesi produttori di nocciole (ad esempio Turchia, Cile e Italia), ma può contare anche su piantagioni di proprietà. Allo scopo di soddisfare la crescente

domanda e rafforzare la posizione di *leadership* nel mercato globale delle nocciole, **Ferrero ha costituito sei aziende agricole per la coltivazione diretta di nocciole** in Cile, Argentina, Sudafrica, Georgia, Australia e

Serbia. Sono tutte aziende agricole di proprietà di Ferrero: un investimento per garantire una fornitura stagionale di nocciole a livello mondiale, oltre che per assicurare una qualità eccellente durante tutto l'anno.

Per un approfondimento completo sulle aziende agricole Ferrero dedicate alla corilicoltura, si rinvia all'approfondimento dedicato.

FERRERO, TRA I PRINCIPALI PLAYER A LIVELLO MONDIALE NEL SETTORE DELLE NOCCIOLE, SI IMPEGNA CONCRETAMENTE A STIMOLARE E GUIDARE IL CAMBIAMENTO VERSO LA SOSTENIBILITÀ NEL SETTORE CORILICOLO. QUEST'IMPEGNO È TESTIMONIATO E VALORIZZATO DALL'ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA FERRERO FARMING VALUES HAZELNUT (FFVH).

Turchia: il Programma Farming Value di Ferrero

La Turchia copre circa il 75% della produzione mondiale di nocciole. In questo Paese, Ferrero resta uno dei principali acquirenti e, per questo motivo, nel 2012, il Gruppo ha deciso di avviare e sviluppare proprio qui il programma FFVh, coinvolgendo *partner* a livello locale e internazionale. Come già accennato nei precedenti rapporti CSR, Ferrero ha prestato particolare attenzione alle relazioni con i propri fornitori turchi di nocciole, in relazione agli alti *standard* di qualità e di sicurezza e a una serie di

questioni etiche, sociali e ambientali. Dalla data del suo lancio, il progetto ha già fornito risultati positivi nella regione turca del Mar Nero. Ancora più importante il fatto che Ferrero, per la prima volta, ha stabilito e continua a stabilire una relazione di fiducia con i suoi produttori, coinvolgendoli in attività per migliorare ulteriormente le loro competenze agricole e favorire lo sviluppo rurale in aree in cui urbanizzazione e abbandono delle campagne sono fenomeni significativi.





Il piano di Ferrero per l'approvvigionamento sostenibile prevede il coinvolgimento di un'azienda *leader* nella certificazione a livello mondiale, la **Scientific Certification System** (SCS Global Services, www.scsglobalservices.com), cui è affidato il compito di sviluppare azioni concrete in Turchia.

Dal 2012 SCS, in sinergia con auditor locali, ha convalidato questo modello attraverso un documento creato specificamente per essere utilizzato sul campo insieme agli agricoltori, i *FFV Control Points*. Grazie a un ciclo estensivo di controlli, condotti durante i mesi di raccolta (agosto e settembre in Turchia), gli ispettori hanno portato a termine una **verifica completa della catena di approvvigionamento Ferrero**, definendone i punti di forza e le aree di miglioramento che hanno costituito gli obiettivi da realizzare per FFV a partire dal 2014. Nel 2014/2015, durante la sta-

gione di raccolta, sono stati condotti da SCS e da alcuni auditor locali controlli specifici sulla filiera FFVh per verificare l'impegno e il rispetto degli *standard* da parte dei produttori. Un gruppo rappresentativo di aziende agricole è stato selezionato attraverso criteri rigorosi ed è stato visitato dagli auditor durante le procedure di raccolta.

Il costante monitoraggio della situazione e una visione più completa e dettagliata della filiera sono possibili grazie all'implementazione della piattaforma di tracciabilità gestita in collaborazione con *GeoTraceability*.

Questo strumento permette a Ferrero di avere un quadro chiaro dell'ubicazione dei nocciolieti, della produzione degli agricoltori che approvvigionano Ferrero e delle problematiche principali che si trovano ad affrontare, al fine di 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 coriicola in Turchia.



L'agricoltura è caratterizzata da una ciclicità che guida gli agricoltori secondo i calendari delle colture e l'osservazione dell'ambiente. FFVh è pensato e sviluppato in funzione dei ritmi agricoli per aiutare i produttori fornendo loro assistenza tecnica e le competenze necessarie. In alcune aree strategiche per la produzione di nocciole **sono stati allestiti dei team specifici di esperti in agricoltura.**

I 79 giovani professionisti (54 tecnici agricoli e 25 operatori sul campo) competenti e motivati, offrono gratuitamente consulenza ai contadini locali nelle seguenti aree:

- valutazione e impiego di fertilizzanti;
- difesa e controllo delle malattie;
- diserbo;
- potatura;
- ritenzione del carbonio nel suolo;
- raccolta/meccanizzazione;
- gestione delle acque e dei rifiuti.



Tutti questi punti sono formalizzati in un piano tecnico, il FFV *Hazelnut Production Standard*, documento che delinea con precisione le migliori pratiche per la colticultura. Valutata la sua attuazione a livello delle aziende agricole attraverso un progetto biennale, Ferrero ha riconosciuto la necessità di aggiornare lo *standard* di produzione e assicurarne l'applicabilità alle dinamiche del settore corilicolo. Nel 2015, lo *standard* è stato aggiornato dalla versione

1.0 alla 2.0 attraverso un processo di consultazione *multi-stakeholder*.

Il trasferimento di competenze e tecnologie è mediato attraverso la creazione di aziende agricole pilota, gestite direttamente da FFVh in tutta la regione del Mar Nero. Gli agricoltori sono invitati nelle aziende modello per apprendere le più moderne tecniche agricole e discutere i loro problemi e necessità con i tecnici Ferrero.

Nel 2014 e nel 2015 hanno aderito e beneficiato del programma rispettivamente 3.600 e 8.938 agricoltori, mostrando un grande interesse nel discutere e mettere in pratica le migliori pratiche agricole.

FFV Hazelnut Production Program:

ANNO	2014	2015
AGRICOLTORI ADERENTI	3.600	8.938



La meccanizzazione è finalizzata a minimizzare i costi operativi, incrementando al tempo stesso la produttività. In quanto passaggio fondamentale per la modernizzazione dell'agricoltura, generalmente ha portato benefici, aumentando la competitività dei contadini. In Turchia, FFVh ha riconosciuto la meccanizzazione quale tappa essenziale verso un'agricoltura professionale. Lavorando a stretto contatto con costruttori di macchine agricole a livello internazionale, FFVh **ha introdotto macchinari personalizzati sulle esigenze delle aziende agricole pilota**. Le macchine agricole realizzate *ad hoc* per i nocciolati turchi sono mietitrici sottovuoto a due ruote, piccoli trattori cingolati e tosaerba di agevole utilizzo. Nella progettazione di questi macchinari, tre fattori sono presi in considerazione: **adattabilità** all'utilizzo su un terreno ripido e scosceso, **facilità di manutenzione** e **prezzo ragionevole**. Grazie a continui sforzi per adattare questi macchinari ai bisogni degli agricoltori, FFVh è riuscito a rendere il loro utilizzo una pratica comune. Il programma prevede un maggiore

utilizzo di macchinari agricoli, che si affianca al supporto e all'assistenza tecnica dei FFVh.

Uno degli obiettivi strategici di FFVh è quello di aiutare gli agricoltori a riconoscere la qualità e il valore delle nocciole che coltivano, con l'intento di **trasformare aziende agricole part-time in vere e proprie imprese agro-alimentari**. Produrre nocciole di qualità, con costanza, permette agli agricoltori di diventare più resilienti nel pianificare i loro investimenti e guadagni, mantenendo l'eredità agricola familiare. FFVh mette gratuitamente a disposizione degli agricoltori alcuni impianti di essiccazione, permettendo loro di essiccare perfettamente le nocciole, preservandone la qualità fin dalle fasi di produzione precedenti lo stoccaggio. Un considerevole numero di agricoltori, guidati da specifici criteri e *standard* produttivi, ha iniziato a utilizzare i **42 impianti di essiccazione messi a disposizione da FFVh**, posizionati strategicamente in tutta l'area di coltura.

Partnership pubblico-privata con Caobisco e ILO

Nel corso del 2014/2015, Ferrero ha continuato a sostenere e a partecipare alla *partnership* pubblico-privata con **Caobisco** (Associazione Europea dei Produttori di Cioccolato, Biscotti e Dolci) e **ILO** (*International Labour Organization*) in Turchia, per un progetto denominato "Modello integrato per l'eliminazione delle peggiori forme di lavoro minorile (WFCL) nell'agricoltura stagionale nella raccolta delle nocciole in Turchia". Questo progetto esteso è stato sviluppato sul modello del progetto pilota "Eliminazione delle peggiori forme di lavoro minorile nell'agricoltura stagionale commerciale nella raccolta delle nocciole a Ordu" nel 2013 e nel 2014.

L'obiettivo generale del progetto è quello di contribuire all'eliminazione delle peggiori forme di lavoro minorile nell'agricoltura stagionale in linea con la strategia del governo turco. Gli obiettivi specifici sono i seguenti:

- **contribuire all'eliminazione delle peggiori forme di lavoro minorile** nella raccolta stagionale delle nocciole attraverso attività simultanee nella regione del Mar Nero orientale e del Mar Nero occidentale, nonché in alcune città selezionate nella regione dell'Anatolia sud orientale, dove si trova una forte concentrazione di lavoratori agricoli stagionali;
- **evitare che i bambini lavorino** facendo in modo che abbiano un'istruzione scolastica senza interruzioni quando devono viaggiare con le loro famiglie lavoratrici.

Durante la stagione del raccolto 2015, il progetto è stato realizzato nei distretti di Uzunisa, Efirli, Ünye e Fatsa nella provincia di Ordu, nella regione del Mar Nero orientale, nel distretto di Hendek nella provincia di Sakarya, nei distretti di Çilimli e Akçakoca nella provincia di Duzce, nella regione del Mar Nero occidentale. Nella prima settimana del progetto, 140 studenti a Uzunisa, 150 a Efirli, 150 a Ünye, e 190 a Fatsa sono stati registrati presso i centri di assistenza sociale.

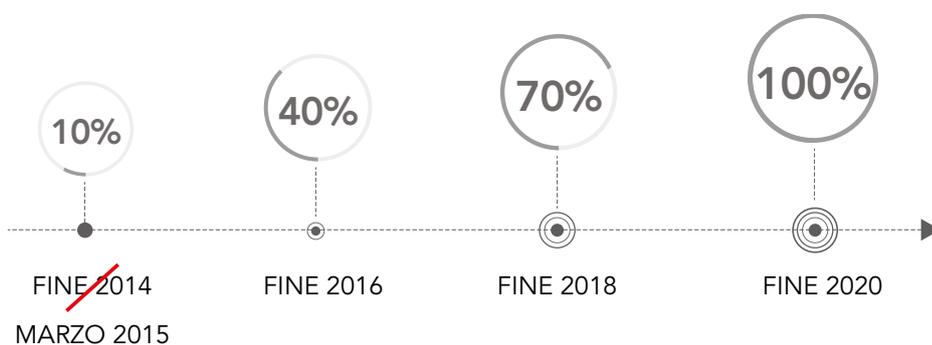


ZUCCHERO



Nel corso del 2014/2015, il volume totale di zucchero acquistato da Ferrero può essere ripartito approssimativamente in **1/4 di zucchero di canna raffinato e 3/4 di zucchero di barbabietola.**

ROADMAP DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE DELLO ZUCCHERO DI CANNA



Origini: Brasile, India, Australia e altri

Ferrero ha mantenuto e si è impegnata a consolidare **le relazioni di fiducia** con le numerose cooperative agricole e i produttori di zucchero. Il Gruppo collabora da decenni con alcuni fornitori, che riforniscono Ferrero di zucchero dall'elevata qualità garantita. Per supportare lo sviluppo dell'approvvigionamento di questa materia prima da altri Paesi, i *team Procurement* e *Quality* adottano 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 interno di *auditing*. Come dichiarato nei precedenti rapporti CSR, Ferrero assicura che lo zucchero approvvigionato è al **100% non OGM**.

ENTRO IL 2020, FERRERO SI IMPEGNA AD ACQUISTARE TUTTO LO ZUCCHERO DI CANNA RAFFINATO DA FONTI SOSTENIBILI.



Dedicando sistematicamente risorse alla valutazione dei sistemi di certificazione attualmente disponibili, ovvero della loro robustezza, dell'impatto sul territorio, dell'efficienza delle risorse e dei costi, il Gruppo Ferrero sta individuando ulteriori possibilità per espandere la catena di fornitura sostenibile dello zucchero di canna.

Inoltre, grazie ad approfondite discussioni e visite sul campo dedicate alla valutazione della qualità tecnica e della sostenibilità delle aziende agricole e dei mulini della canna da zucchero, il Gruppo ha identificato e si è **formalmente impegnato con i fornitori che hanno implementato valide strategie di sostenibilità**.

Dal 2010, il Gruppo Ferrero è membro della Bonsucro - *Better Sugar Cane Initiative* (www.bonsucro.com), un'organizzazione riconosciuta a livello mondiale che promuove la sostenibilità del settore dello zucchero di canna, attraverso un sistema di misurazione e certificazione. Lo schema è supportato dall'implementazione degli *standard* di produzione, con un focus sulla riduzione degli impatti ambientali e sociali, inclusi la biodiversità, l'ecosistema, i diritti umani e le condizioni di lavoro, la conformità normativa.



Nel 2014/2015, Ferrero ha acquistato zucchero di canna certificato da Bonsucro sia in Australia che in Brasile, con **il raggiungimento dell'obiettivo intermedio di più del 20% entro la fine del mese di agosto 2015**.

Grazie ai proventi della vendita di zucchero di canna certificato Bonsucro, le comunità agricole potranno beneficiare di una somma extra destinata agli investimenti volti al miglioramento delle pratiche agricole e al rafforzamento delle pratiche di sostenibilità.

Inoltre, Ferrero si impegna a incentivare i propri attuali fornitori, come ad esempio *EID Perry*, accompagnandoli nel processo di certificazione Bonsucro.

Il Gruppo Ferrero continuerà a cercare attivamente e a verificare altre fonti sostenibili, ove possibile, con l'obiettivo di individuare iniziative di responsabilità sociale che possano contribuire a raggiungere l'obiettivo del 100% di zucchero di canna sostenibile.

IL BENESSERE ANIMALE NELLA FILIERA DEL LATTE E DELLE UOVA

Ferrero considera il benessere animale un importante principio della propria responsabilità sociale. Nelle filiere di approvvigionamento dei prodotti di origine animale, Ferrero ha tra i propri obiettivi lo sviluppo di un percorso che assicuri il **progressivo miglioramento degli standard di allevamento**. Il benessere animale contribuisce alla qualità e alla sicurezza dei prodotti, oltre che alla sostenibilità della filiera nel corso del tempo.

IL BENESSERE ANIMALE È PARTE INTEGRANTE DEL CODICE DI CONDOTTA COMMERCIALE FERRERO. NEL DEFINIRE LE PRIORITÀ DEL PROPRIO IMPEGNO, FERRERO HA SCELTO DI IMPLEMENTARE GRADUALMENTE IL RISPETTO DELLE CINQUE LIBERTÀ PER LA TUTELA DEL BENESSERE ANIMALE, SVILUPPANDOLE NEL TEMPO E ANTICIPANDO CAMBIAMENTI DELLA NORMATIVA VIGENTE.

Le 5 libertà⁴ per la tutela del benessere animale descrivono le condizioni ideali in cui un animale dovrebbe trovarsi affinché sia considerata accettabile la sua condizione di benessere:

1. libertà dalla fame, dalla sete e dalla cattiva nutrizione, garantendo all'animale l'accesso ad acqua fresca e a una dieta che lo mantenga in piena salute;

2. libertà di avere un ambiente fisico adeguato, dando all'animale un ambiente che includa riparo e una comoda area di riposo;

3. libertà dal dolore, dalle ferite e dalle malattie, prevenendole o diagnosticandole e trattandole rapidamente;

4. libertà di manifestare le proprie caratteristiche comportamentali specie-specifiche, fornendo all'animale spazio sufficiente, strutture adeguate e la compagnia di animali della propria specie;

5. libertà dalla paura e dal disagio, assicurando all'animale condizioni e cure che non comportino sofferenza psicologica.

Ferrero si impegna perché agli animali delle proprie filiere siano garantiti un apporto adeguato di acqua e di cibo e le cure necessarie a mantenerli in buono stato di salute, evitando dolore e sofferenza. Il benessere degli animali è, ad esempio, assicurato tramite sistemi di raffrescamento, adeguate aree di riposo e sistemi di arricchimento ambientale (es. lettieri con materassini, spazzoloni per grattare la schiena). Sono inoltre monitorate la dimensione delle cuccette e la reazione degli animali all'avvicinarsi dell'uomo (test di avvicinamento).

Grazie alle relazioni a lungo termine sviluppate con i propri fornitori, pertanto, Ferrero lavora per assicurare non solo il rispetto delle normative vigenti in materia di benessere animale, ma per **spingersi oltre gli standard legislativi minimi**, nei casi in cui esistono le condizioni. Questo impegno è ancora più sfidante in alcune aree, peraltro poco significative in termini di quantità di approvvigionamento, dove non è ancora sviluppata una profonda sensibilità sul tema dell'*animal welfare*.

4. Le 5 libertà per la tutela del benessere animale sono elencate dal Farm Animal Welfare Council (1979) sulla base del Brambell Report.

UOVA



Ferrero ha adottato un programma interno su base volontaria per approvvigionarsi di uova in modo più sostenibile. Il programma prevede un impegno nell'**approvvigionamento di uova da galline allevate a terra**, secondo la seguente tabella di marcia applicata a tutti gli stabilimenti dell'Unione europea. Ferrero ha raggiunto l'obiettivo di utilizzare il 100% di uova da galline allevate a terra nel 2014 nell'UE, e continuerà il suo impegno:

ROADMAP DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO DELLE UOVA ALLEVATE A TERRA



Origini: UE-15 per gli stabilimenti UE

GRAZIE AL CONTINUO IMPEGNO E ALLA COLLABORAZIONE CON I FORNITORI, IL GRUPPO HA RAGGIUNTO, NEL SETTEMBRE 2014 E IN LINEA CON IL PROPRIO OBIETTIVO, IL TRAGUARDO DEL 100% DELL'APPROVVIGIONAMENTO DI UOVA PROVENIENTI DA GALLINE ALLEVATE A TERRA PER TUTTI GLI STABILIMENTI DELL'UNIONE EUROPEA.

Nel 2013, Ferrero ha inaugurato due nuovi stabilimenti produttivi extraeuropei, in Turchia e Messico. Le uova utilizzate in questi stabilimenti rappresentano circa il 5% dei consumi globali di uova da parte di Ferrero. Sebbene ciò rappresenti una piccola quantità, Ferrero intende sviluppare una strategia di approvvigionamento di uova da galline allevate a terra anche in queste aree, dove questo tipo di allevamento non è consuetudine. Ferrero continua il proprio impegno nel dialogo con i fornitori nazionali, al fine di **favorire l'allevamento a terra in questi Paesi** e sviluppare un piano per raggiungere il 100% di uova provenienti da galline allevate a terra a livello globale.



LATTE



Negli anni, Ferrero ha sviluppato e alimentato relazioni a lungo termine con produttori di latte accuratamente selezionati a livello locale. Questo approccio ha permesso una collaborazione reciproca volta a garantire e **migliorare freschezza e qualità** con i medesimi *standard* per tutti i nostri fornitori di latte.

Ferrero si avvale di queste relazioni per rafforzare le proprie "**catene di approvvigionamento controllate e corte**", con particolare attenzione alle attività dei fornitori legate alla sostenibilità.

Ferrero si attiene rigorosamente alle norme nazionali sulla produzione di latte crudo e prodotti lattiero-caseari, e stimola costantemente i propri fornitori verso le migliori pratiche di produzione del latte.

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 sua classificazione e la composizione, possono variare di Paese in Paese. Comunque, gli alti *standard* Ferrero per la fornitura di latte sono applicati a livello globale, indipendentemente dal livello di severità della normativa locale in vigore.

Ferrero si approvvigiona di latte direttamente dai propri *partner* lattiero-caseari, selezionati **secondo rigidi standard volti a garantire il controllo dell'intera filiera e assicurare costante freschezza**, gusto e sicurezza. Il latte liquido viene pastorizzato entro 24 ore e disidratato, se necessario, entro 48 ore dal ricevimento in latteria, prima di essere consegnato agli stabilimenti Ferrero.

Attraverso la catena di approvvigionamento corta 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 dalla fattoria al prodotto.

INOLTRE, IL GRUPPO FERRERO ESEGUE AUDIT SEMPRE PIÙ FREQUENTI E DETTAGLIATI SUI FORNITORI RELATIVI AI PARAMETRI DI QUALITÀ, ASSICURANDO UN MAGGIORE DETTAGLIO NELLE VARIE FASI DELL'APPROVVIGIONAMENTO DEL LATTE, FINO ALLA SUA ORIGINE.

Il miglior esempio di queste procedure può essere trovato nel "*Milk Supply Chain Partnership Project*", che Ferrero ha sviluppato con i due fornitori più importanti, Inalpi (Italia) e Mittelelbe (Germania). Sul latte da loro fornito, è stata raggiunta la piena tracciabilità con un dettaglio più elevato.

Il "Milk Supply Chain Partnership Project"

Il "Milk Supply Chain Partnership Project", relativo alla fornitura di 30.000 t di latte nel periodo 2013-2015, ha l'obiettivo di sviluppare e consolidare le azioni volte a raggiungere gli *standard* definiti dal protocollo di filiera Ferrero, attraverso *partnership* con i fornitori. Tre sono le caratteristiche della catena di approvvigionamento:

- **Corta:** numero circoscritto di intermediari commerciali tra il produttore e il trasformatore tendendo al contatto diretto tra i due, riducendo le distanze tra le entità coinvolte;
- **Controllata:** in riferimento agli *standard* qualitativi Ferrero circa i limiti microbiologici e chimici;
- **Sostenibile:** monitoraggio degli indici del benessere animale e della sostenibilità ambientale. In particolare, gli indici del benessere animale, che Ferrero intende mettere in pratica attraverso un sistema di controllo di filiera, sono suddivisi nelle seguenti categorie: alimentazione degli animali, strutture aziendali e gestione della salute animale.

Nel 2015, Ferrero ha implementato il " **Milk Quality Project** " (MQP – Programma di Qualità Latte) su 11 fornitori strategici in diverse aree geografiche (dall'Italia alla Scandinavia), che rappresentano oltre il 90% del latte approvvigionato agli stabilimenti Ferrero in Europa. I numerosi dati raccolti attraverso le attività di *audit* presso le stalle di produzione del latte (più di 550 allevamenti visitati in tutta Europa) hanno consentito a Ferrero di conoscere in modo approfondita la catena di produzione del latte. Inoltre, questa attività ha permesso di evidenziare l'impegno da parte dei fornitori di latte non solo nella gestione dei parametri di qualità del latte, in gran parte già consolidati, ma anche nei piani di sviluppo e implementazione di **buone pratiche volte a migliorare il benessere animale e a ridurre l'impatto ambientale.**

Le informazioni raccolte, in particolare i punteggi attribuiti agli indicatori del benessere animale e della sostenibilità

ambientale, sono state condivise con i fornitori in riunioni periodiche al fine di individuare le aree di forza nei vari ambiti e per studiare eventuali piani di miglioramento. Al momento, questi incontri sono un'occasione importante per Ferrero e per i fornitori di latte per condividere idee e opinioni in termini di sostenibilità della produzione lattiero-casearia e di qualità del latte, per discutere del futuro sviluppo di diversi programmi di sostenibilità e, ultimo ma non meno importante, per consolidare solide relazioni.



FERRERO HAZELNUT COMPANY

UN PERCORSO DI INTEGRAZIONE DELLA FILIERA DELLA NOCCIOLA



Il Gruppo Ferrero opera nella filiera della nocciola con la finalità di garantirsi un approvvigionamento costante di nocciole di qualità, durante tutto l'anno. Con l'acquisizione del Gruppo Stelliferi e del Gruppo Oltan, **oggi Ferrero agisce lungo tutta la filiera della nocciola:** dal campo, con le aziende agricole Ferrero e un intenso programma di ricerca e innovazione, alle fasi di lavorazione e di *processing* industriali, fino alla vendita ad aziende di semilavorati, realizzando, di fatto, un esempio di filiera agroalimentare totalmente integrata.

La maggior copertura della filiera, dal *processing* alla vendita, si è aggiunta al presidio delle aziende agricole Ferrero gestite, fra le altre figure professionali, dai cosiddetti "*green collars*", attivi nella coltivazione e nella raccolta delle nocciole.

Tale gestione integrata ha portato a fine 2014 alla nascita di **Ferrero Hazelnut Company** (HCo), con l'obiettivo di raggruppare sotto un'unica struttura tutti gli attori operanti nella

filiera della nocciola: la coltivazione delle aziende agricole, lo sviluppo della coltivazione del nocciolo presso gli agricoltori, la ricerca e sviluppo agronomica, il *sourcing*, la trasformazione industriale e la vendita di prodotti e semilavorati a base nocciola.

In *Ferrero Hazelnut Company* (HCo), al 31 agosto 2015, collaborano oltre 3.000 dipendenti, ripartiti tra sei aziende agricole Ferrero (in Cile, Argentina, Georgia, Sudafrica, Australia e Serbia), otto impianti di lavorazione (situati in Italia, Cile e Turchia) e cinque *Business unit* (Lussemburgo, Italia, Turchia, Francia e Regno Unito).

Il nuovo ruolo del Gruppo attraverso la *Ferrero Hazelnut Company* ha portato a una ridefinizione e a un allargamento del proprio perimetro di azione: mentre prima il Gruppo agiva esclusivamente a livello di *procurement*, oggi tramite HCo, oltre ad aver integrato un notevole *know how* nel *processing* della materia prima, è diventato tra i maggiori *player* al mondo nel settore delle nocciole.

LE ATTIVITÀ DI FERRERO HAZELNUT COMPANY (HCO)



Land acquisition, aziende agricole Ferrero e outgrowing

L'attività di queste tre aree funzionali è fortemente integrata: attualmente operano tutte con l'obiettivo di espandere su scala globale la coltivazione del nocciolo.

- La funzione *Land Acquisition Unit* è preposta alla ricerca e alla successiva acquisizione di superfici su cui impiantare nuovi noccioli.
- Le aziende agricole Ferrero sono situate in aree vocate per la coltivazione del nocciolo e rappresentano i "laboratori di ricerca" agronomica di HCo. Per ulteriori informazioni sulle attività delle aziende agricole si rimanda all'approfondimento alla fine di questo capitolo.
- L'*Outgrowing Unit* si occupa della promozione della coltivazione del nocciolo presso gli agricoltori terzi e dello sviluppo sostenibile della relativa filiera, principalmente a sostegno delle aziende agricole Ferrero, ma anche in contesti in cui questa coltura non è presente oppure non è strutturata né di qualità. Anche in questo caso, sono richieste competenze molto diversificate che vanno dall'agro-economia, necessaria per dimostrare la fattibilità e redditività di un investimento, all'agronomia per la gestione degli aspetti tecnici, fino al *marketing* e alla comunicazione, fondamentali per promuovere al meglio le iniziative e comunicarle nella maniera corretta.

Ricerca e innovazione in agricoltura

In HCo la ricerca sul nocciolo è fondamentale: un *team* di agronomi è dedicato alle sperimentazioni e alla ricerca in campo, con strumenti e tecniche tra le più avanzate: dalla gestione in remoto delle operazioni meccanizzate (via GPS), all'utilizzo di droni per il monitoraggio della coltura (stress idrico, patologie fogliari, ecc.); dai prodotti per la gestione delle avversità, ai nuovi metodi di propagazione, che garantiscano conformità genetica ed elevata qualità fitosanitaria. Inoltre è promossa e supportata la ricerca scientifica di base attraverso l'intensificazione di collaborazioni con i più importanti enti di ricerca e università, che annoverano alcuni tra i più grandi esperti mondiali nel campo corilicolo.

Oltre all'attività di ricerca interna, HCo si fa promotrice anche di iniziative di *open innovation*: a maggio 2015 è stato lanciato il *Ferrero hazelnut award*, un concorso finalizzato a promuovere la ricerca e l'innovazione nella coltivazione del nocciolo.

Ferrero hazelnut award contest

Si è svolta in Expo Milano 2015 la cerimonia di premiazione del **Ferrero hazelnut award contest**, un premio per finanziare e migliorare la ricerca nonché l'innovazione nel settore delle nocciole.

L'obiettivo era quello di stimolare e ottenere dal mondo scientifico soluzioni concrete per le criticità della coltivazione del nocciolo e proposte di innovazioni da applicare a un settore ancora considerato, per molti versi, tradizionale. La risposta all'invito di HCo è stata molto positiva: all'*award* hanno partecipato università ed enti di ricerca, per un totale di più di 40 progetti. Tra questi, il primo premio, di 150.000 euro, è stato assegnato all'*Instituto de Investigaciones Agropecuarias*, INIA Carillanca (Cile) con il progetto "**Improvement hazelnut production incorporating novel technologies for the most important world production areas**".

Le proposte sono state **ricevute, valutate e classificate da una commissione scientifica, esterna e indipendente, istituita presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza** coordinata dal Professor Lorenzo Morelli, Presidente della Facoltà di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali, secondo una griglia che ha premiato innovazione, sostenibilità e facilità di implementazione dei progetti presentati.

Questo premio conferma ulteriormente il **costante impegno** di Ferrero per l'**eccellenza della qualità** e per l'**innovazione**, la **costante ricerca di pratiche agricole sostenibili** e il suo **rispetto per l'ambiente**.

Processing, Improvement e Industrial Quality

Il processo di ricerca e sviluppo (R&D) in HCo è composto da due anime, indipendenti ma allo stesso tempo complementari. La prima consiste nella parte agronomica, già illustrata in precedenza; la seconda è quella focalizzata sulle fasi di *processing* e trasformazione della nocciola, che inizia con l'essiccazione: l'operazione che fa passare il testimone fra l'agronomo in campo e il tecnico industriale.

Ferrero nella sua storia ha sviluppato la capacità di lavorare e trasformare la nocciola mettendo a punto i migliori processi, tecniche e macchinari, per esempio, per la tostatura o la granellatura. Con la nascita di *Ferrero Hazelnut Company* (HCo), l'approccio volto all'innovazione e miglioramento si è concentrato anche sulla fase di *processing*, dalla sgusciatura alla selezione e stoccaggio delle nocciole. Il tutto avviene nel pieno rispetto di *standard* di sicurezza alimentare e qualità sempre più rigorosi rispetto alle normative vigenti.

Global Trading: Procurement e B2B Sales & Marketing

HCo è uno dei principali fornitori del mercato corilicolo mondiale, non solo per il Gruppo Ferrero, ma anche per altri importanti utilizzatori. In questo scenario, tutti i clienti, tra cui il Gruppo Ferrero, possono beneficiare degli investimenti fatti da HCo nella ricerca agricola, nell'individuazione di nuove aree di sviluppo, nel miglioramento della qualità e nei programmi per assicurare la sostenibilità delle produzioni.



Le aziende agricole Ferrero

Le aziende agricole Ferrero sono aziende agricole di proprietà del Gruppo Ferrero, situate in nuove aree giudicate idonee per la coltivazione del nocciolo. Queste aziende rappresentano i "laboratori di ricerca" agronomica di HCo, essendo delle vere e proprie *model farms* con una triplice funzione:

- **sperimentazione:** per verificare l'adattabilità delle differenti varietà di nocciolo alle condizioni agroclimatiche locali e sperimentare le differenti tecniche agronomiche;
- **dimostrazione:** per incentivare e promuovere presso gli agricoltori locali la coltivazione del nocciolo;
- **produttività:** per garantire una parte significativa del raccolto di nocciole a Ferrero.

Parte dei terreni delle aziende agricole è dedicata all'attività vivaistica, vero e proprio polmone del futuro sviluppo della filiera, che permette la coltivazione di piantine di varietà selezionate, che sono poi vendute agli agricoltori locali a un prezzo equo.

HCo offre agli agricoltori locali anche assistenza tecnica e consulenza per coltivare al meglio le loro piantagioni.



LE AZIENDE AGRICOLE FERRERO



MINIMIZZARE L'IMPATTO AMBIENTALE

Il cambiamento climatico è una delle più grandi sfide globali dei prossimi decenni e impatterà sul modo di fare *business* delle aziende. Per tale ragione a dicembre 2015, durante la Conferenza ONU sul Clima a Parigi (COP21), 195 Paesi hanno siglato un accordo, chiamato "Accordo di Parigi", con l'obiettivo di mantenere l'aumento delle temperature medie globali al di sotto dei 2°C rispetto ai livelli pre-industriali, sforzandosi di limitarlo a 1,5°C.

La lotta al cambiamento climatico rappresenta anche uno dei tre traguardi che l'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) si è prefissata di raggiungere entro il 2030, tramite la

promozione dei 17 *Sustainable Development Goals* (SDGs) adottati nel settembre 2015 dai 193 stati membri.

In questo contesto, il Gruppo Ferrero riconosce che la transizione verso un'economia a basse emissioni è l'unico modo per garantire una crescita economica sostenibile nel rispetto del Pianeta.



Il cambiamento climatico e le attività agricole

I cambiamenti climatici influenzano diversi settori, primo tra tutti quello agricolo, maggiormente esposto a causa della sua diretta dipendenza dalle condizioni climatiche. Questa dipendenza diventa ancora più marcata ed evidente nelle agricolture tropicali, dove le variazioni climatiche possono innescare anche modifiche repentine del prezzo della merce o instabilità nei volumi disponibili, con un conseguente rischio di approvvigionamento. Questo può portare, nel lungo periodo, a effetti dannosi come l'abbandono delle aree rurali con una presenza generazionale discontinua nella comunità e perdita di servizi e infrastrutture.

