

SOZIALE VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS
BERICHT 2008/2009

WERTE TEILEN,
UM WERTE ZU
SCHAFFEN

FERRERO

Über diesen Bericht zur sozialen Verantwortung des Unternehmens

Dieser Bericht soll die Strategie zur sozialen Verantwortung und Nachhaltigkeit der Ferrero Gruppe sowie die mit ihr in Zusammenhang stehenden, zwischen dem 1. September 2008 und dem 31. August 2009 weltweit entwickelten Initiativen veranschaulichen. Weitere Berichte werden jeweils jährlich folgen.

Beginnend bei den bereits erreichten und ausgehend von den für 2013/15 festgelegten Zielen, wurden die in diesem ersten Bericht angesprochenen Themen nach ihrer Bedeutung für das Unternehmen ausgewählt. Um hierbei die Meinungen der Interessengruppen zu berücksichtigen, wurden diesen die grundlegenden Prinzipien des Berichts mitgeteilt.

Der Bericht wurde vom CSR-Koordinationsbüro der Ferrero Gruppe (E-Mail: csr@ferrero.com, Adresse: Chaussée de la Hulpe 187, 1170 Brüssel) gemäß den 2006 durch die weltweite Berichtsinitiative (Global Reporting Initiative, GRI) festgelegten „Richtlinien für Berichte zur Nachhaltigkeit“ (G3) redaktionell bearbeitet und durch einige Parameter des „Food Processing Sector Supplement“ (Entwurf vom 24.8.2009) ergänzt.

Der GRI-Level (GRI/G3) dieses Berichts ist C+.

Innerhalb der kommenden zwei Jahre wird ein GRI-Level von B+ angestrebt.

Eine unabhängige Prüfung dieses Berichts wurde von Deloitte durchgeführt. Hierbei wurden insbesondere dem Plan zur Verbreitung der Unternehmensprinzipien und dem zugehörigen Ethikkodex (siehe Kapitel 1 und S. 98) große Aufmerksamkeit geschenkt.

Dieser Bericht ist auch online erhältlich unter: www.ferrero.com.





Alles begann vor 65 Jahren in der kleinen Stadt Alba im Piemont.

Dort entstanden Werte und Tradition der Ferrero Gruppe. Werte, die auch heute noch die Stärke eines Süßwarenunternehmens ausmachen, das mit einem Umsatz von über 6 Milliarden Euro und mehr als 20.000 Mitarbeitern zu den größten der Welt gehört.

Diese Werte bilden, mehr als die Zahlen, den Kern des ersten Berichts zur sozialen Verantwortung von Ferrero: Beständige Werte, die unseren Beziehungen zu Verbrauchern und den Gemeinden vor Ort, unseren Mitarbeitern und deren Familien sowie unseren Geschäftspartnern und Institutionen zugrunde liegen.

Diese Werte sind das wahre Vermächtnis unseres Unternehmens.

Unser wichtigstes ethisches Prinzip, das uns inspiriert, ist unsere Verpflichtung, die bestmögliche Qualität für unsere Produkte zu erreichen und sicher zu stellen, um so den Bedürfnissen der Verbraucher zur vollsten Zufriedenheit zu entsprechen: Dies ist ein Ziel, das wir Tag für Tag durch die Umsetzung unserer Unternehmensphilosophie erreichen, die auf den Werten der sozialen Verantwortung gründet.

Wesentlich für die Nachhaltigkeit unserer Aktivitäten ist es, auch auf lange Sicht kontinuierlich in Innovationen für unsere Produkte zu investieren. Dabei unternehmen wir große Anstrengungen im Bereich Forschung und Entwicklung. So war es schon immer bei Ferrero: Unsere Mission ist es, neue und innovative Produkte zu erfinden, statt einfach den Markttrends zu folgen.

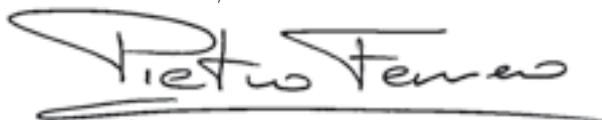
Von links nach rechts: Pietro, Michele, Maria Franca und Giovanni Ferrero

Wir sind stolz darauf, dass die Verpflichtungen von Ferrero hinsichtlich unternehmerischer Werte Hand in Hand mit unserem Engagement gehen, zum Nutzen der lokalen Gemeinschaften und Regionen zu arbeiten, in denen wir tätig sind. Dies erreichen wir weltweit dank unserer Mitarbeiter, die die Werte von Ferrero verkörpern, um sie so Wirklichkeit werden zu lassen. Der Respekt für die Umwelt, die Lebensmittelsicherheit, die Lebensbedingungen in den Ländern, in denen wir tätig sind, und soziale Fragen standen schon immer im Zentrum unserer Aktivitäten.

Ein Beispiel für dieses Konzept ist ein Sonderprojekt mit dem Titel „Soziale Unternehmen“, das von unserem Vater Michele stark unterstützt wird und im Rahmen dessen die Lebensbedingungen in den Regionen der Welt, in denen die größte Not herrscht, verbessert werden sollen. Die ersten „Sozialen Unternehmen“ wurden bereits in Indien, Südafrika und Kamerun gegründet. Hierdurch sollen nicht nur Arbeitsplätze geschaffen und Menschen vor Ort ausgebildet werden. Ein Teil des erwirtschafteten Mehrwerts soll auch zur Förderung lokaler Projekte in den Bereichen Gesundheit und Bildung, insbesondere für Kinder, verwendet werden.

Ein weiteres Beispiel ist die „Fondazione Ferrero“ (Ferrero Stiftung), deren verdienstvolle Aktivitäten von unserer Mutter Maria Franca geleitet werden. Diese Stiftung hat zwei Ziele: Zum einen dient sie als Treffpunkt für pensionierte Mitarbeiter – die 25 Jahre oder länger für uns gearbeitet haben – und bietet ihnen Möglichkeiten, mit anderen Kontakte zu knüpfen und ihren kulturellen Horizont zu erweitern; zum anderen soll sie die künstlerischen und kulturellen Angebote in enger Zusammenarbeit mit den Gemeinden vor Ort durch die Organisation von Ausstellungen, Konferenzen, Veranstaltungen usw. bereichern.

Schließlich möchten wir denen unseren besonderen Dank ausdrücken, die die Prinzipien unserer sozialen Verantwortung am meisten inspiriert haben: unserer Mutter Maria Franca und unserem Vater Michele, der die Gruppe gegründet und all die Produkte erfunden hat, die Sie kennen und hoffentlich auch lieben.



Pietro Ferrero
CEO Ferrero International



Giovanni Ferrero
CEO Ferrero International

INHALTSVERZEICHNIS

Über diesen Bericht zur sozialen Verantwortung	cover page
Brief der CEOs	2
Inhaltsverzeichnis	4
Einleitung Ferrero entdecken	7
Die Geschichte von Ferrero	8
Ferrero in der ganzen Welt: Süßes ohne Grenzen	10
Unsere Produkte	12
Über uns...	14
Die erreichten Ziele...	16
... und jene, die bis 2013/15 erreicht werden sollen	17
Kapitel 1 Visionen, Prinzipien und Unternehmensführung der Ferrero Gruppe	19
Werte des Unternehmens	20
Nächste Schritte	22
Die Unternehmensführung der Ferrero Gruppe	23
Kapitel 2 Soziales Engagement und Beziehungen zu den Gemeinden	27
Die Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero	28
Die sozialen Aktivitäten der Fondazione Ferrero	29
Die kulturellen Aktivitäten der Fondazione Ferrero	30
Nächste Schritte	31
Kapitel 3 Achtung der Menschenrechte und soziale Initiativen	33
Die Sozialen Unternehmen von Ferrero	34
Arbeitsplätze und Berufsausbildung	34
Die sozialen Initiativen – „United Kinder of the World“	35
Personal und Technologie	35
Rohstoffe und Produkte	36
Die ersten Sozialen Unternehmen	36
Nächste Schritte	37
Kapitel 4 Im Mittelpunkt: Die Mitarbeiter	39
Personalförderung bei Ferrero	40
Beziehungen zu Arbeitnehmervertretungen	42
Ein sicheres Arbeitsumfeld	43
Weiterbildung	45
Interne Kommunikation	47
Nächste Schritte	47
Kapitel 5 Eine ausgewogene Ernährung im Rahmen eines gesunden Lebensstils	49
Der Beitrag von Ferrero zu einer ausgewogenen Ernährung und einem gesunden Lebensstil	50
Die Bedeutung des Frühstücks	50

Teilnahme an der Europäischen Plattform	51
Die Zusammensetzung der Produkte und die richtige Portionsgröße	51
Bildungsprogramme für einen gesunden Lebensstil	52
Das Europäische Netzwerk EPODE	52
Förderung körperlicher Aktivität	53
Kinder + Sport	54
Die Etiketten geben Auskunft	55
Verantwortungsbewusste Werbung	56
Nächste Schritte	57
Kapitel 6 Qualität, die schmeckt	59
Qualität und Sicherheit des Produktionsprozesses	60
Sicherheit der Zutaten und des Produktionsprozesses	60
Ferreros System zur Rückverfolgbarkeit	61
Unsere Produktionsstätten	62
Zutaten und Hochschulforschung	63
Probieren und Bewerten	63
Nächste Schritte	65
Kapitel 7 Der Wert einer verantwortungsbewussten Auswahl	67
Unsere Hauptzutaten	68
Von der Kakaobohne zur Schokolade	68
Palmöl	70
Zucker	71
Milch	71
Haselnüsse	72
Nachhaltigkeit bei der Beschaffung von Rohstoffen	73
Nächste Schritte	73
Kapitel 8 Der Wert des Spielens in größtmöglicher Sicherheit	75
Gewährleistung der Sicherheit unseres Spielzeugs ab der Designphase	76
Der MPG-Kodex	77
Kontrolle durch Institute für Spielzeugsicherheit	77
Die Kapsel für die Überraschungen	78
Ethische und umweltbezogene Aspekte	78
Nächste Schritte	79
Kapitel 9 Ferrero natürlich	81
Ferreros Engagement im Bereich Energie	82
Einige Zahlen mit Blick auf die Umwelt	87
Eine integrierte Lieferkette	88
Die „5 R“-Strategie für unsere Verpackungen	89
Nächste Schritte	91
GRI-Indikatoren	92
Unabhängige Prüfung durch Deloitte	98



SOZIALE VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS

FERRERO
ENTDECKEN

EINLEITUNG

DIE GESCHICHTE VON FERRERO

Piemont, Alba, 14. Mai 1946: Gründung der Ferrero Gruppe

Am Ende dieses Jahres liegt die Zahl der Mitarbeiter bereits über 50. Die Konditorei in der Via Rattazzi in Alba wird zu klein. Die Produktionsstätte wird daher in ein größeres Gebäude in der Via Vivaro ausgelagert. Im gleichen Jahr erfindet Pietro Ferrero **Giandujot**.

Die 40er-Jahre

Giovanni Ferrero organisiert die Lieferung und den Verkauf von **Giandujot** in ganz Italien. Die Verkaufszahlen steigen immer weiter. Pietro Ferrero kreiert die Einzelportion Giandujapaste mit dem Namen **Cremino**, die sehr erfolgreich wird. Im März 1948 übersteigt die Produktion der Fabrik 300 Tonnen. Die Fabrik wächst weiter und immer mehr neue Arbeitsplätze werden geschaffen.

4. September 1948: Hochwasser

Ein Hochwasser gefährdet die gesamte Arbeit der vorherigen Jahre. Die Fabrik wird von der Flut eingeschlossen, aber die Mitarbeiter geben sie nicht auf. Gemeinsam mit den Brüdern Pietro und Giovanni Ferrero arbeiten sie alle 4 Tage und 4 Nächte lang. Am Ende des Monats läuft die Arbeit in der Fabrik wie zuvor.

Einige Monate später, am 2. März 1949, ist wieder ein trauriges Ereignis zu verzeichnen: Pietro Ferrero, der geniale Gründer des Unternehmens, stirbt im Alter von 51 Jahren. Sein Bruder Giovanni übernimmt die Leitung des Unternehmens.

Die 50er-Jahre: Die Expansion des Unternehmens in Italien

1950 hat Ferrero sein eigenes, höchst effizientes Vertriebsnetz entwickelt, zahlreiche Läger in ganz Italien eröffnet und unterhält eine Flotte von Lieferwagen.

1954 wird eine neue Marke geschaffen, die den Namen national bekannt machen wird und für die wichtigsten Werte steht, mit denen sich das Unternehmen identifiziert: Ferrero, kursiv geschrieben, in kleinen Buchstaben, unter einer stilisierten Krone, zu Ehren der Stadt Alba, der „Stadt der hundert Türme“.

1956: Die erste Fabrik im Ausland

Ferrero eröffnet eine Fabrik in Stadtallendorf, Deutschland. Zunächst wird dort **Cremalba** hergestellt und mit Erfolg auf dem deutschen Markt eingeführt. Danach wird **Mon Chéri** eingeführt, das einen außerordentlichen Erfolg hat.

1957: Michele Ferrero übernimmt die Leitung

1957 stirbt Giovanni Ferrero. Sein Neffe Michele Ferrero übernimmt die Leitung des Unternehmens und modernisiert innerhalb kurzer Zeit die Produktionsstätten, um so die Produktionszahlen durch zunehmend ausgeklügelte und effiziente Technologie und Maschinen zu erhöhen.





Die 60er-Jahre: Expansion des Unternehmens in Europa

1960 wird Ferrero Frankreich gegründet, bald darauf folgt Ferrero Belgien.

Binnen weniger Jahre und dank eines geeigneten Handelsnetzes expandiert Ferrero in Europa und gründet Niederlassungen in folgenden Ländern: Niederlande, Luxemburg, Großbritannien, Österreich, Dänemark, Schweden und Schweiz. 1964 werden die neuen Büros für Ferrero Italien in Pino Torinese eingeweiht.

1964: Michele Ferrero erfindet Nutella.

1968 bringt Michele Ferrero Kinder Schokolade auf den Markt, eine Marke, die einer Reihe von Produkten den Weg ebnet: die „Kinder“-Range.

Die 70er- und 80er-Jahre

1969 wird Ferrero USA gegründet. In den folgenden Jahren werden neue Ferrero-Niederlassungen und -Fabriken in Kanada, Lateinamerika, Südostasien und Australien eröffnet. Anfang der 1980er Jahre ist Ferrero strategisch auf allen fünf Kontinenten vertreten.

1985: In Süditalien werden **zwei neue Fabriken** eröffnet, die zum wirtschaftlichen Aufschwung der Region beitragen, die 1980 vom Erdbeben in Irpinia verwüstet wurde.

Die 90er-Jahre

In den 1990er Jahren beginnt Ferrero, die osteuropäischen Märkte zu erschließen. Firmensitze werden in Polen, Ungarn und der Tschechischen Republik gegründet. Außerdem wird eine neue Fabrik in Belsk, Polen, eröffnet.

1994: Ein schreckliches Hochwasser

Im November kommen bei einem schrecklichen Hochwasser viele Menschen im Piemont ums Leben. Die Überschwemmungen beschädigen auch die Fabrik in Alba.

Das Unternehmen erleidet schwere Schäden; die Produktion muss unterbrochen werden. Wie bereits im Jahr 1948 beschließen die Mitarbeiter – auch diejenigen, deren Häuser teilweise zerstört worden sind – Seite an Seite mit der Familie Ferrero zu arbeiten und „ihre“ Fabrik wieder aufzubauen.

Im Jahr 1997 übernimmt die dritte Generation die Leitung des Unternehmens: Michele Ferreros Söhne **Pietro und Giovanni** werden nach Jahren hervorragender Arbeit in der **Gruppe Chief Executive Officer** von Ferrero International, der Holding der Ferrero Gruppe, mit 17 Fabriken und insgesamt 16.000 Mitarbeitern.

Die 2000er-Jahre

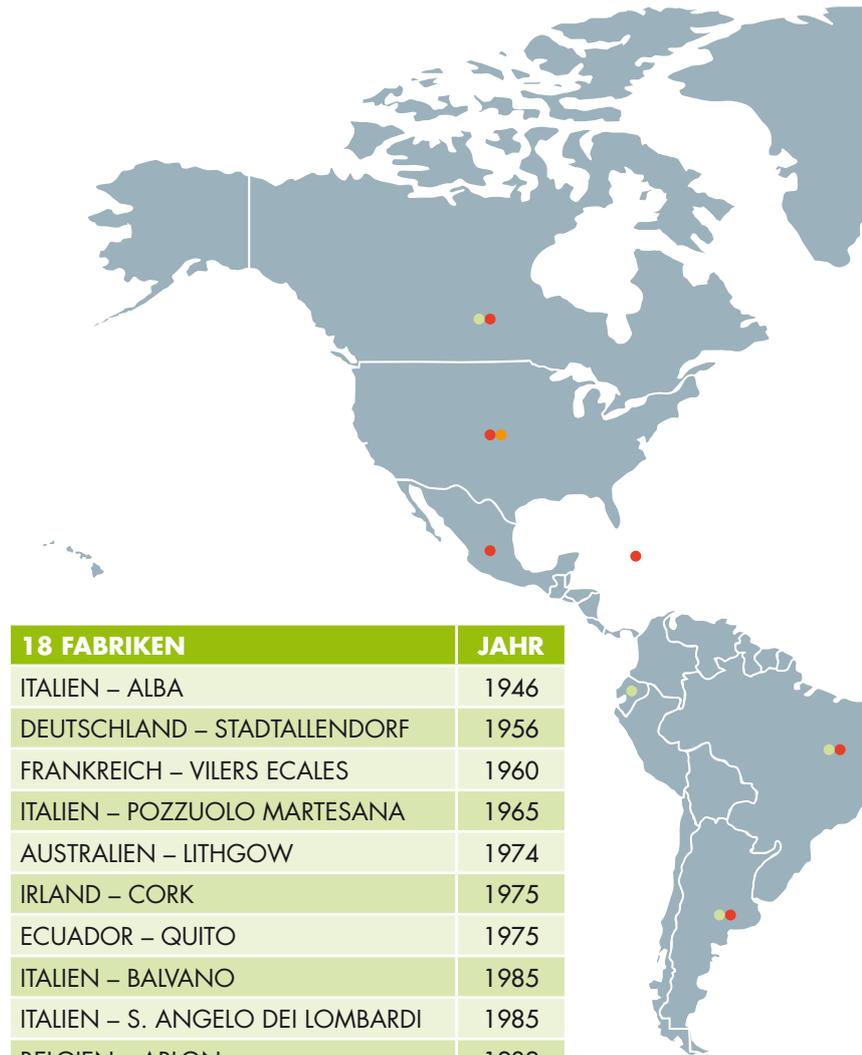
Zu Beginn des dritten Jahrtausends stärkt Ferrero sein internationales Konzept. Im Jahr 2004 feiert das Unternehmen den 40. Geburtstag von **Nutella** und den 30. Geburtstag von **Kinder Überraschung**.

2006 kommt mit **Gran Soleil** ein völlig neuartiges Produkt auf den Markt. Außerdem wird eine neue Fabrik in Brantford, Kanada, eröffnet.

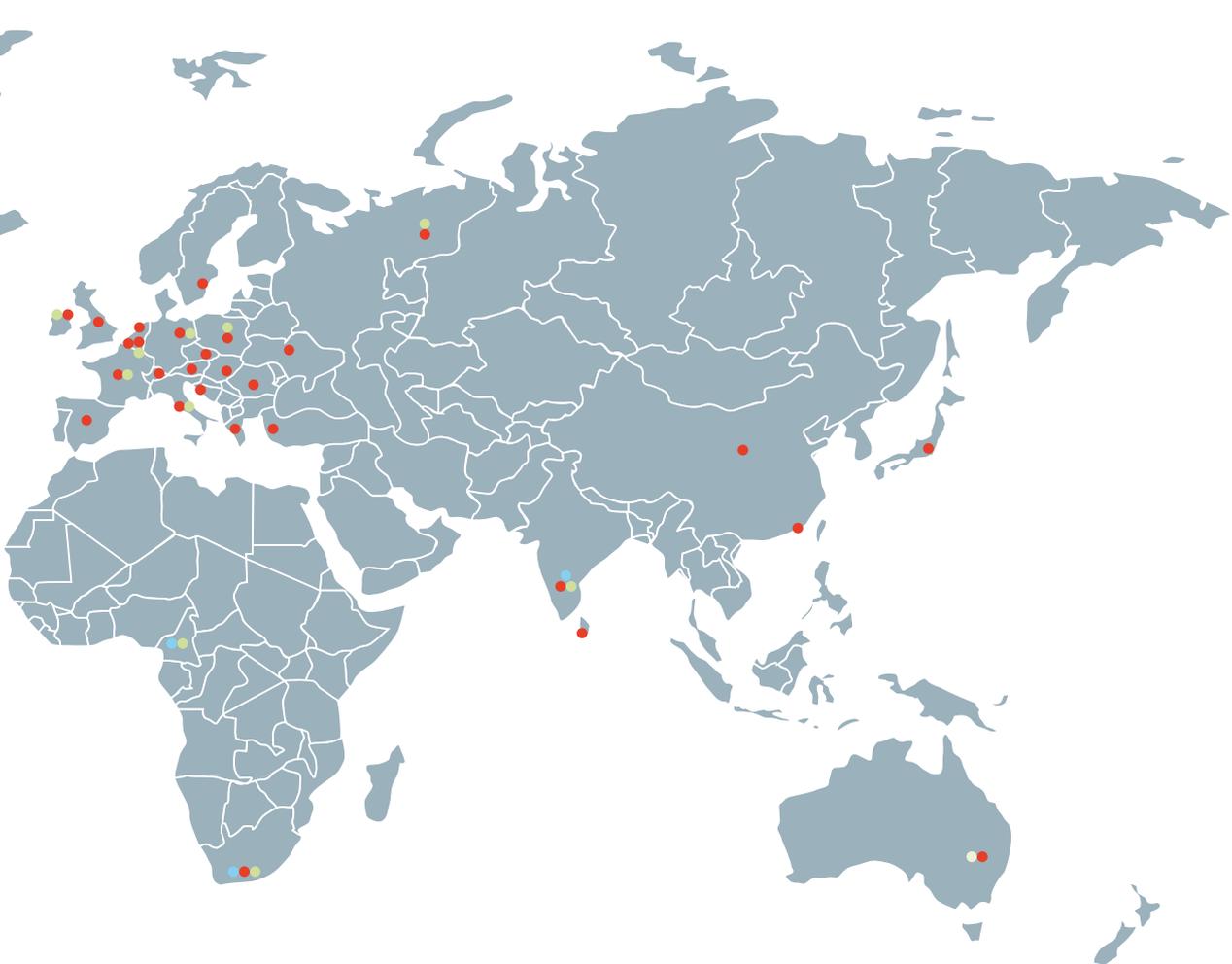
Wir sind nun im Jahre 2009 und unsere Geschichte geht weiter... mit mehr als 20.000 Mitarbeitern und einem Umsatz von über 6 Milliarden Euro. Die gesamte Familie Ferrero bringt auch weiterhin ihr hohes Engagement in das Unternehmen ein und unterstreicht die Werte Innovation und Qualität, die den Erfolg des Unternehmens ermöglicht haben.

FERRERO IN DER GANZEN WELT: SÜSSES OHNE GRENZEN

34 NIEDERLASSUNGEN	JAHR
DEUTSCHLAND	1956
BELGIEN	1958
FRANKREICH	1960
ITALIEN	1964
GROSSBRITANNIEN	1966
SCHWEIZ	1966
SCHWEDEN	1968
ÖSTERREICH	1971
IRLAND	1975
NIEDERLANDE	1980
SPANIEN	1988
POLEN	1992
LUXEMBURG	1993
UNGARN	1994
TSCHECHISCHE REPUBLIK	1994
RUSSLAND	1997
UKRAINE	2003
KROATIEN	2003
GRIECHENLAND	2005
RUMÄNIEN	2006
VEREINIGTE STAATEN	1969
KANADA	1974
AUSTRALIEN	1974
PUERTO RICO	1975
HONG KONG	1976
JAPAN	1978
ARGENTINIEN	1992
MEXIKO	1992
BRASILIEN	1994
SRI LANKA	2004
INDIEN	2004
SÜDAFRIKA	2004
TÜRKEI	2005
CHINA	2006



18 FABRIKEN	JAHR
ITALIEN – ALBA	1946
DEUTSCHLAND – STADTALLENDORF	1956
FRANKREICH – VILERS ECALES	1960
ITALIEN – POZZUOLO MARTESANA	1965
AUSTRALIEN – LITHGOW	1974
IRLAND – CORK	1975
ECUADOR – QUITO	1975
ITALIEN – BALVANO	1985
ITALIEN – S. ANGELO DEI LOMBARDI	1985
BELGIEN – ARLON	1989
POLEN – BELSK	1992
ARGENTINIEN – LA PASTORA	1992
BRASILIEN – POCOS DE CALDAS	1994
KANADA – BRANTFORD	2006
KAMERUN - YAOUNDÉ	2006
INDIEN - BARAMATI	2007
SÜDAFRIKA - JOHANNESBURG	2007
RUSSLAND - VLADIMIR*	2009



KONFEKTIONIERUNGSZENTRUM	JAHR
VEREINIGTE STAATEN - Somerset	1969

SOZIALE UNTERNEHMEN	JAHR
KAMERUN - YAOUNDÉ	2004
SÜDAFRIKA - GAUTEN - JOHANNESBURG	2005
INDIEN - BARAMATI (PUNE)	2007

* 2008 wurde die neue Fabrik in Russland (Vladimir) fertig gestellt und eröffnet. Sie ist seit 2009 in Betrieb.

FRISCHE UND INNOVATION WAREN SCHON IMMER DER SCHLÜSSEL ZU UNSEREM ERFOLG



* Die Jahreszahlen geben an, wann das jeweilige Produkt auf den italienischen Markt gebracht wurde.

UND VIELES MEHR...

CREMES

NUTELLA&GO!, NUTELLA SNACK & DRINK

SNACKS

HANUTA, KINDER BUENO WHITE, KINDER COUNTRY, KINDER RIEGEL, TRONKY, YOGURETTE

BACKWAREN

BRIOSS, FIESTA, KINDER BRIOSS, KINDER COLAZIONE PIÙ, KINDER PAN E CIOC,
YOGO BRIOSS

GEKÜHLTE PRODUKTE

KINDER CHOCO FRESH, KINDER MAXI KING, KINDER PINGUÍ

EIER

KINDER FREUDE, KINDER SOFTY, NOGGY, KINDER SCHOKO-BONS

PRALINEN

FERRERO KÜSSCHEN, FERRERO OPERA, GIOTTO

EINIGE ZAHLEN ZU UNSERER PRODUKTION...

FERRERO GRUPPE		
PRODUKTE GESAMT	2007-2008	2008-2009
IN 100 KG	9.782.500	9.817.700

FERRERO INTERNATIONAL		
NETTO-UMSATZ	2007-2008	2008-2009
IN 1.000 €	6.214.058	6.345.036

ÜBER UNS...

AUSZEICHNUNG FÜR BESTE REPUTATION UND ZUVERLÄSSIGKEIT

Das Reputation Institute in New York hat Ferrero als Unternehmen mit der insgesamt besten Reputation bei den Verbrauchern mit dem ersten Preis ausgezeichnet.
2009

Auszeichnung der CSR-Initiative für Frieden und Sport

Die Nichtregierungsorganisation „Peace and Sport“ (www.peace-sport.org) hat Kinder + Sport als eines der drei besten CSR-Projekte ausgezeichnet.
2009

Coolbrands-Auszeichnung für Unternehmensführung

Coolbrands, das die coolsten Marken auf dem italienischen Markt wählt, hat drei Ferrero Produkte benannt: Esthé, als führendes Teegetränk, Ferrero Rocher als die am weitesten verbreitete Praline der Welt und Nutella als einzigartigen und unnachahmlichen Brotaufstrich.
2009



Goldener Zuckerhut

Ferrero Deutschland wurde zum zweiten Mal mit dem „Goldenen Zuckerhut“ als Unternehmen der Lebensmittelindustrie ausgezeichnet, das die Branche am stärksten beeinflusst und zu ihrer langfristigen Entwicklung beiträgt.
2009

Markenauszeichnung für Gran Soleil

Eine Jury von 20 Experten aus verschiedenen Fachbereichen hat Ferrero für Gran Soleil mit dem ersten Preis dafür ausgezeichnet, „in der Lage gewesen zu sein, eine innovative Mischung aus hervorragender Qualität und neuen Produktionstechnologien sowie eine erfolgreiche Positionierung hinsichtlich Geschmack und Service zu schaffen und beizubehalten.“
2007, 2008

European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions

Die Europäische Stiftung zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen führte eine Studie in verschiedenen Ländern, Branchen und Unternehmen durch und führt Ferrero unter den Top-Unternehmen auf, die mit einem erfolgreichen Konzept die Beziehungen zu ihren Mitarbeitern während der Zeit ihrer Beschäftigung sowie auch nach dem Ausscheiden aus dem Berufsleben gestalten.
2006



* Die Illustrationen sind Teil des historischen Archivs Ferrero

DIE ERREICHTEN ZIELE...

Das Unternehmen Ferrero wurde 1946 offiziell gegründet

1956 wird die erste Fabrik im Ausland gebaut.

Bis zum Jahr 2008 entwickelt sich das Unternehmen zu einem der größten Süßwarenunternehmen der Welt.

Dieses Ziel konnte durch kontinuierliche Konzentration auf die Qualität der Produkte, Innovation, Fürsorge für die Mitarbeiter und Respekt für die Umwelt erreicht werden.

„Reputation Award 2009“

Ferrero wurde von Verbrauchern in 32 Ländern bewertet und erhielt als vertrauenswürdigstes Unternehmen die prestigeträchtigste internationale Auszeichnung für die Reputation von Unternehmen.

18 Fabriken und immer neue Produkte

Zehn in Europa und acht in: Australien, Ecuador, Argentinien, Brasilien, Kanada, Kamerun, Indien und Südafrika.

Über 20.000 Mitarbeiter

Am 31. August 2009 beschäftigen wir 21.555 Mitarbeiter, davon 83% in Europa.

Gesunder Lebensstil

Unsere Produkte haben die richtige Portionsgröße und lassen sich leicht in eine ausgewogene Ernährung integrieren. Außerdem fördern wir körperliche Aktivität und Sport.

Umweltschutz

Unser Fabrikmanagement und unsere Leitlinien zur energieeffizienten Nutzung natürlicher Ressourcen zielen darauf ab, die Umweltbelastung zu reduzieren.

Praktische Antworten auf die Bedürfnisse der Menschen

2009 eröffnete Ferrero eine Tagesstätte für bis zu 60 Kinder von Ferrero-Mitarbeitern und Einwohnern der Stadt Alba.

...UND JENE, DIE BIS 2013/2015 ERREICHT WERDEN SOLLEN

Für die Menschen bei Ferrero und die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind

Fertigstellung des Konzeptes zur Verbreitung der Unternehmensprinzipien

(siehe Kapitel 1 und 4)

Förderung der Aktivitäten der „Sozialen Unternehmen“ und der „Fondazione Ferrero“

(siehe Kapitel 3 und 2)

Für den Schutz der Umwelt

Zunehmendes Engagement im Bereich Umwelt. Die Ziele lauten unter anderem:

Entwicklung von Energiekapazitäten aus Eigenproduktion zur Deckung des Energiebedarfs unserer sämtlichen Fabriken in Europa

(siehe Kapitel 9)

Reduzierung der CO₂-Emissionen unserer Produktionsstätten um mindestens 15% im Vergleich zu 2007

(siehe Kapitel 9)

Für eine ethische Beschaffung unserer Rohstoffe

Auswahlkriterien für unsere Rohstoffe sind Qualität und Ethik: Unser Hauptziel ist es, bis 2015 zu 100% als nachhaltig zertifiziertes Palmöl zu beziehen

(siehe Kapitel 7)

Für die Förderung eines gesunden Lebensstils

Kontinuierliche Förderung und Ausbau der Initiative „Kinder + Sport“ – unserem Projekt für einen gesunden Lebensstil durch die Einbindung von täglichem Sport, insbesondere bei Kindern

(siehe Kapitel 5)

Für eine verantwortungsbewusste Kommunikation

Zu diesem Zweck werden wir bis Januar 2012 eine weltweite Selbstregulierungspolitik für an Kinder gerichtete Werbung umsetzen

(siehe Kapitel 5)



SOZIALE VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS

UNSERE WERTE
FÜR DIE ZUKUNFT

KAPITEL 1

VISIONEN,
PRINZIPIEN UND
UNTERNEHMENS-
FÜHRUNG DER
FERRERO GRUPPE

Engagement für vorzügliche Qualität und Zuverlässigkeit

Seit der Gründung des Unternehmens durch Pietro Ferrero im Jahr 1946 war das Engagement für vorzügliche Qualität und Zuverlässigkeit unserer Produkte unsere Mission. Pietros Sohn Michele hat diese Philosophie zuerst in Europa und dann im Rahmen der Expansion des Unternehmens auch weltweit verbreitet.

Basierend auf diesem soliden Fundament ist das Unternehmen dank der Anstrengungen unserer Mitarbeiter, die ständig neue Unternehmensziele verfolgen, immer weiter gewachsen, ohne dabei die grundlegenden Werte des Unternehmens aus den Augen zu verlieren.

Dieser erste Bericht zur sozialen Verantwortung des Unternehmens soll die ethische Vision des Unternehmens untermauern sowie die Prinzipien unseres Unternehmens transparent und zusammenhängend darstellen. Diese Prinzipien wurden im Jahr 2004 zum ersten Mal zusammengefasst und intern kommuniziert. Im Jahr 2009 wurden sie in der nachfolgenden Form aktualisiert. Sie dienen als Leitfaden für das Verhalten aller Ferrero-Mitarbeiter in den täglichen Beziehungen zu Verbrauchern, Gemeinden, Institutionen und Geschäftspartnern.

MIT DEN WORTEN VON MICHELE FERRERO:

„Ferrero steht eine große Bandbreite an Ressourcen zur Verfügung, die es dem Unternehmen ermöglicht, Schwierigkeiten zu überwinden und gleichzeitig den Kurs für ein solides Wachstum für die Zukunft beizubehalten. Diese Ressourcen basieren auf der Stärke seiner Produkte und auf dem Zugehörigkeitsgefühl, das alle Mitarbeiter verspüren. (...) Seien Sie also zuversichtlich, geben Sie auch weiterhin ihr Bestes im Hinblick auf Loyalität, Professionalität und Hingabe – Eigenschaften, die schon immer Ihre Arbeit charakterisiert haben: Unmissverständliche Werte, die uns in der Vergangenheit zum Erfolg verholfen haben und die auch für die Zukunft ein wichtiges Element sein werden.“

(Michele Ferrero – Neujahrsbotschaft an die Mitarbeiter, Dezember 2008)

Werte des Unternehmens

Ferrero basiert auf einer Familiengeschichte und wurde auf der Grundlage von Prinzipien und Werten, die für uns alle gelten, geschaffen.

Diese lauten wie folgt:

LOYALITÄT UND VERTRAUEN

- Unsere fortwährende Konzentration auf die Bedürfnisse der Verbraucher ist das Fundament unserer Unternehmenspolitik, die von maximaler Transparenz und höchster Qualität inspiriert ist. Unsere Loyalität gegenüber unseren Verbrauchern und das Vertrauen, das sie mit ihren Einkäufen Tag für Tag in unsere Produkte setzen, sind die wesentlichen Elemente unserer langfristigen Beziehung mit ihnen.
- Unsere Verhaltensweisen im Unternehmen basieren auf gegenseitigem Vertrauen zwischen Kollegen, absoluter Einsatzbereitschaft und Transparenz gegenüber der Gruppe sowie gegenüber allen Interessierten, mit denen wir täglich interagieren.