Ferrero, in quanto industria dolciaria, utilizza nelle proprie ricette materie prime provenienti principalmente da zone tropicali. 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 volti alla mitigazione e lavorando a stretto contatto con i produttori dei Paesi d'origine.**

Il progetto FER-Way

In questo contesto il Gruppo Ferrero crede che la propria prima responsabilità sia misurare l'impatto dell'intera *supply chain* dei suoi prodotti. Solo avendo una chiara visione del proprio impatto si può pensare di gestirlo e ridurlo. Dal 2009 il Gruppo misura annualmente la *Carbon footprint*⁵, impegnandosi ad ampliarne gradualmente i confini.

Dal 2013/2014, con il lancio del progetto **FER-Way - Ferrero Environmental Responsibility Way** - volto alla buona gestione della sostenibilità ambientale, il Gruppo si sta particolarmente focalizzando sul miglioramento dell'accuratezza dei dati, sulla maggiore inclusione delle fonti di emissione indirette e sulla ridefinizione di indicatori e parametri di misura che seguano i più recenti sviluppi in ambito scientifico. Ciò permetterà di identificare i rischi, le opportunità e le azioni strategiche da attivare.

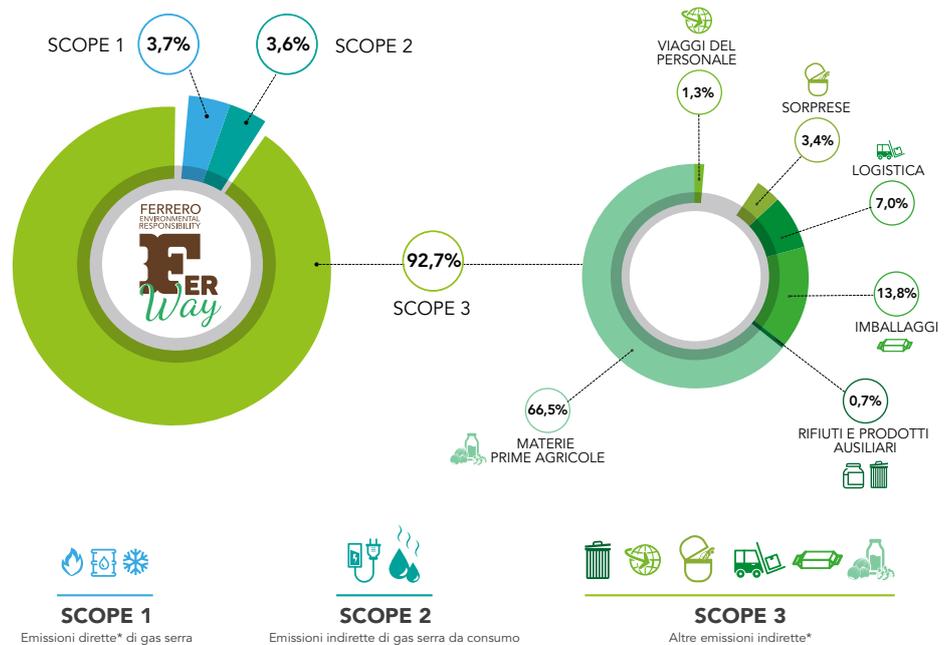
5. Definita da esperti indipendenti del Carbon Trust come la "quantità totale di CO₂ e altri gas a effetto serra emessi direttamente e indirettamente da una persona, organizzazione, evento o prodotto".

6. Per il calcolo della Carbon footprint, sono stati utilizzati i seguenti standard e metodologie:

- il Corporate Accounting and Reporting Standard - GHG Protocol - sviluppato dal World Resources Institute (WRI) con il World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), ad oggi assunto come lo strumento di contabilizzazione e standard di carbon reporting più diffuso a livello mondiale;

- il Publicly Available Specification PAS 2050:2011, basato sugli standard ISO 14044 e sviluppato congiuntamente da DEFRA, Carbon Trust e BSI (British Standard Institute), e focalizzato esclusivamente sulle emissioni dei gas serra lungo il ciclo di vita di un prodotto;

- le norme ISO 14040 e ISO 14044 riguardanti la valutazione del ciclo di vita (LCA) con i relativi Principi e Quadro di riferimento, Requisiti e Linee guida.



*Definizioni GHG Protocol, WRI, WBCSD

Il progetto FER-Way si basa sull'**approccio del Life Cycle Thinking (LCT)** che considera le differenti fasi di vita dei prodotti e i loro principali impatti sull'ambiente valutando anche quelle non sotto il diretto controllo del Gruppo. Si possono infatti distinguere una responsabilità personale o diretta (in cui rientrano le emissioni dirette Scope 1 e quelle indirette Scope 2), pari a 396.185 t di CO₂, ovvero al 7,3% delle emissioni del 2014/2015, e una responsabilità condivisa o indiretta (Scope 3) pari a 5.040.881 t di CO₂, ossia il 92,7% delle emissioni totali, con la coltivazione e produzione delle materie prime agricole come principale causa dell'impatto di Gruppo (66,5%)⁶.

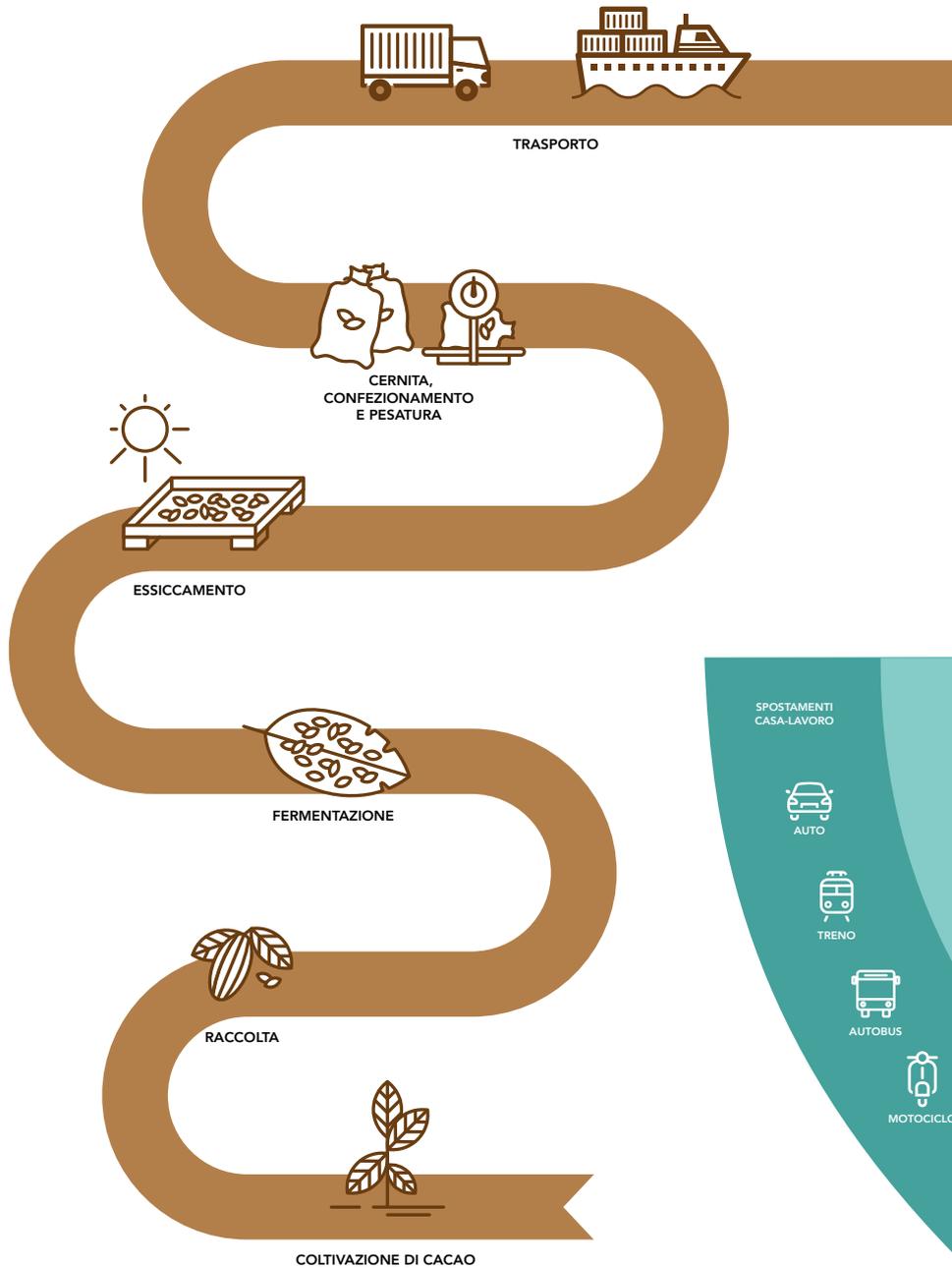
Il Gruppo Ferrero gestisce la raccolta e l'analisi dei dati su una **piattaforma interna denominata SuRe** (*Sustainable Reporting*), un ambiente controllato che permette anche di gestire e ottimizzare i flussi e i passaggi di dati. Il perimetro di rendicontazione dei dati ambientali del presente rapporto include: la società Energhe, 18 stabilimenti produttivi⁷ con i 29 magazzini interni, la produzione e il trasporto delle sorprese KINDER®, il trasporto dei semilavorati e dei prodotti finiti, i viaggi di lavoro⁸, i magazzini direttamente gestiti da Ferrero (19) e inoltre, da quest'anno, tutti i magazzini non direttamente gestiti dal Gruppo (213) e gli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti⁹. I dati relativi ai trasporti dai fornitori agli stabilimenti Ferrero delle principali materie prime agricole e dei materiali di imballo sono invece ancora in fase di definizione.

7. Sono esclusi gli stabilimenti in Camerun e Sudafrica, il nuovo stabilimento in Cina e lo stabilimento di Thorntons Plc a Alfreton.

8. Sono considerati i viaggi di lavoro dei dipendenti delle principali società del Gruppo: Italia, Lussemburgo, Germania e Francia.

9. La stima per il Gruppo è stata calcolata sulla base di un'indagine a campione effettuata sullo stabilimento di Alba che ha coinvolto circa 900 dipendenti durante il 2014/2015. L'indagine è stata effettuata nel corso del progetto "Metodologia di calcolo dell'inventario GHG relativo alla produzione di prodotti dolciari. Case study: stabilimento di Alba – Gruppo Ferrero".

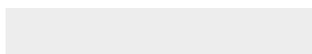
AREE MISURATE DEL PROGETTO FER-WAY



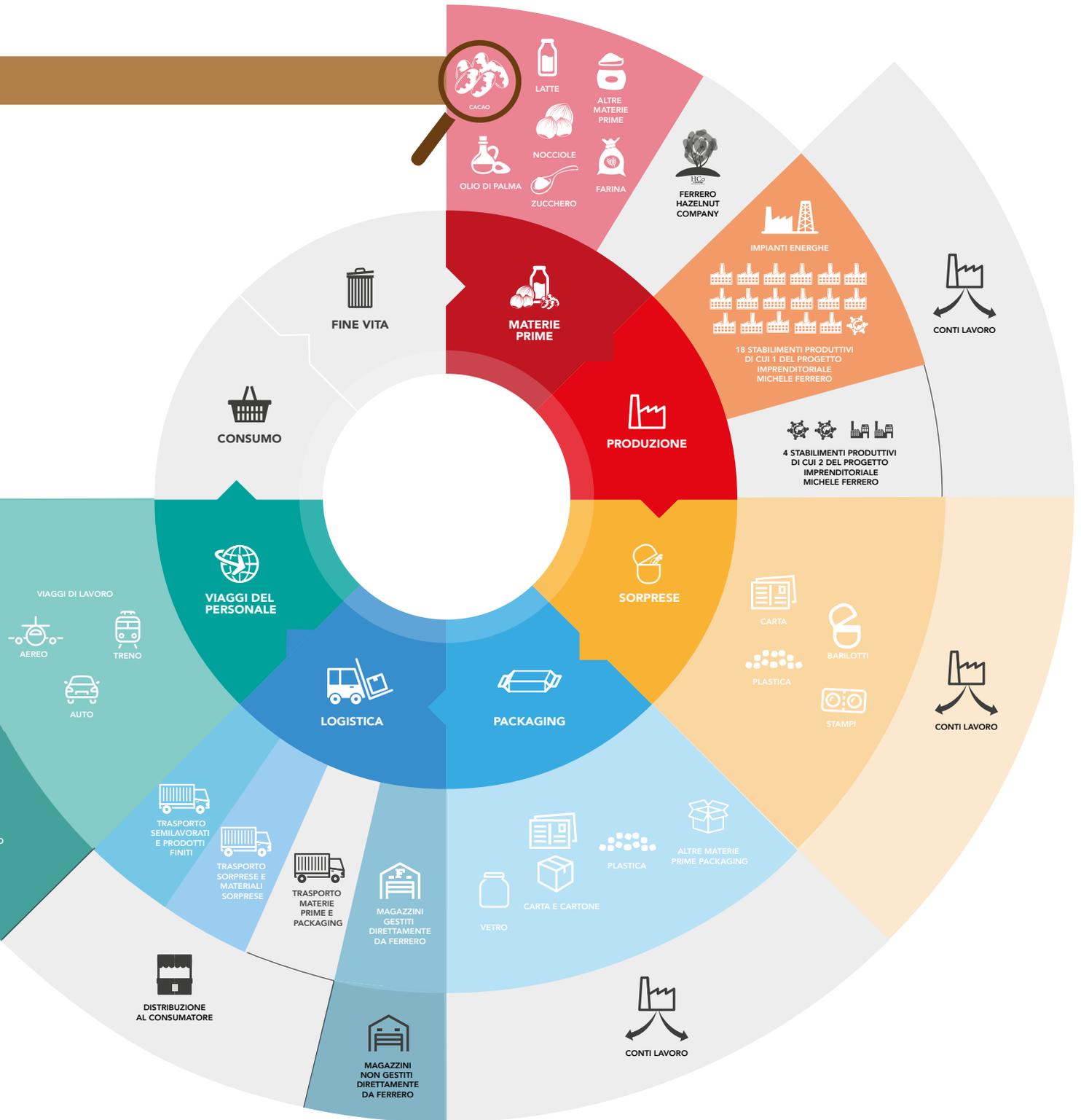
LEGENDA



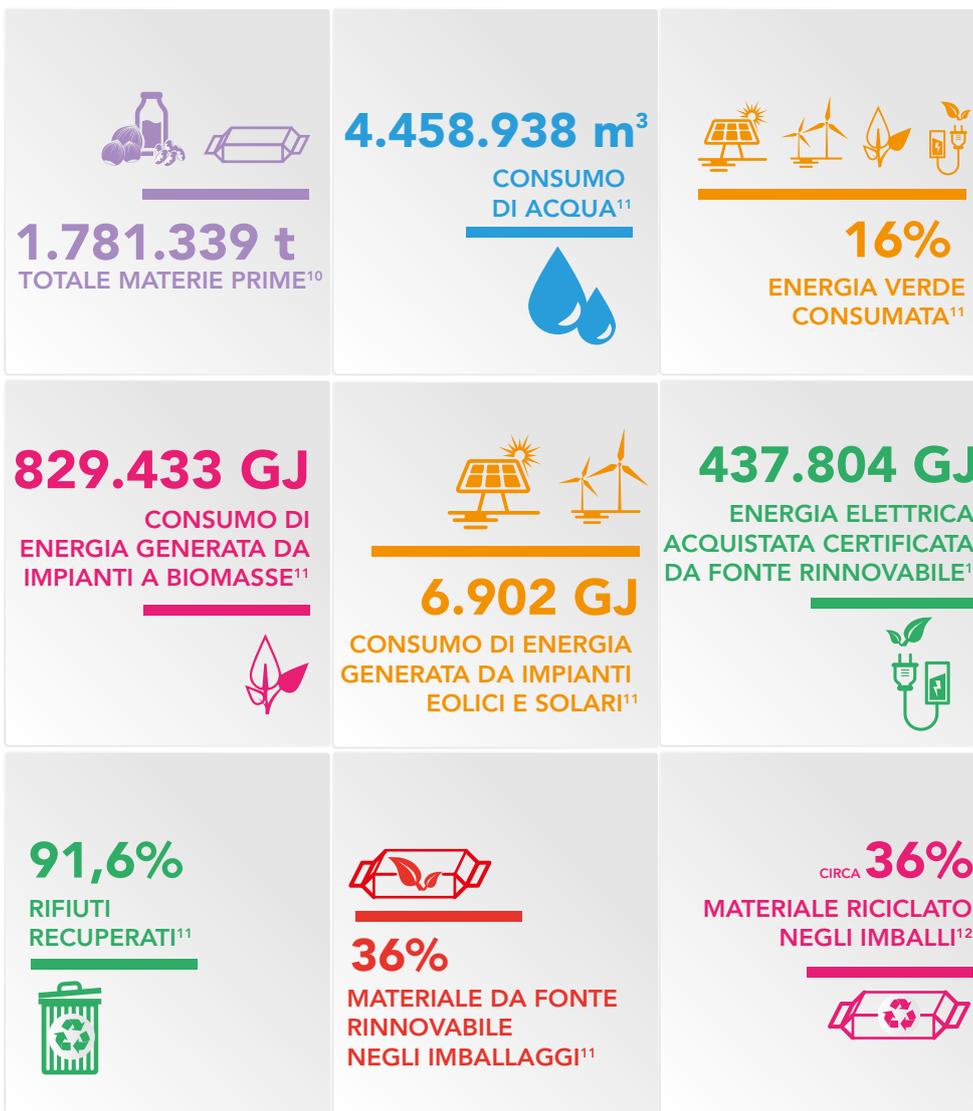
Incluso nel perimetro del progetto FER-Way



Escluso dal perimetro del progetto FER-Way



I NUMERI CHIAVE DEL 2014/2015



10. Il totale materie prime include i quantitativi di: materie prime agricole comprensivi dell'acqua prevista nelle ricette dei prodotti Ferrero, materie prime imballaggi, materie prime per le sorprese, materiali ausiliari dei processi produttivi.

11. Dati relativi ai 18 stabilimenti produttivi e ai 19 magazzini inclusi nel perimetro di rendicontazione del presente capitolo.

12. 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, per rPET e rPP il dato è il calcolo puntuale di materiale riciclato acquistato nell'anno di riferimento del report, mentre per vetro e alluminio il dato deriva da indagine presso i fornitori e tiene conto dei diversi stabilimenti di provenienza dei materiali, è perciò legato all'efficienza di raccolta e riciclo dei Paesi dove sono ubicati ed operano i fornitori di imballi.

IL PROGETTO FER-WAY E L'ECONOMIA CIRCOLARE

L'economia globale ha seguito negli ultimi 150 anni un percorso lineare di produzione e consumo creando una sempre crescente domanda di risorse naturali. Con le aspettative di crescita della popolazione mondiale è fondamentale cambiare modo di pensare e quindi di produrre e consumare. Al modello di consumo lineare si va perciò sostituendo quello dell'economia circolare, ovvero un'economia progettata per auto-rigenerarsi¹³.

Anche il Gruppo Ferrero, attraverso il suo progetto di responsabilità ambientale *FER-Way*, **supporta e sostiene lo sviluppo di un'economia circolare**, conscio delle implicazioni che la scarsità di risorse pone al proprio *business*.

Se da un lato diventa chiaro che avere una dettagliata fotografia degli impatti e dei flussi che si originano nella produzione di un determinato prodotto sia fondamentale per far evolvere il sistema stesso in un'ottica di economia circolare, è altresì evidente che il **misurare** da solo non basta, e che la collaborazione con i diversi attori della catena è fondamentale.

Per questo Ferrero sta sviluppando il proprio progetto di responsabilità, focalizzando l'attenzione anche su temi come l'**educazione** di dipendenti, fornitori e clienti e la **collaborazione** con università, associazioni, enti di ricerca, fornitori e ONG, su progetti dove è possibile creare un valore condiviso.

Solo così diventa poi possibile **progettare** insieme, al fine di supportare una transizione dell'industria alimentare verso l'economia circolare al fine di:

- preservare e massimizzare il valore delle risorse e delle materie prime;
- utilizzare in modo efficiente le risorse;
- promuovere l'approvvigionamento sostenibile delle materie prime.

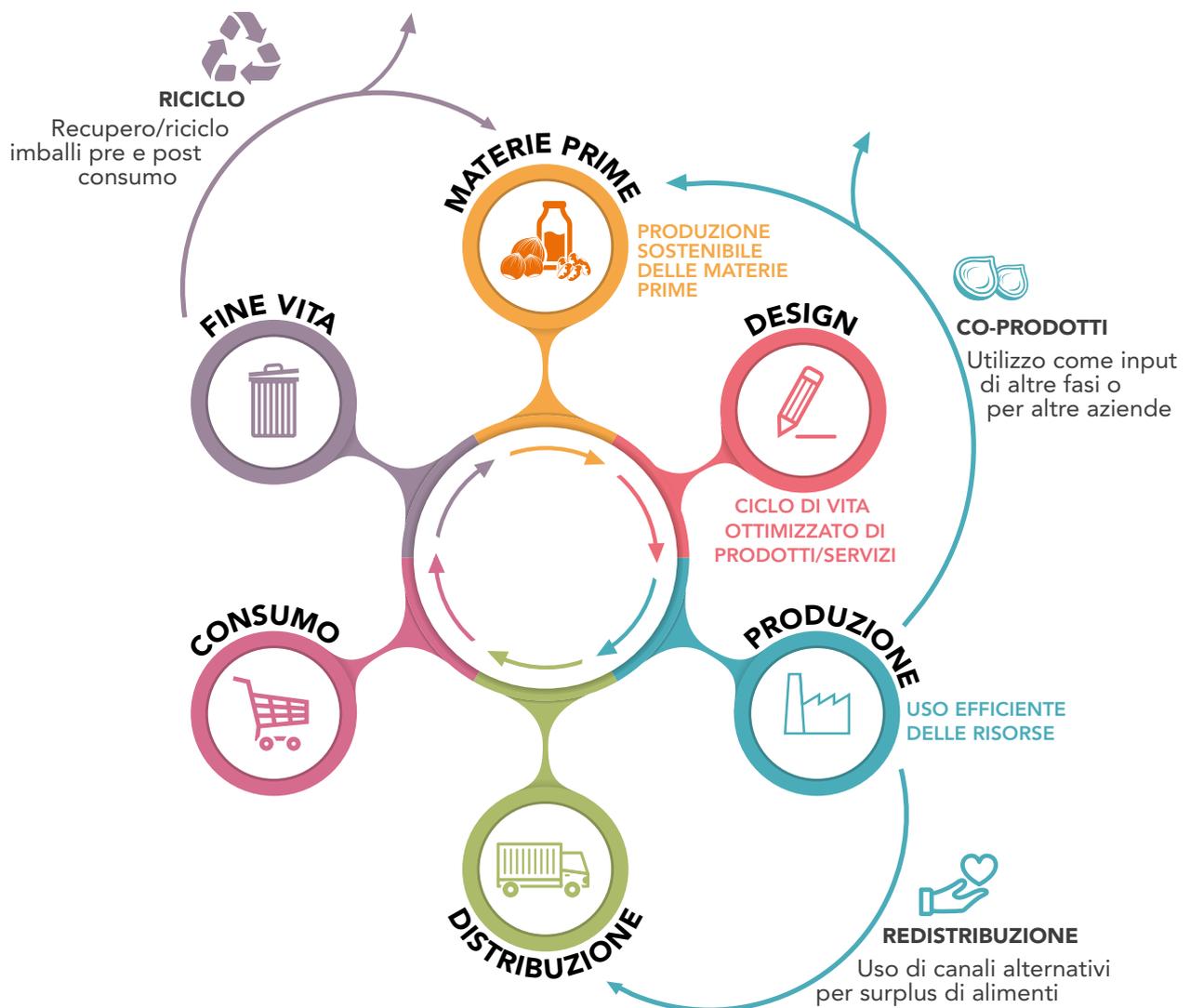


13. La Ellen MacArthur Foundation definisce l'economia circolare "Un sistema pensato per essere restaurativo e rigenerativo, che abbia l'obiettivo di mantenere i prodotti, i componenti e i materiali al loro maggior valore e utilità in ogni momento, distinguendo tra cicli tecnici e biologici".

VERSO UN'ECONOMIA CIRCOLARE: BEST PRACTICES

Per incorporare i principi dell'economia circolare nelle proprie attività, Ferrero ha iniziato a ripensare la gestione di alcune delle principali risorse utilizzate - materie prime alimentari, energia e materiali di imballaggio - **come "cicli" piuttosto che come convenzionali catene di approvvigionamento lineare**. In questo percorso la collaborazione è fondamentale, perché nessuno ha tutte le risposte, e per poter ripensare i sistemi correnti dando per esempio valore ai materiali che ad oggi sono destinati alla discarica è necessario riunire attori con competenze e necessità differenti.

CONTRIBUTI DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE ALL'ECONOMIA CIRCOLARE



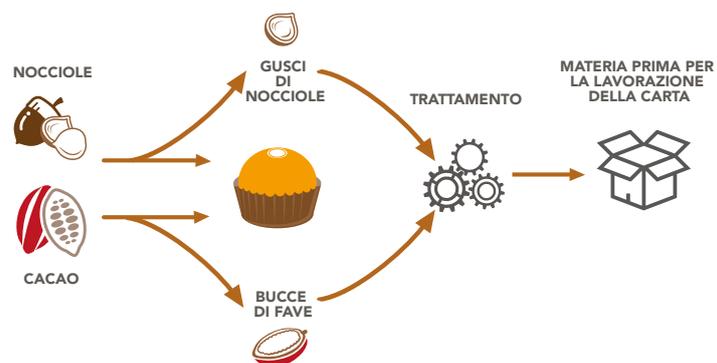


Materie prime

Una delle principali materie prime utilizzate da Ferrero nei propri prodotti è la nocciola, con la conseguente produzione di gusci. Per non limitarsi a vedere questo materiale come un rifiuto da smaltire, si stanno testando soluzioni tecnologiche lavorando con diversi *partner*, per trovare il modo di utilizzarlo come risorsa. Sono infatti già conclusi alcuni studi sull'uso dei gusci di nocciola come materia prima per l'industria della carta.

Progetto Eco°paper

"Eco°Paper" è il nome del progetto coordinato da Ferrero in collaborazione con le società di imballaggio *Stora Enso Barcellona* (Spagna) e *Papiertechnische Stiftung* (Germania), per creare un *packaging* più sostenibile ed economico riutilizzando i residui produttivi di gusci di nocciola e fave di cacao.



Il progetto è stato sviluppato in parte con i finanziamenti dal Settimo programma quadro dell'Unione europea per *Seventh Framework Programme for research, technological development and demonstration under grant agreement no 304337* all'interno di *Eco-Innovation initiative of the Competitiveness and Innovation Framework Programme* (CIP).

Obiettivo del progetto è stato garantire la qualità della materia prima per l'industria della carta sostituendo parzialmente le fibre cellulose vergini e riducendone l'impatto ambientale.

Nel 2011, durante la fase di laboratorio in Italia e Germania, sono stati sviluppati i metodi di produzione della carta *Eco°Paper*, e a metà del 2012 la metodologia è stata trasferita in un impianto pilota con l'obiettivo di comprovare la fruibilità del progetto *Eco°Paper* in ambito industriale. Al momento l'industrializzazione non è stata avviata.

Per maggiori informazioni e per il report finale del progetto si rimanda al sito www.eu-ecopaper.com.

Design



L'impatto ambientale di un prodotto o servizio è determinato nella fase di *design* del prodotto/servizio stesso, poiché è dall'attività di progettazione che dipende tutto il ciclo di vita di un prodotto. È in fase di progettazione infatti che si possono ottimizzare i processi, reinserire in circolo alcune risorse o evitare la produzione di rifiuti.

In Ferrero, la Direzione Ferrero *Engineering* che si occupa della realizzazione e dell'acquisto dei macchinari Ferrero ha tra i suoi obiettivi quello di ridurre l'impatto ambientale di produzione dei prodotti. Per tale ragione, nel corso del 2014/2015 ha iniziato a mettere a punto un sistema di verifica a campione dei principali progetti tecnici. Il modello, ancora in fase di perfezionamento, porterà sia un'integrazione di aspetti di sostenibilità ambientale nei processi decisionali sia l'aumento della consapevolezza del tema da parte di tutti gli attori coinvolti (dai progettisti ai fornitori).

Il sistema, denominato *GENESIS* (GEstione ENergetica Su Impianti e Strutture), consiste nella selezione di progetti ad alti investimenti o con consumi energetici consistenti e nella loro analisi dal punto di vista energetico. L'obiettivo è quello di migliorare le scelte da intraprendere in fase di progettazione per ottenere riduzione dei consumi e benefici ambientali.



Nel corso di questo primo anno di applicazione sono stati analizzati almeno tre progetti di rilevanza economica per il Gruppo.

Rimodernamento tunnel di raffreddamento linea presso lo stabilimento in Canada

I tunnel di raffreddamento hanno il compito di preservare, e a volte ottimizzare, le caratteristiche del prodotto dolciario trattato, limitandone al massimo il calo di peso, garantendo la conservazione della forma, nessun danno alla superficie e tracce minime del nastro trasportatore sul prodotto. Per molti prodotti dolciari, quali cioccolato, prodotti ricoperti e uova pasquali, il tunnel di raffreddamento rappresenta l'ultimo stadio prima del confezionamento. Si tratta di un processo importante che permette di ottimizzare le caratteristiche del prodotto; in parti-

colare per il cioccolato e i prodotti a base di cioccolato, questa operazione è essenziale per far sì che essi restino lucidi, non subiscano un affioramento dei grassi e mantengano inalterati aspetti importanti per la qualità del prodotto, come la croccantezza.

Nel corso del 2015, per soddisfare le esigenze di maggior produzione dello stabilimento canadese, è stato necessario modificare le *performance* dei tunnel di raffreddamento finale della linea Rocher dopo l'enrobatura e prima del confezionamento. L'operazione di modifica ha comportato la revisione totale dell'impianto. Nel nuovo impianto, nella zona di passaggio aria, sono state inserite alette di intercettazione che catturano l'aria fredda favorendo il raffreddamento della parete divisoria e di conseguenza, per contatto diretto, del prodotto. Il prodotto caldo viene condotto all'interno del tunnel da un nastro trasportatore che scorre su un piano raffreddato dalla circolazione di aria forzata a bassa temperatura. Alcune modifiche sono state apportate anche all'impianto di evaporazione e ventilazione con conseguente riduzione della dispersione dell'energia attraverso la modulazione dell'apertura della valvola di immissione dell'aria. Inoltre la differente movimentazione delle coperture del nuovo tunnel, attuata grazie a un semplice sistema di contrappesi, ha reso il sistema di apertura e chiusura più leggero, permettendo così una pulizia e un'ispezione degli stessi più facile e sicura. Da sottolineare, in ottica di economia circolare, il dimensionamento dell'impianto in funzione dell'utilizzo di acqua fredda glicolata a -21°C già presente nello stabilimento.



I diversi accorgimenti innovativi adottati (alette di intercettazione dell'aria fredda, piani raffreddati di scorrimento prodotto, controllo dello sbrinamento tramite aria secca, utilizzo di acqua glicolata pre-esistente nello stabilimento, controllo delle "frigorie" erogate, controllo delle temperature di esercizio interne al tunnel a regime di produzione, ritorno dell'aria di raffreddamento esterna al tunnel) hanno portato a un miglioramento dell'efficienza produttiva e qualitativa, con un conseguente risparmio di energia pari circa al 30%.

Produzione



Il concetto di circolarità può essere espresso in maniera ancora più evidente e concreta nella fase di produzione vera e propria. È in questa fase, più a diretto controllo delle aziende, che è possibile cambiare radicalmente il modo di lavorare coinvolgendo in un sistema comune aziende che normalmente operano in maniera separata. Questo approccio permette infatti lo scambio non solo di risorse materiali (sottoprodotti o rifiuti), ma anche di energia di scarto, servizi, competenze. Si tratta cioè di una strategia per la chiusura dei cicli delle risorse e l'ottimizzazione del loro uso all'interno di uno specifico ambito economico territoriale¹⁴. Questa simbiosi industriale caratterizza così un sistema industriale contraddistinto da rapporti di interdipendenza funzionale in cui i prodotti di scarto di uno diventano un prezioso *input* per altri, facendo scomparire il tradizionale concetto di rifiuto, poiché "i materiali oggetto di scambio [...] non sono mai rifiuti in nessun momento della loro esistenza, ma sempre beni economici"¹⁵.

Da diversi anni il Gruppo è attivo nel campo della ricerca, anche attraverso bandi europei, per produrre energia e nuovi materiali di imballaggio attraverso l'utilizzo sia dei sottoprodotti alimentari delle proprie fabbriche che di altre tipologie di biomasse non appartenenti alla propria filiera diretta.

Progetto Sibafeq

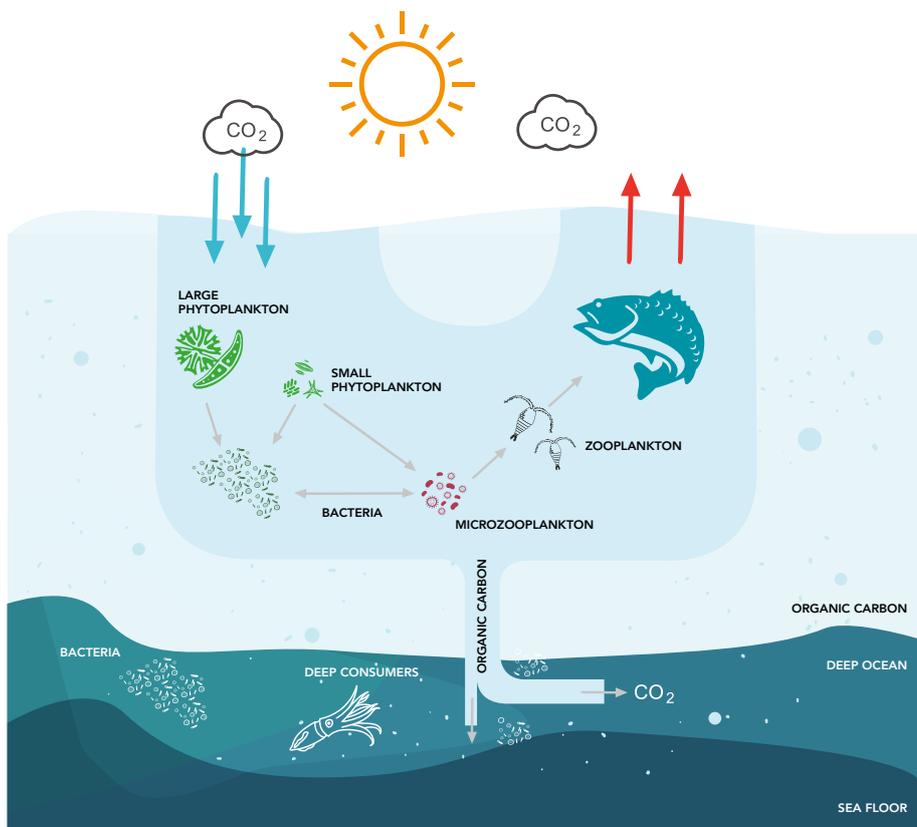
Il progetto Sibafeq - Sfruttamento Integrato di Biomasse Algali in Filiera Energetica di Qualità - ha visto il Gruppo Ferrero come capofila, in collaborazione con il CNR (Consiglio Nazionale delle Ricerche), l'Istituto di Chimica Biomolecolare di Pozzuoli (Napoli) e Pmi, fornitore di Ferrero per gli stabilimenti del sud. È stato co-finanziato dal Ministero dell'Istruzione nell'ambito del Programma operativo nazionale (PON) "Ricerca e competitività", col contributo di risorse europee del Fondo europeo di sviluppo regionale (Fesr) e di risorse nazionali, ed è stato presentato a Expo Milano 2015.

Il progetto di ricerca, completamente italiano, impiega una risorsa naturale rinnovabile - il fitoplancton marino delle alghe diatomee - per la produzione di biomasse da cui ottenere energia e biocarburanti. Il plancton, infatti, costituisce uno dei grandi motori della terra. I microscopici organismi che compongono il plancton assorbono quasi un terzo dell'anidride carbonica globale e sono alla base della catena alimentare marina, fornendo direttamente o indirettamente sostentamento a tutti gli organismi che vivono nei mari e negli oceani.

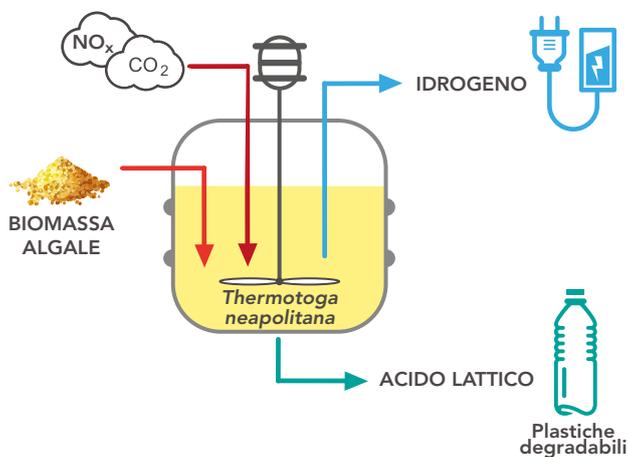
Da un punto di vista qualitativo, il progetto di ricerca si propone di stabilire un processo che, attraverso la crescita e frazionamento delle

14. Cutaia e Morabito, 2012.

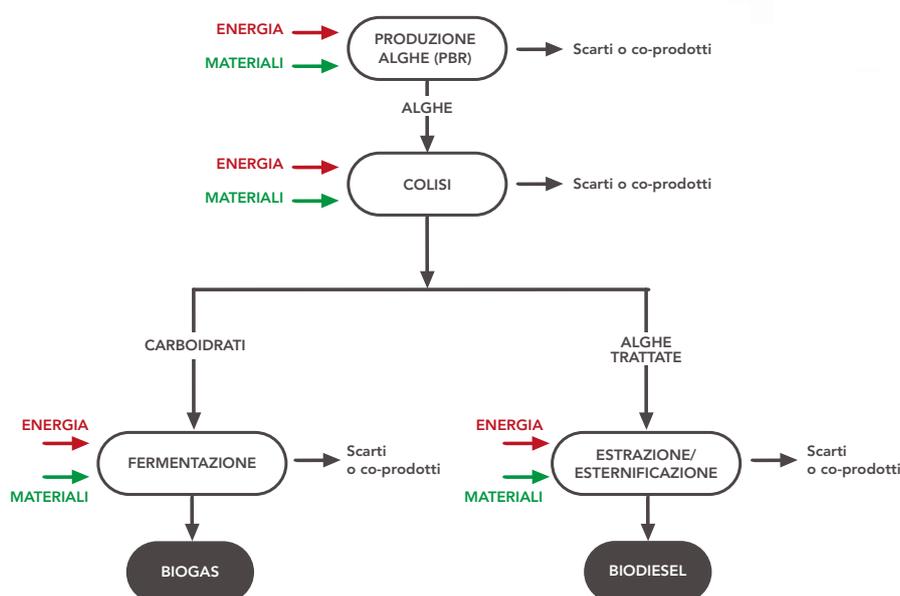
15. Di Fidio, 1995.



biomasse microalgali, consenta di ottenere bio-olio da utilizzare come combustibile in motori diesel, e bio-idrogeno per la produzione di energia elettrica da *fuel-cells*. Le biomasse algali saranno anche utilizzate per l'assorbimento di CO₂ e NO_x prodotti dalla combustione di centrali elettriche da fonti fossili e la produzione di silice nano-strutturata da utilizzare nell'industria dei pannelli fotovoltaici. Il primo obiettivo è un primo contributo all'indipendenza energetica e al miglioramento dell'ambiente; il secondo è importante dal punto di vista strategico per l'affermazione dell'Italia nel settore delle energie rinnovabili.



Nel corso della ricerca - condotta da 15 giovani ricercatori - è stato creato un presidio tecnologico in Campania, basato su una tecnologia flessibile ed economica per la produzione di microalghe e di prodotti derivati. A Palomonte, in provincia di Salerno, e nello stabilimento Ferrero di S. Angelo Dei Lombardi, è stato installato un prototipo di impianto che a fine progetto ha raggiunto circa 20.000 litri di coltura, destinato alla sperimentazione e produzione in campo delle microalghe e un processo tecnologicamente avanzato per la trasformazione delle biomasse.



La sperimentazione, conclusasi a dicembre 2015, ha già ottenuto diversi risultati concreti e probabilmente applicabili. Tra questi, la realizzazione di un processo di trattamento enzimatico delle paste algali per favorire il rilascio dei componenti e la possibilità di sperimentare la trasformazione dei residui idrosolubili della lavorazione delle microalghe per produrre idrogeno e acido lattico attraverso un processo microbiologico brevettato. Le biomasse ottenute dalla coltivazione massiva di microalghe costituiscono anche una materia prima per la produzione di biocarburanti e composti ad alto contenuto energetico.

Per maggiori informazioni si rimanda al sito www.ponrec.it/open-data/progetti/scheda-progetto?ProgettoID=5242.



Consumo

La transizione verso un'economia circolare richiede la partecipazione e l'impegno di tutti gli *stakeholder*, anche e soprattutto quello dei consumatori. Ferrero negli ultimi anni ha cercato di attivare il suo coinvolgimento attraverso azioni di educazione, sia al consumo (attraverso il tema della porzionatura), sia alla corretta dismissione degli imballaggi dei propri prodotti.

Etichetta End use Ferrero

Già da diversi anni il Gruppo Ferrero è attivo nell'educazione del consumatore sulla natura dei materiali di imballo dei propri prodotti. È stata così creata l'etichetta "**end use**", con l'obiettivo di aiutare il consumatore nella separazione e dismissione corretta dell'imballaggio successivamente al consumo dei prodotti. L'etichetta, già applicata sul *brand* italiano dell'Estathé dal 2013, ha successivamente coinvolto il *brand* NUTELLA® che ha visto l'etichetta applicata in alcuni Paesi europei.

Anche il *brand* KINDER® ha deciso di partecipare al progetto rendendo pubbliche le informazioni di "*end use*" della maggior parte dei suoi prodotti e formati entro la fine del 2016. Il consumatore potrà scoprire la natura degli imballaggi dei prodotti KINDER® grazie alle informazioni che saranno pubblicate sul sito www.kinder.com sotto forma di *brochure*. Da sempre KINDER® si caratterizza per piccole porzioni incartate singolarmente e quindi per ridotte dimensioni di imballaggi; per tale ragione il sito internet è stata una scelta obbligata per garantire la leggibilità delle informazioni e riportare le informazioni di un maggior numero di formati.



Rifiuti

Per andare incontro alla necessità di realizzare un modello di sviluppo fondato sulla riduzione del consumo di risorse naturali e sulla minimizzazione della produzione di rifiuti, molti dei materiali che un tempo venivano unicamente considerati materiale da smaltire e dismettere fanno ora parte di un percorso virtuoso di valorizzazione, assumendo la qualifica di "prodotto".

Progetto SPE

Il progetto SPE - *Scraps of the Packaging Evolution* - è stato attivato nel 2012/2013 nei principali stabilimenti europei con l'obiettivo di sviluppare analisi di fattibilità per la valorizzazione dei rifiuti di imballi dei siti produttivi Ferrero e attivare azioni che permettano di sostituire negli imballi e nelle attrezzature Ferrero materiali vergini con materiali di recupero, senza compromettere le prestazioni richieste agli imballi.

Dagli scarti di produzione delle linee Estathé di Alba, per esempio, è stata ricavata materia prima secondaria per la realizzazione di vassoi per la movimentazione interna allo stabilimento. Nel 2013/2014, sono state prodotte 180 t di vassoi costituiti per il 70% di plastica proveniente dal riciclo in linea, per un totale di 126 t di materiale riciclato.

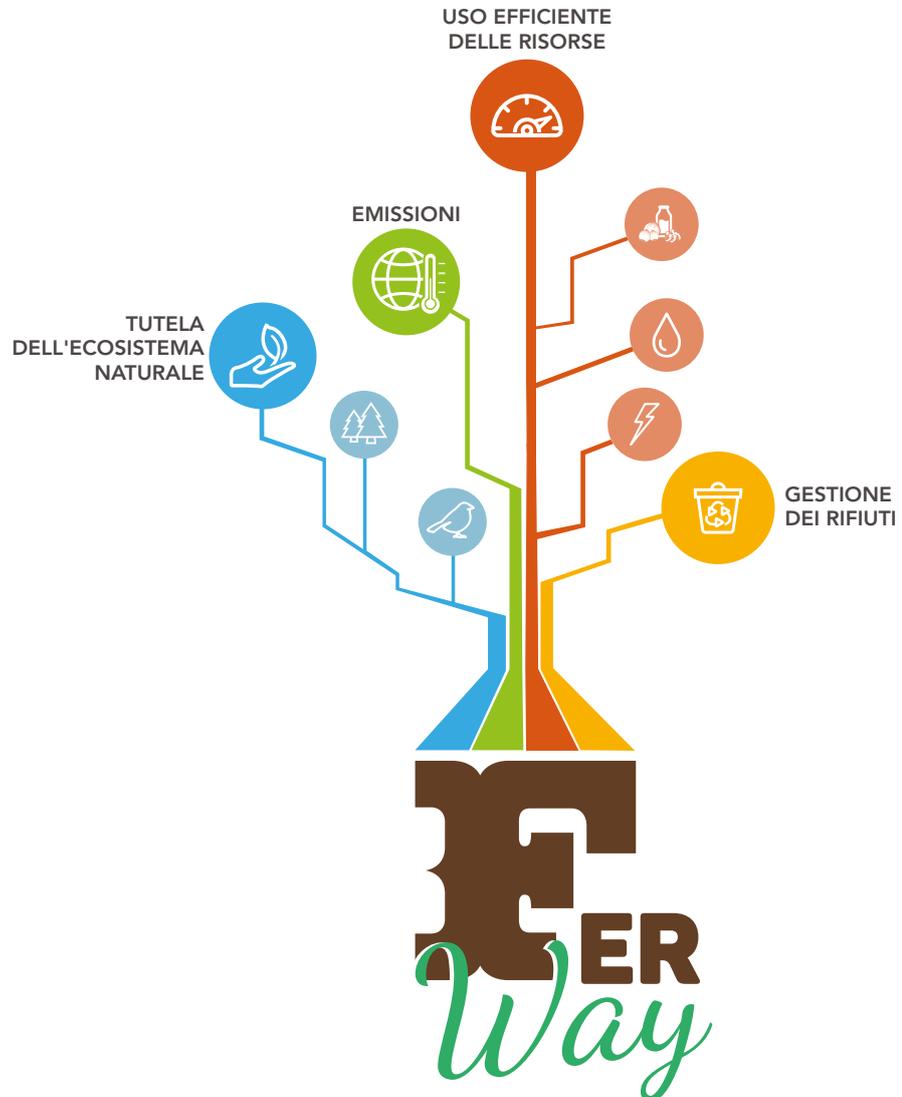


Un ulteriore esempio è dato dal reinserimento degli scarti valorizzabili di alcune linee di produzione del KINDER® Merendero nel flusso di imballi tradizionali Ferrero. Si è così creato un circolo virtuoso che, partendo dall'invio degli sfridi a un fornitore Ferrero, ha portato alla loro trasformazione in granulo di materia secondaria e poi alla produzione dei piedini marroni degli espositori Rocher, composti perciò al 95% di materiale rigenerato (il restante 5% è il colore). Nell'anno solare 2014 sono state prodotte circa 70 t di tale granulo con duplice beneficio: nell'anno fiscale 2013/2014 si è avuta una riduzione dei rifiuti di stabilimento e una riduzione di risorse non rinnovabili vergini pari a 40 t; la restante parte di granulo è stata utilizzata nell'anno 2014/2015.

Le attività di collaborazione negli stabilimenti continuano ancora oggi a dare i loro frutti, e anche nel 2014/2015 dagli sfridi in polipropilene (PP) degli astucci Tic Tac® dello stabilimento di Cork sono stati realizzati i vassoi plastici dei *multipack* Tic Tac®, con un risparmio di 25,55 t negli ultimi tre anni.

FERRERO4FUTURE (FERRERO FOR FUTURE)

Nell'ambito del progetto *FER-Way* è stato creato il **Framework Ferrero4Future**, quattro aree di azione su cui il Gruppo Ferrero sta lavorando in questi anni per proiettarsi in un futuro più sostenibile.



16. Il presente report riporta i consumi di acqua, la produzione di rifiuti, i consumi energetici e le emissioni di CO_{2eq} relative ai 18 stabilimenti produttivi e 19 magazzini a gestione diretta del Gruppo presenti in Europa, America, Asia e Oceania e che rappresentano la quasi totalità della produzione del 2014/2015. Sono esclusi il nuovo stabilimento in Cina e lo stabilimento di Thortons Plc a Alfreton.

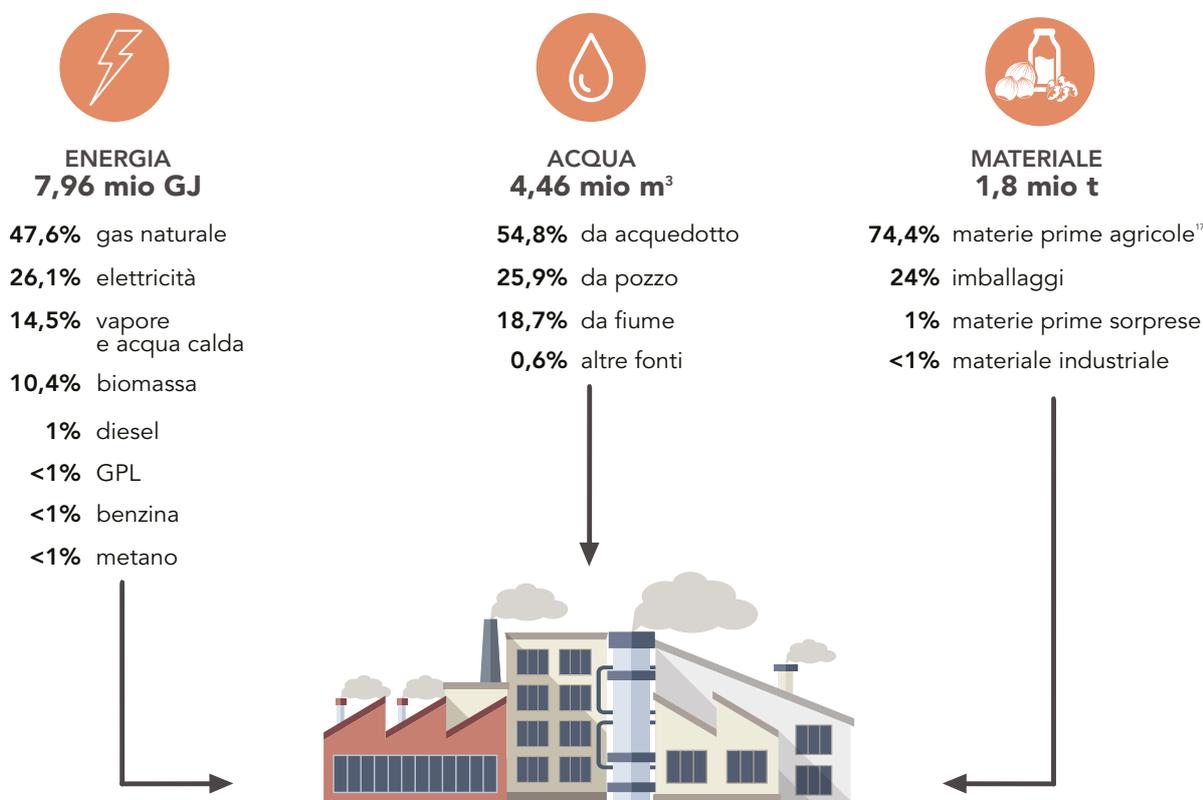
1. Uso efficiente delle risorse



Le risorse sono un bene prezioso per Ferrero e come tali **vogliamo utilizzarle responsabilmente**. Risorse quali materie prime agricole, imballaggi, acqua ed energia sono disponibili solo in quantità limitate. Per tale, per tale ragione Ferrero sta lavorando per ridurne l'uso lungo la catena di produzione dei propri prodotti.

I consumi e gli impatti del Gruppo Ferrero¹⁶ sono misurati su una base annuale che va dal 1 settembre al 31 agosto.

CONSUMI DEL GRUPPO FERRERO NEL 2014/2015



Materie Prime

MATERIE PRIME AGRICOLE

Per preservare e massimizzare il valore delle risorse che si utilizzano nella produzione dei prodotti alimentari è fondamentale **assicurare che le materie prime siano prodotte responsabilmente**.

Per tale ragione, come ampiamente illustrato nel precedente capitolo, per le principali materie prime sono state definite dal Gruppo delle *roadmap* di approvvigionamento sostenibile. Olio di palma, carta/cartone¹⁸, cacao, nocciola¹⁹, zucchero e caffè sono legati a certificazioni di sostenibilità internazionalmente riconosciute e garantite da terzi.

A questo si è affiancato lo studio LCA delle prime sei materie prime alimentari del Gruppo. Il progetto, che si concluderà ad agosto 2018, permetterà al Gruppo Ferrero di avere dati accurati sull'impatto ambientale della produzione delle proprie materie prime e di poter così, una volta individuate le aree più critiche di ognuna, far partire progetti che ne permettano una produzione più efficiente.

Ad oggi, sono già stati avviati gli studi delle piantagioni turche di nocciole, delle latterie italiane, dei principali zuccherifici europei da cui Ferrero si rifornisce e, dal 2014/2015, anche lo studio dell'olio di palma.

17. Il totale materie prime agricole include i quantitativi d'acqua previsti nelle ricette dei prodotti Ferrero.

18. Per maggiori informazioni sulla certificazione della carta si rimanda al paragrafo successivo "Materiali di packaging".

19. Per la nocciola, non essendo ad oggi presente una certificazione di sostenibilità internazionalmente riconosciuta, la roadmap della catena di approvvigionamento sostenibile si sta concentrando sulla completa tracciabilità di filiera, come illustrato nel precedente capitolo.

MATERIALE DI PACKAGING

L'imballaggio dei prodotti è cruciale per garantire la qualità, prevenire il *food waste* e comunicare con il consumatore. Le confezioni dei prodotti Ferrero sono realizzate a partire da diverse categorie di materiali come vetro, carta e cartone, plastica e alluminio²⁰. Anche nel 2014/2015 il vetro risulta essere, in peso, il materiale più utilizzato, con più di 160.000 t, se-

guito dalle componenti cellulosiche (carta e cartone) con circa 140.000 t.

Per una corretta progettazione degli imballi, è fondamentale ottimizzare quelle variabili che influenzano il profilo ambientale complessivo dell'imballo. Per tale ragione **Ferrero adotta già da anni la cosiddetta Strategia 5R**.



Di seguito, alcuni progetti²¹ del 2014/2015 in cui è visibile l'applicazione della Strategia 5R:

"Rimozione"

In ottica di riprogettazione ed eliminazione di elementi di *packaging*, emerge la sperimentazione dell'imballaggio dell'uovo di Pasqua KINDER® Gran Sorpresa in Germania. La progettazione ha rivoluzionato il concetto di uovo andando a sostituire alcuni elementi tradizionali (collarino, nastrino, la fiamma dell'uovo) con una grafica sul film in alluminio. Inoltre, anche il vassoio espositivo è stato progettato in modo da ottimizzare la fase di trasporto ed esposizione eliminando la necessità di un

ulteriore reggi-uovo da posizionare all'interno al film.

"Riduzione"

I continui sforzi del team di progettazione Ferrero per l'ottimizzazione degli imballi hanno permesso, nel 2014/2015, la riduzione in spessore dell'espositore cartotecnico del KINDER® Sorpresa, portando un risparmio annuo di circa 30 t, nonché la riduzione dello spessore del film *sleever* del Tic Tac® con circa 800 kg risparmiati.

20. Elenco del materiale impiegato in ordine di peso decrescente sul totale.

21. I valori indicati rappresentano una stima calcolata sui volumi annuali a budget.

“Rinnovabilità”

In linea con l’obiettivo sull’aumento della rinnovabilità del *packaging*, il Gruppo continua a focalizzare i propri sforzi su diversi filoni progettuali dove le prestazioni e i requisiti richiesti ai diversi imballi permettono l’utilizzo di materiali da fonti rinnovabili senza comprometterne le *performance*. Nell’anno 2014/2015 il nuovo prodotto B-ready e i biscotti KINDER® Cards hanno visto così l’utilizzo di astucci cartotecnici per un totale di circa 850 t di materiale da fonte rinnovabile. Il Gruppo Ferrero è inoltre attivo nella ricerca di nuovi materiali plastici da fonti rinnovabili.

“Riciclo”

Tra le attività di attenzione verso l’ambiente, nel corso dell’anno passato, Ferrero nel suo stabilimento di Cork ha sperimentato con successo la sostituzione del materiale di supporto delle etichette in ottica di facilitarne la riciclabilità. L’obiettivo di progetto era sostituire il supporto delle etichette normalmente costituito da carta siliconata con un film in PET. Oltre ad avere facilitato la riciclabilità dell’imballo, la sostituzione del materiale ha anche permesso la riduzione in peso di materiale utilizzato come supporto. Il film in PET infatti pesa quasi il 50% in meno dello *standard* e ciò ha permesso la riduzione di oltre 60 t di materiale.

Il Gruppo continua inoltre la sperimentazione e adozione di materiale riciclato nei suoi imballi in vetro, in carta e in alluminio, all’interno delle famiglie di plastiche sui *packaging* secondari, contribuendo così a diminuire il ricorso a materiali vergini. Nell’anno 2014/2015 il contenuto di riciclato del Gruppo è pari al 36% sul totale di materiale utilizzato.

“Riuso”

Il riuso delle confezioni è da sempre un’attenzione di Ferrero nella progettazione degli imballi: basti pensare al bicchiere NUTELLA® che negli anni è diventato uno dei simboli del *brand*. Tra le ultime confezioni ideate con uno specifico differente ruolo al termine della loro “prima vita”, cioè di imballaggio di vendita, vi sono alcuni esempi del mondo KINDER® Sorpresa.



L’imballo raffigurato rientra nel cosiddetto riutilizzo secondario; una volta infatti esaurito il primario compito di protezione e trasporto dei prodotti, l’imballo può essere utilizzato come vetrina espositiva per la flotta di aerei tutti da scoprire e costruire contenuti nelle sorprese stesse degli ovetti.

MATERIE PRIME SORPRESE

Il gioco è parte essenziale di alcuni prodotti del Gruppo: per tale ragione Ferrero vuole che il **proprio comportamento e le proprie azioni siano responsabili nei confronti di tutti i bambini**, principali rappresentanti e costruttori del futuro del nostro pianeta.

Da diversi anni perciò viene effettuata una valutazione di impatto ambientale relativa alla produzione e al trasporto dei giocattoli dei prodotti KINDER® con sorpresa, al fine di adottare scelte più opportune in ottica di riduzione di consumo di materiale e di emissioni, guardando ogni aspetto della catena del valore.



In questa ottica, a partire dal 2013, la pitturazione manuale delle sorprese KINDER® è stata sostituita con un innovativo sistema di stampaggio che garantisce la riduzione del quantitativo di vernici e solventi utilizzati in produzione e dispersi nell'ambiente. In parallelo il parco macchine è in corso di adeguamento, con lo scopo di migliorare l'efficienza produttiva e diminuire i consumi.

Energia

L'approccio all'energia della catena di valore Ferrero si sviluppa su 3 direttrici:

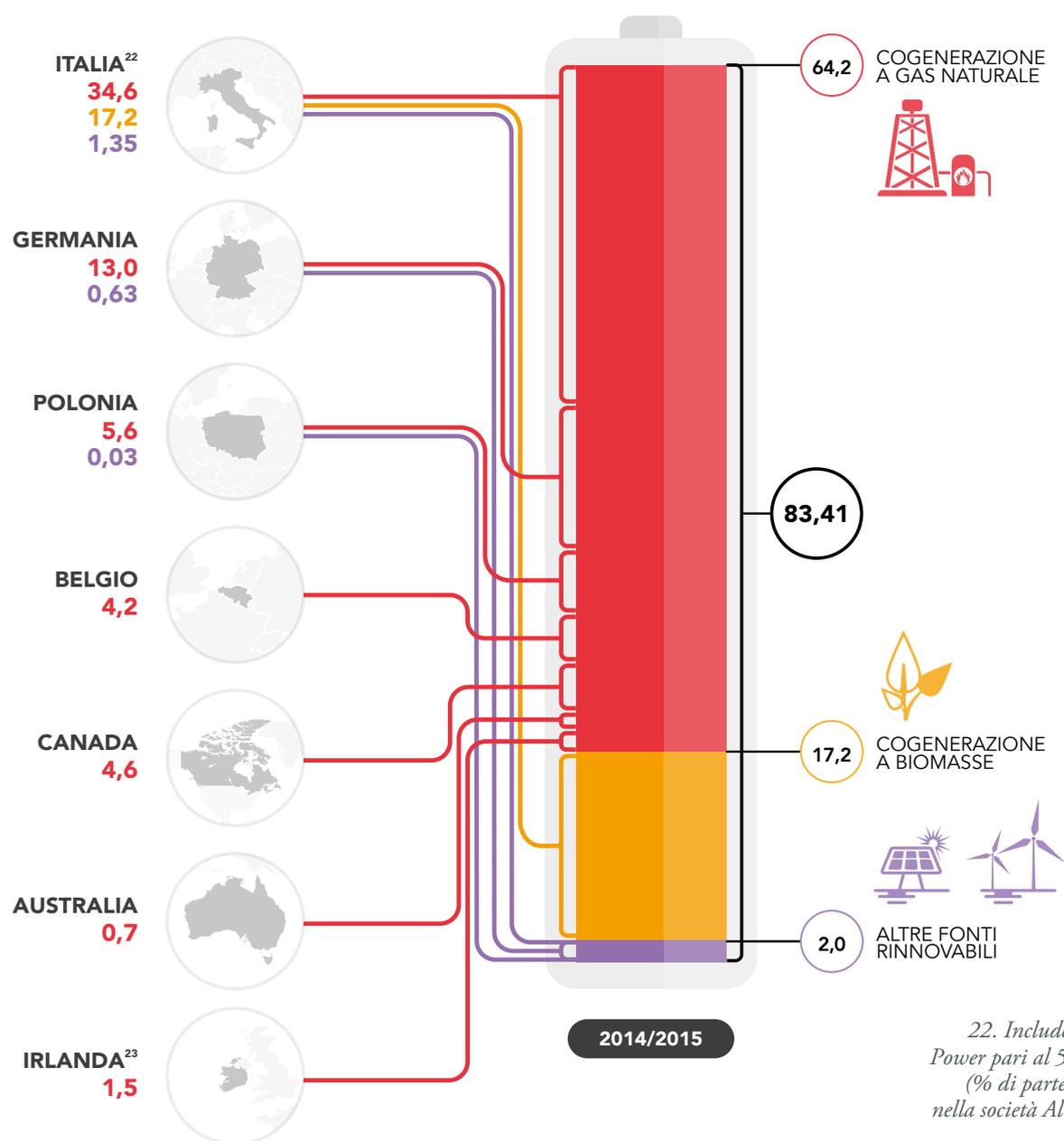
1. autoproduzione;
2. energia rinnovabile;
3. efficienza energetica.

1. AUTOPRODUZIONE

Dal 2007 ad oggi il Gruppo è passato, grazie all'installazione nel 2014/2015 dell'impianto di Cork in Irlanda, da tre a undici impianti di cogenerazione, esclusivamente ad alta efficienza.

Il grafico 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.

IMPIANTI PRESSO I SITI FERRERO (MW) 2014/2015



22. Include 25 MW di Alba Power pari al 51% della potenza (% di partecipazione Ferrero nella società Alba Power S.p.A.).

23. In funzione da marzo 2015.

Questo ci ha permesso di autoprodurre²⁴ nel 2014/2015 l'energia pari al 60% del fabbisogno energetico complessivo degli stabilimenti e ridurre così anche le emissioni.

24. Questo dato include l'energia prodotta in eccesso e ceduta in rete.

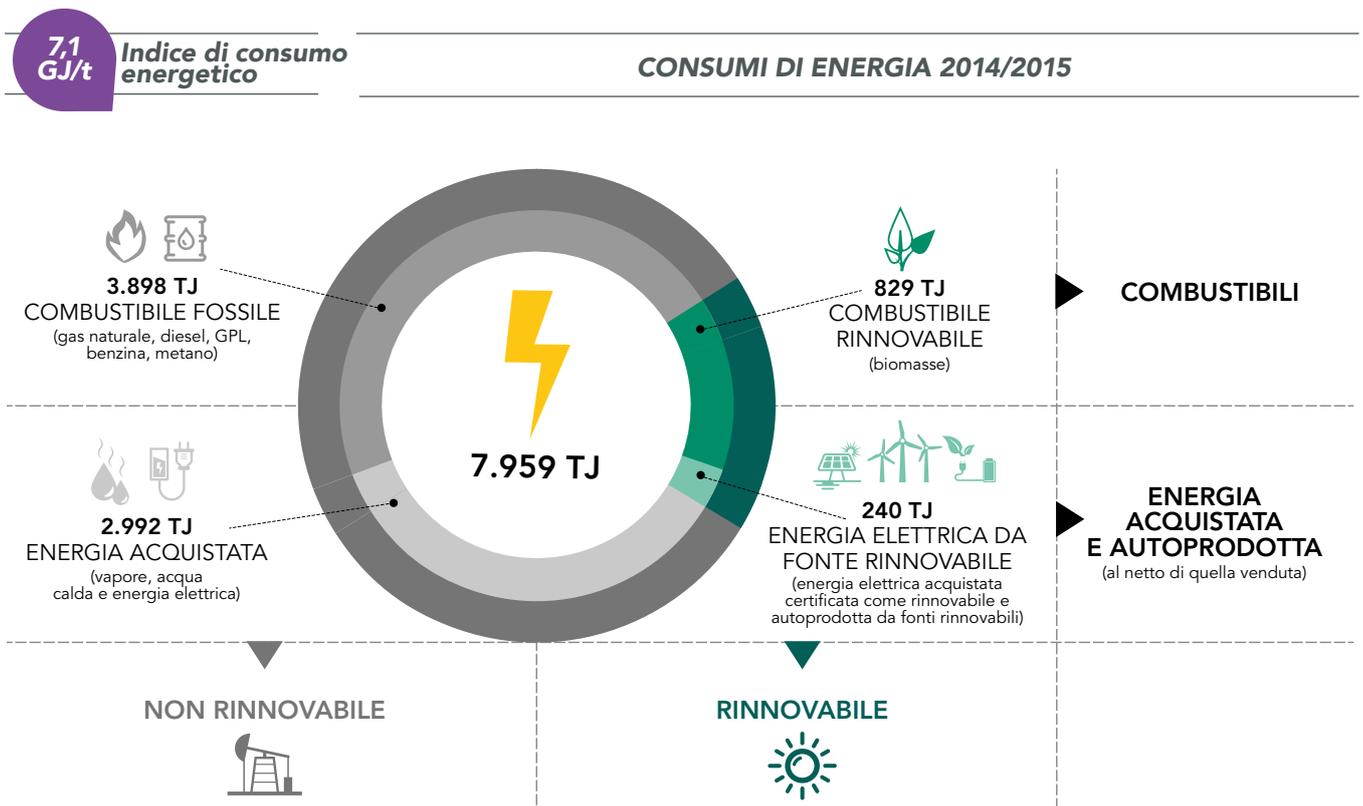
2. ENERGIA RINNOVABILE

Nel 2014/2015, oltre il 22% della potenza installata di autoproduzione deriva da impianti alimentati con fonti rinnovabili.

Lo sviluppo dei progetti di generazione legati all'energia rinnovabile sono diventati particolarmente ambiziosi a causa del nuovo corso della politica energetica di alcuni Paesi UE, delle incertezze nei processi autorizzativi e della sensibilità di alcune comunità locali sugli impatti paesaggistici. In tale contesto, continua comunque la ricerca del Gruppo in particolare nel campo della produzione di energia da biomasse liquide vegetali, non in competizione con il settore alimentare.

3. EFFICIENZA ENERGETICA

I consumi energetici del Gruppo sono necessari per la realizzazione dei prodotti e servizi a essi connessi. L'uso di elettricità e gas rappresenta più del 70% del consumo totale di energia dei siti produttivi e dei magazzini gestiti direttamente.