RESPEKT UND VERANTWORTUNG

- Wo auch immer Unternehmen der Ferrero Gruppe tätig sind, unterstützen sie den Schutz der Menschenwürde sowie die uneingeschränkte und bedingungslose Beachtung der Menschenrechte.
- Wir unterstützen die Abschaffung der Ausbeutung von Kinderarbeit und von Zwangsarbeit im Rahmen unseres Einflussbereiches entlang der gesamten Produktionskette durch spezielle rechtliche Maßnahmen und enge Beziehungen zu den Gemeinschaften vor Ort.
- Auf der Grundlage unseres Respekts für das Prinzip der Gleichbehandlung fördern wir die berufliche und persönliche Entwicklung unserer Mitarbeiter. Dies trägt auch zur Stärkung unserer bereits guten Beziehungen zu den Gemeinden bei, in denen wir tätig sind.
- Wir vermeiden jegliche Form von Diskriminierung von Mitarbeitern in allen Unternehmen der Ferrero Gruppe. Hauptziel unserer Personalstrategie ist die Schaffung langfristiger Beziehungen auf der Basis der Prinzipien der beruflichen Entwicklung und der Anerkennung von Verdiensten.
- Wir garantieren selbstverständlich unseren Mitarbeitern die Freiheit, einer Gewerkschaft beizutreten, und wir erkennen die Rolle der Gewerkschaften bei der Vertretung von Arbeitnehmerinteressen an.
- Der Schutz der menschlichen Gesundheit sowie der Respekt für die Umwelt sind zentrale Elemente unserer betrieblichen Arbeitsabläufe. Wir legen Wert auf einen nachhaltigen Gebrauch der in unseren Fabriken verwendeten Ressourcen wie z. B. Wasser, Energie, Rohstoffe, Verpackungsmaterialien sowie auch erneuerbarer Energiequellen. Wir verfolgen das Ziel, die Umweltbelastung in allen Bereichen zu reduzieren, insbesondere durch eine Verringerung von Emissionen, die Vermeidung von Abfällen und ein effizientes Wertstoffmanagement.

INTEGRITÄT UND ERNSTHAFTIGKEIT

- Unsere Kommunikation mit den Verbrauchern - dazu gehört auch die Werbung - achtet entsprechend unseren moralischen und ethischen Prinzipien die Würde des Menschen sowie die Werte Familie und Kinder. Sie soll im Einklang mit einem maßvollen Konsum unserer Produkte und der Förderung eines gesunden Lebensstils stehen.
- Wir vertreten unsere Interessen bei internationalen, nationalen und lokalen Institutionen auf der Basis solider wissenschaftlicher Kenntnisse, geprägt von Integrität, korrektem Verhalten sowie Transparenz.

LEIDENSCHAFT FÜR FORSCHUNG UND INNOVATION

- Unser Ziel ist es, durch innovative Forschungs- und Produktionsprozesse unter Einsatz unserer Technologien einzigartige Produkte zu schaffen.
- Wir wenden ein konsolidiertes System zur Qualitätssicherung und Nachverfolgbarkeit über die gesamte Lieferkette hinweg an, um immerwährend dieselben organoleptischen und ernährungsbezogenen Eigenschaften der Rohstoffe zu gewährleisten.
- Ein grundlegendes Element unseres Erfolgs ist die sorgfältige Auswahl hochwertiger Rohstoffe, deren Beschaffung aufgrund eines strengen Kodex in Bezug auf Ursprung, Ernte und Verarbeitung erfolgt.
- Weltweit gewinnen Themen wie Lebensmittelsicherheit oder Ernährung und Bewegung an Bedeutung. Deshalb sind unsere Forschungsstrategie sowie unsere Produktionsinvestitionen darauf ausgerichtet, Spitzenprodukte zu schaffen, die in Sachen Ernährungsbeitrag und Portionierung so konzipiert sind, dass sie sich – mit besonderem Augenmerk auf Kinder und Familie – in eine ausgewogene Ernährung einbinden lassen.

WIR FOLGEN DEM MOTTO „**LAVORARE, CREARE, DONARE**“ (**ARBEITEN, AUFBAUEN, ZURÜCKGEBEN**), DAS MICHELE FERRERO BEREITS ZU BEGINN SEINER BERUFLICHEN TÄTIGKEIT FORMULIERTE. KURZ GESAGT, WIR ZIEHEN DIE ETHIK DES HANDELNS DER PRAXIS DES SCHEINS VOR.

Auf diese Philosophie stützen und berufen sich:

- die „**Fondazione Ferrero**“ (**Ferrero Stiftung**), die sich dafür einsetzt, die Beziehung mit pensionierten Ferrero-Mitarbeitern durch soziale und kulturelle Aktivitäten lebendig und dauerhaft zu gestalten und die regionale Bindung an unsere Standorte zu stärken;
- die **Sozialen Unternehmen**, um durch Investition und Nutzung der Ressourcen die Lebensbedingungen der Gemeinschaften in Entwicklungsländern insbesondere für Kinder zu verbessern;
- die **gesamte Ferrero Gruppe**, die sich seit ihrer Gründung jeden Tag aufs Neue mit Maßnahmen und Aktivitäten mit sozialer Verantwortung engagiert.

Unsere Unternehmensgrundsätze stehen im Einklang mit den maßgeblichen Konventionen der Vereinten Nationen (insbesondere mit der „Global Compact“-Konvention und der „Kinderrechtskonvention“) sowie mit den Konventionen der internationalen Arbeits- und der Weltgesundheitsorganisation.

Diese Unternehmensprinzipien sind die **Grundlage unseres Ethikkodexes, der auf unserer Website www.ferrero.com nachzulesen ist.**

Zur Übermittlung von Fragen, die die soziale Verantwortung des Unternehmens betreffen, haben wir folgende E-Mail-Adresse eingerichtet: csr@ferrero.com.

Die folgenden Kapitel werden darlegen, wie unsere Geschäftsstrategie von unseren Unternehmensgrundsätzen bestimmt wird. Hierunter fallen auch geeignete Strukturen zur Unternehmensführung im Hinblick auf CSR, wie nachfolgend beschrieben.

Nächste Schritte

WIR AKTUALISIEREN DERZEIT DAS INTERNE MONITORING IM HINBLICK AUF VERSTÖSSE GEGEN UNSEREN ETHIKKODEX.

WIR HABEN EIN KONZEPT ZUR VERBREITUNG DER NEUEN UNTERNEHMENSPRINZIPIEN SOWIE DES ETHIKKODEXES AN ALL UNSERE MITARBEITER UND UNSERE WICHTIGSTEN EXTERNEN PARTNER ERARBEITET. DIES SOLL IM ERSTEN HALBJAHR 2010 GESCHEHEN. DIE EXTERNE ZERTIFIZIERUNG DIESES PLANS ERFOLGT DURCH DELOITTE (SIEHE S. 98).

Die Unternehmensführung der Ferrero Gruppe

Seit 1946 hat sich die Unternehmensführung der Ferrero Gruppe parallel zu ihrer Expansion ständig weiterentwickelt. Sie ist charakterisiert durch die **Kontinuität eines Familienunternehmens sowie die Expansion und Erschließung neuer Märkte, aber auch durch die Eröffnung neuer Fabriken und kontinuierliche Produktinnovation.**

Zum 31. August 2009 gehören der Ferrero International, einer in Luxemburg (Findel Business Center, Route de Trèves L-2632), ansässigen Holding, die nach luxemburgischem Recht als Aktiengesellschaft („Société Anonyme“) eingetragen ist, etwa 70 Unternehmen an. Ferrero International wird nach einem klassischen Modell geführt, in dem die **Aktionärsversammlung** und der **Vorstand** eine zentrale Rolle spielen. Der Vorstandsvorsitzende hat keine Geschäftsführungsgewalt. Dem Vorstand gehören auch Mitglieder außerhalb der Familie Ferrero an, so z. B. der Vizepräsident.

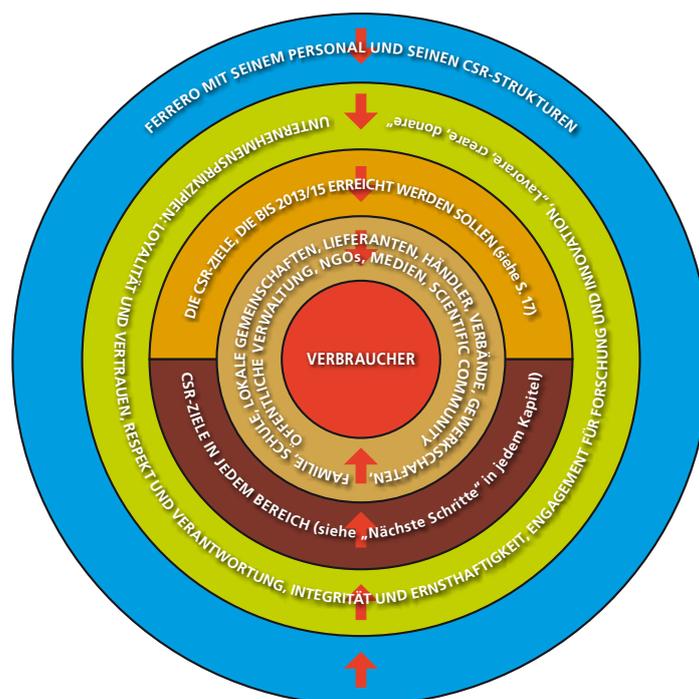
Der **Vorstand** wird von den Verwaltungsausschüssen unterstützt. Darüber hinaus hat der Vorstand ein Netzwerk aus Prüfungsausschüssen eingerichtet, die sowohl auf Konzernebene als auch auf lokaler Ebene tätig sind und überwiegend mit externen hochqualifizierten Fachleuten besetzt sind.

Die genannten Prüfungsausschüsse beraten den Vorstand und sprechen Empfehlungen zum internen Kontrollsystem aus. Mithilfe der Unterstützung der Prüfungsausschüsse kann der Vorstand Leitlinien zur Verbesserung der Effektivität des internen Kontrollsystems herausgeben, die ständig im Hinblick auf international bewährte Verfahrensweisen überprüft werden.

Der **Prüfungsausschuss** von Ferrero International kontrolliert außerdem die Prüfungsvorbereitung sowie die individuellen und konsolidierten Bilanzen. Er überwacht auch die Effektivität und Effizienz der externen Prüfungsaktivitäten und der internen Prüfungsfunktion.

Der **Ausschuss für Karriere und Gehalt** legt die allgemeine Gehaltspolitik für die Top-Manager von Ferrero sowie deren Karrierepläne fest. Darüber hinaus spricht dieser Ausschuss Vorschläge und Empfehlungen hinsichtlich der Beziehungen zu den Mitarbeitern aus und entwickelt Vorschläge zur Ernennung von Top-Managern in den Unternehmen.

Die Definition und Verwaltung der **Politik zur sozialen Verantwortung der Ferrero Gruppe** obliegt zwei Sonderausschüssen, die vom Vizepräsidenten koordiniert werden: dem **CSR-Lenkungsausschuss** und der **CSR-Arbeitsgruppe**.



Der CSR-Lenkungsausschuss setzt sich aus Vorstandsmitgliedern, Geschäftsführern und leitenden Managern zusammen und ist dafür verantwortlich, den Kurs und die Leitlinien der Politik zur sozialen Verantwortung des Konzerns vorzugeben, wohingegen die Hauptaufgabe der CSR-Arbeitsgruppe darin besteht, diese Politik und entsprechende Maßnahmen in Zusammenarbeit mit den auf lokaler Ebene eingerichteten CSR-Teams zu verwalten und umzusetzen. Das CSR-Koordinationsbüro hat seinen Sitz in Brüssel (E-Mail: csr@ferrero.com).

Mithilfe der genannten CSR-Ausschüsse wurden auf der Grundlage der Werte und Prinzipien des Unternehmens sowie unter Beteiligung unserer wichtigsten Interessengruppen **die wichtigsten Themen im Bereich soziale Verantwortung für den Konzern ausgewählt**. Dieser Prozess hat es uns ermöglicht, unsere Definition für die interne und externe Bedeutung und das Verständnis für die externe Auswirkung der betreffenden CSR-Themen weiter zu verfeinern. Diese Arbeit ist natürlich noch immer im Gange und wird auch fortgeführt werden, insbesondere durch die Erweiterung unserer „Anhörungsinitiativen“ mit ausgewählten externen Interessengruppen. Wir sind besonders stolz darauf, dass all unsere internen Überlegungen einen gleich bleibenden Faktor bestätigt haben: **Das Vertrauen der Verbraucher** ist unser größtes Ziel und wichtigstes Prinzip aller vom Konzern durchgeführten Maßnahmen. Außerdem zeichnet sich eine weitere Priorität ab, nämlich die **Zentralisierung der Personalentwicklung** in der Ferrero Gruppe. Als unsere wichtigsten externen Interessengruppen ergaben sich: Familien, Schulen, die Gemeinden, in denen wir tätig sind, unser Lieferanten- und Händlernetzwerk, Verbände, Gewerkschaften, öffentliche Institutionen, Nichtregierungsorganisationen (Non Governmental Organisations, NGOs), Medien und die Scientific Community.

DIE WICHTIGSTEN VERBÄNDE, IN DENEN FERRERO AUF INTERNATIONALER UND EUROPÄISCHER EBENE AKTIV IST

AEF – Advertising Education Forum, eine gemeinnützige Organisation, die Informationen zur Regulierung von Werbung auf nationaler Ebene bietet, insbesondere im Hinblick auf Kinder (www.aeforum.org).

AIM – European Brands Association des Industries de Marque, bringt die wichtigsten Markenindustrien der EU an einen Tisch (www.aim.be).

CAOBISCO – Association of chocolate, biscuit and confectionery industries of Europe, vertritt etwa 2.000 Unternehmen in der EU (www.caobisco.com).

CIAA – Confédération des industries agro-alimentaires de l'UE, vertritt und fördert die Interessen von Getränke- und Lebensmittelunternehmen in der EU (www.ciaa.be).

EUFIC – European Food Information Council, gemeinnützige Organisation, die von Lebensmittel- und Getränkeunternehmen sowie der Europäischen Kommission unterstützt wird, Informationen zu Lebensmittelsicherheit und -qualität bietet und entsprechende Studien durchführt (www.eufic.org).

IFBA – International Food & Beverage Alliance, setzt sich zusammen aus den führenden global agierenden Lebensmittel- und Getränkeunternehmen, um das gemeinsame Ziel der Förderung einer ausgewogenen Ernährung und eines gesunden Lebensstils von Verbrauchern zu unterstützen (www.ifballiance.org).

TIE – Toy Industries Europe, vertritt die Interessen der Spielwarenhersteller in der Europäischen Union (www.tietoy.org).

WFA – World Federation of Advertisers, Weltdachverband der nationalen Werbeverbände und der werbetreibenden Unternehmen (www.wfanet.org).

Die Liste der Verbände, in denen Ferrero auf nationaler Ebene aktiv ist, ist auf der jeweiligen nationalen Ferrero Website verfügbar.

In Bezug auf die Organisation der Produktionskette verwaltet die Ferrero Gruppe alle wesentlichen Prozesse direkt, so z. B.:

- Produktforschung und -entwicklung, Produktionsprozesse und -techniken;
- Entwicklung von Ausrüstung und Maschinen von strategischer Bedeutung (etwa 50%);
- Produktions- und Verarbeitungstätigkeiten.

Darüber hinaus laufen spezielle Initiativen zur „vertikalen Integration“, insbesondere z. B.:

- die Entwicklung einer landwirtschaftlichen Produktionskette für Haselnüsse mit dem Ziel, zumindest einen Teil des Haselnussbedarfs durch eigene Plantagen zu decken (siehe Kapitel 7);
- die Entwicklung von Maßnahmen zur Energieerzeugung und Kommerzialisierung mit dem Ziel, zumindest einen Teil des Energiebedarfs der Einrichtungen der Ferrero Gruppe durch Investitionen in hocheffiziente Fabriken und erneuerbare Energien zu decken (siehe Kapitel 9).

Die folgenden Aktivitäten werden ausgegliedert (Outsourcing):

- Sonderverpackungen für Werbeaktionen, für etwa 25-30% des Produktionsvolumens des Konzerns;
- einige Handels- und/oder Vertriebsaktivitäten für bestimmte Produkte in bestimmten Ländern, für etwa 10-15%;
- einige Verwaltungs- und Buchhaltungsdienstleistungen.





SOZIALE VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS

Das Foto, auf dem Ferrero Pensionäre zu sehen sind, stammt von Bruno Murialdo.

ARBEITEN, AUFBAUEN,
ZURÜCKGEBEN

KAPITEL 2

SOZIALES
ENGAGEMENT
UND
BEZIEHUNGEN ZU
DEN GEMEINDEN



Die Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero: EINE STIFTUNG FÜR DIE MENSCHEN UND DIE FÖRDERUNG DER KULTUR

Ferrero hat es verstanden, mit einzigartigen Produkten das Vertrauen der Verbraucher weltweit zu gewinnen und gleichzeitig unternehmensintern ein menschliches Umfeld zu schaffen, das auf Grundsätzen und Werten basiert, die von Generation zu Generation weitergegeben wurden. Gleichmaßen hat Ferrero es verstanden, neben dem starken Unternehmensgeist ein ebenfalls starkes Zugehörigkeitsgefühl entstehen zu lassen, das im Bewusstsein der Menschen einen festen Platz hat und eine echte und tiefe Bindung zwischen den Mitgliedern der Eigentümerfamilie und allen Mitarbeitern geschaffen hat.

In diesem Sinn hat die Familie Ferrero bereits 1983 eine Institution mit dem Namen „Opera Sociale“ ins Leben gerufen, die anfänglich für ehemalige Mitarbeiter von Ferrero Italien gedacht war und es diesen ermöglichen sollte, sich weiterhin dem Unternehmen zugehörig zu fühlen.

1991 entwickelte sich aus der Opera Sociale die Fondazione Ferrero. Dies entsprach dem Wunsch von Michele Ferrero, Träger des Verdienstkreuzes „Cavaliere del Lavoro“, der die Stiftung nach seinen Eltern und seinem Onkel, den Gründern des Süßwarenunternehmens, benannte.

„ICH MÖCHTE, DASS DEN PERSONEN, DIE ZUSAMMEN MIT MIR ZUR ENTWICKLUNG INNOVATIVER PRODUKTE FÜR DIE VERBRAUCHER BEIGETRAGEN HABEN, EIN ORT, FINANZMITTEL UND PERSONAL ZUR VERFÜGUNG STEHEN, DAMIT SIE WEITERHIN NEUE DINGE LERNEN, DEREN FRÜCHTE AN DIE ANDEREN UND AN DIE ÖRTLICHEN GEMEINDEN WEITERGEGEBEN WERDEN KÖNNEN“.

Mit diesen Worten schuf Michele Ferrero das Konzept, das den Aktivitäten der Fondazione Ferrero zugrunde liegt: Arbeiten, um neue Dinge zu schaffen, die an andere weitergegeben werden sollen.

Seit damals sind „Lavorare, creare, donare“ (Arbeiten, Aufbauen, Zurückgeben) die Leitwerte, an denen sich das Wirken der Fondazione Ferrero und der gesamten Ferrero Gruppe orientiert. Mit diesem Motto sollen die ursprünglichen Leitmotive hervorgehoben werden: Wertschätzung der Arbeit, Förderung von Kreativität und Ideen, humanitäres Engagement. Die Stiftung, deren **Vorsitz Maria Franca Ferrero** unermüdlich wahrnimmt, hat ihren Wirkungskreis und -horizont schrittweise ausgeweitet. Heute ist sie eine feste Institution und ein Zentrum, das sich in den Bereichen Soziales, Solidarität, Kultur und Kunst betätigt. Der Einflussbereich der Stiftung erstreckt sich vom Piemont auf ganz Italien und auch über die Landesgrenzen hinaus. Entsprechend den ethischen Grundsätzen der Familie Ferrero will die Stiftung Vorbild und Bezugspunkt für alle Gruppenunternehmen sein. Ausgehend vom italienischen Modell wurden bereits auch in Frankreich und Deutschland Initiativen für pensionierte Ferrero-Mitarbeiter und Kinder ins Leben gerufen.

Die Arbeit der Stiftung wurde am 14. Dezember 2005 mit der Goldmedaille für Verdienste um Schule, Kultur, Wissenschaft und Kunst ausgezeichnet, die Maria Franca Ferrero vom Präsidenten der Republik Carlo Azeglio Ciampi verliehen wurde. Mit dieser Medaille wurde die mehr als zwanzigjährige Tätigkeit der Ferrero Stiftung im Bereich Kultur und Soziales gewürdigt.

Die Aktivitäten der Fondazione Ferrero gliedern sich in die zwei Bereiche Soziales und Kultur.

Die sozialen Aktivitäten der Fondazione Ferrero

Im Mittelpunkt der Anliegen der Stiftung steht der pensionierte Mitarbeiter mit seinem Schatz an Werten, Erfahrungen, Kenntnissen und Hilfsbereitschaft. Die bereitgestellten Räumlichkeiten und Ressourcen gestatten es den ehemaligen Mitarbeitern, sich auch nach dem Ende ihres Erwerbslebens weiterzuentwickeln.

So gibt die Stiftung den Ferrero Pensionären die Möglichkeit, sich sportlich und kulturell zu betätigen sowie zwischenmenschliche Beziehungen zu pflegen. Hiervon profitieren letztendlich auch die Kommunen und die Region.

Durch das Angebot der Stiftung in den Bereichen Gesundheit, Medizin und Soziales können die Pensionäre ihre Fähigkeiten zum eigenen Nutzen und zum Vorteil anderer weiterentwickeln. In zahlreichen Arbeitsgruppen können sie sich in den vorhandenen Werkstätten in den unterschiedlichsten Tätigkeiten – Nähen, Töpfern, Fotografieren, Malen, Sticken u.v.m. – versuchen. In einer dieser Arbeitsgruppen führen Enkelkinder ihre Großeltern beispielsweise in die Geheimnisse des Internets ein.

Auch beteiligen sich die Pensionäre aktiv an den kulturellen Projekten der Stiftung, die im Laufe der Zeit immer zahlreicher und vielgestaltiger wurden: Sie wirken z. B. an der Einrichtung von Ausstellungen mit, empfangen Gäste, stellen das Aufsichtspersonal und helfen im Buchladen beim Verkauf der Ausstellungskataloge.

Zwischen 2003 und 2004 wurden Kurse eingerichtet, in denen ehrenamtlich Tätige auf ihren Einsatz zugunsten kranker und bedürftiger Menschen ausgebildet wurden. In diesem Sinn half die Stiftung auch beim Bau eines neuen Operationssaals für das Tumorzentrum der Stiftung „G. Pascale“ in Neapel.

Zusätzlich zu den Bewegungskursen der Fondazione Ferrero zur Vorbeugung und Linderung verschiedener Erkrankungen genießen die Teilnehmer auch eine hochwertige medizinische Betreuung. So besteht eine Kooperation mit mehreren medizinischen Fachzentren wie beispielsweise mit der Fondazione per la Macula in Genua, mit dem Istituto per la Ricerca e la Cura del Cancro in Candiolo, dem Istituto Europeo di Oncologia in Mailand und dem Istituto Nazionale per lo Studio e la Cura dei Tumori in Neapel.

Des Weiteren wurde eine Kooperation mit der von Prof. Maria Rita Parsi gegründeten Stiftung „Movimento Bambino“ auf den Weg gebracht. Im Rahmen dieser Kooperation wurde die „Carta di Alba“, ein Verhaltenskodex für den verantwortungsvollen Umgang von Kindern mit Neuen Medien, erarbeitet.

Neu eingerichtet wurde im Herbst 2009 die **firmeneigene Kindertagesstätte**. Hier sind zu besonders günstigen Mitarbeiterkonditionen 60 Kleinkinder im Alter zwischen drei Monaten und drei Jahren untergebracht. Die Kindertagesstätte ist insofern in die Gemeinde eingebunden, als ein Teil der Plätze für unternehmensfremde Familien aus Alba reserviert ist.

Die hochmoderne architektonische Gestaltung der Kindertagesstätte entspricht ihrem pädagogischen Anliegen: Die Flächen und Räume sind so konzipiert, dass sie eine Dauerwerkstatt bilden, in der die Kinder das Miteinander erlernen und Anreize erhalten (s. Kapitel 4).

Die kulturellen Aktivitäten der Fondazione Ferrero

Das kulturelle Engagement der Stiftung betrifft unterschiedliche Projekte und Initiativen auf dem Gebiet des Wissens – von den Geisteswissenschaften bis zu den Naturwissenschaften – und kommt in einer Reihe von Kongressen, Konferenzen, Seminaren, Ausstellungen und Konzerten zum Ausdruck.

Wichtige Veranstaltungen waren großen Persönlichkeiten der Kulturgeschichte von Alba und aus dem Piemont gewidmet. Die Stiftung steht in Zusammenarbeit mit Universitäten sowie internationalen, nationalen und regionalen Institutionen.

Die Region Piemont ist von jeher Partner der kulturellen Initiativen der Ferrero Stiftung. Seit der 2008 organisierten Ausstellung über die Kulturgeschichte der Schokolade („Il cioccolato, dai Maya al XX secolo“) ist die Zusammenarbeit noch enger geworden.

Gäste der Stiftung waren seit 1996 unter anderem die iranische Menschenrechtlerin Shirin Ebadi, Trägerin des Friedensnobelpreises 2003; Monsignore Gianfranco Ravasi; der Soziologe Luciano Gallino; der Schriftsteller Vincenzo Cerami; Carlo Petri, der Gründer von Slow Food; Giuseppe De Rita, Generalsekretär des Forschungsinstituts Censis; Pascual Chávez Villanueva, Generaloberer der Salesianer; Jean Todt und Rubens Barrichello vom Formel-1-Team Ferrari; der französische Philosoph Edgar Morin; die Unternehmerin Marina Salomon; die Journalisten Mario Calabresi, Giorgio Forattini, Piero Angela, Folco Quilici, Gian Paolo Ormezzano; der Kunstkritiker Philippe Daverio; der Klimaforscher Luca Mercalli und der Philosoph Galimberti.

Im Bereich Kunstgeschichte reichen die Aktivitäten der Stiftung vom 15. Jahrhundert bis zur Moderne. Ausstellungen und Publikationen wurden dem Renaissancemaler Macrino d'Alba und den ebenfalls im Piemont wirkenden Künstlern seiner Zeit gewidmet. Besondere Aufmerksamkeit schenkt die Stiftung den großen Vertretern des Kulturlebens von Alba: Roberto Longhi, Kunsthistoriker von Weltrang; Beppe Fenoglio, einer der großen Schriftsteller des 20. Jahrhunderts und Pinot Gallizio, eklektischer Vertreter der Experimentalkunstszene und einer der Begründer der Bewegung „Situationistische Internationale“. Die Stiftung beherbergt das Dokumentationszentrum Beppe Fenoglio, das seit mehr als zehn Jahren biographisches und bibliographisches Material über den berühmten Piemonteser Schriftsteller zusammenträgt und der Literaturforschung wie auch dem Publikum zur Verfügung steht. Im Bereich Geschichte wurden Forschungen zur Person des in Alba geborenen römischen Kaisers Publius Helvius Pertinax betrieben, der im 2. Jahrhundert n.Chr. lebte. Ihm wurde auch eine Tagung gewidmet, und auf der nach ihm benannten Piazza Pertinace in Alba wurde eine Bronzestatue des Kaisers aufgestellt, die eine Replik des in den Vatikanischen Museen aufbewahrten Originals ist.

Eine weitere Initiative galt dem ebenfalls aus Alba stammenden Rechtsgelehrten Pietrino Belli, der im 16. Jahrhundert lebte und wirkte. Mit seiner Schrift „De Militari et Bello Tractatus“ (1563) gilt er als Vordenker des humanitären Völkerrechts. Im Auftrag der Ferrero Stiftung wurde das Werk in die französische und italienische Sprache übersetzt; die Übersetzungen wurden in der römischen Accademia dei Lincei bzw. im Europäischen Parlament in Brüssel vorgestellt.



Fondazione Ferrero, Alba, Piemont. Foto: Alberto Piovano

Ferner vergibt die Stiftung Studien- und Forschungsstipendien an Institutionen oder Einzelpersonen, um so zur Verbesserung der Lebensqualität von Menschen, insbesondere von Kindern, beizutragen. So wurden kürzlich an Töchter und Söhne von Konzernmitarbeitern 25 Stipendien in Italien, 5 in Frankreich und 5 in Deutschland vergeben.

Die Universität Turin hat in Zusammenarbeit mit der Stiftung einen nach „Michele Ferrero“ benannten **Post-Graduate Master** in Ernährungswissenschaft und -technologie eingerichtet. In diesem Studiengang sollen Fachkräfte mit wissenschaftlichen Kenntnissen in den Bereichen Technologie, Biomedizin und Chemie ausgebildet werden. Dies geschieht, um ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt zu verbessern, indem man ihnen ein breites Wissen über die Gründe vermittelt, die für die Auswahl von neuen Nahrungsmitteln entscheidend sind oder bei der Reformulierung bereits bestehender Produkte eine Rolle spielen.

Jedes Jahr ist die Fondazione Ferrero Austragungsort des „Alba International Film Festival – Cinema e ricerca dello spirito“. Hier werden Filme vorgestellt, die die Suche nach geistiger Erneuerung thematisieren. Im Bereich Musik steht die Stiftung in Zusammenarbeit mit Italy & Usa – Alba Music Festival, mit dem gemeinnützigen Turiner Verein Unione Musicale und mit dem Turiner Verein für Chorgesang Accademia Stefano Tempia.

Näheres zu den Aktivitäten der Fondazione Ferrero ist auf der Website www.fondazioneferrero.it nachzulesen.

Nächste Schritte

IM BESTREBEN, ÄLTERE MENSCHEN GEBÜHREND ZU FÖRDERN, WERDEN DIE VON DER STIFTUNG ANGEBOTENEN AKTIVITÄTEN STÄNDIG DEN NEUEN BEDÜRFNISSEN DER SENIOREN IN EINEM SICH STÄNDIG VERÄNDERNDEN SOZIALEN UMFELD ANGEPASST.

DIE STIFTUNG WILL WEITERHIN THEMEN BEARBEITEN, DIE NICHT NUR AUF LOKALER EBENE, SONDERN LANDESWEIT VON BESONDEREM INTERESSE SIND. DIE ENTSPRECHENDEN AKTIVITÄTEN SOLLEN ENTWEDER DURCH DIE STIFTUNG DIREKT ODER IN ZUSAMMENARBEIT MIT ANDEREN INSTITUTIONEN ERFOLGEN (ZUM BEISPIEL BEI DISSERTATIONEN, MEDIZINISCHER FORSCHUNG, STIPENDIEN, MASTER-STUDIENGÄNGEN).

FERNER IST ANGESTREBT, AUCH DIE KULTURELLEN AKTIVITÄTEN VERSTÄRKT LANDESWEIT ZU ENTWICKELN, SODASS SIE DIE GRUNDLAGE FÜR WEITERGEHENDE UND VERTIEFENDE STUDIEN BILDEN KÖNNEN.

IM SEPTEMBER 2008 WURDE DIE INSTITUTION „OPERA SOCIALE“ IN DEUTSCHLAND EWIGWEIHT. SEITHER WERDEN DEN FERRERO PENSIONÄREN STETS NEUE KULTURELLE UND SOZIALE AKTIVITÄTEN ANGEBOTEN, SO ZUM BEISPIEL KULTURELLE VERANSTALTUNGEN, AUSSTELLUNGEN, MASSNAHMEN ZUR FÖRDERUNG DER KÖRPERLICHEN AKTIVITÄT SOWIE DIE BETEILIGUNG AN SOLIDARITÄTSAKTIONEN UND EHRENAMTLICHEN EINSÄTZEN. FÜR 2010 ERWARTEN WIR, DASS **MEHR ALS 350 PERSONEN** DIREKT IN DEN GENUSS DER VON DER „OPERA SOCIALE“ ANGEBOTENEN LEISTUNGEN KOMMEN.



SOZIALE VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS

Auf dem Foto ist ein Soziales Unternehmen von Ferrero zu sehen.

MENSCHEN UNTERSTÜTZEN,
UM EINE BESSERE WELT
ZU SCHAFFEN

KAPITEL 3

ACHTUNG DER
MENSCHENRECHTE
UND SOZIALE
INITIATIVEN

Die Sozialen Unternehmen von Ferrero

Mit den „Sozialen Unternehmen“ will Ferrero sein Engagement auf die ärmsten Regionen der Welt ausweiten und konkret zur Verbesserung der Lebens- und Entwicklungsbedingungen der dortigen Bevölkerung beitragen. Die Sozialen Unternehmen beruhen auf ethischen Prinzipien und einem unternehmerischen Konzept. Aus den Einnahmen können sie ihre Aktivitäten in verstärktem Maße fortsetzen.

Der Mission der Sozialen Unternehmen liegen drei miteinander eng verknüpfte Leitlinien zugrunde:

- **SCHAFFUNG VON ARBEITSPLÄTZEN** UND BERUFLICHE AUSBILDUNG, WODURCH DIE VORAUSSETZUNGEN FÜR EINE WIRKLICH NACHHALTIGE ENTWICKLUNG GESCHAFFEN WERDEN.
- **HERSTELLUNG VON FERRERO PRODUKTEN** UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DER KLIMATISCHEN VERHÄLTNISSE UND DER BEDÜRFNISSE DER EINHEIMISCHEN BEVÖLKERUNG.
- MITWIRKUNG AN INITIATIVEN VOR ORT IN DEN BEREICHEN GESUNDHEITSSCHUTZ, BILDUNG BZW. SOZIALE ENTWICKLUNG VON KINDERN UND JUGENDLICHEN **DURCH ZUWENDUNG VON FINANZMITTELN ENTSPRECHEND DER PRODUKTIVITÄT VOR ORT.**



Arbeitsplätze und Berufsausbildung

Die Initiative Soziale Unternehmen bietet den beteiligten Personen nicht nur die Möglichkeit, ein Einkommen zu erzielen, das den eigenen Lebensunterhalt und den ihrer Familie sichert, sondern

- GIBT DEN ARBEITENDEN MENSCHEN AUCH IHRE WÜRDE UND DAS BEWUSSTSEIN ZURÜCK, IHR SCHICKSAL IN ZUKUNFT SELBST IN DIE HAND NEHMEN ZU KÖNNEN.
- BIETET DEN ARBEITENDEN MENSCHEN AUCH EINE FACHLICHE UND BERUFLICHE AUSBILDUNG.
- TRÄGT AUCH ZUM ENTSTEHEN EINER ARBEITSKULTUR ALS QUELLE VON FORTSCHRITT UND ZIVILER ENTWICKLUNG BEI.

Außerdem entstehen durch die Ferrero Produktionsstätten Zulieferbetriebe vor Ort, die zusätzliche Arbeitsplätze schaffen und so durch einen positiven Verstärkungseffekt die wirtschaftliche Entwicklung und damit den Wohlstand der gesamten Gemeinschaft fördern.

Die sozialen Initiativen: „United Kinder of the World“

Die Sozialen Unternehmen können, nachdem sie ihre Tätigkeit voll aufgenommen haben, **durch die Zuwendung eines Teils der vor Ort erwirtschafteten Mittel** einen konkreten Beitrag zu lokalen Initiativen leisten, die z. B. die Lebensbedingungen von Kindern und Jugendlichen verbessern.

So haben es bereits die in der aktuellen Startphase noch begrenzten Aktivitäten der Sozialen Unternehmen ermöglicht, zwei wichtige Initiativen auf dem afrikanischen Kontinent zu unterstützen:

- **IN KAMERUN:** Ausbau der Kinderabteilung des Krankenhauses St. Martin De Porres in Yaounde;
- **IN SÜDAFRIKA:** Finanzierung des Projekts „Love Matters“. Es handelt sich um eine Reihe wöchentlicher Workshops für Jugendliche, denen ein gesunder und verantwortungsbewusster Lebensstil nahegebracht werden soll, wobei die Themen Gesundheit und Aids-Prävention im Vordergrund stehen.

Unter dem Motto „United Kinder of the World“ sind Gesundheit und Entwicklung von Kindern und Jugendlichen das Leitthema der „Sozialen Unternehmen“.

Personal und Technologie

Die Angestellten und Arbeiter der Sozialen Unternehmen werden vor Ort ausgewählt und eingestellt. Dabei erweist sich die Zusammenarbeit mit einigen Berufsschulen vor Ort als hilfreich.

Jedem Mitarbeiter werden je nach Aufgabengebiet Kurse der fachlichen, beruflichen und Managementausbildung angeboten, die vor Ort oder in Italien stattfinden. Den Kursen liegt das Ausbildungsprogramm der Ferrero Gruppe zugrunde, das den Besonderheiten und kulturellen Gegebenheiten am jeweiligen Standort angepasst wird.