Diminuire i consumi energetici e gestire l'uso di energia con efficienza sono oggi azioni ineludibili per preservare le materie prime di cui il Gruppo ha bisogno. Per tale ragione, nelle attività produttive viene perseguita la continua riduzione dei consumi e l'uso razionale dell'energia, adottando le migliori pratiche e individuando miglioramenti specifici. Si riportano di seguito le variazioni dei consumi energetici rispetto all'ultimo anno:

CONSUMI DI ENERGIA

	UdM	2013/2014	2014/2015 ²⁵
Indice di consumo energetico	GJ/t	7,07	7,1
Consumo totale di energia	TJ	7.560	7.959
Consumo totale di combustibili	TJ	4.444	4.727
di cui: da fonti non rinnovabili	TJ	3.706	3.898
di cui: da fonti rinnovabili	TJ	738	829
Consumo totale di energia elettrica (al netto di quella venduta)	TJ	1.952	2.078
di cui: da fonti rinnovabili ²⁶	TJ	252	240
Consumo di vapore o acqua calda	TJ	1.165	1.154

L'indice²⁷ energetico del Gruppo risulta diminuito dello 0,7% a parità di perimetro.

Il miglioramento dell'efficienza energetica è il risultato di azioni su diversi livelli: **un primo livello di diffusione della cultura dell'efficienza energetica, e un secondo livello più tecnico** in cui si sono raccolte le ricadute positive di alcuni progetti tecnici attivati negli anni precedenti.

Per quanto riguarda la diffusione della cultura nel Gruppo, diverse sono state le attività svolte, in particolare:

- nell'ambito della famiglia professionale degli *energy manager*, nata a fine 2014, sono stati attivati gruppi di lavoro *cross* tra gli stabilimenti che si incontrano con cadenza quindicinale per conseguire benefici economici, energetici e ambientali attraverso la condivisione di problematiche e soluzioni.

I tre macro-obiettivi comuni a tutte le famiglie professionali del Gruppo (*professional and development path, exchange best practices sharing e knowledge building*) sono stati declinati nella famiglia professionale "Energia" in 5 obiettivi specifici:

- energia come "ingrediente" del prodotto/diffusione di una cultura dell'energia;
- sviluppo di un Sistema di Gestione dell'Energia conforme alla ISO 50001;
- *network* fra plants - adozione di strumenti di lavoro comuni e condivisi;
- crescita delle competenze nel settore dell'efficienza energetica;
- definizione di metodi standardizzati per conseguire gli obiettivi di efficienza energetica (in collaborazione con la Direzione Ferrero Engineering);
 - in ogni stabilimento sono stati costituiti dei "team di gestione dell'energia", promossi e guidati dagli *energy manager*, per supportare l'attuazione della politica di riduzione dei consumi energetici del Gruppo;
 - a vari livelli vengono svolte azioni di sensibilizzazione e formazione del personale:
- Nello stabilimento di Alba, per esempio, in ogni UGP e in ogni area non produttiva è stato istituito un referente sostenibilità ambientale che, occupandosi più specificatamente di energia e ambiente, fa da divulgatore e raccogliatore di spunti (antenna) verso il team di gestione.

25. I dati relativi al 2014/2015, rispetto a quelli del 2013/2014, includono i magazzini direttamente gestiti dal Gruppo. Occorre pertanto tenere conto di tale limite alla comparabilità dei dati dei due periodi.

26. È compresa sia l'energia acquistata da terzi certificata che l'energia autoprodotta da impianti fotovoltaici ed eolici, al netto dell'energia venduta.

27. L'indice è calcolato sulle tonnellate prodotte negli anni di riferimento.

- Nello stabilimento di Stadallendorf è presente un progetto denominato "Four season". Il progetto prevede, ogni tre mesi, formazione su un tema specifico legato all'energia; nel 2014/2015 il focus selezionato ha riguardato le 4 fasi della lavorazione dei prodotti: preparazione, modellaggio, confezionamento e manutenzione;
 - a marzo 2015 si è svolto nello stabilimento di Stadallendorf il primo *workshop* internazionale di *energy manager* europei (7 Paesi partecipanti), con l'obiettivo di condividere idee e soluzioni tecniche, discutere il progetto di certificazione di Gruppo ISO 50001, condividere modalità per sensibilizzare e coinvolgere le persone e creare una base comune nell'approccio alla gestione dell'energia. Le conclusioni dell'evento possono essere riassunte citando un estratto del verbale finale: "Abbiamo parlato di come diverse azioni possono contribuire a conseguire un cambio di mentalità nelle persone" [...] "il *workshop* ha mostrato alle diverse persone coinvolte diversi approcci sull'efficienza energetica e su come implementare e migliorare il Sistema di Gestione dell'Energia nei vari stabilimenti".

Per quanto riguarda il secondo livello, invece, diversi sono stati gli interventi tecnici messi in atto e di cui riportiamo solo alcuni esempi:

- l'installazione di macchine frigorifere più efficienti;
- il miglioramento dei sistemi di condizionamento dei reparti produttivi;
- il miglioramento dei sistemi di recupero di calore da processi;
- l'isolamento di tubazioni che trasportano fluidi caldi;
- la razionalizzazione di reti di distribuzione del vapore e dell'aria compressa, con mantenimento dell'attenzione alla ricerca ed eliminazione delle perdite;
- l'automazione del funzionamento di utenze energetiche, per garantire che i consumi corrispondano alle effettive necessità;
- la sostituzione di motori elettrici con modelli ad alta efficienza;
- la sostituzione di lampade a fluorescenza con lampade a LED;
- l'estensione dei sistemi di misura dell'energia.

Nella tabella seguente sono riportati alcuni esempi di azioni di efficienza energetica attuate negli stabilimenti che hanno contribuito al risultato dell'anno considerato.



AZIONE	ESEMPI DI BENEFICI AMBIENTALI
<p>Produzione di freddo</p> <p>Sostituzione di una macchina frigorifera con una più efficiente</p>	<p>Risparmio misurato nel 2014/2015, dalla data di messa in funzione (6 mesi):</p> <p>183.000 kWh elettrici;</p> <p>Risparmio annuo previsto in uno stabilimento di grandi dimensioni:</p> <p>>300.000 kWh elettrici</p>
<p>Produzione di freddo</p> <p>Miglioramento della gestione della centrale frigorifera e del bilanciamento della rete di distribuzione del freddo</p>	<p>Risparmio annuo misurato in uno stabilimento di piccole dimensioni:</p> <p>88.000 kWh elettrici</p>
<p>Produzione e distribuzione di freddo</p> <p>Sostituzione di macchine frigorifere con produzione di freddo centralizzata per linee di processo</p>	<p>Risparmio misurato su due linee di produzione in otto mesi:</p> <p>circa 350.000 kWh elettrici</p>
<p>Aria compressa</p> <p>Campagna di ricerca ed eliminazione perdite e controllo dei compressori</p>	<p>Risparmio annuo previsto in uno stabilimento di piccole dimensioni:</p> <p>circa 100.000 kWh elettrici</p>
<p>Illuminazione</p> <p>Sostituzione di lampade fluorescenti con lampade a LED</p>	<p>Risparmio misurato su 8 mesi in un reparto produttivo:</p> <p>oltre i 9.000 kWh elettrici</p>
<p>Gestione utenze elettriche</p> <p>Temporizzazione dei sistemi di alimentazione</p>	<p>Risparmio annuo misurato in un'area di servizi:</p> <p>59.000 kWh elettrici</p>
<p>Recupero termico</p> <p>Recupero di energia termica dal processo produttivo</p>	<p>Risparmio misurato su 8 mesi su una linea di produzione:</p> <p>317.000 kWh termici</p>

Nell'anno si sono **mantenute ed estese le attività di "Green Weekend"**, che hanno contribuito ai risultati di efficienza conseguiti.

Sulla base di un'analisi degli andamenti degli indicatori di consumo energetico degli stabilimenti e delle indicazioni emerse dai *check-up* energetici sulle aree di consumo più significativo, si è avviata la predisposizione del piano di medio-lungo termine di efficienza energetica (*GrEEEn MaP: "Group Efficiency-in-Energy Master Plan"*), nell'ambito del quale si sono svolti alcuni incontri mirati in stabilimenti pilota. Il piano costituisce un riferimento per la definizione delle linee guida operative per gli stabilimenti e si articola in due principali aree di azione: **le azioni tecniche e l'integrazione**. Le azioni tecniche sono declinate in *check-up* energetici, investimenti mirati e ampliamento della dotazione di strumenti di misura dell'energia; i principali pilastri dell'integrazione sono gli *energy manager*, la certificazione di Gruppo ISO 50001 e la realizzazione di azioni in stabilimenti pilota. La priorità di azione del piano, almeno nelle sue prime fasi, sarà la produzione, distribuzione e utilizzo del freddo.

Per quanto concerne il **progetto di certificazione ISO 50001**, lo sviluppo segue la pianificazione stabilita. Nel 2015/2016 sono già stati svolti gli *audit* esterni dei due stabilimenti di Stadallendorf e Villers-Écalles, certificati localmente; nel luglio 2016 è stato ottenuto il certificato multisito, che comprenderà come primo passo cinque stabilimenti, Alba, Arlon, Cork, Stadallendorf e Villers-Écalles. In connessione con il progetto di certificazione, continua l'impegno a svolgere e aggiornare i *check-up* energetici degli stabilimenti, che forniscono una fotografia delle trasformazioni e dei consumi energetici, consentono di individuare gli utilizzatori significativi di energia e suggeriscono possibili azioni di miglioramento.

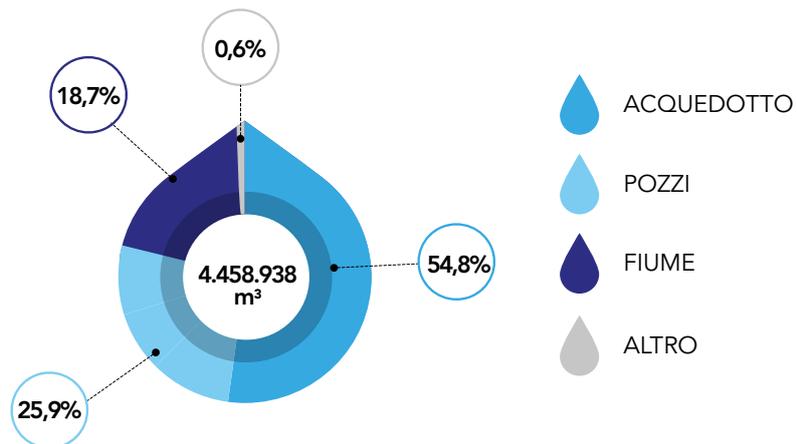
Acqua

Nei processi produttivi del Gruppo l'acqua è destinata a diversi usi:

1. uso nel prodotto;
2. uso industriale e tecnologico;
3. uso civile.

3,98
m³/t
Indice di
consumo idrico

CONSUMO IDRICO 2014/2015



L'impegno del Gruppo per la riduzione dei consumi idrici ha portato a una ulteriore riduzione dell'indice²⁸ di consumo idrico. Si riportano le variazioni rispetto all'ultimo anno:

28. L'indice è calcolato sulle tonnellate prodotte negli anni di riferimento.

29. I dati relativi al 2014/2015, rispetto a quelli del 2013/2014, includono i magazzini direttamente gestiti dal Gruppo. Occorre pertanto tenere conto di tale limite alla comparabilità dei dati dei due periodi.

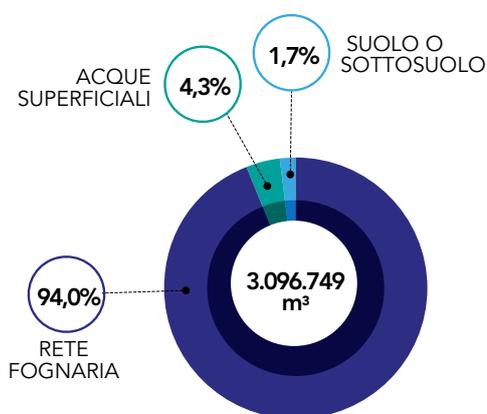
	UdM	2013/2014	2014/2015 ²⁹
Indice di consumo idrico	m ³ /t	3,91	3,98
Consumo idrico	m ³	4.180.654	4.458.938
% da acquedotto	%	54,7	54,8
% da pozzo	%	26,7	25,9
% da fiume	%	18,6	18,7
% da altre fonti	%	0	0,6

L'indice di consumo idrico per tonnellata prodotta risulta ridotto dell'1,4% rispetto all'anno precedente, a parità di perimetro. Sono infatti state svolte attività per rendere efficienti e contenuti i lavaggi di processo, sono state rinnovate alcune reti idriche e di antincendio e intrapresi progetti di raccolta e riutilizzo delle acque piovane.

Diverse sono le tecniche utilizzate per diminuire i consumi idrici e, come in passato, gli sforzi si sono concentrati 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 i sistemi di lavaggio *Cleaning In Place* (CIP), l'installazione di erogatori ad azionamento automatico e l'adozione d'impianti di raffreddamento con ricircolo dell'acqua (es. a torri evaporative).

La fonte di prelievo idrico è scelta, qualora permesso dalla legislazione e dalle caratteristiche idrogeologiche del sito, con criteri di minimizzazione dell'impatto sull'ambiente e sugli altri utilizzatori.

SCARICO IDRICO



	UdM	2013/2014	2014/2015
Scarico idrico	m ³	2.924.624	3.096.749
% a rete fognaria	%	93,1	94,0
% in acque superficiali	%	5,4	4,3
% in suolo o sottosuolo	%	1,5	1,7

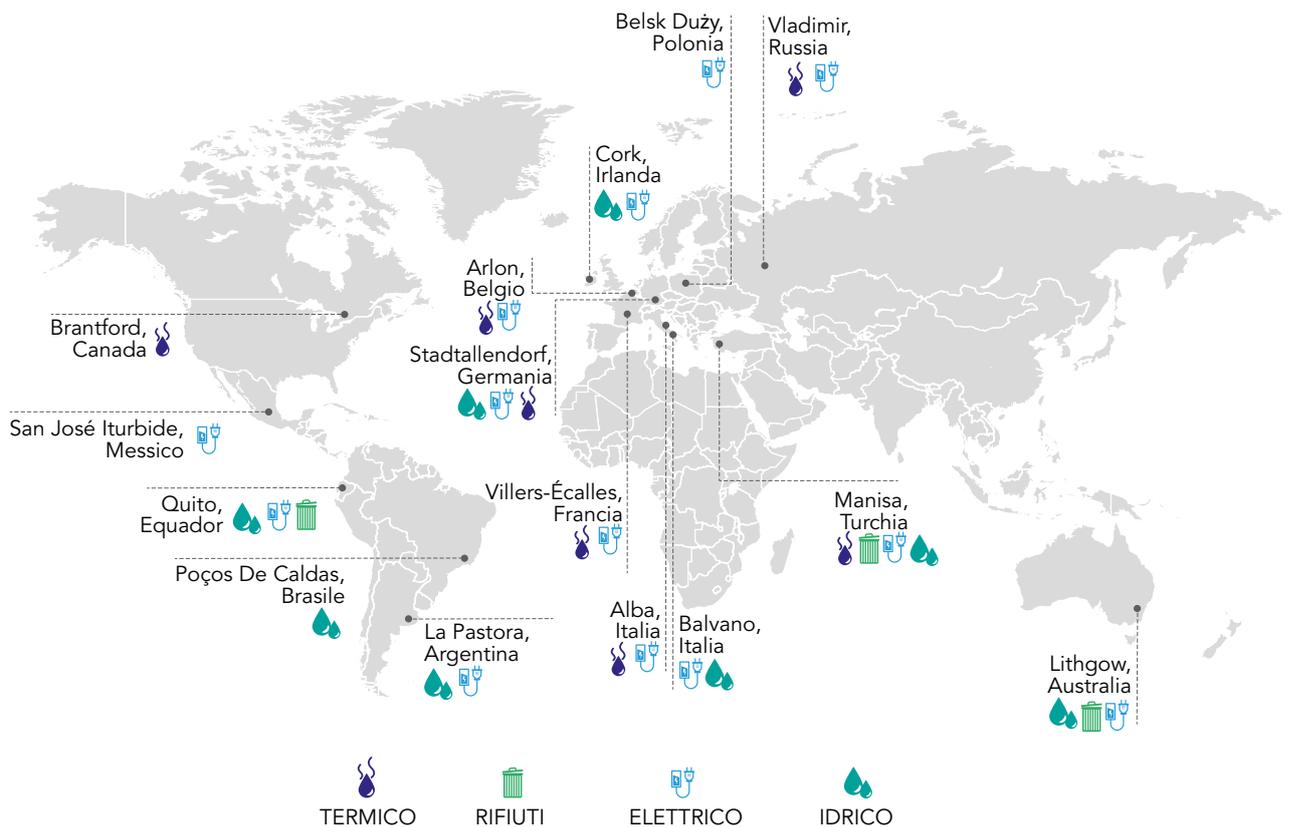
Le acque di scarico sono costantemente monitorate e avviate per il 94% del loro volume in fognatura, in seguito a pretrattamenti o trattamenti più o meno complessi, nel rispetto delle normative e delle peculiarità locali. Dove è possibile i trattamenti vengono esternalizzati. I vantaggi sono evidenti: le caratteristiche di composizione migliorano spesso la resa di trattamento degli impianti esterni (spesso civili), si riduce il con-

sumo di prodotti chimici all'interno degli stabilimenti, si migliorano gli aspetti di igiene. L'impegno costante sta nel ridurre le sostanze inquinanti nelle acque di scarico, trovando metodi di lavaggio alternativi o più efficienti, recuperando materie prime dai lavaggi, formando il personale che si occupa delle pulizie sulle giuste dosi di prodotto da utilizzare e installando dosatori automatici, selezionando prodotti ecologici.

Attività ambientali dei plant

Questa panoramica globale ha lo scopo di mostrare l'ampiezza degli sforzi del Gruppo per migliorare gli indicatori ambientali e rappresenta progetti significativi a livello locale o di Gruppo su 4 aree principali:

- **Riduzioni di energia elettrica** – es. installazioni luci LED, nuovi assorbitori, installazioni sensori per la luce;
- **Riduzioni di energia termica** – es. razionalizzazioni della rete vapore, efficienze sistemi di raffreddamento;
- **Riduzioni di rifiuti** – es. programmi di recupero, *training* del personale, ampliamento area di raccolta rifiuti, riduzione scarti grazie a installazioni di macchinari;
- **Riduzioni di acqua** – es. acquisto macchinari più efficienti o modifiche nel processo con conseguenti diminuzioni del numero di lavaggi macchine.



Il Gruppo Ferrero si impegna concretamente per ridurre gli impatti ambientali, soprattutto dei propri processi; si è conseguentemente

data l'obiettivo di dotarsi, per tutti i propri stabilimenti e per tutti i depositi gestiti direttamente, della **certificazione di Gruppo ISO 14001**. Tale

norma, di carattere volontario, richiede all'azienda di implementare un "Sistema di Gestione Ambientale" basato su miglioramento continuo e prevenzione e guida alla definizione di obiettivi ambientali e all'implementazione di un piano per raggiungerli.

Alla fine del 2015, con il conseguimento della certificazione da parte dello stabilimento russo di Vladimir a giugno e dello stabilimento di Poços de Caldas in Brasile a novembre, 15 stabilimenti produttivi hanno già conseguito la certificazione, rientrando nel certificato multisito che copre ormai oltre il 95% della produzione del Gruppo. La certificazione coprirà gli stabilimenti produttivi di Messico (San José) e Turchia (Manisa)³⁰ entro il 2017 e, entro il 2020, gli stabilimenti di Baramati, Walkerville e Yaoundé e tutti i magazzini gestiti direttamente.

Alla certificazione di gestione ambientale si è affiancato anche un progetto di certificazione energetica di Gruppo ISO 50001³¹.

Con riferimento alla certificazione di Gruppo, come presentato nei precedenti rapporti, è stato esteso il programma, denominato **P.I.X.A. (Program of Internal eXchange of Auditors)**, con lo scopo di favorire la comunicazione, l'integrazione, lo scambio di *know-how* e *best practice* all'interno del Gruppo. Il programma permette la partecipazione agli *audit* ambientali interni di tecnici provenienti da stabilimenti diversi da quello sottoposto a verifica o dalle funzioni centrali che si occupano di sostenibilità ambientale. In questo secondo anno di applicazione, sono stati svolti 16 *audit* ISO 14001 di cui 3 integrati con gli *audit* energetici ISO 50001. I 16 *audit* condotti hanno visto la partecipazione di 21 *cross auditors*.

2. Emissioni

Emissioni di CO_{2eq} dalla produzione



Il Gruppo vuole crescere come un *business* a basse emissioni, per questo per ridurre il proprio impatto misura e gestisce la propria *Carbon footprint*, puntando sull'innovazione tecnologica e la collaborazione e focalizzandosi non solo sull'impatto del proprio *business* ma su quello dell'intera *value chain*³².

Nel 2014, utilizzando il *WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol*, è stata misurata la *Carbon footprint*³³ delle operazioni core del *business* del periodo dal 1 settembre 2014 al 31 agosto 2015.

Le emissioni di CO_{2eq} derivanti dall'organizzazione, ovvero dalle attività produttive e dai magazzini gestiti direttamente dal Gruppo (*Scope 1* e *Scope 2*) sono pari a 384.728 t nel 2014/2015.

30. La pianificazione dell'inserimento del nuovo stabilimento di Hangzhou in Cina, avviato nel 2015/2016, all'interno della certificazione multisito di Gruppo sarà oggetto di valutazione nei prossimi anni.

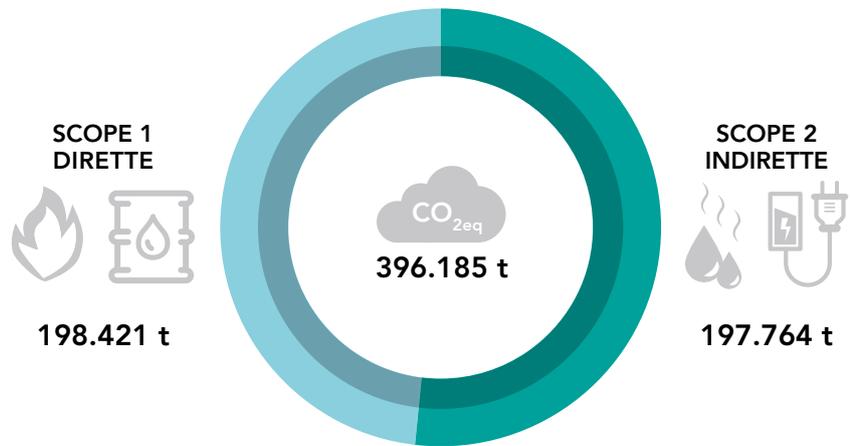
31. Per maggiori informazioni si rimanda al paragrafo "Efficienza energetica" del presente capitolo.

32. Per i dati di emissioni riferiti all'intera value chain si rimanda al paragrafo "Il progetto FER-Way".

33. I coefficienti di emissione utilizzati corrispondono ai dati IPCC 2013 GWP 100a V1.01. I coefficienti di emissione dell'elettricità sono quelli dell'IEA 2011 e 2013 (International Energy Agency). Le autoproduzioni da fonti rinnovabili e la fornitura di energia elettrica da mercato certificato da fonte rinnovabile non contribuiscono alle emissioni di gas serra.

354 kg CO₂ /t **Indice di emissione**

EMISSIONI DI CO₂EQ 2014/2015



In riferimento all'obiettivo al 2020 di riduzione, rispetto al 2007, del 40% delle emissioni di CO₂ derivanti dalle attività produttive, si segnala un indice³⁴ di emissione in incremento dell'1,3% rispetto all'anno precedente a parità di perimetro.

Si riportano le variazioni rispetto all'ultimo anno:

	UdM	2013/2014	2014/2015 ³⁵
Indice di emissione GWP	kg CO ₂ /t	337	354
Emissioni totali	t CO ₂	360.580	396.185
Emissioni Scope 1	t CO ₂	187.349	198.421
Emissioni Scope 2	t CO ₂	173.232	197.764

Programma per la valutazione dell'impronta ambientale. Case study: Stabilimento di Alba



Attraverso un accordo volontario tra Ferrero S.p.A. e il Ministero Italiano dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare sulla promozione di progetti comuni finalizzati alla riduzione delle emissioni di gas a effetto serra, è stato avviato e concluso nell'anno 2015 un progetto

34. L'indice è calcolato sulle tonnellate prodotte negli anni di riferimento.

35. I dati relativi al 2014/2015, rispetto a quelli del 2013/2014, includono i magazzini direttamente gestiti dal Gruppo. Occorre pertanto tenere conto di tale limite alla comparabilità dei dati dei due periodi.

dal titolo "Metodologia di calcolo dell'inventario GHG relativo alla produzione di prodotti dolciari. Case study: stabilimento di Alba – Gruppo Ferrero", focalizzato sui processi produttivi dello stabilimento di Alba (CN).

Il progetto ha previsto:

- a. la condivisione e validazione della metodologia per il calcolo dell'inventario GHG, secondo protocolli internazionalmente riconosciuti quali "WRI/WBCSD GHG Protocol"³⁶ o "UNI ISO 14064-1"³⁷, relativa alla produzione di prodotti dolciari;
- b. la condivisione e validazione del sistema organizzativo di gestione delle emissioni mirato alla riduzione delle stesse;
- c. l'applicazione della metodologia sull'anno base 2012/2013 con l'inserimento delle emissioni indirette degli spostamenti casa-lavoro e di servizio relativi ad una fase di test;
- d. l'applicazione del modello, per gli Scope 1 e 2, sullo storico a partire dall'anno solare 2003;
- e. la mappatura degli interventi in corso e l'individuazione di eventuali ulteriori interventi, economicamente efficienti, finalizzati alla riduzione delle emissioni delle diverse attività oggetto del calcolo dell'impronta di carbonio.

Scopo del progetto per lo stabilimento di Alba è stato validare e migliorare l'attuale metodologia del Gruppo Ferrero in modo da gestire sempre meglio lo sviluppo e l'attuazione di strategie per la riduzione delle emissioni di gas serra.

Il calcolo dell'inventario delle emissioni climalteranti ha messo in evidenza come una delle principali fonti di emissione dei gas serra siano i consumi energetici dello stabilimento. Le strategie di intervento attuabili al fine di ridurre le emissioni da questi generate hanno riguardato da un lato attività gestionali (progetto "Green Weekend") e dall'altro attività tecnologiche con interventi principalmente sugli impianti di processo, sull'illuminazione e sul condizionamento.

Per il progetto, la Ferrero S.p.A. ha ottenuto la certificazione ISO 14064:2006 rilasciata da Bureau Veritas Italia S.p.A, ente certificatore terzo e indipendente che opera a livello internazionale.



36. Il Protocollo dei gas a effetto serra (GHG) del WRI/WBCSD (World Resources Institute/ World Business Council on Sustainable Development) è lo strumento di contabilizzazione delle emissioni maggiormente utilizzato a livello internazionale dai governi e dai business leader per comprendere, quantificare e gestire le proprie emissioni di gas a effetto serra.

37. La UNI EN ISO 14064-1:2006 specifica i principi e i requisiti, al livello dell'organizzazione, per la quantificazione e la rendicontazione delle emissioni di gas a effetto serra (GHG) e della loro rimozione. Essa comprende i requisiti per la verifica dell'inventario dei gas a effetto serra di un'organizzazione.

Relativamente alle emissioni dei gas refrigeranti, l'andamento mostra un dimezzamento di entrambi gli indicatori legati alle emissioni fuggitive dei gas usati nei sistemi di refrigerazione, l'ODP (*Ozone Depletion Potential*, ossia la potenziale distruzione dell'ozono atmosferico dovuta all'immissione di una sostanza nell'aria, espresso in termini i R11 equivalente, gas con ODP pari a 1) e il GWP (*Global Warming Potential*, ossia il contributo all'effetto serra dato da un gas refrigerante rilasciato in atmosfera, espresso in CO₂ equivalenti). Le perdite di gas refrigeranti non risultano significative e di conseguenza il loro impatto relativo. Continuano in ogni caso le azioni di manutenzione preventiva dei circuiti che contengono gas refrigeranti.

EMISSIONI DI GAS REFRIGERANTI 2014/2015

ODP

95
kg R11_{eq}



GWP

11.410
t CO_{2eq}

Emissioni di CO_{2eq} dalla logistica

Continua l'impegno sul miglioramento e consolidamento dei dati riguardanti la logistica del Gruppo. Nell'ambito del progetto LODICO (*LOgistics Data Improvement COllection*), avviato nel 2012/2013, ulteriori passi avanti sono stati fatti. Dal 2014/2015 è infatti migliorata la mappatura dei magazzini gestiti e non gestiti dal Gruppo e, per la prima volta, sono stati inclusi nell'impatto di gruppo anche i 213 magazzini non gestiti direttamente.

Nel 2014/2015, le emissioni derivanti da trasporto e stoccaggio merci sono pari a 400.097 t di CO_{2eq}. Tale dato non è comparabile con quello riportato nel precedente report poiché include gli oltre 200 magazzini non gestiti direttamente dal Gruppo.

Nel corso del 2013/2014, inoltre, è partito un progetto per la costruzione di modelli semplificati di calcolo dei trasporti delle principali materie prime e imballi. I dati sono ancora in fase di consolidamento e rientreranno perciò nei prossimi rapporti.

Le attività di miglioramento ambientale della logistica del Gruppo si basano su tre pilastri:

Riduzione dei chilometri percorsi e incremento della saturazione dei mezzi.



Progetto Europa

Prosegue il progetto Europa di ottimizzazione dei collegamenti europei con conseguente diminuzione delle distanze percorse. Il magazzino polacco sarà operativo a fine 2016 e i primi vantaggi in termini di riduzione dei chilometri saranno percepibili da fine 2017. La costruzione del nuovo magazzino tedesco permetterà di ridurre il numero di viaggi di *shuttling* del 5% con una riduzione stimata di oltre 450.000 km.

Italia

Attraverso il progetto "Corriera" è in corso la razionalizzazione delle consegne nei punti vendita. Si stima che il progetto abbia permesso di ridurre del 7% i chilometri percorsi dei trasporti tra il 2012/2013 e il 2014/2015.

Grazie alla futura implementazione del nuovo sistema *Transportation management* sarà ottimizzato il giro

delle consegne. In futuro, infatti, si potrà organizzare il percorso in maniera mirata direttamente sul punto vendita e non più riferendosi all'intero Comune.

Francia

Il 20 maggio 2015, in occasione del vertice mondiale *Business & Climate*, Ferrero France ha firmato insieme ad altre 9 società (*Air Products, Carrefour, Coca Cola Entreprises, Fleury Michon, Jean Hénaff, Orrion Chemicals Orgaform, Placo Saint-Gobain, Groupe Renault e SCA*) l'accordo di impegno volontario FRET 21. Si tratta di un impegno con diversi organismi pubblici e professionali francesi per ridurre, in un periodo di 3 anni, le emissioni di CO_{2eq} generate dal trasporto dei prodotti. Le azioni da intraprendere si focalizzano su quattro aree: percentuale di carico, distanza percorsa, mezzi di trasporto e acquisti sostenibili.

Selezione di mezzi a minore impatto ambientale.



Germania

Ferrero Germania ha deciso di sostituire la precedente motrice diesel per il trasporto all'interno dello stabilimento con un nuovo camion elettrico. La modifica porta un duplice vantaggio: dal punto di vista innovativo permette di abbattere i rumori, essendo il motore elettrico molto più silenzioso; dal punto di vista ambientale consente di ridurre le emissioni (in sei mesi di utilizzo le emissioni di CO_{2eq} infatti sono diminuite di 14 t).

Risparmio energetico nei magazzini direttamente gestiti.



Polonia

Nella costruzione del nuovo deposito in Polonia, diverse apparecchiature sono state installate per risparmiare e monitorare il consumo di energia:

- l'impianto di illuminazione tradizionale all'interno dei silos è stato sostituito con illuminazione a LED, con un risparmio di 343 MWh all'anno rispetto alle lampade *standard*³⁸;

- i trasloelevatori sono stati dotati di un modulo opzionale elettronico che permette di utilizzare il motore anche come generatore di energia: restituendo parte dell'energia agli altri elementi a cui è connesso, si riduce di circa il 15% il consumo di energia elettrica;

- sono stati installati dei contatori che analizzano i flussi di energia in uscita per ottimizzare i processi industriali;

- sono stati installati avanzati sistemi per la gestione dei consumi degli edifici (BMS - *Building Management System*) e per il monitoraggio ambientale di temperatura e umidità (EMS - *Environmental Monitoring System*) al fine di ottimizzare il consumo di energia elettrica e termica;

- utilizzo del sistema di *free cooling* per raffreddare l'acqua utilizzata nei processi industriali o negli impianti di condizionamento sfruttando l'aria esterna a bassa temperatura, in sostituzione del *chiller* tradizionale, con un conseguente risparmio di energia.

38. Per il calcolo è stato assunto un utilizzo costante della lampada, 365 giorni, 24h.

Il Gruppo si è posto l'obiettivo di raggiungere la certificazione ISO 14001 per tutti i siti di stoccaggio gestiti direttamente entro il 2020. Al 31 agosto 2015, circa il 50% dei siti di stoccaggio gestiti da Ferrero sono certificati ISO 14001. Per i restanti magazzini è stato definito un piano di completamento che vedrà già dall'anno 2015/2016 la certificazione di tre magazzini italiani.

3. Gestione dei rifiuti



In linea con la politica del Gruppo di **riduzione generale degli sprechi e di migliore gestione della filiera produttiva**, e in coerenza con gli orientamenti dell'Unione europea d'incremento della quantità di rifiuti recuperati, le due principali aree di intervento degli stabilimenti produttivi del Gruppo sul tema rifiuti riguardano la riduzione della loro produzione in termini assoluti e l'indice di recupero.

PRODUZIONE DI RIFIUTI E INDICE DI RECUPERO 2014/2015

Indice di
produzione
dei rifiuti **79,5**
kg/t



88.973 t

Indice di recupero



91,6%

	UdM	2013/2014	2014/2015 ³⁹
Indice di produzione rifiuti	kg/t	64,17	79,5
Rifiuti totali	t	68.576	88.973
% recupero rifiuti	%	91,6	91,6

A parità di perimetro, l'indice di produzione di rifiuti⁴⁰ del Gruppo risulta anche quest'anno aumentato (+20,4%). Le principali cause sono da ricercarsi in attività puntuali quali passaggi contabili da sottoprodotto a rifiuto di alcune categorie di materiali, alcune dismissioni puntuali non riconducibili direttamente alle fasi di produzione, quali ad esempio smaltimento di macchinari e stampi obsoleti o lavori di ampliamento di alcuni stabilimenti. Il Gruppo ha perciò deciso di procedere con un'analisi più

approfondita del tema. In parallelo continuano e si intensificheranno le azioni di formazione e sensibilizzazione del personale.

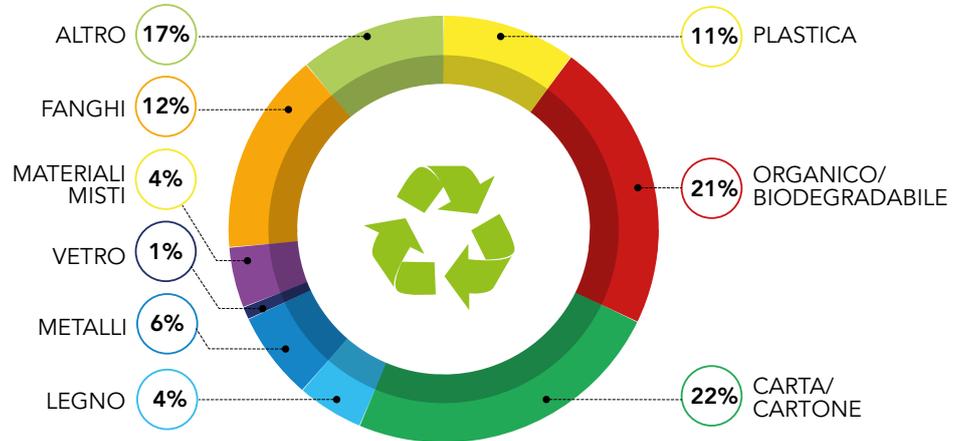
Proseguono nel 2014/2015 le attività legate a progetti di riduzione all'origine dei rifiuti e alla ricerca di sempre più efficienti soluzioni di separazione dei materiali all'interno e all'esterno degli stabilimenti produttivi, come dimostrato dall'incremento dello 0,7% della percentuale di recupero.

39. I dati relativi al 2014/2015, rispetto a quelli del 2013/2014, includono i magazzini direttamente gestiti dal Gruppo. Occorre pertanto tenere conto di tale limite alla comparabilità dei dati dei due periodi.

40. L'indice è calcolato sulle tonnellate prodotte negli anni di riferimento.

La distribuzione per peso delle diverse tipologie di rifiuti recuperati nei 18 stabilimenti produttivi è rappresentata nella figura seguente:

PRODUZIONE DI RIFIUTI E INDICE DI RECUPERO 2014/2015



I rifiuti pericolosi corrispondono al 2,5% del totale e sono generati dalle attività di analisi e controllo (chimico, fisico, microbiologico) e da quelle manutentive.

Nell'anno in esame, non si sono verificati sversamenti significativi o incidenti in nessuno dei 18 stabilimenti considerati.

4. Tutela dell'ecosistema naturale



L'attività del Gruppo Ferrero, in quanto parte dell'ecosistema globale, può generare impatti attraverso le sue attività dirette o lungo la catena di fornitura. È perciò molto importante, una volta individuati gli elementi dell'ecosistema che ne vengono coinvolti, **agire sulla loro conservazione**. In particolare per un'azienda alimentare come Ferrero, **biodiversità, deforestazione e uso del suolo sono certamente aspetti chiave**.

Biodiversità

I 20 stabilimenti Ferrero non includono nel proprio perimetro aree protette o a elevata biodiversità, né determinano impatti ambientali significativi su tali aree. L'indagine è stata effettuata sulla base di un'analisi interna⁴¹ e, per le sole aree europee, del sito EEA dell'Agenzia Europea dell'Ambiente. Si riscontrano solo casi di aree protette adiacenti agli stabilimenti Ferrero (ovvero a meno di 2 km), sulle quali comunque Ferrero non è a conoscenza di proprie attività che possano determinare impatti significativi sulla biodiversità.

BIODIVERSITÀ

STABILIMENTO	TIPOLOGIA AREA	AREA PROTETTA	CAT. IUCN	DISTANZA (km)	SUPERFICIE (ha)
S. Angelo dei Lombardi (AV)	NATURA 2000 (SCI)	Querceta dell'Incoronata (Nusco)	Non Applicabile	0,5	1.363
S. Angelo dei Lombardi (AV)	NATURA 2000 (SCI)	Alta Valle del Fiume Ofanto	Non Applicabile	2	590,3959
Villers-Écalles (Francia)	Regional Nature Park	Boucles de la Seine normande Regional Nature Park	V	1,5	80.797
Stadtallendorf (Germania)	NATURA 2000 (SCI)	Herrenwald östlich Stadtallendorf	Non Applicabile	1,5	2.706,0628
Stadtallendorf (Germania)	NATURA 2000 (SCI)	Brückerwald und Fußgeweid	Non Applicabile	2	407,7080
Stadtallendorf (Germania)	Landscape Protection Area	Auenverbund Lahn-Ohm	V	2	5.915,40
Belsk Duży (Polonia)	Nature Reserve	Modrzewina	IV	2	336,95
Brantford (Canada)	Local Park	Brant Conservation Area	Non Applicabile	1,5	n.d.

41. L'analisi include i 21 stabilimenti Ferrero attivi al 31 agosto 2015. Tale analisi è stata aggiornata includendo il nuovo stabilimento cinese.

Deforestazione

La deforestazione è una delle maggiori cause del rilascio di gas serra nell'atmosfera, contribuendo fino al 15% delle emissioni globali di gas serra. Le foreste del pianeta preservano infatti nel suolo un'enorme quantità di carbonio, stimabile intorno ai 500 miliardi di tonnellate, di cui gran parte si trova nelle foreste pluviali tropicali. Il *driver* principale della deforestazione è l'agricoltura commerciale, alimentata dalla crescente domanda di prodotti chiave.

Per questo motivo il Gruppo Ferrero, con l'intento di combattere il problema della deforestazione, **ha sottoscritto la New York Declaration on Forests durante il Climate Summit** organizzato dall'ONU a settembre 2014.

La dichiarazione è un impegno politico volontario che nasce dal dialogo tra governi, imprese e società civile con l'obiettivo di dimezzare la perdita di foreste entro il 2020 e interromperla entro il 2030.

Conoscere l'origine delle proprie materie prime è il primo passo per arrestare il processo di deforestazione, per tale motivo il Gruppo si sta impegnando in questi anni su alcune delle materie prime ritenute maggiormente responsabili del problema. In particolare:

- da novembre 2015 il Gruppo è membro del *Palm Oil Innovation Group* (POIG). La visione del POIG esprime la stessa ambizione innovativa che nel novembre 2013 **ha portato Ferrero a lanciare la propria Palm Oil Charter** - in collaborazione con i suoi fornitori - per affrontare le cause principali della deforestazione e creare un equilibrio tra salvaguardia dell'ambiente, bisogni della comunità, benefici e fattibilità economica;
- entro il 2017 il Gruppo si è impegnato nel raggiungere l'obiettivo di approvvigionamento di carta e cartone vergine da filiera sostenibile certificata. Da fine 2014 tutto il cartone vergine proviene già da filiera certificata. La certificazione è uno strumento per promuovere una gestione responsabile delle foreste, tanto dal punto di vista sociale che ambientale.

Foocus



TIC TAC®

Tic Tac® è molto più di una semplice caramella, è oggi un **modo di stare insieme e di condividere momenti freschi e spensierati**. È nato nel 1969, nell'anno di Woodstock e del primo uomo sulla luna.

Non a caso Tic Tac® è nato in anni di innovativo fermento: si trattava, all'epoca, di un vero e proprio prodotto ribelle e rivoluzionario, che in totale controtendenza rispetto alle regole di quel contesto storico ebbe la capacità di inaugurare una categoria completamente nuova.



**TIC TAC®
SCATENA MOMENTI
DI FRESCHEZZA**

Il nome originario era *"refreshing mint"*, ma ben presto i consumatori, giocando con l'astuccio e con la classica apertura *"flip top"*, identificarono il prodotto con il suo suono distintivo *"tic"* all'apertura, e *"tac"* alla chiusura. Così nacque **l'originale e onomatopico brand name: Tic Tac®**.

Generazione dopo generazione, Tic Tac® ha conquistato la simpatia e la fiducia dei milioni di consumatori in tutto il Mondo che ancora oggi, dopo oltre quarant'anni, scelgono la piacevolezza del famoso confetto. Tic Tac® infatti è oggi presente in oltre 70 Paesi e rappresenta uno dei *brand* più internazionali di Ferrero.

Questo successo va ricercato nell'essenza stessa di Tic Tac®, fondata sull'equilibrio tra **refreshment** (ovvero l'aspetto più funzionale e legato alla freschezza del confetto, interpretato principalmente dai gusti mentolati) ed **enjoyment** (Tic Tac® è divertente, rappresenta un *mood* gioioso e spensierato attraverso i sorprendenti gusti fruttati). Grazie a questa dualità, Tic Tac® è riuscito a costruire dei valori di marca forti e riconosciuti dal consumatore globale.

Alla classica gamma Tic Tac® si sono successivamente affiancati nuovi prodotti: Tic Tac® Breeze (la gamma *sugarfree* di Tic Tac®), Tic Tac® Mixers (il primo confetto Tic Tac® che cambia gusto mentre si scioglie in bocca) e una serie di nuovi *flavor* continuativi e stagionali, sempre studiati ad hoc per rispondere a diverse e specifiche esigenze del consumatore al passo con i tempi.



OGNI ABITANTE DEL PIANETA CONSUMA IN MEDIA 8 TIC TAC® ALL'ANNO.

Ogni anno vengono prodotti circa 55 miliardi di confetti Tic Tac® e il numero è destinato a salire!

Ogni anno, **più di 400 milioni di persone** nel mondo decidono di fare una pausa scegliendo la divertente freschezza di Tic Tac®



I consumi globali annuali di Tic Tac® potrebbero riempire **4 piscine olimpioniche lunghe 50 metri**



Mettendo in fila tutti gli astucci Tic Tac® acquistati nel mondo in un anno, si ricopre la **distanza tra New York e Los Angeles per 9 volte**



Impilando tutti gli astucci Tic Tac® venduti in un anno, **si può raggiungere l'altezza di circa:**



I GUSTI DI TIC TAC®

Ai grandi classici *Mint* e *Orange*, che hanno fatto la storia di Tic Tac®, nel corso degli anni si sono affiancati, susseguendosi, **numerosi altri flavor mentolati e fruttati** sempre di grande successo.

I nuovi gusti di Tic Tac® nascono dall'osservazione diretta delle tendenze globali relative alle preferenze dei consumatori. Sulla base di queste indicazioni, filtrate attraverso i valori di Tic Tac®, vengono sviluppati concetti di prodotto e relativi gusti, creati nei laboratori della Soremartec di Alba.

Seguono poi diverse fasi di ricerca qualitativa e quantitativa con il consumatore, in cui non viene valutato solo il gusto, ma l'idea alla base e la sua implementazione a 360° (colori, grafica, *packaging*, nome, comunicazione...).

Mantenendo il consumatore sempre al centro del processo di innovazione, anno dopo anno, Ferrero ha incrementato il numero di ricerche condotte sui consumatori attraverso indagini qualitative, quantitative e comportamentali, con l'obiettivo di conoscerli al meglio e scoprirne necessità e desideri.



I PRINCIPI FONDANTI DELLA PRODUZIONE

Oggi Tic Tac® è prodotto e confezionato in 9 stabilimenti: Alba (Italia), Cork (Irlanda), Belsk Duży (Polonia), Brantford (Canada), Quito (Equador), Poços de Caldas (Brasile), Walkerville (Sudafrica), Baramati (India), Lithgow (Australia).

È proprio il particolare processo produttivo che rende Tic Tac® così unico.

La tecnologia di base, comune all'industria farmaceutica, prevede la produzione di una piccola compressa. Durante il processo di ricopertura, questa

compressa, chiamata dai nostri tecnici "anima", cuore del prodotto, viene rivestita da centinaia di strati di zucchero intervallati da diversi strati aromatizzati, formando il croccante strato esterno e trasformando la compressa in un "confetto". Come nell'ostrica il granello di sabbia si trasforma in perla, anche Tic Tac®, attraverso questo peculiare processo che dura circa 24 ore, partendo da una semplice compressa diventa un prodotto unico e inimitabile!

Peculiarità del nostro Tic Tac® è l'**espletazione aromatica a partire dall'esterno verso l'interno**. Sono proprio le centinaia di strati che compongono il prodotto che permettono a un confetto così piccolo di regalare un'evoluzione aromatica così sorprendente. Il classico *Mint*, ad esempio, si compone di tre sensazioni di sapore: vaniglia fuori, menta dolce all'interno, e menta più intensa nell'anima.

Infine i confetti vengono accuratamente selezionati.



INGREDIENTI

Tutti gli ingredienti utilizzati in Tic Tac® sono **accuratamente selezionati e gestiti dalla produzione fino all'arrivo negli stabilimenti e al loro utilizzo**, rispettando precisi *standard* e controlli di qualità, di trasporto, di conservazione e di freschezza.

Gli *standard* Tic Tac® sono rigorosi, garantiscono alta qualità e rispettano le politiche delle buone pratiche agricole del Gruppo Ferrero.

Zucchero

Lo zucchero è un ingrediente importante nella produzione di Tic Tac®.

Ferrero utilizza sia zucchero di barbabietola che di canna. Nel primo caso si rifornisce esclusivamente da produttori che lavorano barbabietole non OGM (Organismi Geneticamente Modificati); nel secondo caso è stato attivato un

percorso di miglioramento continuo in cui il Gruppo si è dato l'obiettivo di acquistare tutto lo zucchero di canna da fonti sostenibili entro il 2020. Per la fine del 2016 è previsto il raggiungimento dell'obiettivo intermedio del 40%, e del 70% nel 2018.

Maltodestrine

Le maltodestrine, presenti nell'anima di Tic Tac®, sono carboidrati a catena medio-lunga. Si ottengono dagli amidi dei cereali (come mais, frumento, riso) o dei tuberi (come patate e tapioca) e hanno un moderato potere dolcificante, una buona solubilità e una buona capacità di assorbire gli oli essenziali.

Sono utili nella produzione anche per la loro scorrevolezza, comprimibilità e scarsa igroscopicità, ossia la capacità di assorbire molecole d'acqua.

Inoltre sono di facile digestione e rappresentano una fonte di energia prolungata nel tempo.

Fruttosio

Il fruttosio è contenuto in piccola quantità nell'anima di Tic Tac®. È uno zucchero semplice, presente nella maggior parte dei frutti, nel miele e in verdure come la carota. Si trova anche, in percentuale più bassa, nella canna e nella barbabietola da zucchero. Il fruttosio è, tra gli zuccheri in natura, quello più dolce.

Altri ingredienti

Tic Tac® contiene inoltre altri ingredienti in piccole quantità.

- **FRUTTA IN POLVERE:** la frutta utilizzata per Tic Tac® è accuratamente selezionata per garantire gli *standard* qualitativi e di gusto. Nelle aree di produzione più importanti, il Gruppo si approvvigiona da fornitori selezionati con cui ha stretto legami duraturi nel tempo e che, tramite un'attenta e accurata selezione della frutta migliore e dei processi di disidratazione, riescono a raggiungere gli *standard* richiesti.

- **AROMI:** vengono utilizzati nei prodotti alimentari in minima quantità e hanno il ruolo di esaltare particolari sapori, profumi e di stabilizzarli nel tempo. I tecnici del Gruppo selezionano per Tic Tac® le migliori miscele aromatiche attraverso innumerevoli prove e un paziente lavoro, che condividono con i maggiori esperti aromatieri del mondo. Per assicurarne la qualità e la sicurezza alimentare, effettuano accurati controlli qualitativi giornalieri attraverso l'analisi sensoriale e mediante moderne tecniche analitiche.

• **OLIO ESSENZIALE DI MENTA:** utilizzato per il suo aroma e la sua nota di freschezza. L'olio essenziale viene ricavato dalla distillazione della menta: una pianta erbacea perenne, fortemente aromatica, dal tipico sapore pungente e piccante, che cresce in modo massiccio in tutta Europa, Asia e Africa. Da questa pianta si ottiene un olio essenziale dall'aspetto limpido, giallo paglierino e assai fluido, dall'aroma forte e penetrante, dal profumo finissimo caratteristico di menta che lascia in bocca una persistente sensazione di freschezza. Questo ingrediente è scelto per Tic Tac® proprio per queste sue qualità e caratteristiche peculiari.



• **GOMMA ARABICA:** è una gomma di origine naturale. È da tempo impiegata nell'industria alimentare per decorare gli alimenti e mantenerne intatti l'aspetto e la stabilità.

• **CERA CARNAUBA:** è una cera naturale vegetale. In Tic Tac® è utilizzata come agente di rivestimento.

• **ACIDI CITRICO, MALICO, TARTARICO, ASCORBICO:** i primi tre sono utilizzati in Tic Tac® come acidificanti, l'ultimo come antiossidante.

• **COLORANTI:** per l'utilizzo dei coloranti in Tic Tac®, vengono rispettate le normative vigenti che sono differenti da Paese a Paese.

Si ricorda inoltre che i confetti Tic Tac® **non contengono ingredienti OGM**, in accordo con la strategia del Gruppo Ferrero che ne esclude l'uso.

Infine, **le informazioni nutrizionali sono presenti sulle confezioni Tic Tac®**, chiare e visibili, in conformità alle legislazioni locali.

LA CULTURA DELL'ASSAGGIO E DELLA QUALITÀ

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.

Una "cultura dell'assaggio" si è sviluppata in ogni sito produttivo. Il Dipartimento Qualità di Tic Tac® effettua costanti controlli durante tutto il processo produttivo, secondo specifiche procedure molto accurate e ispirate alle più evolute pratiche di settore.

Tutte le materie prime sono testate con analisi chimico-fisico-organolettiche in fase di accettazione, secondo specifici piani di campionamento che prevedono anche, quotidianamente, una serie di test organolettici da parte di un *panel* di esperti sulla produzione di Tic Tac®.

SONO STATI OLTRE 30.000 GLI ASSAGGI EFFETTUATI GLOBALMENTE SU TIC TAC® NELL'ANNO 2014/2015.

Inoltre, nel 2014/2015, nella produzione di Tic Tac® sono stati effettuati:

- oltre **3.000 controlli e analisi¹ sulle materie prime** e oltre **1.100 sulle miscele aromatiche**;
- più di **15.000 controlli² sugli imballi primari**, cui si aggiungono i controlli effettuati sugli imballi secondari;
- **controlli su oltre 36 milioni di confetti**, che comprendono i controlli effettuati sulla linea di produzione (peso, composizione, difettosità estetiche) e in laboratorio relativamente ai parametri chimico-fisici e microbiologici, oltre che **controlli su oltre 5 milioni di astucci**.

Ferrero definisce e applica per Tic Tac®, come per tutti i suoi prodotti, stringenti criteri di tracciabilità, sicurezza e qualità. Gli stabilimenti Ferrero che producono Tic Tac® hanno un Sistema Qualità certificato da un ente terzo e indipendente.

Tutti gli stabilimenti che producono Tic Tac® utilizzano materie prime e ingredienti selezionati a monte presso fornitori valutati a livello di Gruppo con criteri univoci. In fase di accettazione, tutti gli stabilimenti applicano un piano di controllo definito a livello centrale dalla Direzione Qualità di Gruppo, sulla base di specifiche analisi del rischio.

Nell'ambito dell'attività produttiva è infine effettuata un'attenta analisi dei rischi, attraverso l'implementazione di specifici piani HACCP redatti secondo linee guida definite centralmente, al fine di garantire la massima sicurezza dei prodotti.

I reclami ricevuti nel 2014/2015 sono pari a 0,00274 per quintale di Tic Tac® venduto.

CERTIFICAZIONI

Nonostante le normative stringenti dei diversi Paesi in cui Tic Tac® è prodotto e commercializzato, la marca è da sempre attenta alle necessità dei suoi consumatori e, dove possibile, viene incontro alle **esigenze di culture e religioni locali**.

Per questo, in alcune regioni del Mondo, alcuni gusti Tic Tac® sono *Kosher* e *Halal*.

Tic Tac® inoltre, per i gusti *Mint*, *Orange bianco*, *Spearmint* e *Strawberry Mix*, è certificato "**vegetariano**" da *The Vegetarian Society*, grazie all'adesione agli *standard* e alle linee guida per la produzione di prodotti vegetariani, segnalati nell'accordo di licenza determinato dall'organismo stesso.

1. *Includono controlli chimici, chimico-fisici e microbiologici.*

2. *Includono controlli organolettici e di difettosità.*

Inoltre Tic Tac® contiene amido di riso, ma non glutine derivato da frumento, orzo e farro, pertanto **può essere consumato da consumatori celiaci**.

Per poter assicurare che Tic Tac® è un prodotto idoneo al consumo dei celiaci, inoltre, Ferrero applica un corretto piano di controllo delle materie prime e del prodotto finito, monitora costantemente il processo produttivo, gli ambienti di lavoro, le attrezzature e gli impianti. Tutti gli operatori vengono inoltre adeguatamente formati.

In alcuni Paesi, Tic Tac® rientra nell'elenco dei prodotti idonei per celiaci emesso da specifiche associazioni quali l'AiC (Associazione Italiana Celiachia) che richiede specifici requisiti per l'inserimento.



I Sistemi di Gestione di Sicurezza alimentare degli stabilimenti presso cui è prodotto Tic Tac® sono verificati nell'ambito di *audit* interni e, per gli stabilimenti certificati FSSC 22000, da *audit* esterni da parte di enti accreditati (per maggiori dettagli si rimanda al capitolo "Qualità e freschezza" del presente rapporto CSR).

RIDURRE L'IMPRONTA AMBIENTALE

Con la certificazione, a novembre 2015, dello stabilimento di Poços de Caldas, sette dei nove stabilimenti in cui Tic Tac® è prodotto hanno già conseguito la certificazione del Sistema di Gestione Ambientale secondo la norma ISO 14001. **Entro il 2020, tale certificazione coprirà l'intera produzione industriale di Tic Tac®**, cioè si estenderà anche ai due stabilimenti di Baramati (India) e Walkerville (Sudafrica).

Considerata la rilevanza delle emissioni correlate all'uso dell'energia, oltre che al consumo delle risorse, il Gruppo ha deciso di far evolvere entro il 2020 anche la certificazione ISO 50001 a certificazione multisito di Gruppo. Per le informazioni e gli obiettivi del Gruppo in tale ambito, si rinvia al capitolo "Minimizzare l'impatto ambientale" del presente rapporto CSR.

IL PACKAGING

L'iconico astuccio di Tic Tac® è un vero evergreen.

Le sue caratteristiche principali non hanno subito cambiamenti estetici rilevanti dall'anno di lancio a oggi.

La trasparenza è uno tra gli elementi più distintivi, e permette al consumatore di vedere bene il prodotto all'interno della confezione. L'apertura "flip top" consente di servirsi sempre della giusta quantità di prodotto e di conservarne la freschezza proteggendolo inoltre dagli agenti esterni. Il pack di Tic Tac® è pratico e tascabile, per venire incontro alle esigenze del consumatore di rinfrescarsi dove e quando preferisce.

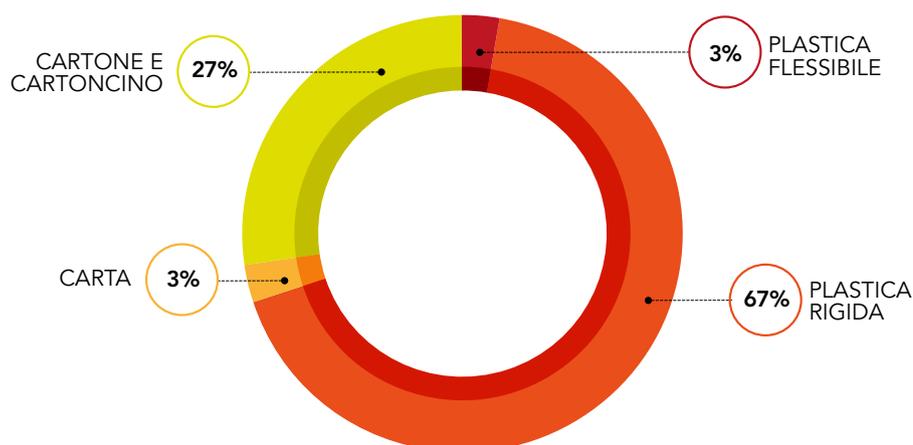
Infine il logo Tic Tac®, pur essendo cambiato negli anni per stare al passo con i tempi, rappresenta da sempre una fresca foglia di menta stilizzata.



TROVARE IL GIUSTO EQUILIBRIO TRA MANTENIMENTO DELLA QUALITÀ, PROTEZIONE DELL'ALIMENTO, SICUREZZA ALIMENTARE E RISPETTO DELL'AMBIENTE È UN IMPEGNO QUOTIDIANO PER FERRERO E PER TIC TAC®.

Il *packaging* di Tic Tac® si declina in diverse unità di vendita (ad esempio: prodotti singoli, *multipack*, ecc.) che hanno come principale obiettivo quello di garantire nel tempo la perfetta qualità e l'elevata freschezza del prodotto. Di seguito sono riportati i materiali utilizzati per gli imballaggi delle varie confezioni presenti a livello mondiale.

**MATERIALI DI CONFEZIONAMENTO TIC TAC®
A LIVELLO MONDIALE NEL 2014/2015***



*Suddivisione % in peso dei materiali utilizzati.

Il materiale che caratterizza maggiormente le confezioni di Tic Tac® è la plastica rigida, seguita dalla categoria del cartone e del cartoncino, generalmente utilizzati come materiale secondario di vassoi e materiale di vendita. Sono presenti basse percentuali di carta e plastica flessibile, tendenzialmente legate alle etichette in carta, agli *sleever* presenti su alcune confezioni e agli involucri in film delle confezioni *multipack*.

Volendo garantire l'eccellenza del prodotto, non è stato finora possibile utilizzare materiale riciclato nell'imballo primario a contatto con il prodotto. Si è comunque utilizzato materiale riciclato, ove possibile e non a diretto contatto con il prodotto, sia per gli imballi secondari cellulosici sia per i vassoi delle confezioni *multipack* in plastica. Questo ci ha permesso di ottenere una percentuale di materiale riciclato pari a circa il 17% del totale utilizzato.

L'Eco Design

Con l'obiettivo di eliminare o ridurre gli effetti negativi sull'ambiente nella produzione industriale, Ferrero pone un **forte impegno nella progettazione attenta dell'imballaggio**, adottando nelle fasi di sviluppo e progettazione quella che da anni è denominata Strategia 5R³, finalizzata a ottimizzare le principali variabili che influenzano il profilo ambientale complessivo dell'imballo.

Negli anni, seguendo le linee del Gruppo, sono state applicate diverse buone prassi di progettazione, di cui vengono riportati alcuni esempi relativi al 2014/2015⁴:



• R di Riciclo

Nel corso dell'anno 2014/2015, dagli sfridi in polipropilene (PP) degli astucci Tic Tac[®] dello stabilimento di Cork sono stati realizzati i vassoietti plastici in RPP dei *multipack* Tic Tac[®], con un risparmio di 8 t in un anno. Negli ultimi tre esercizi sono state utilizzate circa 26 t di materiale riciclato. Questa azione è parte di un progetto globale, SPE (*Scraps of the Packaging Evolution*)⁵, che ha l'obiettivo di sostituire alcuni materiali vergini con materiali derivati dal recupero di rifiuti di imballo interni agli stabilimenti del Gruppo. Si è anche sperimentata con successo la sostituzione del materiale di supporto delle etichette, normalmente in carta siliconata, con un film in PET. Oltre ad aver facilitato la riciclabilità del manufatto, questa sostituzione ha permesso la riduzione in peso di materiale utilizzato come supporto. Il film in PET, infatti, pesa quasi il 50% in meno dello *standard* e ha permesso la riduzione di oltre 60 t di materiale.

• R di Riduzione e di Rinnovabilità

Nell'ottica di aumentare la percentuale di rinnovabilità dei propri imballaggi, in linea con l'obiettivo di Gruppo al 2020, l'espositore Tic Tac[®] in plastica polistirene è stato sostituito da una sua versione cartotecnica, che ha portato negli ultimi tre anni a un contributo all'obiettivo di rinnovabilità pari a 29 t, oltre che a un risparmio di consumo di risorse di 21 t.

Cronistoria degli astucci Tic Tac[®]

L'astuccio in plastica del Tic Tac[®], nelle sue differenti dimensioni, è sicuramente **uno degli emblemi del brand**. Ad oggi esistono diversi formati di astucci, in funzione delle esi-

genze di vendita dei vari Paesi. Nello sviluppo dei nuovi formati, come ad esempio l'innovativo *packaging* di Tic Tac[®] Breeze o il formato Tic Tac[®] Bottlepack da 200 confetti, Tic Tac[®]

3. Per la definizione delle linee guida si rinvia al capitolo "Minimizzare l'Impatto Ambientale" del presente rapporto CSR.

4. I valori indicati rappresentano una stima calcolata sui volumi annuali a budget.

5. Per ulteriori esempi inerenti il progetto di Gruppo si rimanda al capitolo "Minimizzare l'Impatto Ambientale" del presente rapporto CSR.

traspone le caratteristiche peculiari della sua confezione storica come la trasparenza e l'apertura "flip top".

In origine il materiale degli astucci era il polistirene, principalmente per le sue proprietà tecniche e di trasparenza. Ferrero però rivede continuamente i materiali utilizzati nelle sue confezioni per garantire migliori prestazioni ambientali, oltre che la qualità del prodotto.

Per questa ragione, con l'uscita della direttiva europea sui requisiti essenziali degli imballaggi, il Gruppo ha da subito messo in discussione dimensione, peso, volume e materiali della confezione di Tic Tac®, testando diverse soluzioni. I primi positivi test di sostituzione del polistirene con il polipropilene (PP), effettuati nel 2000 nello stabilimento italiano di Alba, hanno messo in evidenza non solo la maggiore riciclabilità del materiale, ma anche meno problematiche di rottura. Inoltre, grazie alla sua flessibilità, si è potuto ridurre lo spessore dello stesso, con conseguente riduzione in peso dell'astuccio. Il Gruppo ha poi implementato il nuovo astuccio prima in Europa e poi nel resto del Mondo.

cronistoria Tic Tac



6. I valori indicati rappresentano una stima calcolata sui volumi annuali a budget.

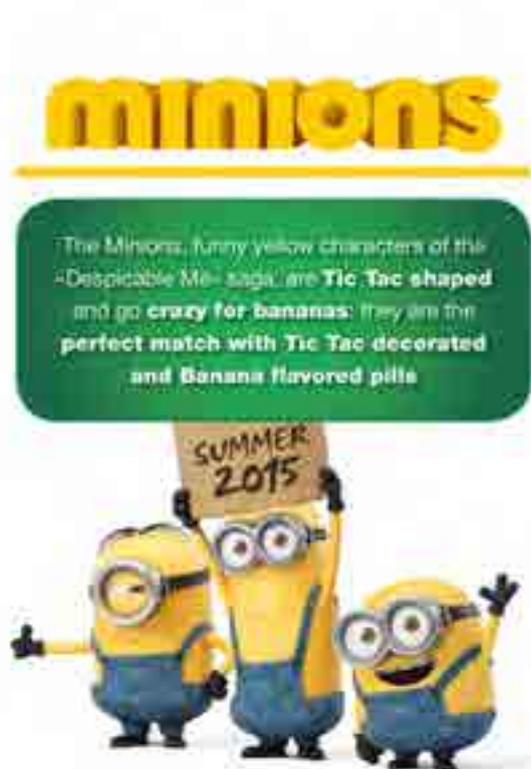
Considerati i volumi di produzione dell'anno 2014/2015, grazie alle modifiche effettuate nel corso degli anni, si è ottenuto sugli astucci da 27, 33, 37, 60, 100 e 110 confetti **un risparmio annuale di oltre 2.000⁶ t di materiale plastico.**

TIC TAC® NON SMETTE MAI DI STUPIRE

Le limited edition – “TIC TAC® Minions”, un caso di successo

L'attenzione alle novità e alla costruzione di concetti di prodotto forti e rilevanti per il consumatore è la base da cui scaturiscono le idee per **le nuove limited edition di Tic Tac®**, serie speciali in vendita solo per un tempo limitato. Da qualche anno, oltre ai classici gusti stagionali, Tic Tac® sorprende i suoi consumatori con *limited edition* dedicate a specifici momenti dell'anno (ad esempio l'Epifania o *Halloween*), oppure a eventi (ad esempio eventi sportivi).

Un virtuoso esempio è l'edizione speciale legata all'uscita di *Minions*, il film di animazione ispirato ai popolarissimi personaggi della saga *Cattivissimo Me*, che nell'estate del 2010 ha battuto ogni record al botteghino in tutto il mondo (1,2 miliardi di dollari). I risultati dell'operazione per Tic Tac® sono stati eccezionali, sia in termini di fatturato che di premi vinti: l'edizione limitata Tic Tac® Minions ha vinto l'*NCA Award* in USA - premio per il prodotto innovativo dell'anno - e il *LIMA Award* in Germania come miglior prodotto su licenza, contribuendo a far raggiungere a Tic Tac® il record storico di vendite in molti Paesi. In Australia, Canada e Polonia il prodotto è andato a ruba prima che iniziasse la pubblicità in TV ed è stata necessaria un'extra produzione che ha rischiato di mandare in tilt il sistema produttivo.





Da cosa deriva questo incredibile successo?