Die Fertigungstechnologie, die die Sozialen Unternehmen in ihren Produktionsstätten einsetzen, ist

- innovativ und automatisiert in Bezug auf den Lebensmittelanteil des Produktes, **um für alle erzeugten Produkte weltweit die gleiche Qualität zu gewährleisten;**
- manuell in Bezug auf die Verpackung, auf die Herstellung der Überraschungen für Kinder Merendero/Joy sowie in Bezug auf andere Nebentätigkeiten. **Auf diese Weise sollen Arbeitsplätze für eine größtmögliche Zahl von Menschen der einheimischen Bevölkerung geschaffen werden**, ohne dass Abstriche an den strengen Ferrero Qualitätsstandards gemacht werden.



Rohstoffe und Produkte

Die von den Sozialen Unternehmen eingesetzten Rohstoffe **entsprechen den Qualitätsstandards der Ferrero Gruppe**.

In der Startphase der „Sozialen Unternehmen“ werden aus der Ferrero Produktpalette solche Produkte ausgewählt, die den Bedürfnissen der jeweiligen Länder am besten entsprechen.

Die Wahl fiel daher auf die Produkte der Kinder-Range, insbesondere auf Kinder Merendero/Joy und Kinder Schoko-Bons. Vor kurzem wurde zusätzlich die Produktion von Tic Tac aufgenommen.

Für die Herstellung dieser Produkte gelten die gleichen Kriterien wie in allen Ferrero Produktionsstätten, nämlich

- Einsatz hochwertiger und sorgfältig ausgewählter Rohstoffe;
- Verzicht auf Farb- und Konservierungsstoffe;
- Einsatz natürlicher Backtriebmittel.

Die ersten Sozialen Unternehmen

KAMERUN

Im Juni 2004 nahm eine Produktionsstätte in Yaounde ihren Betrieb auf, in der Kinder Merendero/Joy hergestellt wird. Außerdem werden hier Testprodukte und regionale Rohstoffe erprobt. Aktuell beschäftigt dieses Werk 90 Mitarbeiter.

SÜDAFRIKA

Im August 2006 wurde in Walkerville (Gauteng, Johannesburg) die Produktion von Kinder Merendero/Joy aufgenommen. Das Werk beschäftigt derzeit 185 Mitarbeiter und ist auch für die Verpackung von Tic Tac ausgerüstet.

INDIEN

Im August 2007 wurde mit dem Bau der Produktionsstätte in Baramati (Pune) begonnen.

Derzeit beschäftigt das Werk 650 Mitarbeiter. Bis Ende 2013 ist eine Aufstockung des Personals auf ca. 1.000 Mitarbeiter geplant. Neben der Herstellung von Kinder Merendero/Joy erfolgt inzwischen auch in Baramati die Konfektionierung von Tic Tac.

Nächste Schritte

UM DIE NACHHALTIGKEIT DER SOZIALEN UNTERNEHMEN VON FERRERO ZU GEWÄHRLEISTEN, STEHEN FOLGENDE, BIS ENDE 2013 ZU REALISIERENDE PROJEKTE AUF DEM PROGRAMM:

- AUSBAU DES NEUEN WERKS IN INDIEN UND ERHÖHUNG DER GESAMTBELEGSCHAFT AUF INSGESAMT ÜBER 1.000 MITARBEITER.
- START DES PROGRAMMS KULTURELLE INTEGRATION („FERRERITÀ“) UND BERUFLICHE INTEGRATION UNSERER MITARBEITER. DER ERSTE ZYKLUS DES PROGRAMMS IST FÜR 2010/11 IN SÜDAFRIKA GEPLANT.
- REALISIERUNG VON DREI SOZIALEN PROJEKTEN (PRO JAHR) IN SÜDAFRIKA, KAMERUN UND INDIEN ZUM THEMA KINDERGESUNDHEIT & BILDUNG.
- MACHBARKEITSTUDIE ZU EINER SOZIALEN ODER INDUSTRIELLEN INITIATIVE ZUGUNSTEN DER BEVÖLKERUNG ANDERER ARMUTSZONEN IN DER WELT.





FÄHIGKEITEN VERBESSERN UND PROFESSIONALITÄT FÖRDERN

KAPITEL 4

IM MITTELPUNKT:
DIE MITARBEITER

Personalförderung bei Ferrero

Zu den unschätzbaren Werten von Ferrero gehören die Unternehmensprinzipien und die Mitarbeiter, die diese Leitlinien Tag für Tag umsetzen. Die berufliche und persönliche Entwicklung unserer Mitarbeiter ist daher ein Schlüsselfaktor für das Wachstum des Unternehmens.

Die Wertschätzung der Mitarbeiter kommt in der Schaffung eines positiven Arbeitsumfeldes zum Ausdruck, in der die Mitarbeiter unter Respektierung der Unterschiede und auf der Grundlage einer leistungsorientierten Gehaltspolitik ihre Fähigkeiten und Kompetenzen entwickeln und ausbauen können.

In diesem Zusammenhang wurde ein Programm zur Einhaltung der Unternehmensprinzipien und des Ethikkodexes erarbeitet (s. Kapitel 1).

Am 31. August 2009

- beschäftigte die Ferrero Gruppe im Durchschnitt 21.555 Mitarbeiter, davon 9.486 Frauen (44%) und 12.069 Männer (56%), verglichen mit 21.625 Mitarbeitern am 31. August 2008;
- waren 83% der Ferrero Mitarbeiter in Europa tätig.

Weitere Daten zur Belegschaft sind der nachstehenden Übersicht zu entnehmen:

Einteilung der Belegschaft	31.08.2009
Arbeiter	12.993 (60%)
Angestellte	6.067 (28%)
Mittleres Management	1.724 (8%)
Topmanagement	771 (4%)
Total	21.555

Art des Vertrags	31.08.2009
Unbefristet	17.460 (81%)
Befristet	4.095 (davon 11% Saisonarbeiter, 1% Praktikanten 7% befristet Beschäftigte)
Total	21.555

Quelle: interne Daten

INITIATIVEN FÜR MITARBEITER

Im Interesse der Mitarbeiter gibt es an den meisten Standorten der Ferrero Gruppe verschiedene Initiativen. So werden beispielsweise in Italien und in Deutschland seit vielen Jahren Betreuungsdienste für Familien in schwierigen Situationen (Arztbesuche, Unterstützungen) oder für die Erledigung der Rentenformalitäten angeboten. Gesellschaftliche Veranstaltungen verschiedener Art (Sommerfreizeiten, Seniorenfeste und Kinderweihnachtsfeiern) werden ebenfalls durchgeführt.

Ausgehend von Frankreich und Italien werden zunehmend Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben ergriffen (firmeneigene Kindertagesstätte und Miniclub, Haushaltshilfe, Gesprächszirkel für Mitarbeiter). Sie ergänzen das Angebot an Teilzeitarbeit und die Möglichkeiten von Sonderurlaub für Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen mit Kleinkindern.

EINE „KRIPPE“ FÜR UNSERE KLEINSTEN (s. Kapitel 2, Fondazione Ferrero)

In unmittelbarer Nähe des Werks in Alba befindet sich eine Kindertagesstätte mit **60 Plätzen** für Kinder **zwischen drei Monaten und drei Jahren**.

Seit September 2009 werden in der Kindertagesstätte die Kinder von Ferrero Mitarbeitern aus Alba und dem Umland betreut. Die hochmoderne Architektur ist so konzipiert, dass sich die Kinder in wohldurchdachten Räumen sicher und frei bewegen, aber auch ausruhen, spielen und Spaß haben können.

Besonders liebevoll gestaltet sind die Spielmöglichkeiten im Freien, wo sich die Kinder frei bewegen und die Natur erleben können. Auf der für pädagogische Aktivitäten vorgesehenen Etage gibt es auch die Möglichkeit für eine Mitwirkung der Eltern, der Familien und vor allem der Ferrero Pensionäre, die sich an einigen didaktischen Veranstaltungen beteiligen können.

Das Gebäude wurde nach Kriterien höchster Umweltverträglichkeit geplant. Besonders geachtet wurde auf die Wärmeisolierung, auf den Einsatz umweltverträglicher Materialien, auf niedrigen Energieverbrauch, auf die Steuerung der Sonneneinstrahlung in den Sommermonaten und auf natürliche Belüftung. Die notwendige Energie stammt zum Teil aus Eigenerzeugung mit erneuerbaren Energieträgern.

Die „Krippe“, wie die Kindertagesstätte kurz genannt wird, will die Entwicklung, das Wohl der Kinder und den Lernprozess fördern sowie die Eltern bei der Erziehung und Betreuung ihrer Kinder unterstützen. Ihre Einbindung in die Gemeinde kommt auch darin zum Ausdruck, dass **ein Teil der Plätze unternehmensfremden Familien aus Alba zur Verfügung steht**.

Die Errichtung der Kindertagesstätte war mit hohen Kosten verbunden. **Die Verwaltung der Krippe hat die Fondazione Ferrero übernommen:** Sie trägt den Hauptteil der Betriebskosten, wodurch es möglich ist, die von den Mitarbeitern zu zahlenden Gebühren sehr niedrig zu halten und dem Einkommen der Familien anzupassen.

Das jährliche Defizit wird von der Stiftung ausgeglichen.

INTERNATIONALE MOBILITÄT

Zu verdanken ist die internationale Expansion der Ferrero-Gruppe auch denjenigen Mitarbeitern, die eine Aufgabe im Ausland übernommen und dabei die Ferrero Kultur sowie Ferrero Werte in die verschiedenen Länder getragen haben. Für diese Mitarbeiter besteht ein entsprechendes Vergütungssystem, das ihnen und ihren Familien das Leben in einem fremden Land erleichtert und die Integration fördert.

ZUSAMMENARBEIT MIT EXTERNEN ORGANISATIONEN

Seit fünf Jahren steht Ferrero in Zusammenarbeit mit Intercultura, einem internationalen Verein für ehrenamtliche Tätigkeit, dessen Anliegen die Förderung des interkulturellen Austauschs ist. Jedes Jahr werden Stipendien an Kinder von Mitarbeitern vergeben, die in den für Ferrero wichtigsten Ländern studieren und sich als förderungswürdig erwiesen haben.

BEZIEHUNGEN ZU ARBEITNEHMERVERTRETUNGEN

Ferrero erkennt die wichtige Rolle der Gewerkschaftsorganisationen respektive der Arbeitnehmervertretungen an und pflegt mit diesen Institutionen Beziehungen, die sowohl von gegenseitiger Anerkennung geprägt sind als auch auf den Dialog und die konstruktive Auseinandersetzung abzielen.

Soweit nationale Tarifverträge vorhanden sind, treten die Unternehmen der Ferrero Gruppe bei. Sie werden – wenn möglich – durch Betriebsvereinbarungen ergänzt. In jedem Fall sorgt das Unternehmensmanagement am jeweiligen Standort dafür, dass allen Beschäftigten auf der Grundlage internationaler Standards und der von den Zentralkontrollstellen erlassenen Leitlinien einen angemessenen Schutz gewährleistet wird. Der Beitritt zu den Gewerkschaftsorganisationen obliegt der Entscheidung eines jeden Mitarbeiters gemäß den örtlichen Gesetzen. Ebenfalls erkennt Ferrero die Rolle der unter Einhaltung der jeweiligen Landesgesetze gewählten Organe an und fördert ihre aktive Mitwirkung bei der Suche nach einvernehmlichen Lösungen, damit diese optimal auf die Produktions- und Marktanforderungen eingehen können.

Alle Verhandlungen beruhen stets auf einem konstruktiven Dialog und wurden immer mehr optimiert. Dieser Austausch ist stets auf die erfolgreiche Lösung von Herausforderungen unter gegenseitiger Respektierung von Rollen und Verantwortlichkeiten ausgerichtet, wobei er an eine **Firmengeschichte** anknüpft, die **von einem positiven Betriebsklima und geringen Konfliktsituationen geprägt ist**. Bei diesem **konstruktiven Dialog** werden auf allen Ebenen bewährte Instrumente eingesetzt, damit man den Anforderungen des externen Umfelds erfolgreich gerecht wird und dabei gleichzeitig die Anliegen der Arbeitnehmer nicht aus den Augen verliert. Das wichtigste Ergebnis dieses „Ferrero Modells“ ist zweifellos darin zu sehen, dass Modelle der Arbeitsorganisation und der Flexibilisierung der Arbeitszeit angewandt wurden. Das wird auch in Zukunft geschehen, um den wachsenden Anforderungen des Wirtschaftslebens zu begegnen, die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu erhalten und gleichzeitig die im Unternehmen arbeitenden Menschen gebührend zu berücksichtigen.

Insbesondere führte die gemeinsame Suche nach den besten Lösungen bzgl. der Anforderungen von Produktion und Vertrieb zu maßgeschneiderten Arbeitsverträgen (unbefristete, Vollzeit-, Teilzeit- und Saisonverträge) sowie zu innovativen Systemen flexibler Schichtarbeit, die unter Berücksichtigung landestypischer Besonderheiten bei allen Unternehmen der Gruppe anzutreffen sind. Erwähnt seien schließlich die äußerst seltenen Konfliktsituationen sowie die Tatsache, dass **es bis heute nicht zu Arbeitsniederlegungen oder Demonstrationen gegen das Unternehmen kam** und dass es sich bei solchen Maßnahmen allenfalls um Generalstreiks oder um branchenweite Streiks handelte. Dabei darf nicht vergessen werden, dass sich die Ferrero Gruppe konstant positiv entwickelt hat, dass es nie die Notwendigkeit von Kurzarbeit gab, ebenso wenig wie Personalüberhang. Äußerst selten kam es auch zu Konfliktsituationen wegen individueller Forderungen oder Streitigkeiten.

DER EUROPÄISCHE BETRIEBSRAT – EBR

Dialog, Diskussion und Förderung aller in Europa tätigen Mitarbeiter unter Berücksichtigung der lokalen Unterschiede und Besonderheiten – auf diesen Idealen basiert der Europäische Betriebsrat bei Ferrero. Der EBR wurde 1996 gegründet. Man wollte damit einen Ort für Diskussionen mit allen Gewerkschaftsvertretern der Ferrero Beschäftigten in Europa sowie ein Forum schaffen, wo das Unternehmen und die Mitarbeiter Informationen und „Best Practices“ der einzelnen Länder austauschen können. Dieses Diskussionsforum berücksichtigt alle regionalen Besonderheiten. Ziel des EBR als Bindeglied zwischen Arbeitnehmern, ihren Vertretungen vor Ort und dem internationalen Management ist es vor allem, ausgehend von den anerkannten Ferrero-typischen Idealen und Werten Kontinuität zu schaffen und die Praxis der Beziehungen der einzelnen Unternehmen mit den Arbeitnehmern miteinander in Einklang zu bringen. Heute vertritt der EBR nahezu die Gesamtheit der in Europa tätigen Mitarbeiter, was ca. 75% der Mitarbeiter weltweit entspricht. Der EBR ist nicht nur ein Informations- und Konsultationsgremium für alle Arbeitnehmer, sondern auch ein Ort für gemeinsame Bildungsveranstaltungen von Arbeitnehmervertretern und Management. Dort werden aktuelle Themen auf internationaler und lokaler Ebene diskutiert.

EIN SICHERES ARBEITSUMFELD: UNSER GESUNDHEITS- UND SICHERHEITSKONZEPT

Schutz und Förderung der Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz haben für die Ferrero Gruppe bei jeder Tätigkeit und an jedem Standort allerhöchsten Stellenwert.

Deshalb sorgen wir für sichere Arbeitsbedingungen, indem wir Präventionsmaßnahmen entwickeln, die Unfälle und Berufskrankheiten verhindern, und so Gefahren für Gesundheit und Sicherheit minimieren.

In jedem Unternehmen sind spezielle Strukturen eingerichtet, die sich mit allen Sicherheits- und Gesundheitsaspekten gemäß den gesetzlichen Vorschriften an den jeweiligen Standorten befassen. Sie sorgen dafür, dass die entsprechenden Anforderungen unter Beachtung unternehmenspolitischer Grundsätze erfüllt werden:

- **Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz**, die Beachtung ergonomischer Grundsätze und Präventionsmaßnahmen zur Vermeidung jeder Art von Gefahr **sind fest in die Arbeitsabläufe integriert** und werden nicht als Nebensache betrachtet.
- Der Schutz der Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz ist schon immer ein vorrangiges Anliegen der Ferrero Gruppe gewesen und **beginnt bereits bei der Planung und Gestaltung der Anlagen, Maschinen und des Arbeitsumfelds**.
- Dank eines ständigen **Monitorings etwaiger Risikofaktoren** können unverzüglich Maßnahmen zu ihrer Beseitigung oder zumindest Minimierung ergriffen werden.
- Die Ferrero Mitarbeiter jeder Organisationsstufe sind im Rahmen ihrer Zuständigkeiten und Aufgaben angehalten, **einen eigenen Beitrag zur Risikoprävention**, zur Optimierung der Arbeitsbedingungen und zur Verbreitung einer Sicherheitskultur zu leisten.
- Im Rahmen der ihm übertragenen Verantwortung hat jeder Vorgesetzte die **Pflicht, für die Einhaltung der Sicherheits- und Verhaltensregeln zu sorgen** sowie etwaige Nichtbeachtungen zu korrigieren oder zu melden.
- **Information und Ausbildung in Sicherheitsfragen am Arbeitsplatz** sind vorrangige Ziele der Programme zur beruflichen Qualifizierung und Weiterbildung während des gesamten Berufslebens.
- In jedem Unternehmen existieren **operative Verfahren**, um eventuell eintretenden Risiko-, Gefahren- oder Nofallsituationen schnell und erfolgreich zu begegnen.

In den Produktionsstätten gibt es einen für **Prävention, Überwachung und Erste Hilfe zuständigen Betriebsärztlichen Dienst** mit eigenem Personal. Er führt die Vorsorge- und regelmäßigen Untersuchungen durch und leistet bei Unfällen Erste Hilfe.

Wie schon in den vergangenen Jahren fanden auch im Geschäftsjahr 2008/2009 **auf allen Organisationsstufen wichtige Schulungen zu den Themen Gesundheit, Sicherheit und Hygiene am Arbeitsplatz** statt. Schwerpunkte dieser Weiterbildungen waren Präventionsmaßnahmen bei Planung der Anlagen und Maschinen, ferner die Arbeitsorganisation sowie die Verantwortung eines jeden Mitarbeiters in Bezug auf die Bekanntmachung der Notwendigkeit des Mitmachens: Denn nur beim Vorhandensein einer gemeinsamen Präventionskultur, wo die Sicherheit oberste Priorität bei allen Tätigkeiten hat, kann den Gefahren konkret und erfolgreich vorgebeugt werden.