Certamente dalla totale coerenza di valori e di esecuzione tra Tic Tac® e i personaggi stessi: i *Minions* hanno la stessa forma di Tic Tac®, sono allegri, spensierati e pieni di gioia così come Tic Tac®; i *Minions* adorano le banane e per la prima volta questa *limited edition* di Tic Tac® è al gusto banana; infine, grazie alla tecnologia “*write on pills*” che stampa sui confetti in alta definizione con inchiostri alimentari, il confetto Tic Tac® ha assunto l’aspetto di Stuart, Kevin e Bob, tre tra i *Minions* più amati. Anche le confezioni (sia il classico astuccio tascabile, sia quelle da 100 e 200 confetti) sono riconoscibili, poiché riproducono fedelmente le immagini dei protagonisti del film.

La tecnologia Tic Tac® “*write on pills*”:

La tecnologia Tic Tac® “*write on pills*” si basa sulla stampa in alta definizione di simboli, lettere, numeri o piccoli disegni direttamente sui confetti Tic Tac®. Questa tecnologia permette di avere un’interazione completa tra prodotto e consumatore, che può creare messaggi personalizzati e giocare con i confetti, aumentando il legame emozionale con la marca.

La prima attività ad aver beneficiato della tecnologia “*write on pills*” è stata l’edizione speciale di Tic Tac® legata all’uscita di *Minions*, ma sono in cantiere numerose altre attività altrettanto potenziali che vedranno la luce a partire dal 2016, evolvendo in un piano già in gran parte definito fino al 2020. Esse non solo faranno leva su ulteriori e sempre più interessanti personaggi di film e serie televisive, ma reinterpreteranno anche i principali eventi e occasioni “alla Tic Tac®”, sempre con la stessa cura dei particolari e coerenza.

Breeze

Tic Tac® Breeze è l'ultima innovazione di Tic Tac®, che nasce con l'obiettivo di diversificare l'offerta in ambito *sugarfree* e allo stesso tempo allargare l'arena competitiva al segmento *herbal-mentholated*.

La sfida di Tic Tac® Breeze è quella di **offrire un nuovo tipo di freschezza** che va oltre alla più comune e tradizionale associazione con la menta. Inoltre, grazie alle sue caratteristiche di prodotto, Tic Tac® Breeze è in grado di rendere inaspettatamente freschi gusti che non ci si aspetterebbe, come ad esempio la liquirizia o l'anice. Il principale ingrediente, infatti, è rappresentato dallo xilitolo, un pregiato edulcorante dall'elevato potere rinfrescante che, combinato con l'estratto di foglie di stevia, compone la struttura esterna del confetto. Ma è nel cuore del confetto che è racchiuso il segreto della sua unicità, grazie alla presenza di speciali erbe cristallizzate (*crystallized herbs*), ovvero micro cristalli di xilitolo contenenti l'estratto in polvere di una gustosa miscela di 16 erbe balsamiche.

Tic Tac® Breeze è attualmente disponibile nei seguenti gusti: Liquirizia, Anice, Eucalipto, Erbe alpine.



Continua innovazione - uno sguardo al futuro

Tic Tac® è da sempre un *brand* pioniere dell'innovazione, sempre attento ai nuovi *trend* e alla sensibilità dei suoi consumatori.

Proprio in quest'ottica negli ultimi anni, in linea con l'obiettivo di Gruppo al 2020, **è stato aperto il cantiere "Tic Tac® Feel Nature"** al fine di sviluppare prodotti e processi di produzione sostenibili, attenti all'ambiente e alle esigenze del consumatore moderno, sensibile alla qualità del prodotto e alla naturalità degli ingredienti.

Nell'ambito di questo progetto, Tic Tac® si sta impegnando su due fronti: da un lato la provenienza di materiali per il *packaging*, sia primario che secondario, da fonti rinnovabili (bioplastiche) e riciclati (cartone); dall'altro l'attenzione a ingredienti sempre più naturali (coloranti, aromi, ecc.).

Nonostante le numerose barriere tecnologiche e le difficoltà legate al prodotto, i tecnici e gli esperti Tic Tac® continuano nell'incessante lavoro di ricerca e sviluppo con l'obiettivo di portare presto sul mercato un prodotto frutto di questo ambizioso progetto, capace di generare valore sia per il consumatore che per il Gruppo Ferrero.



FERRERO IN AUSTRALIA

FERRERO IN AUSTRALIA: IL BACKGROUND

Ferrero Australia fu fondata nel 1974 a Sydney con l'insediamento di un ufficio commerciale seguito poco dopo, nel 1977, da uno stabilimento produttivo presso la cittadina periferica di Lithgow, a due ore a ovest da Sydney, per la produzione di NUTELLA® e Tic Tac®.

La scelta di collocare lo stabilimento Ferrero a Lithgow ha avuto un significativo impatto positivo sul livello di occupazione dell'area: lo stabilimento, al 31 agosto 2015, contava 108 dipendenti. L'ufficio commerciale, situato a North Sydney, al 31 agosto 2015 contava 195 dipendenti di cui 99 a tempo pieno. L'attività è inoltre supportata da 91 *merchandise part-time*, i quali operano in tutti i principali supermercati dell'area.

Come il Paese stesso, Ferrero Australia ha un elevato grado di multiculturalità in quanto include **dipendenti appartenenti a 21 diverse nazionalità**.

Oltre alle attività in Australia, il *team* locale supporta lo sviluppo del *business* di Ferrero anche in Nuova Zelanda, che viene gestito tramite un distributore esclusivo basato ad Auckland.

Il più recente passo nella presenza di Ferrero in Australia è stata la costituzione, nel 2011, di *Agri Australis*. L'azienda agricola comprende 2.600 ettari di terreni situati a sei ore a sud-ovest da Sydney nella Regione Riverina, e sarà presto la casa di un milione di noccioli, che entro il 2020 si stima possano produrre circa 5.000 t di nocciole in guscio ogni anno.



I principi, i valori e i risultati della responsabilità sociale d'impresa del Gruppo Ferrero rappresentano **un importante motivo di orgoglio per il team Ferrero in Australia**, e le azioni di sostenibilità locale, allineate a tali impegni, sono condivise regolarmente con i nostri *stakeholder* locali. Questo ha portato numerosi riconoscimenti per Ferrero, il più recente dei quali da parte del governo

del New South Wales, con il premio nella categoria *Medium to Large Business Sustainability* ai *Green Globe Awards 2015* per l'eccellenza ambientale, la *leadership* e l'innovazione; è stato vinto inoltre il *New South Wales Infrastructure Project Innovation Award* grazie al bioreattore per il trattamento delle acque reflue nel 2015/2016.

FERRERO AUSTRALIA: LA DIVISIONE COMMERCIALE



In Australia, la presenza del Gruppo è cresciuta costantemente sin dal primo giorno e l'affinità dei consumatori con i *brand* Ferrero si sta rafforzando. A partire da Tic Tac® e NUTELLA®, il portfolio Ferrero si è ampliato nel corso del tempo e oggi è tra i *brand* più amati in Australia. Infatti l'Australia presenta uno dei più alti consumi pro capite di Ferrero Ro-

cher nel mondo, nonostante si trovi a più di 17.000 km dall'Italia e il Natale si celebra all'inizio dell'estate. Oltre alle praline, KINDER® Sorpresa, lanciato nel 1993, rappresenta oggi la linea di prodotti dolciari numero uno in Australia e Nuova Zelanda, mentre Tic Tac® e NUTELLA®, entrambi prodotti con orgoglio in Australia, sono distribuiti in quasi tutti i negozi del

Paese. Sebbene il mercato australiano dei prodotti dolciari monoporzione sia maturo e relativamente stabile, il *business* di Ferrero Australia è in crescita del 63% rispetto al 2010/2011, con un fatturato netto nel 2014/2015 vicino ai 220 milioni di dollari australiani (151 milioni di euro) e vendite pari a 160.000 q di prodotti. Nonostante i *brand* Ferrero siano *leader* nelle categorie in cui operano, rimane un enorme potenziale per svilupparli ulteriormente sia in Australia che in Nuova Zelanda.

FERRERO A LITHGOW: LA DIVISIONE INDUSTRIALE

Ferrero ha aperto il suo stabilimento produttivo nel 1977, scegliendo Lithgow, nel New South Wales, a 150 km a ovest dalla città di Sydney. Lithgow è una cittadina con una popolazione di 13.000 abitanti. Ferrero è una delle principali imprese presenti, con una reputazione consolidata grazie a **un ambiente di lavoro sicuro e stabile**. Lo stabilimento è una struttura di un unico piano, situata in un appezzamento di terra di proprietà del Gruppo di circa 70.000 m². Lo stabilimento, la cui produzione è destinata ai mercati di Australia, Nuova Zelanda ed est asiatico, produce NUTELLA® e Tic Tac®.



A Lithgow:

- ci impegniamo a migliorare costantemente e cerchiamo opportunità di investimento;
- soddisfiamo i requisiti delle *Good Manufacturing Practices* e delle norme ISO 14000, ISO 9001, FSSC 22000 e HACCP;
- ci impegniamo a realizzare prodotti della massima qualità, dalle materie prime ai prodotti finiti;
- garantiamo la predisposizione di un ambiente di lavoro sicuro per dipendenti e collaboratori.

Lo stabilimento di Lithgow vanta una consolidata relazione con i fornitori locali e ha investito un'ingente quantità di tempo e sforzi per mantenere solide *partnership* lavorative con essi. Ciò è riconosciuto pienamente anche dalle autorità locali:



A nome del Consiglio della città di Lithgow, New South Wales Australia, sono estremamente fiera di ospitare nella nostra area governativa locale un business rinomato e all'avanguardia come Ferrero.

Non solo Ferrero produce il miglior cioccolato e prodotti a base di cioccolato nel mondo, ma è un business estremamente apprezzato con una straordinaria reputazione...



*Il Sindaco, Maree Statham
Consiglio della Città di Lithgow*

AZIONI LOCALI CHE RISPECCHIANO I NOSTRI PRINCIPI GLOBALI

Dedizione e Fiducia

Lo stabilimento Ferrero a Lithgow ha dimostrato **un consolidato ed elevato impegno per la qualità**. Si ritiene che tutti i regolamenti relativi alla sicurezza alimentare, all'igiene, alla salute e alla sicurezza sul luogo di lavoro nonché all'ambiente, non solo debbano essere rispettati, ma anche superati dallo stabilimento. I sistemi di gestione a supporto di tali obiettivi sono riesaminati con cadenza regolare relativamente all'efficacia e al miglioramento continuo. L'impegno di Lithgow è stato dimostrato attraverso le certificazioni ISO 9001 e HACCP, sin dal 1999, relative ai Sistemi di Gestione della Qualità e Sicurezza alimentare, seguite dalla FSSC 22000, dal 2011, per la Sicurezza degli alimenti e dalla ISO 14001, dal 2010, per i Sistemi di Gestione Ambientale.

Solo grazie all'impegno di ogni dipendente lo stabilimento di Lithgow è in grado di realizzare prodotti di massima qualità.

Integrità e Sobrietà

In linea con l'impegno da parte del Gruppo Ferrero per la responsabilità sociale d'impresa, in Australia Ferrero ha stretto relazioni con numerosi stakeholder per **condividere i propri valori relativi alla responsabilità sociale d'impresa** e i nostri risultati a livello locale. Ferrero

è stata invitata in qualità di relatore a una serie di eventi organizzati dal governo dello stato del New South Wales, dedicati a diversi aspetti della sostenibilità come la cogenerazione di energia, la gestione dei rifiuti e la leadership industriale.

“

...Ferrero Australia è alla continua ricerca di modalità strategiche per migliorare la produttività delle risorse, ha sempre abbracciato tecnologie innovative, è all'avanguardia nell'ideazione di nuovi modelli di business e sta dimostrando una reale leadership lavorando in maniera collaborativa con tutta la sua catena di distribuzione, le reti commerciali estese e le comunità locali. Sono dei forti sostenitori delle migliori pratiche sostenibili. Riconosciamo Ferrero Australia quale leader efficiente sia nelle idee che nelle azioni, che condivide il nostro duplice impegno nel preservare il nostro ambiente naturale e nel costruire un New South Wales produttivo, sostenibile e prospero.

”

Tom Grosskopf, Direttore della Divisione Metropolitana, New South Wales, Ufficio Ambiente e Patrimonio.

Rispetto e Responsabilità

I risultati e i successi dello stabilimento di Lithgow relativi all'ambiente sono guidati e in linea con i nostri impegni a livello globale. Ciò include riduzioni verificate dei consumi di elettricità e acqua, un miglioramento del recupero dei rifiuti altrimenti destinati alla discarica, e una significativa riduzione delle emissioni di gas serra grazie all'autoproduzione di elettricità.

A livello commerciale, Ferrero Australia:

- è firmataria della *Responsible Children's Marketing Initiative*;



- fornisce i dettagli sul valore energetico e i principali nutrienti per porzione sul fronte pacco delle linee di prodotto NUTELLA® e KINDER®;
- sostiene la campagna "Be Treatwise" dell'industria dolciaria australiana per promuovere la sua **adesione locale ai principi Ferrero relativi alla nutrizione e la salute.**

Passione per la Qualità, la Ricerca e l'Innovazione

Ferrero ha installato un bio-reattore presso lo stabilimento di Lithgow per migliorare la gestione dei rifiuti da acque reflue. Si tratta di un bio-reattore di superficie che fornisce ai microrganismi l'ambiente ricco di ossigeno ideale nel quale crescere e moltiplicarsi rapidamente. La nuova tecnologia progettata in Australia è costituita da una serie di membrane in nanoceramica sospese verticalmente e circondate da aria in modo da creare una serie di "branchie". Le acque reflue passano attraverso tali

branchie, permettendo ai microrganismi di "cibarsi" dei nutrienti fuori dall'acqua e "respirare" aria per crescere e moltiplicarsi. In questo modo, il sistema simula e riproduce le attività dello stomaco e dei polmoni. Le acque reflue sono trasferite in una cisterna di trattamento e riciclate fino a quando rientrano nel range dei criteri accettabili. Una soluzione innovativa a riscaldamento solare, con tubi sottovuoto, è stata applicata al bio-reattore in modo da preservare la sua efficienza durante i mesi più freddi.



Questo innovativo impianto per il trattamento delle acque reflue, **il primo al mondo di questo tipo per un'azienda del settore alimentare**, ha ricevuto le certificazioni ambientali da parte della *National Banksia Foundation*, i *New South Wales Government's Green Globes*, e ha vinto il premio *Australian Water Association's Infrastructure Project Innovation New South Wales*.

GESTIONE AMBIENTALE

Lo stabilimento Ferrero a Lithgow ha ricevuto riconoscimenti per il suo successo nel minimizzare il suo impatto ambientale. L'analisi delle *performance* si basa sui 5 anni che terminano con l'esercizio 2014/2015.

Consumo di elettricità: tra l'anno 2010/2011 (dopo l'implementazione del Sistema di Gestione Ambientale di Ferrero Australia e l'ottenimento della certificazione ISO 14001) e l'anno 2014/2015, lo stabilimento di Lithgow ha ridotto in maniera consistente il consumo di MWh per tonnellata di prodotti, con una riduzione totale del 29% nel periodo considerato. Tale miglioramento continuo è stato possibile tramite l'attuazione di una serie di iniziative come la sostituzione di 2.400 tubature fluorescenti con 1.200 luci a LED, l'impostazione di cicli a risparmio energetico per gli impianti di aria condizionata, l'installazione di un impianto di tri-generazione (ottenendo maggior efficienza attraverso la fornitura di raffreddamento e vapore), ispezioni per rilevare eventuali fuoriuscite di aria compressa, risparmi di aria compressa attraverso la sostituzione del sistema antincendio a irrigazione basato su aria compressa con uno basato sull'acqua, e i programmi del "Green Weekend" ideati per rafforzare la consapevolezza e il coinvolgimento del personale. Ad oggi **l'impianto di tri-generazione autoproduce quasi il 50% del fabbisogno energetico** dello stabilimento di Lithgow.

Per gestire al meglio i requisiti energetici di Ferrero, in quanto parte del Gruppo, **sarà implementato lo standard ISO 50001** relativo ai Sistemi di Gestione dell'Energia. Si

stima che tale sistema di gestione sarà disponibile per la certificazione nell'anno 2017/2018.

Emissioni di gas a effetto serra: come risultato dei miglioramenti dell'efficienza energetica, le emissioni di gas serra per tonnellata di prodotti finiti dello stabilimento di Lithgow **sono state ridotte del 41% rispetto al 2010/2011.**

Recupero dei rifiuti: prima del 2006, lo stabilimento di Lithgow smaltiva la maggior parte dei propri rifiuti in discarica, come di consuetudine nell'industria australiana. Da allora sono stati fatti sforzi considerevoli per recuperare tali rifiuti. Considerando la media del 90% di rifiuti recuperati dalle aziende del Gruppo come obiettivo locale, lo stabilimento di Lithgow **ha migliorato le proprie performance raggiungendo nel 2014/2015 l'85% di rifiuti recuperati.** Ciò è stato possibile attraverso *partnership* con fornitori di servizi di gestione dei rifiuti, controlli dei rifiuti, identificazione e separazione dei rifiuti in loco e coinvolgimento del personale.

Ferrero Australia, inoltre, è stata una **firmataria del programma ambientale Australian Packaging Covenant (APC)** sin dalla sua istituzione nel 2011. In conformità con quanto disposto dai requisiti di *stewardship* del *Covenant*, sono stati condivisi gli impegni ambientali di Ferrero con i nostri *partner* commerciali. Nei punti vendita, tutti gli addetti della forza commerciale sono formati sul corretto smaltimento dei rifiuti di imballaggio, e questo viene consolidato attraverso un processo formale di *reporting* nei punti vendita.

Consumo di acqua: il consumo d'acqua dello stabilimento di Lithgow nel 2014/2015 (in metri cubi per tonnellata di prodotti finiti) **è stato ridotto del 24%**. Questo risultato è stato raggiunto attraverso miglioramenti nel processo di raffreddamento evaporativo negli impianti di aria condizionata, modifiche nei sistemi di trasferimento sottovuoto e il riutilizzo selettivo delle acque di processo. Nel 2015 nello stabilimento di Lithgow è stato installato un sistema di raccolta delle acque piovane da 150.000 litri.

Conformità: attraverso l'implementazione di una serie di iniziative ai sensi dell'*Effluent Improvement Program* - inclusa l'installazione di un nuovo bio-reattore nel 2013, lo stabilimento di Lithgow **ha ridotto la domanda di ossigeno biologico nelle proprie acque reflue del 97%** rispetto al 2010/2011.



Packaging: il programma ambientale *Australian Packaging Covenant (APC)* richiede ai suoi firmatari di adottare dei "criteri di progettazione sostenibile" per il *packaging* dei prodotti. Ferrero Australia ha introdotto tali criteri all'interno del suo processo locale di sviluppo nuovi prodotti per i prodotti realizzati in Australia e per i materiali presenti nei punti vendita, garantendo che i requisiti ambientali siano considerati e controllati. La valutazione APC della relazione 2015 di Ferrero Australia ha indicato: "Questa è stata una relazione ben preparata che soddisfa i requisiti per tutti i KPI e ha dimostrato il vostro impegno per la sostenibilità del *packaging*".

Come parte di una revisione dei prodotti realizzati in Australia ai sensi della APC, la plastica (polipropilene) nei tappi della NUTELLA® è stata ridotta in termini di peso dal 1° settembre 2013, **con un risparmio di 74 t di plastica** ad agosto 2015⁷.

7. I valori indicati rappresentano una stima calcolata sui volumi annuali a budget.

LOGISTICA

La distribuzione dei prodotti Ferrero su tutta la vasta area di Australia e Nuova Zelanda richiede un'attenta pianificazione e approfondite considerazioni circa l'impatto ambientale dei nostri magazzini e delle attività di trasporto. In base alle stime del Gruppo, i vettori che distribuiscono i prodotti Ferrero percorrono ogni anno oltre 6 milioni di chilometri via terra.

Il team locale della *supply chain* lavora a stretto contatto con i *partner* commerciali logistici, sviluppando soluzioni innovative relative a magazzini e trasporti per ridurre i chilometri percorsi e le relative emissioni di CO₂, rispettando l'impegno di Ferrero Australia alla *National Chain of Responsibility Legislation* e avendo un'influenza positiva sulla sicurezza sia del luogo di lavoro che stradale.

Ferrero ha attuato le seguenti iniziative nel corso del 2015, focalizzate sulla riduzione dell'impronta ambientale logistica in Australia e Nuova Zelanda:

- Centro di distribuzione regionale a Victoria. Lo stock stagionale per le promozioni di Natale è importato direttamente a Melbourne dai nostri stabilimenti oltreoceano e distribuito ai clienti negli stati del sud dell'Australia, **con un risparmio di quasi 50.000 km di trasporto su strada.**

- I volumi delle promozioni stagionali per la Nuova Zelanda sono spediti direttamente dagli stabilimenti oltreoceano ai nostri distributori in Nuova Zelanda. Questo evita le operazioni di gestione e lavorazione presso il nostro magazzino in Australia e trasporto addizionale su strada, **riducendo la necessità di circa 650.000 km di trasporto marittimo e risparmiando 10.000 km di trasporto stradale.**

- Gli stock di NUTELLA® e Tic Tac® sono spediti direttamente dallo stabilimento di Lithgow in Nuova Zelanda, **senza necessità di lavorazione e gestione presso il magazzino di Sydney.**

APPROVVIGIONAMENTO

L'**82% del packaging⁸, come ad esempio vasetti, etichette e cartoni**, utilizzato presso lo stabilimento di Lithgow, è **prodotto in Australia**. Il restante 18% del *packaging* include resine provenienti dall'Asia utilizzate per produrre, presso lo stabilimento, elementi stampati a iniezione per Tic Tac® e NUTELLA®, e fogli e sigilli in alluminio per NUTELLA® importati dalla Germania.

L'impegno del Gruppo Ferrero per un'agricoltura sostenibile è condiviso ogni anno con i propri *stakeholder* australiani. I miglioramenti di Ferrero nell'ambito dell'approvvigionamento sostenibile di ingredienti come olio di palma, cacao e zucchero di canna sono di estremo interesse e i risultati del Gruppo sono riconosciuti dai mercati di Australia e Nuova Zelanda.

8. A valore economico.

“...Considerato l'amore sempre più grande dell'Australia per la NUTELLA®, avendo Ferrero preso degli impegni pubblici, permettendo ai nostri visitatori di contattare Ferrero, e visto il rispetto di tali impegni, questo è stato un percorso molto importante non solo per Ferrero ma anche per i nostri visitatori e il personale dello zoo, che si sono sentiti parte e sentono di aver dato un contributo. Ferrero è diventata una delle aziende leader nell'attuazione di pratiche sostenibili e l'approvvigionamento equo degli ingredienti, una storia che ci dà la speranza di un futuro migliore per gli orangotango e tutta la fauna selvatica. Lo zoo di Vittoria vuole congratularsi con Ferrero Australia per il suo duro lavoro e per la dedizione nel lavorare per un futuro migliore.”

Anne Ward
Presidente dello Zoo di Vittoria

AGRI AUSTRALIS



Agri Australis Pty Ltd è una società del Gruppo Ferrero, fondata nel giugno 2011 e situata vicino alla città di Narrandera (a 600 km da Sydney), nella regione sud occidentale di Riverina nello stato del New South Wales. Lo scopo di Agri Australis è di sviluppare un'azienda agricola dimostrativa ad ampia scala che mostri agli agricoltori e ai possibili investitori i vantaggi di una futura coltivazione e produzione di nocciole nella regione. La fornitura contro-stagione dall'Australia **permetterà di avere a disposizione nocciole fresche tutto l'anno.**

Agri Australis ha lavorato sia con lo

stato del New South Wales che con il governo federale australiano per realizzare la piantagione ed è stata riconosciuta dal governo federale con un premio per il suo eccezionale contributo all'integrità della biosicurezza australiana nel 2013. L'azienda agricola modello comprende 2.600 ettari di appezzamenti di terreno, 2.000 dei quali adatti alla coltivazione delle nocciole e alcune aree protette con alberi originari lungo il fiume Murrumbidgee. L'obiettivo è piantare un milione di alberi entro la fine dell'esercizio 2016/2017, con il primo raccolto previsto per aprile 2018 e piena produttività entro il 2022.

INIZIATIVE SOCIALI DI FERRERO AUSTRALIA

Brainwave Australia

Istituita nel 1994, *Brainwave* aiuta i bambini affetti da patologie neurologiche fornendo loro il sostegno di cui necessitano per migliorare la loro qualità di vita. Una patologia neurologica può includere epilessia, cancro al cervello, autismo, distrofia muscolare, ictus, sclerosi multipla infantile e danni cerebrali acquisiti.

Brainwave offre il suo sostegno presso i centri ospedalieri, le abitazioni e attraverso eventi di assistenza familiare a oltre 800 bambini e alle loro famiglie negli stati del New South Wales e Victoria. Ferrero fornisce prodotti, offre servizio di volontariato e ha contribuito economicamente per aiutare i bambini e le loro famiglie a fronteggiare queste condizioni debilitanti. I dipendenti australiani di Ferrero hanno contribuito con **168**

ore di servizio di volontariato agli eventi di *Brainwave* nel corso dell'anno 2014/2015.



“ *La storica associazione Brainwave è molto stimata dal suo Consiglio di Amministrazione, dal suo staff e in particolare dalle famiglie che collaborano con i volontari di Ferrero durante gli eventi Brainwave. A nome dei bambini che Brainwave sostiene, vi ringraziamo per il vostro impegno nell'aiutarci a fare la differenza.* ”

*Caroline Scully, General Manager,
Brainwave Australia*

Foodbank Australia

Foodbank è una società *no profit* che in Australia raccoglie e distribuisce le donazioni delle aziende alimentari a organismi di assistenza sociale che sfamano gli indigenti. Aziende, produttori e coltivatori di beni alimentari consegnano le loro donazioni ai magazzini di *Foodbank*, in cui gli alimenti sono suddivisi e quindi raccolti e distribuiti a organismi di assistenza sociale



in tutta l'Australia. L'anno scorso *Foodbank* ha fornito il 76% del sostegno alimentare in Australia attraverso **166.000 pasti ogni giorno**. Gli alimenti sono utilizzati per preparare pasti conviviali o per essere distribuiti in pacchi alimentari. *Foodbank* aiuta a sfamare **2 milioni di australiani ogni anno**, e quasi la metà di questi sono bambini.

Ferrero è impegnata nell'assistere *Foodbank* non solo donando i propri prodotti (più di 50 t nell'esercizio 2014/2015, del valore di 1,2 milioni di dollari australiani in ritorno sociale⁹) per supportare i programmi di sostegno alimentare e di assistenza in caso di disastri naturali, ma anche mettendo a disposizione regolarmente *team* di volontari dell'azienda per lavorare nei magazzini di *Foodbank* e nei programmi di sostegno alimentare in tutta l'Australia. Nell'anno 2014/2015 sono state fornite **35 ore di lavoro**.



9. Fonte: Scheda di valutazione Ferrero dell'esercizio 2014/2015 da parte di Foodbank.

Condividere valori per aggiungere valore

La direzione australiana di Ferrero ha effettuato una presentazione presso le principali università australiane per promuovere i nostri valori aziendali:



Negli ultimi cinque anni Ferrero Australia è stata coinvolta attivamente nella predisposizione di corsi post-universitari sulla responsabilità sociale d'impresa attraverso corsi tenuti dalla UTS Business School. Operando a stretto contatto con la facoltà, la direzione di Ferrero Australia ha condiviso la strategia di responsabilità sociale d'impresa di Ferrero con un ampio gruppo di studenti che frequentano l'MBA, nonché lauree specialistiche sui diritti degli indigeni e no profit.

La risposta da parte degli studenti è stata unanimemente positiva e hanno riscontrato che i messaggi principali emersi dall'esperienza Ferrero indicano che i risultati di responsabilità sociale d'impresa devono essere consolidati come:

- *una necessità della società;*
- *una strategia con obiettivi determinati chiaramente e raggiungibili;*
- *un impegno per incrementali nonché eventuali miglioramenti significativi - comprendendo che il cambiamento positivo è un percorso e non una meta;*
- *un impegno per la responsabilità sociale d'impresa è profondamente integrato e inserito in ogni parte dell'organizzazione;*
- *in particolare, costruire un'attività sostenibile e socialmente responsabile deve essere il fulcro delle aspirazioni dei leader di un'azienda.*



*Bronwen Dalton
University of Technology Sydney Business School*

RISORSE UMANE

Ferrero crede fortemente nell'**importanza di creare un luogo di lavoro stimolante**. Ferrero fornisce e sostiene un ambiente che permetta ai propri dipendenti di essere orgogliosi dei loro traguardi con la consapevolezza che potranno essere premiati sia economicamente, con compensi e benefit competitivi, ma anche a livello emotivo attraverso la celebrazione dei loro principali traguardi.

Aspetti demografici dei dipendenti di Ferrero Australia

Al 31 agosto 2015 il rapporto donne/uomini era pari a 65% donne e 35% uomini (incluso sia la divisione commerciale sia i dipendenti diretti dello stabilimento). L'età dei dipendenti Ferrero è compresa tra i 18 e i 68 anni. Inoltre, presso lo stabilimento di Lithgow il rapporto è 47% donne e 53% uomini. L'età dei dipendenti Ferrero a Lithgow è compresa tra i 18 e i 65 anni e l'anzianità di servizio media nel Gruppo è superiore ai nove anni, considerando dipendenti a tempo pieno, stagionali e le prestazioni occasionali.



Compensi e benefit

La *Business unit* australiana è impegnata nel fornire una retribuzione competitiva per garantire una equità interna, incentivare le prestazioni e fornire un'armonizzazione verso gli obiettivi di *business* sostenendo le strategie di motivazione e fidelizzazione. L'insieme dei compensi comprende stipendio base, fondo previdenziale (piano pensionistico) e rimborso spese auto (laddove applicabile), incentivi e un ampio pacchetto di *benefit*.

Presso lo stabilimento di Lithgow, Ferrero si impegna a fornire una retribuzione competitiva che comprende stipendio base, incentivi *bonus* (stipendio dipendenti) e fondo previdenziale. Gli operai sono coperti da un accordo aziendale collettivo che è rinegoziato con cadenza compresa tra due a quattro anni, con lo scopo di fornire un orario di lavoro competitivo ai dipendenti Ferrero mantenendo un elevato livello di produttività.

Salute e sicurezza sul luogo di lavoro

In Australia, Ferrero punta a fornire **un ambiente di lavoro sicuro e protetto** attraverso le seguenti iniziative:

- le riunioni del comitato per la sicurezza si tengono una volta al mese per permettere un consulto con i dipendenti e fornire soluzioni alle problematiche relative alla salute e alla sicurezza dell'ambiente di lavoro;
- sono svolte valutazioni del rischio per identificare le aree di miglioramento nei processi e nelle procedure;

- si tengono corsi di formazione a cadenza semestrale su aree quali la consultazione del comitato di sicurezza, gestione manuale e identificazione dei rischi;
- sono eseguiti esami dell'udito a cadenza semestrale su tutti i dipendenti e sono attuati programmi per la riduzione del rumore;
- sono offerti vaccini antinfluenzali al personale dell'ufficio prima dell'inverno per proteggere i dipendenti dall'influenza;
- i dipendenti dell'ufficio commerciale hanno accesso a un programma in palestra e a lezioni formative per essere più in forma e mantenere uno stile di vita più sano, ridurre lo *stress* e migliorare i livelli di energia. I dipendenti che usufruiscono dell'offerta hanno diritto a un programma di *fitness*, *workshop* sull'allenamento per piccoli gruppi, nonché a corsi e allenamenti di gruppo.

Uguaglianza dei diritti e azioni verso le persone affette da disabilità

In Australia, Ferrero osserva tutti i regolamenti attinenti l'**uguaglianza dei diritti delle persone diversamente abili**, per fornire gli stessi diritti e le stesse opportunità senza discriminazioni nella selezione, assunzione, promozione e cessazione del rapporto di lavoro dei suoi dipendenti. Ferrero si impegna a garantire un ambiente di lavoro senza discriminazioni conformemente a quanto disposto dalla legge sulle pari opportunità di lavoro.

Diversità e inclusione - Harmony day

Ferrero Australia al 31 agosto 2015 vanta al suo interno dipendenti di 21 nazionalità che lavorano in tutta l'organizzazione. In Australia, la divisione commerciale ha organizzato l'*Harmony day*, pranzi multiculturali per **celebrare l'integrazione, il rispetto e il senso di appartenenza di ognuno**. È un giorno in cui tutti i dipendenti Ferrero accolgono le diversità culturali al nostro interno e condividono cosa hanno in comune. La tematica principale dell'*Harmony day* è "il senso di appartenenza di ognuno", rafforzando l'importanza dell'integrazione di tutti i cittadini australiani.



Il Pulse team

Il *Pulse team* è un comitato formato da dipendenti della divisione commerciale che funge da tramite alla direzione per presentare iniziative e miglioramenti dell'ambiente di lavoro. Lo scopo del *Pulse team* è garantire a Ferrero Australia un **ambiente di lavoro ottimale**, che si traduce in una crescita del personale e del *business*.

Alcune delle iniziative condotte dal *Pulse team* includono l'organizzazione del *Ferrero Family day*, attività all'aperto, l'*Harmony day* e visite presso lo stabilimento di Lithgow.

Circolo dei dipendenti

Il Circolo Lithgow di Ferrero è composto da un gruppo di lavoratori con lo scopo di **organizzare eventi sociali per i dipendenti Ferrero** che lavorano a Lithgow. Questi eventi solitamente sono tenuti a cadenza annuale e includono pranzi o cene presso i ristoranti locali, gite per bambini o giornate tematiche.

BENEFIT AGGIUNTIVI CORRISPOSTI DALLA SOCIETÀ

Piani di sviluppo individuale

I dipendenti Ferrero dispongono di un piano di sviluppo individuale atto a garantire che raggiungano i loro obiettivi professionali.

Ogni anno *manager* e dipendenti pianificano le attività a sostegno del loro sviluppo e che forniranno loro assistenza nel raggiungimento dei loro obiettivi professionali. Il piano può includere attività di formazione, *mentoring*, *coaching* e apprendimento presso l'ambiente di lavoro.

Percorso professionale

Per Ferrero è importante offrire carriere stimolanti. Il "Percorso Professionale", applicato solo nella divisione commerciale, è uno schema che permette ai dipendenti di pianificare il proprio sviluppo di carriera comprendendo le diverse opzioni disponibili all'interno di Ferrero. Lo strumento consente ai dipendenti di:

1. conoscere i propri punti di forza, le aree di sviluppo e le aspirazioni relative alla carriera;
2. esplorare le opportunità di carriera disponibili in Ferrero;
3. identificare le azioni di sviluppo in linea con le loro aspirazioni.



Programma di assistenza didattica

Ferrero Australia offre un programma di assistenza didattica ideato per fornire ai dipendenti idonei l'**opportunità di un rimborso e permessi lavorativi di studio** per lezioni/corsi specifici.

Programma di assistenza ai dipendenti

Il programma di assistenza ai dipendenti (*Employee Assistance Program, EAP*) è un servizio confidenziale a disposizione di tutti i dipendenti a tempo pieno di Ferrero, che consente loro di parlare con un esperto consulente per assisterli nell'identificazione e nella risoluzione di problematiche personali.

I *manager/supervisor*, i dipendenti e le loro famiglie dispongono di un accesso di qualità ad attività di valutazione, intervento in caso di crisi, consulenza, *follow up* e identificazione di potenziali contatti, laddove necessario. Il programma può assistere i dipendenti nel fronteggiare lo *stress*, problematiche relazionali, genitorialità e cura dei bambini, necessità di un parente anziano e questioni di salute. **Nessuna tematica è troppo grande o troppo piccola per l'EAP.**

Festa di Natale per bambini

Ogni anno lo stabilimento di Lithgow ospita una Festa di Natale per i bambini. Attraverso incontri con i dipendenti è organizzata una Festa di Natale con regali per tutti i bambini presenti, giostre, *face painting* e un pranzo per tutti i partecipanti. L'annuale Festa di Natale per bambini è un **importante evento locale** che tutti i dipendenti e le loro famiglie aspettano ogni anno.

FERRERO NEL REGNO UNITO E IN IRLANDA

INTRODUZIONE

Ferrero opera in Regno Unito e Irlanda attraverso le seguenti divisioni:

- Ferrero UK, con sede a Greenford, responsabile della commercializzazione dei prodotti e dei *brand* Ferrero ai clienti e consumatori in tutto il Regno Unito e Irlanda, nell'Isola di Man e nelle Isole del Canale.

- Ferrero Irlanda, con sede a Cork, che produce Tic Tac® per il Regno Unito e l'Irlanda ed esporta il prodotto in oltre 40 mercati in tutto il Mondo.

Alla fine di agosto 2015, Ferrero ha acquisito Thorntons, noto produttore e *retailer* britannico di cioccolato. Con questa acquisizione, Ferrero ha aggiunto uno stabilimento e un ufficio ad Alfreton (Derbyshire) oltre a 200 punti vendita in tutto il Regno Unito e Irlanda.

Il processo di integrazione di Thorntons nel Gruppo Ferrero, che ha l'obiettivo di sviluppare la nostra attività e i nostri *brand*, è in corso, tuttavia non rientra nel periodo esaminato dal presente rapporto.

RITRATTO DI UN'AZIENDA

I *brand* Ferrero, che sono presenti dal 1966 nel Regno Unito e dal 1975 in Irlanda, hanno conquistato in poco tempo la preferenza delle famiglie. Questi includono NUTELLA®, Tic Tac®, KINDER® Sorpresa, Ferrero Rocher, KINDER® Cioccolato, KINDER® Bueno, Raffaello e Ferrero Rocher Collection.

Ferrero è una delle aziende dolciarie a crescita più rapida nel Regno Unito, con un aumento di valore del 24% nel mercato e un valore aggiunto alla categoria di quasi 50 milioni di sterline nell'anno 2014/2015¹⁰.

Lo sviluppo è rapido anche in Irlanda, con una crescita di valore del 21,3% nel mercato e un valore aggiunto alla categoria di quasi 3,5 milioni di euro nell'anno 2014/2015¹¹.

Con l'acquisizione di Thorntons, annunciata nell'estate del 2015, Ferrero è diventata la quarta azienda dolciaria nel Regno Unito, con 3.467 dipendenti al 31 agosto 2015, una quota valore del 18,8% nel mercato del cioccolato in scatola e una quota valore del 6,7% nel mercato globale dolciario e del cioccolato¹².

10. AC Nielsen total coverage, MAT all'11/07/2015.

11. AC Nielsen (FY1415 we. 23/04/2016).

12. AC Nielsen Total Coverage MAT al 17/10/2015.

Nel 2014/2015, i ricavi di Ferrero UK Ltd sono stati di 249 milioni di sterline (332 milioni di euro) e quelli di Ferrero Irlanda Ltd di 55 milioni di euro. Circa il 52% delle famiglie britanniche acquistano ogni anno un prodotto Ferrero, con una percentuale che sale al 61% nelle famiglie con bambini¹³.

In Irlanda, Ferrero ha una quota di mercato del 4,6%. Il 52% delle famiglie acquistano ogni anno un prodotto Ferrero, con una percentuale che sale al 61% nelle famiglie con bambini¹⁴.

FERRERO NEL REGNO UNITO

L'espansione

Ferrero UK si è stabilita nel Regno Unito nel 1966 quando ha aperto un ufficio nel centro di Londra. NUTELLA® è stata pubblicizzata in televisione per la prima volta nel 1967, seguita da Tic Tac® nel 1970.

Gli uffici centrali hanno cambiato più volte di sede, seguendo l'aumento del personale, finché nel 2008 l'azienda si è trasferita a Watford, a circa 30 km dalla capitale. Negli anni a seguire, l'attività è cresciuta molto rapidamente ed è stato necessario aprire un ufficio più grande per supportare la crescita delle attività.

Al 31 agosto 2015, Ferrero ha 156 dipendenti nel Regno Unito e crea più di 800 posti di lavoro nel suo indotto¹⁵. Nel biennio 2013-2015, Ferrero ha contribuito per il 94% alla crescita di valore dell'industria dolciaria nel Regno Unito¹⁶.

Nel 2015, in seguito all'espansione e al forte impegno dell'azienda nel mercato britannico, Ferrero ha acquisito una nuova sede di maggiori dimensioni oltre che con riconosciute caratteristiche legate alla riduzione dell'impatto ambientale.

La nuova sede centrale si trova a Greenford, nella circoscrizione londinese di Ealing, a ovest della capitale, a solo 20 minuti in auto dall'aeroporto di Heathrow. Ferrero collabora con il consiglio comunale e le organizzazioni locali per supportare le attività della comunità locale. Ad esempio, aiuta il consiglio di Ealing a promuovere gli investimenti nell'area e ha avviato il programma Kinder+Sport nelle scuole locali.

13. Kantar Worldpanel online, dati di 52 settimane al 16/08/2015.

14. Kantar: MAT we 27/03/2016.

15. Le stime si basano su uno studio interno relativo all'esercizio 2013/2014.

16. AC Nielsen Scantrack, da settembre 2012 ad agosto 2014.

Greenford: la nuova casa di Ferrero nel Regno Unito

Con oltre 5.000 m² di superficie utile distribuiti su un atrio e tre piani di uffici, la sede di Ferrero UK a Greenford offre l'ambiente ideale per lo sviluppo del personale e la crescita dell'attività nel Regno Unito.

L'edificio integra innovative pareti in vetro ad alta efficienza energetica che isolano il calore nei mesi estivi e il freddo nei mesi invernali. I refrigeratori installati nell'edificio sono fra i più avanzati in termini di risparmio energetico, funzionano con un refrigerante non dannoso per l'ozono e hanno un bassissimo impatto sonoro.

Tutti i rifiuti dell'edificio sono riciclati o riutilizzati per produrre energia: nulla finisce nelle discariche.

Il personale di Ferrero ha a disposizione un ristorante dotato di tutti i servizi, che serve cibi caldi e freddi e un'ampia selezione di piatti del giorno.

L'edificio ha un parcheggio multi-piano con 150 posti auto. Tuttavia, l'azienda incoraggia i dipendenti ad adottare uno stile di vita attivo e usare la bicicletta per recarsi al lavoro. Inoltre l'edificio è dotato di servizi e docce.

Greenford è immersa in un paesaggio verde di oltre 3 ettari e offre le risorse ottimali per l'attività di Ferrero e l'ambiente ideale per realizzare con successo questa fase cruciale di sviluppo del Gruppo.

Thorntons: un nuovo capitolo per Ferrero

Nell'agosto del 2015, dopo aver consolidato la propria espansione e presenza nel Regno Unito, il Gruppo Ferrero ha realizzato la prima acquisizione: il produttore dolciario britannico Thorntons.

Ferrero ha visto in Thorntons un'azienda del tutto complementare, ma anche un'azienda che **condivide i suoi stessi valori e l'impegno a fornire prodotti dolciari di ottima qualità ai suoi clienti**. L'affinità culturale fra le due società ha gettato delle basi solide per il prossimo capitolo della storia di Thorntons.

Thorntons: un'azienda a conduzione familiare impegnata per la qualità

L'acquisizione del noto produttore dolciario britannico Thorntons ha unito due aziende che sono state fondate sui valori di due famiglie e che condividono lo stesso impegno per la qualità.

Thorntons è nata nell'ottobre del 1911, quando il pasticciere William Thornton aprì una bottega a Sheffield, affidandola alla gestione dei due figli Norman e Stanley. Dal 1922, l'azienda produce le famosissime uova di Pasqua al cioccolato decorate con ghiaccia reale, mantenendo un'antica tradizione fino ai giorni nostri. Il suo amatissimo *Special Toffee* è in vendita dal 1925 ed è ancora preparato in base alla ricetta originale.

Nel 1985, Sua Maestà la Regina Elisabetta II inaugurò lo stabilimento di cioccolato di Thornton Park ad Alfretton. La sede centrale dell'azienda e gli impianti di produzione si trovano ancora lì e sono una presenza importante per la comunità locale.

Fedele alle origini, Thorntons continua a vendere i suoi prodotti attraverso una rete di negozi proprietari e in *franchising*, nei caffè e anche sul suo sito *web*. Dal primo negozio di Sheffield, Thorntons conta oggi più di 200 punti vendita e una forte attività di vendita *online*.

Garanzia di freschezza

Ferrero UK ha legami storici anche con Daventry, nel Northamptonshire, dove nel 2012 ha stabilito la propria base di distribuzione.

Collaborando con il fornitore di logistica internazionale DHL, Ferrero ha investito in un impianto di confezionamento di ultima generazione.

I magazzini DHL adottano avanzate pratiche di gestione dei rifiuti per ridurre l'impatto ambientale: nell'anno 2014/2015, DHL ha riciclato 445 t di materiale e recuperato altre 294 t, abbattendo 750 t di CO₂ nel processo.

DHL ha anche acquisito 6 veicoli ad alimentazione mista (metano e diesel) che garantiscono un risparmio annuale di 990 t di CO₂.

Il magazzino DHL impiega circa 300 dipendenti ed è uno dei primi datori di lavoro della regione. Per la sua posizione nelle Midlands britanniche, Ferrero UK ha la certezza di distribuire prodotti freschi ai dettaglianti.

I dipendenti nel Regno Unito

In seguito all'acquisizione di Thorntons, Ferrero, al 31 agosto 2015, conta 3.467 dipendenti nel Regno Unito, distribuiti principalmente in due siti: la sede centrale di Greenford e lo stabilimento di produzione e gli uffici di Alfreton.

I 156 dipendenti di Ferrero UK Ltd (al 31 agosto 2015) hanno un'età media di 36 anni e lavorano per l'azienda mediamente da 5 anni. 50% sono donne e 50% sono uomini.

Tutti i dipendenti ricevono una formazione generale sull'azienda, una più

specificata sul lavoro in ufficio (salute e sicurezza, igiene degli alimenti e conoscenze informatiche) e una mirata alle abilità professionali del loro ruolo. La valutazione delle prestazioni e il riconoscimento dei risultati dei dipendenti sono inquadrati in un processo accurato. L'azienda adotta **un approccio lungimirante nella gestione dei talenti** e vuole offrire a ogni dipendente le migliori opportunità per contribuire al successo dell'attività ma anche per raggiungere i propri obiettivi personali di carriera.

La salute e il benessere dei dipendenti nel Regno Unito

Ferrero supporta e incoraggia tutti i suoi dipendenti e le loro famiglie ad adottare uno stile di vita più attivo ed equilibrato.

Nel Regno Unito, l'azienda ha sviluppato una serie di iniziative per spingere le persone a fare cambiamenti positivi e seguire uno stile di vita basato sui valori di attività, salute e famiglia.

I dipendenti di Ferrero usufruiscono di una visita medica, della consulenza di un fisioterapista e ricevono materiale informativo sulla salute, consigli per una corretta alimentazione e incontri con un nutrizionista. Il piano aziendale di assicurazione sulla malattia premia i dipendenti che aderiscono a determinate attività per la salute, come andare in palestra o camminare un certo numero di passi al giorno.

Ferrero UK ha anche ingaggiato l'ex campionessa olimpica di corsa a ostacoli Sally Gunnell come sua ambasciatrice. Con la sua esperienza e conoscenza, Sally ha contribuito allo sviluppo del programma aziendale e promosso le giornate di calcio a cinque per la famiglia, per coinvolgere i dipendenti e le loro famiglie in modo divertente.

Come risultato, oltre la metà (53%) dei dipendenti britannici afferma di aver adottato uno stile di vita più sano senza grandi difficoltà e il 43% dichiara di essere più attento all'alimentazione. Il 51% dei dipendenti sente di essere stato motivato a uno stile di vita più sano e il 35% afferma di praticare più attività fisica dopo aver partecipato al programma¹⁷.

17. Sondaggio sul personale interno, luglio 2014.

FERRERO IN IRLANDA

Un sito di produzione all'avanguardia



Ferrero è presente in Irlanda dal 1975, e questo Paese svolge un ruolo importante per il Gruppo Ferrero.

Lo stabilimento di Ferrero si trova nella città di Cork, nel sud dell'Irlanda. Il sito di produzione di 13.000 m² si estende su 37.000 m² di terreno. È stato scelto per la sua posizione strategica, che offre collegamenti aerei, marittimi e su strada, ma anche per l'elevata disponibilità di personale qualificato in Irlanda e la sua prossimità al mercato britannico.

Lo stabilimento di Cork è stato acquisito da Ferrero nel 1975 ed è stato ampliato in due occasioni: nel 1980 per ingrandire l'area di stampaggio e nel 1995 per espandere l'area di produzione. L'innovativo stabilimento di produzione di Tic Tac[®] dimostra l'impegno di Ferrero per la qualità, le migliori pratiche e il costante miglioramento. Questo stabilimento produce Tic Tac[®] che sono esportati nei mercati di tutto il Mondo.

Ferrero Irlanda Ltd, al 31 agosto 2015, impiega 237 dipendenti a Cork, di cui 37 occupano ruoli impiegatizi.

Produzione Tic Tac® a Cork

Il sito di Cork produce il 35% dei Tic Tac® distribuiti a livello globale, pari a 62 milioni di Tic Tac® al giorno e 20 miliardi all'anno.

Il sito produce anche gli astucci e le chiusure in plastica in cui è confezionato il prodotto, per un totale di 370 milioni di astucci e chiusure all'anno.

Servono circa 24 ore per produrre i Tic Tac®, con leggere variazioni di tempo in base alla varietà di gusto. Il sito di Cork è il centro di riferimento per l'introduzione di nuovi gusti alla linea Tic Tac® e attualmente produce diverse varietà, dai classici alla menta, ai gusti fragola e ciliegia.

Grazie ai continui investimenti nelle nuove tecnologie, lo stabilimento di Cork è estremamente avanzato, dotato di apparecchiature all'avanguardia e personale altamente qualificato. È anche la "Academy" Tic Tac® del Gruppo Ferrero, cioè la sede di formazione dei colleghi che operano nelle altre sedi nel Mondo. Molti operatori e tecnici di Cork hanno viaggiato in altri siti del Gruppo per insegnare nuove tecniche e innovazioni.

Dopo il confezionamento, oltre il 97% della produzione del sito viene esportato nel Mondo. I Tic Tac® sono distribuiti in più di 40 mercati internazionali, fra cui Regno Unito, Germania, Francia, Polonia e persino Italia.



L'impatto ambientale

Il sito di Cork adotta **progetti locali di miglioramento volti a ridurre l'impatto ambientale** e applica le linee guida e gli obiettivi del Gruppo. Negli ultimi cinque anni, Ferrero ha investito in media 5 milioni di euro all'anno nello stabilimento di Cork, di cui il 20% in progetti di carattere ambientale. Citiamo di seguito i più importanti:

Nel marzo del 2015, è stato installato un motore di cogenerazione ad alta efficienza che produce 1.560 KW di energia elettrica, 679 KW di vapore e 1.002 KW di acqua calda. Il nuovo sistema permette di generare energia in modo più efficiente; infatti l'impianto di Cork produce attualmente il 75% del suo fabbisogno elettrico. Sono in corso alcuni progetti per utilizzare l'energia termica, quando prodotta in eccesso, per sostituire il vapore con acqua calda nel processo di produzione. Negli ultimi tre anni, sono state installate 5 nuove e più efficienti unità di condizionamento dell'aria, dotate di motore VSD (*Variable Speed Drives*) e raffreddamento libero. Questo investimento ha ridotto il consumo di energia di circa il 30%.

Un altro progetto importante prevede la progressiva sostituzione delle lampade a fluorescenza con quelle a LED. I LED consumano il 50% in meno di elettricità, offrono un potere illuminante superiore e creano un ambiente di lavoro migliore per i nostri dipendenti. I tubi a LED hanno una durata di vita maggiore e, al contrario di quelli fluorescenti, producono un impatto ambientale decisamente ridotto. Dal lancio del progetto, sono state sostituite 1.400 lampade e si

prevede di concludere la sostituzione del 100% delle installazioni entro la fine del prossimo anno.

All'inizio del 2016, lo stabilimento di Cork ha sostituito le macchine di stampaggio a iniezione idraulica con alternative elettriche più efficienti, che richiedono meno energia e manutenzione. Le nuove apparecchiature non usano olio, riducendo significativamente la produzione di rifiuti e quindi l'impatto ambientale.

Nel corso degli anni, lo stabilimento di Cork ha rinnovato progressivamente i suoi impianti di refrigerazione. Ora sta sostituendo le pompe con motori VSD per garantire una fornitura più efficiente di acqua fredda e risparmiare energia.

Lo stabilimento ha anche installato nuove unità di deumidificazione per il trattamento dell'aria, con l'obiettivo di abbattere i tempi di ciclo, migliorare l'efficienza e risparmiare energia.

Per garantire una gestione energetica sempre migliore, Cork sta implementando gli standard ISO 50001 e ha già condotto un controllo preliminare mirando a ottenere la certificazione nel 2016. Questo sistema si integrerà al sistema ISO 14001, implementato e omologato nel 2005.

Come avviene in tutti i nostri impianti, le buone pratiche energetiche sono applicate e condivise in tutto il Gruppo. Cork ha adottato l'iniziativa dei "Green Weekend" e partecipa regolarmente alle riunioni della rete professionale degli *energy manager*.

L'acqua è un elemento importante nel processo di produzione dei Tic Tac® e sono state introdotte diverse misure per ridurre il consumo, in particolare nei cicli di lavaggio. Oggi lo stabilimento esegue un lavaggio a secco preliminare, recupera lo sciroppo di zucchero con una serie di fasi aggiuntive e usa l'acqua calda in eccesso per aumentare la temperatura e limitare quindi i cicli di lavaggio. Tutte queste misure hanno migliorato la qualità delle acque di scarico dello stabilimento.

Il sito ha anche un programma di riciclo ben consolidato: plastica, cartone e pallet in legno sono separati e riciclati. Le acque reflue sono concentrate e il sottoprodotto viene usato per l'alimentazione animale. Per implementare la separazione dei rifiuti e ottimizzarne la gestione, i dipendenti ricevono una formazione sulla sensibilizzazione e la dovuta diligenza.

Il sito ha adottato diverse misure nell'ottica dell'*eco-design*¹⁸.

Ad esempio, il materiale di scarto dello stampaggio delle chiusure in plastica dei Tic Tac® è in parte riutilizzato all'interno dello stesso processo, inclusa la produzione degli espositori in polipropilene. In questo modo, si evita di generare altri rifiuti, con un risparmio di 8 t di materiale vergine ogni anno. Grazie a un recente investimento, le macchine di stampaggio verranno sostituite con modelli più efficienti, per ridurre ulteriormente gli scarti in plastica. Questo abatterà il volume totale di rifiuti prodotti, in linea con le raccomandazioni delle linee guida europee in materia di gestione dei rifiuti. Il retro delle etichette non è più in carta siliconata ma in foglio PET. Anche questo cambiamento ha ottimizzato il processo di riciclo riducendo il volume di materiale usato di oltre 60 t. Nell'anno 2014/2015, è stato dimezzato lo spessore della pellicola estensibile (da 22 µm a 11 µm), per un risparmio totale di circa 5 t all'anno.



18. I valori indicati rappresentano una stima calcolata sui volumi annuali a budget.

I dipendenti in Irlanda

I dipendenti di Ferrero Irlanda Ltd hanno accesso a una mensa aziendale completamente servita e sovvenzionata che serve cibi sani e frutta gratuita. Inoltre, beneficiano di un programma di salute e benessere sul lavoro, indennità di trasporto e di un programma di agevolazione all'uso della bicicletta per recarsi sul posto di lavoro. I dipendenti usufruiscono anche di visite mediche annuali gratuite, assicurazione sanitaria privata agevolata, medico aziendale, prestazioni pensionistiche private e polizze di pensionamento complete.

I dipendenti ricevono una formazione specifica su salute e sicurezza, igiene e competenze informatiche.

Ogni anno il personale di ufficio e dirigenziale è sottoposto a una valutazione delle prestazioni. I dipendenti hanno anche l'opportunità di discutere con i propri superiori durante le riunioni settimanali sulla *governance* con i responsabili di dipartimento.

A Natale, tutti i dipendenti ricevono una cesta di prodotti festivi e sono invitati alla festa aziendale insieme alle loro famiglie.

In media, l'anzianità di servizio presso Ferrero Irlanda Ltd è di 11 anni e 3 collaboratori lavorano presso lo stabilimento di Cork sin dalla sua apertura dal 1975. L'età media dei dipendenti è 41 anni, 34% sono donne e 66% sono uomini (al 31 agosto 2015).

Lavorare in partnership

Nel Regno Unito e in Irlanda, Ferrero, attraverso diverse *partnership*, è impegnata nello sviluppo e nel progresso del settore in cui il Gruppo opera.

Nel Regno Unito, Ferrero è un membro attivo delle principali associazioni commerciali del settore:

- *Food and Drink Federation* (FDF)
- ISBA - la voce dei pubblicitari britannici

Ferrero aderisce al programma *MediaSmart*, che distribuisce risorse didattiche per l'educazione ai media nelle scuole.

Ferrero in Irlanda è membro di:

- *Food and Drink Industry Ireland* (FDII)
- *Association of Advertisers in Ireland* (AAI)

Ferrero vuole essere una voce responsabile nella comunità in cui opera e un **partner affidabile per tutti i suoi collaboratori**.

KINDER+SPORT NEL REGNO UNITO E IN IRLANDA



In tutto il Regno Unito e in Irlanda lo stile di vita sedentario, in particolare fra i bambini, è un problema sempre più grave. Si stima che solo il 18% dei bambini inglesi raggiunga i livelli di attività raccomandati¹⁹. Poiché il tasso di obesità è in aumento nei due Paesi, è fondamentale che i governi, il settore e le scuole collaborino per orientare i bambini e le famiglie verso cambiamenti positivi.

Ferrero vuole essere in prima linea nel **promuovere l'attività fra i bambini**. Per questo ha sviluppato il programma Kinder+Sport, che è già presente in tutto il Regno Unito e in Irlanda.

L'iniziativa è nata con il duplice obiettivo di educare e motivare i bambini sull'importanza di essere attivi e mangiare in modo sano. Il programma britannico è stato sviluppato in collaborazione con esperti e con il *Football League Trust (FLT)*, associazione che rappresenta tutti i club di calcio inglesi di campionato e di *League 1* e *2*.

Insieme, mossi da valori comuni e dall'ambizione di crescere bambini più attivi, abbiamo sviluppato un programma che influenzerà in modo positivo e duraturo i livelli di attività dei bambini nel Regno Unito.

Alla fine dell'anno scolastico 2014/2015, **il programma Kinder+Sport ha coinvolto più di 43.000 giovani in tutto il Regno Unito e Irlanda.**

19. Sondaggio sulla salute in Inghilterra 2014.

PROGETTO +SPORT MOVE AND LEARN

L'iniziativa più importante del programma Kinder+Sport nel Regno Unito è il progetto **+Sport Move and Learn**. Si tratta di un programma didattico nazionale per le scuole che mira a educare e responsabilizzare i giovani sull'importanza dell'alimentazione e della dieta con lezioni in classe e a promuovere l'attività fisica e lo sport fuori dalla classe.

Il programma è rivolto ai bambini fra i 9 e 10 anni e impartito in collaborazione con il *Football League Trust* (FLT), i club di calcio e gli enti comunitari nel Regno Unito e in Irlanda.

Per sei settimane consecutive, i bambini seguono lezioni di 45 minuti su varie tematiche di salute (come alimentazione, idratazione e importanza dell'esercizio fisico), seguiti da sessioni pratiche di 45 minuti con tre sport: calcio, pallamano e *dodgeball*.

Ogni bambino riceve più di 9 ore di insegnamento e accompagnamento nell'arco delle 6 settimane.

Nell'anno scolastico 2014/2015, Ferrero ha collaborato con 11 club di calcio, mobilitando 21.000 bambini in 350 scuole, soltanto nell'ambito del progetto +Sport. Calcolando che ogni bambino partecipante ha ricevuto 9 ore di supporto, **Ferrero ha organizzato in totale 190.000 ore di attività** nel corso dell'anno.

I calciatori professionisti delle squadre locali svolgono il ruolo di ambasciatori, seguendo e motivando i bambini durante il programma. Inoltre, tutte le scuole che aderiscono al programma hanno l'opportunità speciale di partecipare a una sessione di rigori durante l'intervallo delle partite delle squadre locali. Inoltre sono organizzate anche giornate e festival per la comunità, aperti a tutti i bambini e alle loro famiglie.



Per avere ancora più impatto ed efficacia, il programma è stato sviluppato secondo lo strumento *Eatwell Plate*, promosso dal governo britannico e con la collaborazione di esperti di alimentazione, educazione e sport. I risultati dell'apprendimento sono in linea con il piano didattico nazionale del Regno Unito.

La risposta al nostro programma è stata estremamente positiva: il 100% degli insegnanti ha affermato che i bambini hanno acquisito una migliore comprensione del ruolo dell'alimentazione grazie al nostro progetto. Il 99% ritiene che i bambini coinvolti nelle sessioni siano più informati sull'importanza dell'attività fisica.

Feedback dei docenti sul progetto +Sport Move and Learn



"Eccellente per esplorare tutti gli aspetti dell'alimentazione e anche dell'attività fisica".

"Un'opportunità fantastica offerta ai bambini per partecipare a varie attività sportive e conoscere meglio il proprio corpo e la salute".

"L'allenatore è stato eccezionale e si è dimostrato un vero esperto di salute e fitness".

"Le sessioni pratiche sono state motivanti, entusiasmanti e hanno incluso tutti".



È stato bello vedere di prima mano come il programma +Sport Move and Learn e la fondazione Burton Albion Community Trust mettono in pratica ciò che sanno fare al meglio: coinvolgere i giovani nelle scuole. Grazie al supporto di Ferrero, questo programma contribuisce a formare la mentalità giusta, garantendo che questi giovani crescano in modo sano, sapendo cosa fa bene loro.



*Deputato Andrew Griffiths
Burton, conservatore*

Nell'anno scolastico 2015/2016, la nostra rete si allargherà fino a includere 18 club di calcio nel Regno Unito e in Irlanda, inclusi quelli delle comunità locali nelle aree di Greenford, Alfreton e Cork. Grazie a queste *partnership*, si prevede che **il progetto raggiungerà circa 31.600 bambini, in 284.400 ore di attività.**

Kinder+Sport Kids Cup e Girls Cup

Dal 2014, Ferrero UK ha stabilito una *partnership* con il *Football League Trust* per essere lo *sponsor* ufficiale dei tornei nazionali di calcio giovanili. Con questa iniziativa, **Ferrero raggiungerà circa 22.000 ragazzi.**

Gli eventi *Kinder+Sport Kids Cup* (per i bambini con meno di 11 anni) e *Kinder+Sport Girls Cup* (per le bambine con meno di 13 anni) sono organizzati in collaborazione con 72 club di calcio professionali nel Regno Unito e culminano nelle finali entusiasmanti presso lo stadio di Wembley (capacità di 90.000 persone), poco prima del *Johnstone's Paint Trophy* e delle finali eliminatorie dei campionati di calcio.



Campi estivi Kinder+Sport

Kinder+Sport nel Regno Unito ha sponsorizzato anche i campi estivi dell'associazione *Watford FC Community Sports & Education Trust*, aperti ai bambini che vivono nelle comunità limitrofe alla sede centrale di Ferrero UK. **Più di 3.000 bambini hanno partecipato ai campi** di una settimana durante le vacanze scolastiche di Pasqua e del mese di maggio, imparando nuove abilità e seguendo corsi di formazione specializzati. Oltre 16 giocatori del Watford hanno visitato i campi per incoraggiare e motivare i bambini a fare sport.

Inoltre, Kinder+Sport nel Regno Unito ha collaborato con la *Steven Gerrard Foundation*, creata dall'ex capitano della nazionale di calcio inglese e del Liverpool, per organizzare un campo estivo di una settimana cui hanno partecipato 100 bambini, con la presenza di 2 giocatori del Liverpool.



Futsal

Nell'anno scolastico 2015/2016, Kinder+Sport nel Regno Unito ha organizzato il primo campionato nazionale scolastico di *futsal* per i minori di 16 anni, **coinvolgendo 4.500 bambini**. Questa iniziativa ha esteso il programma britannico ai bambini più grandi (dai 14 ai 16 anni) incoraggiandoli ad apprezzare i benefici di uno stile di vita attivo. I 72 club del campionato di calcio britannico hanno partecipato al campionato nazionale di *futsal* insieme alle scuole aderenti che si sono sfidate nelle qualificazioni regionali e locali, fino al grandioso evento di chiusura Kinder+Sport *Futsal Finals Festival*.

Coinvolgere i dipendenti nel programma Kinder+Sport

Per la sua crescente attività nel Regno Unito e in Irlanda, Ferrero è consapevole dell'importanza di coinvolgere i dipendenti locali nelle iniziative Kinder+Sport perché ne possano trarre i benefici insieme alle loro famiglie.

I dipendenti sono informati regolarmente sulle iniziative di *+Sport Move and Learn*, *Kinder+Sport Kids Cup* e *Girls Cup* e possono contribuire come volontari alla sessione dei rigori negli intervalli delle partite di calcio locali e in altre attività del torneo. In questo modo, tutti i nostri dipendenti possono capire l'impatto positivo che apportano personalmente alle loro comunità grazie a Ferrero.



I membri della GOLD Community sono i principali sostenitori del GRI. Essi sono al centro della comunità definendo il futuro della sostenibilità e del reporting e rafforzando le proprie scelte verso un'economia e un mondo più sostenibile.

Sottoporre il proprio rapporto di Responsabilità Sociale a uno dei GRI Alignment Services è un segnale per gli stakeholder che l'organizzazione ha cercato di redigere il proprio rapporto in un modo tale da essere coerente con le Linee Guida G4. I rapporti di responsabilità sociale che seguono correttamente le Linee Guida GRI hanno una maggiore trasparenza e i dati riportati sono più comprensibili e accessibili.

Il Gruppo Ferrero ha sottoposto il proprio 7° rapporto di responsabilità sociale al GRI Content Index Service che aiuta gli autori del rapporto a migliorare la precisione e la fruibilità del GRI Content Index e assicura il suo allineamento con Linee Guida G4.

Il GRI Content Index è lo strumento centrale di navigazione di un rapporto che funge da primo punto di riferimento per i lettori. Questo servizio conferma che il GRI Content Index è preciso, e che tutte le informazioni contenute sono incluse correttamente nel rapporto stesso.

Indice dei contenuti GRI



Di seguito è presentata una sintesi dei principali contenuti del rapporto di responsabilità sociale d'impresa 2015, secondo lo schema proposto dalla linee guida "GRI Sustainability Reporting Guidelines" (versione 4, 2013) integrate con il "GRI G4 Food Processing Sector Disclosure" e i riferimenti alle "Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali" e all'ISO 26000. Per ogni indicatore sono riportati: il riferimento alla pagina del rapporto, le motivazioni per un eventuale omissione di informativa e una descrizione sintetica del contenuto.