FERRERO FRANKREICH HAT 2007 UNTER DEM MOTTO „FERRERO ENSEMBLE JUSTEMENT“ EIN VON ALLEN MITARBEITERN GETRAGENES GEMEINSAMES KONZEPT AUF DEN WEG GEBRACHT. DABEI WURDEN IN EINEM ALLEN MITARBEITERN VON FERRERO FRANKREICH OFFENSTEHENDEN DIALOG GEMEINSAME ÜBERLEGUNGEN ZUR AUFSTELLUNG EINER VERANTWORTUNGSVOLLEN POLITIK ANGESTELLT. DIE ERWARTUNGEN UND ANREGUNGEN DER MITARBEITER WURDEN GEBÜHREND BERÜCKSICHTIGT.

AUSGEHEND VON DER GESCHICHTE, VON DEN WERTEN UND VON DER MISSION VON FERRERO FRANKREICH WURDE EIN STRUKTURIERTER DIALOG DARÜBER ERÖFFNET, WIE SICH EIN VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN GEGENÜBER DEN MITARBEITERN, IN DEN BEZIEHUNGEN ZU WIRTSCHAFT, VERBRAUCHERN UND GESELLSCHAFT SOWIE UNTER UMWELTASPEKTEN REALISIEREN LÄSST.

AUF DER GRUNDLAGE DIESER ÜBERLEGUNGEN STELLTE DER VORSTAND KONKRETE VERPFLICHTUNGEN AUF, UM DIE GESETZTEN ZIELE OPTIMAL ZU ERREICHEN. DIESE VERPFLICHTUNGEN WERDEN INZWISCHEN IM RAHMEN KONKRETER AKTIONSPÄNE UMGESETZT.

IM INTERESSE DER FORTFÜHRUNG DER URSPRÜNGLICHEN ANLIEGEN DES PROJEKTS WURDEN AUSSERDEM VIER INTERNE AUSSCHÜSSE GEBILDET, DENEN MITARBEITER FREIWILLIG ANGEHÖREN. DIESE AUSSCHÜSSE STELLEN WEITERGEHENDE GEMEINSAME ÜBERLEGUNGEN AN UND MACHEN KONKRETE VORSCHLÄGE ZU VERSCHIEDENEN THEMEN WIE BEISPIELSWEISE DIVERSITÄT, FLEXIBILITÄT, SENSIBILISIERUNG FÜR UMWELTFREUNDLICHES HANDELN ODER UMSETZUNG DER SOLIDARITÄTSPOLITIK DES UNTERNEHMENS.



WEITERBILDUNG

Schon immer war die Ferrero Gruppe darauf bedacht, Bildungsveranstaltungen anzubieten, in denen die individuellen Fähigkeiten der Mitarbeiter voll entwickelt werden, was einerseits für die Erreichung der Unternehmensziele förderlich ist und andererseits die Mitarbeiter motiviert. Mit „**Learning Lab**“ hat Ferrero ein Weiterbildungsprogramm aufgestellt, das durch einen Prozess des lebenslangen Lernens die berufliche und persönliche Weiterentwicklung der Mitarbeiter fördert.

„Ferrero Learning Lab“ ermöglicht durch das Weiterbildungsangebot gegenüber den einzelnen Ferrero Gesellschaften in Zusammenarbeit mit deren Personaldirektionen den Erwerb von fachlichen, sozialen und Managementkompetenzen. Im Jahr 2005 wurde in diese Bildungseinrichtung des Konzerns die konzerninterne „Corporate University“ eingegliedert. Die Mission dieser Institution besteht darin, „das Verstehen und die Verbreitung der Werte sowie Ziele des Unternehmens bzw. die Bereitschaft zur Veränderung zu fördern, die notwendig ist, um die Wettbewerbsfähigkeit und die Zukunft der Gruppe zu sichern.“ (Aus der Rede von Michele Ferrero an das Management vom Juni 2000).

Ferrero Learning Lab ist in folgenden Bereichen tätig:

- Aufstellung von Methoden zur **Mitarbeiterbeurteilung und -entwicklung** innerhalb der Ferrero Gruppe;
- **bei der Weiterbildung, die von der „Corporate University“ koordiniert wird**; diese besteht aus institutioneller Weiterbildung sowie der Vermittlung von Management- und Fachkompetenzen;
- **Weiterbildung „on demand“** in wichtigen Themen vor Ort, denen potenziell eine Pilotfunktion für Projekte im Interesse der Ferrero Gruppe zukommen kann (z. B. das Programm Executive MBA Russia, das in der ersten Auflage für 26 und in der zweiten Auflage für 30 Mitarbeiter von Ferrero Russland entwickelt wurde);
- **interne Kommunikation.**

Beispielhaft nennen wir nachstehend einige Zahlen zur Managementschulung, die in internen Seminaren auf Gruppenebene angeboten wird und sich an Führungskräfte und das mittlere Management richtet.

Jahr	Anzahl der Seminare	Teilnehmerzahl	Art der Schulungsangebote
2006-2007	58	965	20
2007-2008	91	1.433	21
2008-2009	100	1.500	23

Quelle: interne Daten

Das Nebeneinander verschiedener Kulturen schafft für den Konzern Mehrwert. Die Personalpolitik berücksichtigt die kulturellen Unterschiede und unterstützt die Mitglieder des Managements bei ihrem Anpassungsprozess. Das „**Diversity Management**“ betreibt die Ferrero Gruppe sowohl im Hinblick auf die Integration unterschiedlicher Kulturen und Ethnien als auch unter dem Aspekt der Integration verschiedener Generationen. „Best Practice“-Beispiele für den Umgang mit interkultureller Vielfalt gibt es z. B. in Asien. Die Mitarbeiter werden für den Mehrwert sensibilisiert, der durch die Integration unterschiedlicher kultureller Modelle geschaffen wird.

Unser Bildungsangebot passen wir den Gegebenheiten und Anforderungen der verschiedenen Standorte an.

Darüber hinaus steht die Ferrero Gruppe in Zusammenarbeit mit **namhaften Universitäten in mehreren Ländern** (in Italien zum Beispiel mit dem Polytechnikum Turin, mit der Bocconi-Universität, der Università Cattolica del Sacro Cuore und dem Istituto San Raffaele in Mailand) und mit Business Schools (z. B. ESCP Europe).

Beispiele aus dem Weiterbildungsangebot der Ferrero Gruppe

„CAPIRE FERRERO“

Ihre Unnachahmlichkeit verdanken die Ferrero Produkte nicht allein der Anwendung zukunftsweisender Technologie- und Business-Kriterien, sondern auch einer einzigartigen Unternehmensphilosophie.

Der Kurs „Capire Ferrero“ („Ferrero verstehen“) richtet sich an Jungakademiker, die neu zu Ferrero gekommen sind. Seit dem Jahr 2006 haben 210 junge Mitarbeiter aus den verschiedenen Ferrero Gesellschaften an „Capire Ferrero“ teilgenommen. In dem 7-wöchigen Kurs haben die Teilnehmer Gelegenheit, die Kultur der Gruppe mit ihren Werten, ihrem Geschäftsmodell und ihrer Organisation kennen zu lernen, um optimal auf ihre Rolle im Unternehmen und in der ihnen zugewiesenen Abteilung vorbereitet zu sein.

„X Generation“

Das Programm „X Generation“ entspringt der Notwendigkeit, kontinuierlich in die Personalentwicklung zu investieren und eine Gruppe von Fachkräften auszubilden, die in Zukunft in der Lage sind, die Schlüsselfunktionen der Abteilung „Information Technology“ wahrzunehmen.

Das Programm will den aus allen Ländern der Welt stammenden Teilnehmern die Möglichkeit bieten, ihre Talente zu entwickeln und gleichzeitig ihre fachlichen Kompetenzen auszubauen, um innerhalb der Ferrero Gruppe beruflich voranzukommen.

„Principi di Nutrizione“

Seit 2006 bietet Ferrero Learning Lab in zahlreichen Ländern, in denen die Gruppe tätig ist, den Workshop „Ernährungslehre“ an.

Ziel des Workshops ist es, ein Bewusstsein für die Zusammensetzung unserer Produkte zu schaffen. Die bei Ferrero arbeitenden Personen ohne fachliche Ernährungsexpertise lernen wissenschaftliche Grundkenntnisse der Ernährungslehre sowie neue Forschungsansätze kennen.

Auch will der Workshop über die Bedeutung des Lebensstils und dessen Änderung informieren und sensibilisieren. Bisher haben an diesen Fortbildungen 562 Ferrero Mitarbeiter aus fast allen Ländern, in denen Ferrero präsent ist, teilgenommen.

„Principi di Nutrizione“ ist Teil des Programms „Scuola Prodotto“, das in Zusammenarbeit mit der Soremartec* allen Mitarbeitern angeboten wird. Schwerpunkte des Programms sind

- die „Produktbibliothek“, die Quellen zu unseren Rohstoffen und Produkten auflistet,
- verschiedene Kurse zu ernährungsrelevanten Fragen, zu internen Produkttests, zu den wichtigsten bei Ferrero eingesetzten Rohstoffen und zu unseren Marketinggrundsätzen.

* Soremartec: Société de Recherches Techniques et de Marketing (Ferrero Gruppe)

TECHNISCHE SCHULUNG

In jedem Produktionswerk der Ferrero Gruppe wird den Mitarbeitern entsprechend den jeweiligen Produktionsplänen eine technische Schulung angeboten.

Im Jahr 2008 hat „Ferrero Learning Lab“ ein komplettes Verzeichnis dieser Fortbildungen und der unternehmensinternen vermittelten Kenntnisse und Kompetenzen erstellt.

Damit dieses Wissen bzw. diese Fähigkeiten allen Mitarbeitern zugute kommen, wurde dieses Verzeichnis in eine 110 Kurse umfassende LIBRARY aufgenommen. Beispielsweise nahmen im Werk Stadallendorf Kollegen des Bereichs Wartung aus den Werken Alba, Balvano, Sant'Angelo (Italien), Cork (Irland), Vladimir (Russland) und natürlich aus Stadallendorf selbst an einem 6-tägigen Kurs teil, wo sie sich über Wartungsmethoden und -instrumente austauschen konnten.

Durch den Austausch von Erfahrungen und bewährten Verfahrensweisen lernt das Werkspersonal die verschiedenen Aspekte der Ferrero-eigenen Produktionssysteme kennen.

Nach der erstmals in Deutschland stattgefundenen Schulungsveranstaltung zu Fragen der Wartung wurden die neuen Mitarbeiter aus Vladimir vor Inbetriebnahme der Produktionslinien des russischen Werks in zahlreichen Kursen der LIBRARY ausgebildet.

INTERNE KOMMUNIKATION

Hauptinstrument der internen Kommunikation ist „my.ferrero.com“, das **Portal der Ferrero Gruppe** für den Informationsaustausch. Bisher nutzen rund 5.000 Personen dieses Portal.

In den letzten Jahren hat Ferrero in die Implementierung des Intranets auf Gruppenebene investiert: Hier fließen die Informationen aus verschiedenen lokalen Portalen zusammen, die aus unterschiedlichen und mitunter geografisch weit auseinander liegenden Unternehmensbereichen stammen.

Außerdem betreiben die verschiedenen Ferrero Gesellschaften Aktivitäten mit dem Ziel der persönlichen Kommunikation und Information. Beispielsweise werden in zahlreichen Ländern verschiedene Kommunikationsmittel (Hauszeitschriften, lokale Portale, Blogs, Betriebsklima-Umfragen) genutzt, um die Mitarbeiter über Ereignisse in der Ferrero Gruppe und im eigenen Betrieb zu informieren.

Nächste Schritte

UNSERE ZIELE, DIE WIR BIS ENDE 2013 ERREICHEN WOLLEN, SIND:

- VERFAHREN ZUR MESSUNG DES „BETRIEBSKLIMAS“ UND ERARBEITUNG VON VERBESSERUNGSMASSNAHMEN (2010-2012).
- WEITERENTWICKLUNG DER AUSBILDUNG IN FRAGEN DER GESUNDHEIT UND SICHERHEIT AM ARBEITSPLATZ IM RAHMEN DES **EUROPÄISCHEN BETRIEBSRATS (EBR)** UND MASSNAHMEN AUF LOKALER EBENE ZUSAMMEN MIT DEN ARBEITNEHMERVERTRETUNGEN.
- START **GEZIELTER BILDUNGSMASSNAHMEN** ZUR FÖRDERUNG DER ENTWICKLUNG, MOBILITÄT UND KARRIERE UND ZUR AKTUALISIERUNG UND WEITERENTWICKLUNG DER KOMPETENZEN. BEI DIESEN MASSNAHMEN WERDEN STATISTISCHE DATEN ÜBER DIE TECHNIK- UND MANAGEMENTSCHULUNG HILFREICH SEIN, DIE WIR IN DEN EINZELNEN LÄNDERN UND AUF GRUPPENEBENE DURCH DEN EINSATZ EINES EIGENEN COMPUTER-SYSTEMS GEWONNEN HABEN.



SOZIALE VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS

UNSER REZEPT FÜR
EIN LEBEN IN BALANCE

KAPITEL 5

EINE AUSGEWOGENE
ERNÄHRUNG IM
RAHMEN EINES
GESUNDEN
LEBENSSTILS

Der Beitrag von Ferrero zu einer ausgewogenen Ernährung und einem gesunden Lebensstil

Ferrero ist sich schon immer der Bedeutung seiner Produkte für die Ernährung bewusst gewesen und legt stets Wert auf ein verantwortungsvolles Konsumverhalten.

Aus diesem Grund liegt der Schwerpunkt unserer Forschung und unserer Investitionen in der Produktion hochwertiger und hinsichtlich ihres Nährwertes und ihrer Portionsgröße sorgfältig bemessener Produkte, die sich leicht in eine ausgewogene Ernährung integrieren lassen, insbesondere im Hinblick auf Kinder und Familien.

Aber wir haben noch weit mehr getan.

Wir sind der Ansicht, dass ein gesunder Lebensstil von größter Bedeutung ist, angefangen bei guten Essgewohnheiten bis hin zu einer ausgewogenen Ernährung und regelmäßiger körperlicher Betätigung.

Wir haben uns daher im Rahmen folgender Aktivitäten engagiert:

- Studien und Forschung zur Sicherstellung der Frische und Qualität unserer Produkte;
- in Bezug auf die Nährwerte unserer Produkte überlegen wir Vorschläge für verschiedene Lebensmittelkombinationen;
- Förderung eines gesunden Lebensstils durch die Unterstützung von Forschungsprojekten und Schulungsprogrammen, die junge Verbraucher ermutigen sollen, eine für sie geeignete Sportart auszuüben;
- korrekte Information und eine verantwortungsbewusste Kommunikation.

Die Bedeutung des Frühstücks

Das Frühstück ausfallen lassen ist eine schlechte Angewohnheit*, die sich leider immer weiter verbreitet, und das nicht nur bei Erwachsenen, sondern auch bei Kindern und Jugendlichen. Hierfür gibt es viele Gründe. So hat man z. B. morgens vielleicht einfach keinen Appetit, wenn man aufwacht und direkt von der Hektik des modernen Lebens umgeben ist.

Die Bedeutung des Frühstücks als Teil einer gesunden, ausgewogenen Ernährung **wurde durch zahlreiche wissenschaftliche Studien bestätigt**, die den Nährwert der ersten Mahlzeit des Tages auch im Hinblick auf das körperliche Wohlbefinden und die Konzentrationsfähigkeit in der Schule und am Arbeitsplatz betont haben. Unsere Forschung hat gezeigt, dass die Aufnahme von Zucker aus Nutella langsam und schrittweise erfolgt, so dass das Frühstück eine positive Auswirkung im Hinblick auf die Sättigung sowie die Konzentrationsfähigkeit und die Aufmerksamkeit hat. Der niedrige glykämische Index von Brot und Nutella bietet eine flexible und ausgewogene Kombination von Lebensmitteln, vom leckeren Geschmack von Nutella ganz zu schweigen. Aus diesem Grund bemühen wir uns, für den Wert des Frühstücks zu werben und schlagen Kombinationen von Nutella mit anderen Lebensmitteln vor: Ein Brot mit Nutella zu bestreichen dauert nicht lang, und sein Nährwert lässt auch Platz für ein Glas Milch oder Obst. Somit können Energie und Nährstoffe sichergestellt werden, die für einen guten Start in den Tag erforderlich sind. **Zeit für das Frühstück bedeutet auch Zeit mit Ihrer Familie und Freunden.**

WISSENSCHAFTLICHE STUDIEN ZUM FRÜHSTÜCK

„Breakfast: a good habit, not a repetitive custom“.

Journal of International Medical Research. 2008, 36: 613-624

„A consensus document on the role of breakfast in the attainment and maintenance of health and wellness“.

ACTA BIOMED. 2009, 80: 166-171



* Man schätzt, dass etwa 30% der Bevölkerung das Frühstück ausfallen lassen (The Boston Public Schools Universal Breakfast Program, Final Evaluation Report 2000, Mass. Gen. Hospital).

Teilnahme an der europäischen Plattform

Im Jahr 2005 startete die Generaldirektion Gesundheit und Verbraucherschutz der Europäischen Kommission die „**Europäische Plattform für Ernährung, körperliche Bewegung und Gesundheit**“, die die verschiedenen freiwilligen Verpflichtungen der zahlreichen Partner koordinieren soll, um so die zunehmende Fettleibigkeit und die steigende Anzahl übergewichtiger Menschen, insbesondere Kinder, in Europa zu reduzieren.

An der Plattform nehmen 32 Industrieverbände, Verbraucherverbände und Forschungsorganisationen teil.

Ferrero leistet mit den folgenden Verpflichtungen einen aktiven Beitrag zu den Zielen der Plattform:

- **Zusammensetzung und angemessene Portionsgrößen unserer Produkte,**
- **präzise Informationen zu den Nährwerten und Information der Verbraucher zum Thema Ernährung,**
- **Förderung von körperlicher Aktivität und Sport,**
- **verantwortungsbewusste Werbung und Kommunikation mit den Medien.**

Die Zusammensetzung der Produkte und die richtige Portionsgröße

Seit 1976 bietet Ferrero die Produkte der „Kinder“-Range als einzeln verpackte Portionen zwischen 12,5 und 43 Gramm an.