GRI-G4 General Standard Disclosures	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
GENERAL STANDARD DISCLOSURES					
STRATEGIA E ANALISI					
G4-1	8-9		Dichiarazione dell'Amministratore Delegato	n.a.	4.7 Rispetto delle norme internazionali di comportamento 6.2 Governo dell'organizzazione 7.4.2 Determinare le politiche di un'organizzazione per la responsabilità sociale
G4-2	8-9; 12-13; 24-25; 27; 39-40; 133; 138-140; 170-173; 214-217; 229-230		Principali impatti, rischi ed opportunità	n.a.	4.7 Rispetto delle norme internazionali di comportamento
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE					
G4-3	24		Nome dell'organizzazione	n.a.	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale
G4-4	20		Principali marchi, prodotti e/o servizi	n.a.	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale
G4-5	24		Sede dell'organizzazione	n.a.	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale
G4-6	22-23; 213		Numero di paesi in cui l'organizzazione opera	n.a.	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale

GRI-G4 General Standard Disclosures	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
G4-7	24		Assetto proprietario e forma legale	n.a.	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale
G4-8	22-23		Mercati serviti (inclusa spaccatura geografica, settori serviti e tipologia di clienti)	n.a.	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale
G4-9	21; 98		Dimensione dell'organizzazione	n.a.	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale
G4-10	98-101; 103; 270; 282; 292-293; 297	Attualmente non è disponibile la suddivisione dei dati relativi ai collaboratori esterni per genere e area geografica	Caratteristiche della forza lavoro: - N. totale di dipendenti per tipologia contrattuale e genere - N. totale di dipendenti a tempo indeterminato per tipologia professionale e genere - Totale forza lavoro suddivisa per dipendenti e supervisors suddivisa per genere - Totale forza lavoro per regione e genere	V. Occupazione e relazioni industriali	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale
G4-11	108		Dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro	V. Occupazione e relazioni industriali	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale
G4-12	172-174; 176-177; 188-194; 196-197; 202-206; 216-217		Descrizione della catena di fornitura	IV. Diritti umani	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale
G4-13	5; 24; 208; 288		Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura, nell'assetto proprietario o nella catena di fornitura avvenuti nel periodo di rendicontazione	n.a.	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale

GRI-G4 General Standard Disclosures	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
G4-14	30-31; 39-40; 173-174; 209-210; 214-216; 219; 229-230; 243-244; 250		Approccio prudenziale	n.a.	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale
G4-15	4; 30-31; 48-49; 52-53; 58-59; 174-177; 194; 203; 239; 241-242 https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business		Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	n.a.	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale
G4-16	28-29; 297		Partecipazione ad associazioni o organizzazioni	n.a.	6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.1-6.4.2 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 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 7.8 Iniziative volontarie per la responsabilità sociale
ASPETTI MATERIALI E PERIMETRO DEL REPORT					
G4-17	5; 24		Entità incluse nel bilancio consolidato	n.a.	5.2 Riconoscere la responsabilità sociale 7.3.2 Determinare la rilevanza e la significatività delle principali tematiche per l'organizzazione 7.3.3 Sfera di influenza dell'organizzazione 7.3.4 Stabilire le priorità nell'affrontare gli aspetti
G4-18	14-17		Processo per la definizione dei contenuti	n.a.	5.2 Riconoscere la responsabilità sociale 7.3.2 Determinare la rilevanza e la significatività delle principali tematiche per l'organizzazione
G4-19	16		Lista degli aspetti materiali identificati nella definizione dei contenuti	n.a.	5.2 Riconoscere la responsabilità sociale 7.3.2 Determinare la rilevanza e la significatività delle principali tematiche per l'organizzazione 7.3.3 Sfera di influenza dell'organizzazione 7.3.4 Stabilire le priorità nell'affrontare gli aspetti
G4-20	16		Aspetti materiali interni all'organizzazione	n.a.	5.2 Riconoscere la responsabilità sociale 7.3.2 Determinare la rilevanza e la significatività delle principali tematiche per l'organizzazione 7.3.3 Sfera di influenza dell'organizzazione 7.3.4 Stabilire le priorità nell'affrontare gli aspetti
G4-21	16		Aspetti materiali esterni all'organizzazione	n.a.	5.2 Riconoscere la responsabilità sociale 7.3.2 Determinare la rilevanza e la significatività delle principali tematiche per l'organizzazione 7.3.3 Sfera di influenza dell'organizzazione 7.3.4 Stabilire le priorità nell'affrontare gli aspetti

GRI-G4 General Standard Disclosures	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
G4-22	4-5		Spiegazioni degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e relative motivazioni	n.a.	5.2 Riconoscere la responsabilità sociale 7.3.2 Determinare la rilevanza e la significatività delle principali tematiche per l'organizzazione 7.3.3 Sfera di influenza dell'organizzazione 7.3.4 Stabilire le priorità nell'affrontare gli aspetti
G4-23	5; 16; 98; 216-217		Cambiamenti significativi nel perimetro di rendicontazione o nel perimetro degli aspetti materiali rispetto al precedente bilancio	n.a.	5.2 Riconoscere la responsabilità sociale 7.3.2 Determinare la rilevanza e la significatività delle principali tematiche per l'organizzazione 7.3.3 Sfera di influenza dell'organizzazione 7.3.4 Stabilire le priorità nell'affrontare gli aspetti
STAKEHOLDER ENGAGEMENT					
G4-24	17		Gruppi di stakeholder coinvolti dall'organizzazione	n.a.	5.3 Identificazione degli stakeholder e engagement
G4-25	17		Identificazione e selezione degli stakeholder da coinvolgere	n.a.	5.3 Identificazione degli stakeholder e engagement
G4-26	17; 30-31; 114-115; 132; 148; 173-187; 193-194		Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	n.a.	5.3 Identificazione degli stakeholder e engagement
G4-27	17		Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder	n.a.	5.3 Identificazione degli stakeholder e engagement
PROFILO DEL REPORT					
G4-28	4		Periodo di rendicontazione	n.a.	7.5.3 Tipologia di comunicazione sulla responsabilità sociale 7.6.2 Migliorare l'affidabilità della reportistica e delle dichiarazioni in merito alla responsabilità sociale
G4-29	5		Data di pubblicazione del precedente report	n.a.	7.5.3 Tipologia di comunicazione sulla responsabilità sociale 7.6.2 Migliorare l'affidabilità della reportistica e delle dichiarazioni in merito alla responsabilità sociale
G4-30	5		Periodicità di rendicontazione	n.a.	7.5.3 Tipologia di comunicazione sulla responsabilità sociale 7.6.2 Migliorare l'affidabilità della reportistica e delle dichiarazioni in merito alla responsabilità sociale
G4-31	4		Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul bilancio	n.a.	7.5.3 Tipologia di comunicazione sulla responsabilità sociale 7.6.2 Migliorare l'affidabilità della reportistica e delle dichiarazioni in merito alla responsabilità sociale
G4-32	4; 305-325		Indice dei contenuti GRI e indicazione dell'opzione "In accordance"	n.a.	7.5.3 Tipologia di comunicazione sulla responsabilità sociale 7.6.2 Migliorare l'affidabilità della reportistica e delle dichiarazioni in merito alla responsabilità sociale
G4-33	5; 326-327		Attestazione esterna	n.a.	7.5.3 Tipologia di comunicazione sulla responsabilità sociale 7.6.2 Migliorare l'affidabilità della reportistica e delle dichiarazioni in merito alla responsabilità sociale

GRI-G4 General Standard Disclosures	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
GOVERNANCE					
G4-34	24		Struttura di governo	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.5 Migliorare le performance
ETICA ED INTEGRITA'					
G4-56	30-31; 39; 44-45; 70-73; 172; 188-189; 197-200; 204; 207; 229 https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-etico https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business		Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	n.a.	4.4 Comportamento etico 6.6.3 Lotta alla corruzione

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES					
CATEGORIA: ECONOMICA					
ASPETTO MATERIALE: PERFORMANCE ECONOMICA					
G4-DMA	8-9; 24-26; 31; 214; 272; 288-289		Informazioni generali sull'approccio del management	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-EC1	26		Valore economico direttamente generato e distribuito, inclusi ricavi, costi operativi, remunerazioni ai dipendenti, donazioni e altri investimenti nella comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla Pubblica Amministrazione	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	6.8.1-6.8.2 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.3 Coinvolgimento della comunità 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza 6.8.9 Investimento sociale
G4-EC2	214		Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità connesse con i cambiamenti climatici	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
G4-EC3	116		Copertura dei piani pensionistici definiti dall'organizzazione	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza
G4-EC4	27		Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione. Indicare se il governo è presente nell'assetto proprietario dell'organizzazione	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	n.a.
ASPETTO MATERIALE: PRESENZA SUL MERCATO					
G4-DMA	108; 113		Informazioni generali sull'approccio del management	n.a.	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-EC5	109		Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative	n.a.	6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale 6.8.1-6.8.2 Coinvolgimento e sviluppo della comunità
G4-EC6	113		Procedure di assunzione di persone residenti dove si svolge prevalentemente l'attività e percentuale dei senior manager assunti nella comunità locale	n.a.	6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.8.1-6.8.2 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza
INFORMATIVA AGGIUNTIVA: IMPATTI ECONOMICI INDIRECTI					
G4-DMA	31; 80-81; 138-139; 141-142; 146-148; 172; 289		Informazioni generali sull'approccio del management	n.a.	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-EC7	60-61; 80-85; 87-91; 93-97; 144; 146-151; 152-158; 160-163; 178-183; 185-187; 199		Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per "pubblica utilità", attraverso impegni commerciali, donazioni di prodotti/servizi, attività pro bono	n.a.	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.8.1-6.8.2 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza 6.8.9 Investimento sociale
G4-EC8	31; 80-97; 141-143; 145; 195; 289		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 6.8.1-6.8.2 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza 6.8.9 Investimento sociale

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
ASPETTO MATERIALE: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO					
G4-DMA	8-9; 30-31; 71; 76; 173-175; 251; 257-258 https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business		Informazioni generali sull'approccio del management	n.a.	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-EC9	31; 145; 278		Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	n.a.	6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 6.8.1-6.8.2 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza
FP1	12-13; 30-31; 44-46; 70-71; 76-77; 174-175; 207; 251; 258; 260		Percentuale di volumi acquistati da fornitori conformi alla policy di approvvigionamento dell'organizzazione	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
FP2	12-13; 174-177; 188-189; 196; 203; 205; 251		Percentuale di volumi acquistati verificati secondo standard di produzione responsabili riconosciuti a livello internazionale e credibili, suddivisi 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
CATEGORIA: AMBIENTE					
ASPETTO MATERIALE: MATERIALI					
G4-DMA	172-173; 188; 230-233; 269; 277		Informazioni generali sull'approccio del management	VI. Ambiente	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-EN1	23; 176; 188; 218		Materie prime utilizzate per peso o volume	VI. Ambiente	6.5.4 Uso sostenibile delle risorse
G4-EN2	218; 232; 263		Percentuale di materiali riciclati utilizzati	VI. Ambiente	6.5.4 Uso sostenibile delle risorse
INFORMATIVA AGGIUNTIVA: ENERGIA					
G4-DMA	12-13; 233-239; 241; 245-246; 276; 295		Informazioni generali sull'approccio del management	VI. Ambiente	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-EN3	236		Consumi di energia all'interno dell'organizzazione	VI. Ambiente	6.5.4 Uso sostenibile delle risorse

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
G4-EN5	236		Consumi di energia relativi (energy intensity ratio)	VI. Ambiente	6.5.4 Uso sostenibile delle risorse
G4-EN6	222-223; 235-239; 247; 276; 295		Riduzione dei consumi di energia dovuti alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza	VI. Ambiente	6.5.4 Uso sostenibile delle risorse 6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi
ASPETTO MATERIALE: ACQUA					
G4-DMA	239-242; 277; 296		Informazioni generali sull'approccio del management	VI. Ambiente	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-EN8	239		Prelievo totale di acqua per fonte	VI. Ambiente	6.5.4 Uso sostenibile delle risorse
G4-EN9	239		Fonti di prelievo significativamente influenzate dai prelievi di acqua	VI. Ambiente	6.5.4 Uso sostenibile delle risorse
G4-EN10	239		Percentuale e volume totale di acqua riciclata e riutilizzata	VI. Ambiente	6.5.4 Uso sostenibile delle risorse
ASPETTO MATERIALE: BIODIVERSITÀ					
G4-DMA	173-174; 188-189; 250		Informazioni generali sull'approccio del management	VI. Ambiente	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-EN11	250		Localizzazione e dimensione dei terreni posseduti, affittati, oppure gestiti all'interno o nelle vicinanze di aree protette oppure di aree ad alto valore per la biodiversità anche se al di fuori di aree protette	VI. Ambiente	6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali
G4-EN12	250		Descrizione degli impatti significativi delle attività, dei prodotti e servizi sulla biodiversità all'interno di aree protette oppure di aree ad alto valore per la biodiversità anche se al di fuori di aree protette	VI. Ambiente	6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali
ASPETTO MATERIALE: EMISSIONI					
G4-DMA	12-13; 215-217; 242		Informazioni generali sull'approccio del management	VI. Ambiente	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
G4-EN15	215; 243		Emissioni dirette di gas a effetto serra (GHG) (Scopo 1)	VI. Ambiente	6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi
G4-EN16	215; 243		Emissioni indirette di gas a effetto serra (GHG) (Scopo 2)	VI. Ambiente	6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi
G4-EN17	215; 245		Altre emissioni di gas serra indirette (Scopo 3)	VI. Ambiente	6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi
G4-EN18	243		Intensità delle emissioni di gas effetto serra	VI. Ambiente	6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi
G4-EN19	243; 276		Riduzione delle emissioni di gas serra	VI. Ambiente	6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi
G4-EN20	245		Emissioni di sostanze che danneggiano l'ozono per peso	VI. Ambiente	6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento 6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi
G4-EN21		Ferrero non produce altre emissioni significative	NO, SO, e altre emissioni significative	VI. Ambiente	6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento
ASPETTO MATERIALE: SCARICHI E RIFIUTI					
G4-DMA	239-240; 248-249; 275; 296		Informazioni generali sull'approccio del management	VI. Ambiente	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-EN22	240		Scarichi totali di acqua per qualità e destinazione	VI. Ambiente	6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse
G4-EN23	248		Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodo di smaltimento	VI. Ambiente	6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento
G4-EN24	249		Numero totale e volume delle perdite accidentali significative	VI. Ambiente	6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento
ASPETTO MATERIALE: PRODOTTI E SERVIZI					
G4-DMA	231-235; 237-242; 262-263		Informazioni generali sull'approccio del management	VI. Ambiente	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
G4-EN27	231-235; 237-242; 263-265		Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e dei servizi offerti	VI. Ambiente	6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse 6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi 6.7.5 Consumo sostenibile
G4-EN28	227; 231-232		Percentuale dei prodotti venduti e loro materiali di imballaggio che sono recuperati, suddivisi per categoria	VI. Ambiente	6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse 6.7.5 Consumo sostenibile
ASPETTO MATERIALE: COMPLIANCE					
G4-DMA	27		Informazioni generali sull'approccio del management	VI. Ambiente	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-EN29	27		Valore monetario delle multe significative e numero totale di sanzioni non monetarie per il non rispetto di leggi e regolamenti ambientali	VI. Ambiente	4.6 Rispetto dei principi di legalità
ASPETTO MATERIALE: TRASPORTI					
G4-DMA	211-212; 241-243; 278; 291		Informazioni generali sull'approccio del management	VI. Ambiente	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-EN30	215-216; 245-247; 278; 291		Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale	VI. Ambiente	6.5.4 Uso sostenibile delle risorse 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore
ASPETTO MATERIALE: VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI					
G4-DMA	10-11; 30-31; 168-169; 173-177; 188-189; 193; 196-200 https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business		Informazioni generali sull'approccio del management	VI. Ambiente	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
G4-EN32	30-31; 176-177; 188-189; 193; 199; 251		Percentuale di nuovi fornitori che sono stati valutati secondo criteri ambientali	VI. Ambiente	6.3.5 Evitare le complicità 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 7.3.1 La necessaria diligenza
G4-EN33	10-13; 170-171		Significativi impatti ambientali negativi, attuali e potenziali, lungo l'intera catena di fornitura e azioni intraprese per mitigarli	VI. Ambiente	6.3.5 Evitare le complicità 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 7.3.1 La necessaria diligenza
CATEGORIA: SOCIALE					
SOTTO-CATEGORIA: PRATICHE DI LAVORO E CONDIZIONI DI LAVORO ADEGUATE					
ASPETTO MATERIALE: OCCUPAZIONE					
G4-DMA	12-13; 36-37; 98; 104; 106-107; 133		Informazioni generali sull'approccio del management	V. Occupazione e relazioni industriali	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-LA1	104-105		Numero totale dei lavoratori, tassi di assunzione e di turnover per gruppi di età, genere e area geografica	V. Occupazione e relazioni industriali	6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro
G4-LA3	106-107	Attualmente non disponibile per tutti i Paesi in cui è presente il Gruppo; nei prossimi anni svilupperemo ulteriormente il nostro processo di raccolta dati	Ritorno al lavoro e mantenimento del posto di lavoro dopo il congedo parentale, per genere	V. Occupazione e relazioni industriali	6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale
INFORMATIVA AGGIUNTIVA: LAVORO E RELAZIONI INDUSTRIALI					
G4-DMA	114		Informazioni generali sull'approccio del management	V. Occupazione e relazioni industriali	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-LA4	114		Periodo minimo di preavviso per i cambiamenti operativi, compreso se questo periodo di preavviso è specificato nei contratti collettivi di lavoro	V. Occupazione e relazioni industriali	6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.4.5 Dialogo sociale
FP3	114		Percentuale del tempo di lavoro perso per controversie industriali, scioperi e/o serrate, suddivisa 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

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
ASPETTO MATERIALE: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO					
G4-DMA	114-121; 134-135; 283		Informazioni generali sull'approccio del management	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-LA5	114		Percentuale di lavoratori totali rappresentati nei comitati formali azienda- lavoratori per la salute e sicurezza che permettono di controllare e informare sui programmi di salute e sicurezza sul lavoro	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.4.6 Salute e sicurezza sul lavoro
G4-LA6	108; 117-119	Attualmente non sono disponibili i tassi di infortunio dei dipendenti per genere, i tassi di infortunio degli appaltatori e i dati relativi all'assenteismo per tutti i Paesi in cui è presente il Gruppo; nei prossimi anni svilupperemo ulteriormente il nostro processo di raccolta dati	Tipologia di infortuni, tasso di infortunio, malattie professionali, giorni di lavoro persi e assenteismo e numero di incidenti mortali collegati al lavoro suddivisi per regione e per genere	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.4.6 Salute e sicurezza sul lavoro 6.8.8 Salute
G4-LA8	114-115		Argomenti di salute e sicurezza compresi in accordi formali con i sindacati	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.4.6 Salute e sicurezza sul lavoro
ASPETTO MATERIALE: FORMAZIONE E ISTRUZIONE					
G4-DMA	122-128; 133; 286-287		Informazioni generali sull'approccio del management	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-LA9	126		Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per genere e per categoria di lavoratori	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.4.7 Sviluppo delle risorse umane e formazione sul luogo di lavoro
G4-LA10	122-126; 286		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	6.4.7 Sviluppo delle risorse umane e formazione sul luogo di lavoro 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
G4-LA11	128		Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera, per genere e categoria di lavoratori	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.4.7 Sviluppo delle risorse umane e formazione sul luogo di lavoro
ASPETTO MATERIALE: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ					
G4-DMA	12-13; 100-103; 133; 284-285		Informazioni generali sull'approccio del management	V. Occupazione e relazioni industriali	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-LA12	100-103		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	6.2.3 Processi decisionali e strutture 6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro
ASPETTO MATERIALE: PARITÀ DI RETRIBUZIONE PER UOMINI E DONNE					
G4-DMA	112		Informazioni generali sull'approccio del management	V. Occupazione e relazioni industriali	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-LA13	110-111		Rapporto dello stipendio base e della remunerazione totale delle donne rispetto a quello degli uomini a parità di categoria e suddiviso per 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 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale 6.8.1-6.8.2 Coinvolgimento e sviluppo della comunità
ASPETTO MATERIALE: VALUTAZIONE DEI FORNITORI SULLA BASE DELLE POLITICHE E CONDIZIONI DI LAVORO					
G4-DMA	10-11;30-31; 170-171; 173-177; 188-189; 193; 196-200; 202-203 https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business		Informazioni generali sull'approccio del management	V. Occupazione e relazioni industriali	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-LA14	30-31; 76; 176-177; 188-189; 193; 199; 203;		Percentuale dei nuovi fornitori valutati sulla base di criteri riguardanti le condizioni di lavoro	V. Occupazione e relazioni industriali	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 7.3.1 La necessaria diligenza

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
G4-LA15	10-11; 76; 135; 170-171; 173-175		Impatti negativi significativi, attuali e potenziali, riguardanti il lavoro nella catena di fornitura e azioni intraprese	V. Occupazione e relazioni industriali	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 7.3.1 La necessaria diligenza
SOTTO-CATEGORIA: DIRITTI UMANI					
ASPETTO MATERIALE: INVESTIMENTI					
G4-DMA	10-11; 30-31; 76; 170-171; 173-177; 188-189; 193; 196-200; 202-203		Informazioni generali sull'approccio del management	IV. Diritti umani	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-HR1	30-31; 76; 176-177; 188-189; 193; 199; 203		Percentuale e numero totale di accordi di investimento e di contratti significativi che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una relativa valutazione (screening)	IV. Diritti umani	6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.5 Evitare le complicità 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore
ASPETTO MATERIALE: NON DISCRIMINAZIONE					
G4-DMA	27 https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-etico		Informazioni generali sull'approccio del management	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-HR3	27		Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	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
ASPETTO MATERIALE: LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA					
G4-DMA	30-31; 76; 114; 173-175 https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-etico		Informazioni generali sull'approccio del management	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
G4-HR4	30-31; 76; 163-175		Identificazione delle attività e dei principali fornitori in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere violata o esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	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 6.4.5 Dialogo sociale 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore
ASPETTO MATERIALE: LAVORO MINORILE					
G4-DMA	30-31; 76; 173-177; 198-200 https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-etico		Informazioni generali sull'approccio del management	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-HR5	30-31; 76; 176-187; 197-200		Identificazione delle operazioni e dei principali fornitori con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure adottate per contribuire alla sua abolizione effettiva	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	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 6.8.4 Istruzione e cultura
ASPETTO MATERIALE: LAVORO FORZATO					
G4-DMA	30-31; 76; 173-187; 197-200 https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-etico		Informazioni generali sull'approccio del management	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-HR6	30-31; 76; 173-187; 197-200		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	6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
ASPETTO MATERIALE: DIRITTI DELLA COMUNITÀ LOCALE					
G4-DMA	10-11; 27		Informazioni generali sull'approccio del management	IV. Diritti umani	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 Due diligence 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-HR8	27		Numero di violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese	IV. Diritti umani	6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.6 Risoluzione delle controversie 6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.3.8 Diritti civili e politici 6.6.7 Rispetto dei diritti di proprietà 6.8.3 Coinvolgimento della comunità
ASPETTO MATERIALE: VALUTAZIONE					
G4-DMA	30-31; 76; 173- 187; 197-200		Informazioni generali sull'approccio del management	IV. Diritti umani	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-HR9	30-31; 76; 173- 187; 197-200		Numero totale e percentuale di attività sottoposte a controlli e/o valutazioni di impatto relativi ai diritti umani	IV. Diritti umani	6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità
ASPETTO MATERIALE: VALUTAZIONE DEI FORNITORI SULLA BASE DEI DIRITTI UMANI					
G4-DMA	10-11; 30-31; 76; 173-177; 188-189; 193; 196-200; 202-203 https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business		Informazioni generali sull'approccio del management	IV. Diritti umani	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-HR10	30-31; 76; 174- 177; 197-200		Percentuale di nuovi fornitori sottoposti a valutazione (screening) in materia di diritti umani	IV. Diritti umani	6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore
G4-HR11	30-31; 76; 173- 187; 197-200		Significativi impatti negativi, reali e potenziali, sui diritti umani nella catena di fornitura, e azioni intraprese per la loro mitigazione	IV. Diritti umani	6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
SOTTO-CATEGORIA: SOCIETÀ					
ASPETTO MATERIALE: COMUNITÀ LOCALI					
G4-DMA	31; 60-61; 138-151 174-185; 193-194; 197-200; 203; 215-217; 280-281; 298-303		Informazioni generali sull'approccio del management	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-S01	31; 60-61; 138-147-151 176-187; 193-194; 197-200; 202; 215-217; 280-281; 298-303		Percentuale di operations che hanno determinato un coinvolgimento delle comunità locali, 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 6.5.1-6.5.2 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità
G4-S02	31; 60-61; 176-187; 193-194; 197-200; 202; 215-217		Attività con significativi impatti negativi, attuali e 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 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità
ASPETTO MATERIALE: ANTI CORRUZIONE					
G4-DMA	27 https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business		Informazioni generali sull'approccio del management	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-S04	27		Comunicazioni e formazione sulle politiche e procedure di anti-corruzione	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6.6.1-6.6.2 Corrette prassi gestionali 6.6.3 Lotta alla corruzione 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore
G4-S05	27		Reati di corruzione confermati e azioni intraprese in risposta	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6.6.1-6.6.2 Corrette prassi gestionali 6.6.3 Lotta alla corruzione
INFORMATIVA AGGIUNTIVA: POLITICHE PUBBLICHE					
G4-DMA	https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business		Informazioni generali sull'approccio del management	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
G4-S06	Il Gruppo Ferrero non consente comportamenti che offrano, promettano, chiedano 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		Totale dei contributi politici e relative istituzioni per paese e beneficiario	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6.6.1-6.6.2 Corrette prassi gestionali 6.6.4 Coinvolgimento politico responsabile
ASPETTO MATERIALE: COMPORTAMENTI ANTI COMPETITIVI					
G4-DMA	27; 30-31		Informazioni generali sull'approccio del management	X. Concorrenza	6.6.1-6.6.2 Corrette prassi gestionali 6.6.5 Concorrenza leale 6.6.7 Rispetto dei diritti di proprietà
G4-S07	27; 30-31		Numero totale di azioni legali riferite a concorrenza sleale, anti-trust e pratiche monopolistiche e relative sentenze	X. Concorrenza	6.6.1-6.6.2 Corrette prassi gestionali 6.6.5 Concorrenza leale 6.6.7 Rispetto dei diritti di proprietà
ASPETTO MATERIALE: COMPLIANCE					
G4-DMA	27		Informazioni generali sull'approccio del management	X. Concorrenza XI. Fiscalità	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-S08	27		Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	X. Concorrenza XI. Fiscalità	4.6 Rispetto dei principi di legalità
ASPETTO MATERIALE: VALUTAZIONE DEI FORNITORI SULLA BASE DEGLI IMPATTI SULLA SOCIETÀ					
G4-DMA	31; 138-147; 176-187; 193-194; 197-200; 203; 215-217		Informazioni generali sull'approccio del management	n.a.	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
G4-S09	31; 138-147; 176-187; 193-194; 203; 197-200; 215-217		Percentuale di nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzati secondo criteri di impatto sulla società	n.a.	6.3.5 Evitare le complicità 6.6.1-6.6.2 Corrette prassi gestionali 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 6.8.1-6.8.2 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 7.3.1 La necessaria diligenza
G4-S010	31; 176-187; 193-194; 197-200; 203; 215-217		Significativi impatti negativi (attuali e potenziali) della catena di fornitura sulla società, e azioni intraprese per mitigarli	n.a.	6.3.5 Evitare le complicità 6.6.1-6.6.2 Corrette prassi gestionali 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 6.8.1-6.8.2 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 7.3.1 La necessaria diligenza
SOTTO-CATEGORIA: REONSABILITÀ DI PRODOTTO					
ASPETTO MATERIALE: SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI					
G4-DMA	39-43; 27; 44-51; 66-73; 259-260 https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business		Informazioni generali sull'approccio del management	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-PR1	30-31; 39-40; 44-45; 66-73		Percentuale di categorie significative di prodotti e servizi per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati per promuoverne il miglioramento	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.7.1-6.7.2 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.4 Protezione della salute e della sicurezza dei consumatori 6.7.5 Consumo sostenibile 6.8.8 Salute
G4-PR2	27; 50		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	4.6 Rispetto dei principi di legalità 6.7.1-6.7.2 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.4 Protezione della salute e della sicurezza dei consumatori 6.7.5 Consumo sostenibile 6.8.8 Salute
FP5	49; 260-261; 273; 295		Percentuale del volume di produzione prodotto in siti certificati da una terza parte indipendente secondo standard di gestione della sicurezza del cibo riconosciuti a livello internazionale	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.7.4 Protezione della salute e della sicurezza dei consumatori
FP6	40-41		Percentuale del totale dei volumi di vendite dei prodotti di consumo suddivisi per categoria di prodotto, che hanno meno grassi saturi, grassi trans, sodio e zuccheri aggiunti	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.7.5 Consumo sostenibile

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
FP7	Nei prodotti Ferrero sono presenti fibre e micro-nutrienti, quali vitamine e minerali, derivati direttamente dalle materie prime utilizzate, senza aggiunte artificiali		Percentuale del totale dei volumi di vendite dei prodotti di consumo suddivisi per categoria di prodotto, che contengono ingredienti arricchiti di sostanze nutritive come fibre, vitamine, minerali, sostanze fitochimiche o additivi alimentari funzionali	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.7.5 Consumo sostenibile
ASPETTO MATERIALE: ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI					
G4-DMA	52-59; 227; 274		Informazioni generali sull'approccio del management	VIII. Interessi del consumatore	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-PR3	52-53; 57-59; 227		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	6.7.1-6.7.2 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 6.7.9 Educazione e consapevolezza
ASPETTO MATERIALE: ATTIVITÀ DI MARKETING					
G4-DMA	52-59		Informazioni generali sull'approccio del management	VIII. Interessi del consumatore	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-PR7	54-56		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	4.6 Rispetto dei principi di legalità 6.7.1-6.7.2 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.3 Comunicazione commerciale onesta, informazioni basate su dati di fatto e non ingannevoli e condizioni contrattuali corrette
ASPETTO MATERIALE: COMPLIANCE					
G4-DMA	27		Informazioni generali sull'approccio del management	VIII. Interessi del consumatore	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
G4-PR9	27		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	4.6 Rispetto dei principi di legalità 6.7.1-6.7.2 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.6 Servizi di supporto ai consumatori, risoluzione dei reclami e delle dispute
INFORMATIVA AGGIUNTIVA: PRIVACY DEL CONSUMATORE					
G4-DMA	27		Informazioni generali sull'approccio del management	VIII. Interessi del consumatore	6.7.1-6.7.2 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.7 Protezione dei dati e della riservatezza del consumatore

GRI-G4 & FPSD Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e indicatori GRI	Pagina	Omissioni	Descrizione	Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici
FOOD PROCESSING SECTOR DISCLOSURES					
ASPETTO MATERIALE: ALIMENTI SANI E ACCESSIBILI					
G4-DMA	39-43; 60-61; 148-151; 275		Informazioni generali sull'approccio del management	n.a.	n.a.
ASPETTO MATERIALE: BENESSERE DEGLI ANIMALI					
G4-DMA	30-31; 38; 204 https://www.ferrero.it/azienda/responsabilita-sociale/codice-di-condotta-commerciale/business-to-business		Informazioni generali sull'approccio del management	n.a.	6 Guida alle materie fondamentali della responsabilità sociale 7.3.1 La necessaria diligenza 7.4.3 Integrare la responsabilità sociale nella governance di un'organizzazione, nei sistemi e nelle procedure 7.7.3 Valutare i progressi dell'organizzazione e le performance sulla responsabilità sociale 7.7.5 Migliorare le performance
FP9		Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali	Percentuale e numero totale di animali allevati e/o trattati 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
FP10		Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali	Politiche e pratiche, per specie e razza, connesse ad alterazioni fisiche e uso 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
FP11		Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali	Percentuale e numero totale di animali allevati e/o trattati per specie e razza, per tipologia di abitazione	n.a.	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile
FP12		Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali	Politiche e pratiche sugli antibiotici, anti-infiammatori, ormoni e/o trattamenti per favorire la crescita, 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
FP13		Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali	Numero totale di episodi di non-conformità significative con leggi, regolamenti e adesione a codici volontari con riferimento al trasporto, alla gestione e a pratiche di macellazione di animali terrestri e acquatici	n.a.	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUL RAPPORTO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Al Consiglio di Amministrazione di Ferrero International S.A.

Abbiamo svolto un esame limitato ("*limited assurance engagement*") del rapporto di responsabilità sociale d'impresa (di seguito il "rapporto di sostenibilità") del Gruppo Ferrero (di seguito il "Gruppo") per l'esercizio chiuso al 31 agosto 2015.

Responsabilità degli Amministratori per il rapporto di sostenibilità

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del rapporto di sostenibilità in conformità alle linee guida "*G4 Sustainability Reporting Guidelines*" (2013) e al "*Food Processing Sector Disclosures*" (2014) entrambe definite dal *Global Reporting Initiative (GRI)*, indicate nel capitolo "Premessa metodologica" del rapporto di sostenibilità, e per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un rapporto di sostenibilità che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Gli Amministratori sono altresì responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti, nonché per l'identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Responsabilità del revisore

È nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio "*International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised) - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" ("*ISAE 3000 Revised*"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che il rapporto di sostenibilità non contenga errori significativi.

Tali procedure hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel rapporto di sostenibilità, analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Le procedure svolte sul rapporto di sostenibilità hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e della qualità del rapporto di sostenibilità, nei quali si articolano le "*G4 Sustainability Reporting Guidelines*", e sono riepilogate di seguito:

- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel capitolo "Il Gruppo" del rapporto di sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 agosto 2015, sul quale Deloitte Audit Société à responsabilité limitée ha emesso la relazione, in data 25 febbraio 2016;
- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile, inerenti la strategia e l'operatività del Gruppo;
- analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel rapporto di sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di *stakeholder* e alla validazione interna delle risultanze del processo;

Ancona Bari Bergamo Biella Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Palermo Parma Roma Torino Treviso Verona

Sede legale: via Tortona, 25 - 20144 Milano | Capitale Sociale: Euro 10.328.320,00 i.v.

Codice Fiscale/Registro Imprese italiano n. 03049500166 - R.E.A. Milano n. 1720238 | Riscossa IVA n. 03049500166

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informazione completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.

© Deloitte & Touche S.p.A.

- 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:
 - 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 e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel rapporto di sostenibilità rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il rapporto di sostenibilità" della presente relazione;
- analisi del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate, 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 di Ferrero International S.A., sulla conformità del rapporto di sostenibilità alle linee guida indicate nel paragrafo della presente relazione "Responsabilità degli Amministratori per il rapporto di sostenibilità", nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

Il nostro esame ha comportato un'estensione del lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("reasonable assurance engagement") 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 tale esame.

Conclusione

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il rapporto di sostenibilità del Gruppo Ferrero al 31 agosto 2015 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida "G4 Sustainability Reporting Guidelines" (2013) e al "Food Processing Sector Disclosures" (2014) entrambe definite dal Global Reporting Initiative (GRI), indicate nel capitolo "Premessa metodologica" del rapporto di sostenibilità.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.



Franco Amelio

Socio

Sustainability Services

Milano, 09 settembre 2016

FERRERO

Ferrero Ufficio CSR
P.le Pietro Ferrero, 1
12051 Alba (CN)

Italia

csr@ferrero.com
www.ferrerocr.com

Stampato su carta FSC