Unsere Studien haben gezeigt, dass eine **Kontrolle der Portionsgrößen** bei gleichzeitiger Beibehaltung der hohen Geschmacks- und Qualitätsstandards Eltern **dabei hilft**, die Ernährung ihrer Kinder ausgewogen zu gestalten.

Ferrero verwendet keine gehärteten Fette, und infolgedessen enthalten Ferrero-Produkte auch keine daraus resultierenden Trans-Fettsäuren (TFS).



Vor Ort in den Gemeinden: Bildungsprogramme für einen gesunden Lebensstil

EPODE (Ensemble, Prévenons l'Obésité Des Enfants) ist die französische Abkürzung für „gemeinsam gegen Übergewicht bei Kindern“ – www.epode.fr) und ein langfristiges, im Jahr 2004 gestartetes Projekt auf der Grundlage einer Partnerschaft des privaten und des öffentlichen Bereichs. Im Rahmen des Projekts nehmen Gemeinden, Familien, Lehrer, Sportlehrer, Restaurants usw. an Bildungsprogrammen zum Thema Lebensmittel sowie an Programmen zur Förderung körperlicher Betätigung teil.

Die wesentlichen Ziele lauten wie folgt:

- Förderung der Gesundheit,
- Vermeidung von Übergewicht bei Kindern,
- Austausch bewährter Verfahrensweisen,
- Entwicklung von Partnerschaften mit anderen Interessengruppen.



Zusätzlich zu den speziellen, bereits in vier europäischen Ländern (Frankreich, Belgien, Spanien, Griechenland) gestarteten Programmen unterstützt Ferrero auch das „EPODE European Network“ (EEN), das zu 50% von der Europäischen Union und zu 50% von privaten Partnern finanziert wird.

Die Ziele des Epode European Network (EEN) lauten wie folgt:

- FESTLEGUNG UND KOMMUNIKATION DER VON DEN VIER BETEILIGTEN HOCHSCHULEN BENANNTEN BEWÄHRTEN VERFAHRENSWEISEN;
- KOMMUNIKATION UND SENSIBILISIERUNG AUF INSTITUTIONELLER EBENE;
- EINRICHTUNG VON ARBEITSGRUPPEN ZUR ENTWICKLUNG DES PROGRAMMS IN VERSCHIEDENEN STÄDTEN UND REGIONEN DER BETEILIGTEN LÄNDER;
- VERBREITUNG DES EPODE-PROGRAMMS IN ANDEREN EUROPÄISCHEN LÄNDERN.

LAND	PROGRAMM	BETEILIGTE STÄDTE UND PERSONEN	WEBSITE	JAHR	BEITRAG VON FERRERO
 Frankreich	EPODE	226 Städte mit 1 Million Menschen	www.epode.fr	2006/11	500,000 €
 Belgien	VIASANO	15 Städte mit 300.000 Menschen	www.viasano.be	2007/11	400,000 €
 Spanien	THAO	38 Städte mit über 10.000 Menschen	www.thaoweb.com	2008/11	300,000 €
 Griechenland	PAIDEIATROFI	5 Städte	www.paideiatrofi.org	2009/11	150,000 €
 Europäische Union	EUROPEAN EPODE NETWORK	4 Mitgliedstaaten	www.epode-european-network.com	2007/10	450,000 €

Gesamtinvestition von Ferrero 2006-2011 (einschließlich der Unterstützung durch das Netzwerk) 1,800,000 €

Förderung körperlicher Aktivität

Ein gesunder Lebensstil hängt von mehreren Faktoren ab: gesunde Essgewohnheiten, ausgewogene Ernährung und regelmäßige körperliche Betätigung. **Durch Kooperationsverträge mit internationalen Sportverbänden, Institutionen sowie der Lebensmittelindustrie und Nichtregierungsorganisationen hilft Ferrero, die Menschen für die Bedeutung der körperlichen Aktivität zur Erlangung eines gesunden Lebensstils zu sensibilisieren. Der Schwerpunkt liegt bei kleinen Kindern und Jugendlichen.**

Dieses Engagement wird im Einklang mit den Zielen der Europäischen Plattform für Ernährung, körperliche Bewegung und Gesundheit sowie mit den Prinzipien der „Charta der Marken für Gesundheit und Wohlbefinden“ durchgeführt, die Ferrero sowie über 50 weitere europäische Unternehmen und Verbände von Produzenten von Verbrauchergütern unterzeichnet haben, die dem Europäischen Markenverband AIM angehören.



Kinder + Sport

Das Projekt Kinder + Sport wurde von Ferrero entwickelt, um einen gesunden Lebensstil zu fördern, indem insbesondere Kinder ermutigt werden, jeden Tag Sport zu treiben.

Seit 2007 haben im Rahmen von „Kinder + Sport“ mehr als 6 Millionen Kinder an Aktivitäten teilgenommen, die in 17 Ländern der Welt umgesetzt wurden. Wichtigstes Ziel ist es, Kindern durch die Organisation von Turnieren, die Unterstützung von Sportverbänden und sportlichen Aktivitäten in den Schulen die Möglichkeit zu geben, Sport zu treiben. Kinder + Sport hat außerdem Kooperationsverträge mit nationalen und internationalen Sportverbänden und -vereinigungen sowie mit lokalen Sportzentren und nationalen olympischen Komitees geschlossen, um die Organisation von Sportveranstaltungen in Zusammenarbeit mit Schulen und lokalen Institutionen zu fördern. Im Jahr 2008 wurde ein spezieller Vertrag mit dem internationalen Sportverband ISF (International Sport Federation) geschlossen, im Rahmen dessen sich Sportverbände aus 38 Ländern an der Förderung von Sport an Schulen beteiligen.

Nachstehend einige Daten zu den im Jahr 2009 im Rahmen von Kinder + Sport durchgeführten Aktivitäten:

- 15 Europäische Länder (+ Israel) wurden mit einbezogen;
- Mehr als 6 Millionen Kinder haben teilgenommen;
- Über 5.000 Sets Sportausrüstung für Schulen und Sportvereine wurden zur Verfügung gestellt;
- Etwa 350 Sportveranstaltungen wurden in ganz Europa gefördert;
- 19 prominente Sportler fördern Sportveranstaltungen und einen gesunden Lebensstil;
- Sponsoring von über 20 nationalen Sportverbänden;
- Sponsoring von 2 olympischen Komitees (CONI in Italien und DOSB in Deutschland);
- Mehr als 500.000 Besucher der Kinder + Sport-Website;
- Gesamtes Investitionsvolumen von Ferrero pro Jahr: 12 Millionen Euro.

Um die mittel- und langfristigen Auswirkungen (5 Jahre) des Kinder + Sport Minivolleyball-Projekts bei den beteiligten Schulkindern zu messen, wurde 2008/2009 in Zusammenarbeit mit dem Institut für Sportmedizin in Turin, dem italienischen Volleyballverband FIPAV (Federazione Italiana Pallavolo), dem Bildungsministerium, CONI (Comitato Olimpico Nazionale Italiano) und lokalen Institutionen ein besonders relevantes Forschungsprojekt durchgeführt. **Das gesamte von Ferrero zur Durchführung dieses Forschungsprojekts bereitgestellte Investitionsvolumen wird sich zwischen 2009 und 2013 auf 250.000 Euro belaufen.**

Im Jahr 2009 nominierte die Nichtregierungsorganisation „Peace and Sport“ (Frieden und Sport, www.peace-sport.org) das Projekt Kinder + Sport als eines der drei besten CSR-Projekte (jährliche Auszeichnung der CSR-Initiative für Frieden und Sport).

Unsere Herausforderung für die Zukunft ist die Weiterentwicklung und Erweiterung dieses Projekts – auch durch die Sozialen Unternehmen von Ferrero – auf europäische Länder und Entwicklungsländer, um so eine größere Anzahl von Kindern und neue geografische Gebiete und neue Kulturen am Projekt zu beteiligen.

Ein Kommentar aus der Welt der Blogger [HTTP://EVVIVA.KINDERPIUSPORT.IT/FRONT_POSTS/BCOMMENTS/](http://EVVIVA.KINDERPIUSPORT.IT/FRONT_POSTS/BCOMMENTS/)

Blog

„Wenn ich auf den Sportplatz gehe und trainiere, denke ich immer über den Sport und seine Bedeutung nach. Er bedeutet alles für mich: Leidenschaft, Herzblut, Opfer, Entschlossenheit und Einheit. Man kämpft und schwitzt, aber man wird auch durch unvergessliche Momente belohnt, die man als Mitglied eines Teams erlebt, wenn man immer zusammen darauf hinarbeitet, scheinbar unüberwindliche Hindernisse doch zu überwinden und trotz aller Schwierigkeiten für dieses gemeinsame Ziel alles zu geben.“

Die Etiketten geben Auskunft

Wir kennzeichnen unsere Produkte mit einfachen und klaren Angaben zu den enthaltenen Nährwerten und gewährleisten somit Transparenz sowie Verantwortungsbewusstsein. Schon seit einiger Zeit sind auf vielen Produkten Nährwertangaben zum Energie-, Eiweiß-, Kohlenhydrat- und Fettgehalt zu finden. Unsere Kennzeichnung bietet auch Informationen zum Energiegehalt der jeweiligen Portionsgröße im Hinblick auf den Richtwert für die Tageszufuhr (GDA*). **Indem wir korrekte Nährwertinformationen anbieten, werden wir unserer langfristigen Politik zur Stärkung der Dachmarke „Kinder“ und Ferrero in Bezug auf Qualität und Verantwortung auch künftig gerecht.** Im Jahr 2009 hat Ferrero die Nährwertkennzeichnung auf seinen in den Ländern der Europäischen Union vermarkteten Produkten der Kinder-Range und bei Nutella entsprechend den Empfehlungen des Verbandes der europäischen Getränke- und Lebensmittelindustrien CIAA erweitert.

Das „**Energielogo**“ ist nun auf der **Vorderseite der Verpackung** zu finden und gibt den Energiewert der jeweiligen Portion in absoluten Zahlen sowie als Prozentangabe im Hinblick auf den Richtwert für die Tageszufuhr an. Die **Rückseite der Verpackung gibt die Werte** für Energie, Eiweiß, Kohlenhydrate (einschließlich Zucker), Fett (einschließlich gesättigter Fettsäuren), Ballaststoffe und Natrium pro 100 g und pro Portion sowie den prozentualen Anteil an der Tageszufuhr (GDA) **pro Portion** an.

Pro Stück



GDA*

KINDER SCHOKOLADE

NÄHRWERTANGABEN				
NÄHRSTOFFE		PRO 100 G	PRO STÜCK 12,5 G	%GDA* PRO STÜCK
ENERGIE	kcal / kJ	561 / 2341	70 / 292	4
EIWEISS	g	8,7	1,1	2
KOHLLENHYDRATE	g	53,5	6,7	2
davon Zucker	g	53	6,6	7
FETT	g	34,7	4,3	6
davon gesättigte Fettsäuren	g	22,5	2,8	14
BALLASTSTOFFE	g	1	0,1	0
NATRIUM	mg	0,123	0,015	1
VITAMIN B2 (RIBOFLAVIN)	mg	0,45 (28% RDA**)	0,05 (3% RDA**)	
VITAMIN B12	µg	0,80 (80% RDA**)	0,1 (10% RDA**)	
KALZIUM	mg	309 (38% RDA**)	38 (4% RDA**)	
PHOSPHOR	mg	245 (30% RDA**)	30 (3% RDA**)	

* GDA: Richtwert für die Tageszufuhr eines Erwachsenen bezogen auf eine Ernährung mit durchschnittlich 2.000 kcal. Der Bedarf an Nährstoffen kann nach Geschlecht, Alter, körperlicher Aktivität und anderen Faktoren höher oder niedriger sein.
**RDA: Empfohlene Tagesmenge.

*Guideline Daily Amounts (Richtwert für die Tageszufuhr)

Verantwortungsbewusste Werbung

Verantwortungsbewusste Werbebotschaften können Verbrauchern dabei helfen, die richtigen Kaufentscheidungen bei Lebensmitteln zu treffen und die Rolle der Ernährung und der körperlichen Aktivität im Hinblick auf einen gesunden und ausgewogenen Lebensstil besser zu verstehen. Wir sind davon überzeugt, dass Werbung ein wichtiges und zulässiges Instrument ist. Um den Verbraucher vor evtl. falscher oder irreführender Werbung zu schützen, haben wir uns zusätzlich zu den gesetzlichen Regelungen eine Selbstregulierung auferlegt.

Die Ferrero Gruppe wendet die „Rahmenvereinbarung für verantwortungsbewusste Werbung bei Lebensmitteln und Getränken“ der Internationalen Handelskammer ICC (International Chamber of Commerce) an. Gleiches gilt für die auf dieser Grundlage entwickelten regionalen und nationalen Kodizes zur Selbstregulierung.

Darüber hinaus sind wir aktive Mitglieder im Weltverband der werbetreibenden Wirtschaft WFA sowie im **Internationalen Lebensmittel- und Getränkeverband IFBA**.

ALS IFBA-MITGLIED HAT SICH FERRERO VERPFLICHTET, DIE „GLOBALE POLITIK BETREFFEND WERBUNG UND MARKETING FÜR KINDER“ (IN FERNSEHEN, PRINT UND IM INTERNET) BIS JANUAR 2012 UMZUSETZEN.

Die Einhaltung der geltenden Kodizes zur Selbstregulierung für unsere Werbung wird jedes Jahr unabhängig von der Europäischen Allianz der Werbeselbstkontrolle EASA (European Advertising Standards Alliance) kontrolliert.

Im Jahr 2008 kontrollierte die EASA 73 unserer Werbebotschaften in acht Ländern. Bei zwölf Werbebotschaften wurde festgestellt, dass die Vorgaben aus formalen Gründen (sprachliche oder grafische Feinheiten) nicht eingehalten wurden. Dies wurde umgehend behoben.

Bis zum 31. August 2009 kontrollierte die EASA 56 unserer Werbebotschaften in acht Ländern. Alle erfüllten die Vorgaben der Kodizes zur Selbstregulierung.

Ferrero hat die Rolle der Eltern bei der Erziehung ihrer Kinder im Hinblick auf einen ausgewogenen und gesunden Lebensstil schon immer für wichtig gehalten: Unsere Werbebotschaften richten sich daher in erster Linie an Eltern, die den größten Einfluss auf eine gesunde Entwicklung ihrer Kinder haben.

Aus diesem Grund haben wir unsere über Fernsehen, Printmedien und das Internet in erster Linie an Kinder gerichtete Werbung selbst reguliert und uns der Initiative „EU-Pledge“ (<http://eu-pledge.eu/>) angeschlossen, die in 27 Ländern gilt.

Im Jahr 2009 haben wir in Kanada, Brasilien und Australien Übereinkommen unterzeichnet, die mit der Initiative EU-Pledge vergleichbar sind.

Wir unterstützen auch das Bildungsprogramm „Media Smart“, das Kindern Werbekompetenz und einen kritischen Umgang mit TV-, Printmedien und Internet vermitteln und ihnen helfen soll, den Unterschied zwischen redaktionellen Inhalten und Werbung zu verstehen.



DAS IPA (INSTITUTE OF PRACTITIONERS IN ADVERTISING) HAT DIE ENGLISCHE WERBUNG FÜR NUTELLA MIT EINEM PREIS FÜR DIE STÄRKE UND EFFEKTIVITÄT IN DER POSITIONIERUNG IM BEREICH FRÜHSTÜCK AUSGEZEICHNET (2009).

Das Programm „Media Smart“ läuft in folgenden Ländern:

Belgien - www.raadvoordereclame.be

Finnland - www.mediasmart.fi

Deutschland - www.mediasmart.de

Niederlande - www.mediarakkers.nl

Schweden - www.mediasmart.se

Vereinigtes Königreich - www.mediasmart.org.uk

Ungarn - www.mediatudor.hu

Portugal - www.mediasmart.com

Außerdem sind wir aktives Mitglied des **Advertising Education Forum** (Forum für Bildung im Bereich Werbung), einer gemeinnützigen und neutralen Organisation, die eine umfassende Datenbank mit Informationen über an Kinder gerichtete Werbung und damit in Zusammenhang stehenden Themen bietet. Es steht jedermann frei, das AEF bzgl. wissenschaftlicher Untersuchungen über die Beziehung zwischen Werbung und Kindern anzusprechen (www.aeforum.org).

Nächste Schritte

VORAUSSICHTLICH IM JAHR 2010 WIRD IN DEN 27 EU-MITGLIEDSTAATEN EINE **NEUE NÄHRWERT-KENNZEICHNUNG** EINGEFÜHRT WERDEN. FÜR PRODUKTE DER KINDER-RANGE UND NUTELLA WURDE DIESE KENNZEICHNUNG AUF DER GRUNDLAGE DES RICHTWERTES FÜR DIE TAGESZUFUHR (GDA) BEREITS EINGEFÜHRT. DIE NEUE KENNZEICHNUNG WIRD DAS „**ENERGIELOGO**“ AUF DER VORDERSEITE DER VERPACKUNG VORSEHEN.

EBENFALLS IM JAHR 2010 WERDEN WIR EINE VEREINBARUNG ZUR **SELBSTREGULIERUNG** BETREFFEND DIE WERBUNG FÜR KINDER IN **MEXIKO** UNTERZEICHNEN.

AB DEM 1. JANUAR 2010 WERDEN WIR VOLLMITGLIED DES **INTERNATIONALEN LEBENSMITTEL- UND GETRÄNKEVERBANDES (IFBA)** UND DANN AUCH DESSEN FÜNF VERPFLICHTUNGEN UNTERZEICHNEN.

BIS 2013 IST AUSSERDEM FOLGENDES GEPLANT:

- **AUSDEHNUNG DES PROGRAMMS KINDER + SPORT** AUF WEITERE LÄNDER INNERHALB UND AUSSERHALB EUROPAS, DARUNTER AUCH EINIGE ENTWICKLUNGSLÄNDER IN ZUSAMMENARBEIT MIT DEN SOZIALEN UNTERNEHMEN VON FERRERO;
- **ERWEITERUNG DES EPODE-PROGRAMMS AUF WEITERE LÄNDER IN EUROPA;**
- **ANWENDUNG DER NEUEN EU-NÄHRWERT- UND GDA-KENNZEICHNUNG FÜR PRODUKTE DER KINDER-RANGE UND NUTELLA** IN EINIGEN NICHT-EU-LÄNDERN.



VERANTWORTUNG
FÜR QUALITÄT
UND SICHERHEIT

KAPITEL 6

QUALITÄT,
DIE SCHMECKT

Qualität und Sicherheit des Produktionsprozesses

Mit dem Begriff „**il sacco conosciuto**“* bezeichnen wir firmenintern die Qualität und Sicherheit der in unseren Werken eintreffenden Rohstoffe. **Im Geschäftsjahr 2007/2008 belief sich die Gesamtmenge der von uns verarbeiteten Rohstoffe auf 860.000 Tonnen, 2008/2009 waren es 925.000 Tonnen.**

Der „sacco conosciuto“ steht für die Rückverfolgbarkeit der eingehenden Lieferungen von Rohstoffen und Rohwaren sowie Verpackungen bis zu ihrem Ursprung, sodass Qualität und Lebensmittelsicherheit der Ferrero-Produkte konstant und entlang der ganzen Produktionskette entsprechend den Anforderungen des „Weißbuchs der Europäischen Union zur Lebensmittelsicherheit“ vom 12. Januar 2000 gewährleistet sind.

Ein entsprechendes internes Protokoll setzt die Frequenz der Kontrollen und die organoleptischen, chemisch-physikalischen und mikrobiologischen Analysen fest, die an den direkt im Werk entnommenen Proben vorzunehmen sind.

Um das zentrale Management des Qualitätssicherungsprozesses nach gemeinsamen und weitestmöglich integrierten Kriterien zu optimieren, arbeiten wir mit einem **globalen System** mit dem Ziel, die Gruppendaten zum Qualitätsprozess optimal zu integrieren. Unser neues IT-System soll auf andere europäische Produktionsstätten ausgeweitet werden.

Auch im Vorlauf unserer internen Qualitätskette führen wir **Kontrollen und Prüfungen direkt bei unseren Lieferanten vor Ort** durch. Ebenso kontrollieren und untersuchen wir deren Analysen, die sie an dem gelieferten Material vorgenommen haben.

ANALYSEN – Jahresdurchschnittswerte (Quelle: interne Daten)

	ROHSTOFFE	VERPACKUNGEN	TOTAL
ANZAHL DER EINGANGSKONTROLLEN	420.000	250.000	670.000

Sicherheit der Zutaten und des Produktionsprozesses

Die Produktions- und Lebensmittelsicherheit wird bei Ferrero einerseits durch ein System laufend überarbeiteter und aktualisierter interner Verfahren, andererseits durch Zertifizierungen seitens unabhängiger externer Institute gewährleistet.

Um die höchstmögliche Zufriedenheit der Verbraucher sicherzustellen, werden hohe Beträge in Forschung und Entwicklung sowie in Maßnahmen zur kontinuierlichen Optimierung des Produktionsprozesses investiert.

So absolvierten beispielsweise im Geschäftsjahr 2008/2009 die gewerblichen Mitarbeiter der europäischen Werke 10.393 Stunden Schulung in Fragen der Lebensmittelhygiene und -sicherheit.

Die Auswahl unserer Lieferanten erfolgt auf der Grundlage entsprechender „Rohstoff-Datenblätter“, in denen die chemisch-physikalischen, mikrobiologischen und organoleptischen Eigenschaften der Rohstoffe definiert sind. Mit ihrer Unterschrift verpflichten sich die Lieferanten zur Einhaltung dieser Datenblätter.

Des Weiteren verwenden wir die so genannten „Spezifikationen Fertigprodukt“, in denen neben den oben genannten Analyseparametern auch Kriterien wie Zusammensetzung, Gewicht, Aussehen etc. sowie die Modalitäten und die Frequenz der Kontrollen der Fertigungslinien festgelegt sind.

* Getreu dem Motto: „Man soll die Katze nicht im Sack kaufen“

Ferreros System zur Rückverfolgbarkeit

Das in allen Produktionsstätten eingesetzte System der Rückverfolgbarkeit ermöglicht es, die Lebensmittel in jeder Fertigungsphase nachvollziehbar zu machen. Dies geschieht

- mit Hilfe eines Identifikationscodes;
- mit Hilfe der Loskennzeichnung;
- durch Angabe des Lieferanten;
- durch den Lieferort.

Zusammenfassend lassen sich die einzelnen Schritte des Rückverfolgbarkeitsprozesses wie folgt beschreiben:

EINGANGSKONTROLLE

ANNAHME UND VERWALTUNG DER EINGEHENDEN ROHSTOFFE UND VERPACKUNGEN

Registrierung und Identifizierung der eingehenden Materialien mit Hilfe der entsprechenden ID-Codes.

Probenentnahme und Eingangskontrolle nach Maßgabe des „Rohstoff-Datenblatts“ und nach einem bestehenden strengen Analyseplan.

Die Weiterleitung zur Verarbeitung kann erst nach Genehmigung der Qualitätsdirektion erfolgen.



PRODUKTION

UNMISSVERSTÄNDLICHE IDENTIFIZIERUNG JEDES FERTIGPRODUKTS

Die einzelnen Fertigungsschritte ermöglichen die Identifizierung jedes Fertigprodukts anhand eines eindeutigen Codes, der alle wichtigen Informationen enthält (Verpackungscharge, Uhrzeit der Produktion, Mindesthaltbarkeitsdatum, Produktcode, Anzahl der Packstücke, Gewicht). Alle Phasen der Fertigung werden selbstverständlich von hierfür abgestellten Mitarbeitern auf die Einhaltung der Spezifikationen überprüft.



VERTRIEB

VERWALTUNG DES FERTIGPRODUKTS VOM WERK BIS ZUM KUNDEN

Anhand des eindeutigen Produktcodes lässt sich das Produkt bis zum Vertriebslager verfolgen. Anschließend lässt sich nachvollziehen, für welche Kunden es bestimmt war (Einzelhandelsketten und Ladengeschäfte). Unsere Leitlinien zur Sicherheit, die Abläufe, Schulungsmaßnahmen und regelmäßigen Audits werden im Rahmen einer wirksamen Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Abteilungen des Unternehmens festgelegt.



Das Werk in Stadtlendorf (Deutschland).

Unsere Produktionsstätten

Für die Sicherheit unserer Produkte und Produktion sorgen auch die Zertifizierungen, deren Weiterentwicklung wir ständig verfolgen, um unsere Produktionsstätten entsprechend anzupassen.

In allen Werken der Ferrero Gruppe wird selbstverständlich ein in der Europäischen Union inzwischen zwingend vorgeschriebener HACCP-Plan (Hazard Analysis Critical Control Points) umgesetzt.

Der aktuelle Stand der Zertifizierungen unserer **Werke** ist der nachstehenden Übersicht zu entnehmen.

Werke	ISO 9002:1994 seit	ISO 9001:2000 seit	ISO 9001:2000 Europäische Unternehmen seit	ISO 22000	ISO 17025 seit	IFS* seit
Alba (Italien)	1999	2003	2005		2006	2007
Arlon (Belgien)	1996	2003	2005			2006
Balvano (Italien)	1996	2004	2005			
Belsk (Polen)	2001	2003	2005			2006
Brantford (Kanada)		voraussichtl. 2009/2010				
Cork (Irland)	1994	2004	2005			
La Pastora (Argentinien)	2000	2003		2008		
Lithgow (Australien)	1999	2003				
Pocos de Caldas (Brasilien)	1999	2002		2007		
Pozzuolo (Italien)	1998	2002	2005			
Quito (Ecuador)	1999	2000				
S. Angelo dei Lombardi (Italien)	1999	2004	2005			
Stadtallendorf (Deutschland)	1994	2003	2005		2007	2006
Villers Ecalles (Frankreich)	1997	2003	2005	voraussichtl. 2009/2010		

(Quelle: interne Daten)

Die sorgfältige Kontrolle der Rohstoffe und der Einsatz sicherer und innovativer Verarbeitungsprozesse macht es möglich, dass wir keine **Konservierungsstoffe** einsetzen müssen. Wir verwenden auch **keine genetisch veränderte Organismen**. Die bei einigen Sorten von Tic Tac verwendeten **Farbstoffe** wurden gezielten Studien unterzogen und erwiesen sich auch als für Kinder unbedenklich. Trotzdem ist es unser Ziel, natürliche Farbstoffe anstelle der künstlichen zu verwenden. Zusätzlich zur Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften und der HACCP-Pläne** haben wir Systeme und strenge interne Verfahren eingeführt, um unsere Verbraucher und unsere Mitarbeiter vor den mit Allergenen und **Glutenintoleranz** verbundenen **Gesundheitsproblemen** zu schützen. Wo dies verlangt wird, haben wir die Zertifizierung durch Drittzertifizierer erlangt (z.B. von FACE für Nutella in Spanien).

Aromen setzen wir in sehr geringen Mengen und unter Einhaltung der 2011 in Kraft tretenden EG-Aromenverordnung 1334/2008 ein. Dabei halten wir uns an die gesetzlich geregelten Modalitäten und Mengen (Richtlinie 88/388/EWG; italienisches Gesetzesdekret 107/1992) und unterziehen die Aromen strengen Kontrollen in Form von organoleptischen, chemisch-physikalischen und gaschromatografischen Analysen. Selbstverständlich verwenden wir keine Aromen, die als riskant eingestuft sind (Verordnung (EG) 1907/2006).

* IFS: International Food Standard

** In den HACCP-Plänen wird das Vorhandensein von Gluten dem Vorhandensein eines Allergens gleichgestellt

FRISCHEGARANTIE FÜR DIE FERRERO-PRODUKTE

Das Ferrero Geschäftsmodell ist so konzipiert, dass die jederzeitige Frische der Ware garantiert ist, gleichzeitig aber keine Produkte verschwendet werden. Wir verfolgen den Lebenszyklus des Produkts einschließlich der Nachhaltigkeit der Verpackungen bis zum Zeitpunkt des Konsums.

Wir führen ein ständiges Monitoring beim Einzelhandel durch und nehmen zu Werksabgabepreisen die Produkte zurück, bei denen wir feststellen, dass sie nach Aussehen oder Geruch nicht höchsten Anforderungen genügen, und zwar auch dann, wenn das Mindesthaltbarkeitsdatum noch nicht erreicht ist. Die Rücknahme erfolgt insbesondere vor dem Sommer, bevor hohe Temperaturen erreicht werden, für die Produkte, deren Produktion wir vorübergehend einstellen.

Unser Vertriebsmanagement setzt stärker auf die Produktfrische als auf die Menge der Auslieferungen an den Einzelhandel. Denn unser Verbraucher muss in den Regalen immer frische Produkte vorfinden können.

Zutaten und Hochschulforschung

Die Forschung ist für Ferrero schon immer ein grundlegender Aspekt zur Gewährleistung von Qualität und Frische der Produkte.

Die Forschungsaktivitäten erfolgen in Zusammenarbeit mit 10 großen Universitäten aus 5 Ländern (Holland, Italien, Deutschland, Polen, Spanien) und werden von einem Gremium internationaler Wissenschaftler und Experten betreut.

Die Forschungsaktivitäten betreffen hauptsächlich folgende Bereiche:

- Ernährungswissenschaftliche Bedeutung der Nährstoffe der Rohstoffe;
- Wirkungen spezifischer Nährstoffe (Fette, Antioxidantien, Mineralien, Ballaststoffe...);
- Bewertung neuer Zutaten;
- Sicherheit der Produkte, vor allem der von Kindern konsumierten Produkte;
- Portionsgröße der Produkte und Bestimmung der optimalen Zusammensetzung in Bezug auf Geschmack und Sättigung;
- Profil neuer Produkte, die in den kommenden Jahren auf den Markt gebracht werden sollen.

Probieren und Bewerten

Damit unsere Produkte den hohen Ferrero Geschmacksstandards genügen, führen wir zusätzlich zu den klassischen Labortests auch Geschmackstests zur sensorischen Analyse durch. Auf diese Weise können wir ein umfassendes Urteil über Aussehen, Geruch und Geschmack des Produkts abgeben.

Die Produkttests beinhalten:

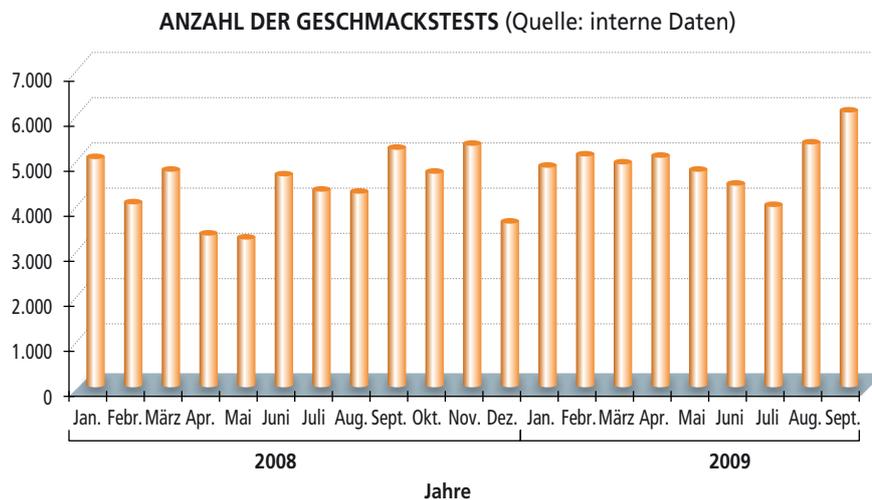
- sensorische Tests an den Rohstoffen bei Lieferannahme;
- sensorische Tests an den Halbfertig- und Fertigprodukten während der Produktion;
- sensorische Tests durch das Management;
- Spiderweb-Tests.

Jährlich werden unternehmensweit mehr als 400.000 Produkttests mit einem monatlichen Mittelwert von 33.900 Tests und 1.700 Testpersonen durchgeführt. Die sensorischen Tests innerhalb des Managements erfolgen wöchentlich durch die Leiter der Produktionsstätten. Hauptziel dieser Tests ist es, innerhalb der Ferrero Gruppe die Kultur des „Schmeckens“ zu verbreiten.

Für die Tests gelten folgende Regeln:

- Jeden Tag nimmt eine nach der Werksgröße berechnete Mindestanzahl von wechselnden Testpersonen einen Test an mindestens einem Produkt vor;
- Jede Woche werden die Testergebnisse an die zentrale Direktion Qualität gesandt.

Die Ergebnisse der Geschmackstests innerhalb des Managements fließen in die so genannte Vergleichstabelle ein, die den globalen Qualitätsverlauf der Produkte anzeigt.



Anzahl der Geschmackstests pro Monat – Januar 2008 – September 2009

MONATLICHER DURCHSCHNITT DER GESCHMACKSTESTS INNERHALB DES MANAGEMENTS IN DEN PRODUKTIONSSTÄTTEN VON KINDER ÜBERRASCHUNG UND FERRERO ROCHER



**KINDER
ÜBERRASCHUNG**



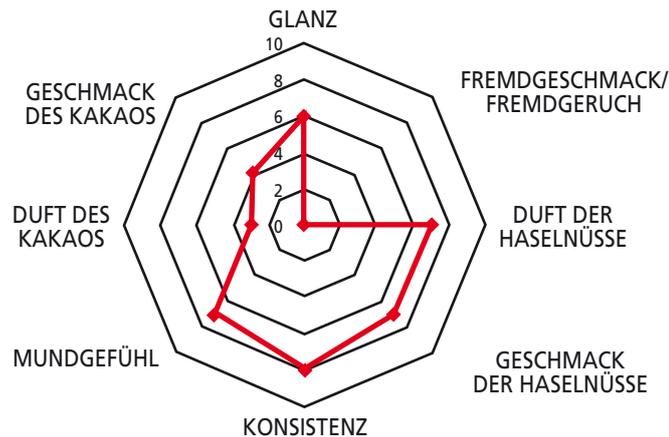
**FERRERO
ROCHER**

Anzahl der Produktionsstätten 5
Geschmackstests im Monatsdurchschnitt 509

Anzahl der Produktionsstätten 4
Geschmackstests im Monatsdurchschnitt 286

Der „**Spiderweb-Test**“, bei dem 8 Faktoren mit der Skala 1 – 10 beurteilt werden, wird alle zwei Wochen von einer Gruppe interner Experten durchgeführt. Mit ihm soll ein „eingehenderes sensorisches Profil“ erstellt werden, das die Noten sehr gut, gut und befriedigend ersetzt.

Das Testergebnis wird in einem Diagramm in Form eines Spinnennetzes dargestellt, wobei die Punkte der Faktoren-Bewertung auf der Basis der Durchschnittswerte der von den Testpersonen abgegebenen Bewertungen miteinander verbunden werden.



Sensorisches Spiderweb-Profil von Nutella „Standard“

Der Spiderweb-Test ist inzwischen fester Bestandteil der Produkttests bei Produkten wie Nutella, Rocher, Kinder Überraschung, Kinder Délice. Bei Raffaello, Kinder Schokolade und Kinder Bueno ist er in der Entwicklung. Bei vollem Einsatz dieses Tests sind rund 510 Analysen pro Jahr vorgesehen, an denen im Durchschnitt 10 Testpersonen pro Werk teilnehmen.

Nächste Schritte

BIS ENDE 2013 SOLLEN FOLGENDE ZIELE ERREICHT WERDEN:

- DAS NEUE IT-SYSTEM DES QUALITÄTSPROZESSES, MIT DEM DIE OPTIMALE INTEGRATION DER DATEN GRUPPENWEIT ERFOLGEN SOLL, WIRD AUCH AUF ANDERE EUROPÄISCHE WERKE AUSGEWEITET.
- GEPLANT IST FERNER DIE WELTWEITE INTEGRATION DES AUDIT- UND KONTROLLSYSTEMS BEI DEN ROHSTOFF- UND VERPACKUNGLIEFERANTEN MIT SCHWERPUNKT AUF FOLGENDEN ASPEKTEN: GMO, HACCP-PLAN, ALLERGENE, KENNZEICHNUNG „PEANUT FREE“.

BEI DEN ZERTIFIZIERUNGEN STREBEN WIR AN:

- ZERTIFIZIERUNG NACH ISO 22000 IN DEN EUROPÄISCHEN WERKEN
- ZERTIFIZIERUNG NACH ISO 9001:2008 IN ALLEN WERKEN DER FERRERO GRUPPE



SOZIALE VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS

NACHHALTIGKEIT
UND RESPEKT

KAPITEL 7

DER WERT EINER
VERANTWOR-
TUNGSBEWUSSTEN
AUSWAHL

Unsere Hauptzutaten

Wir haben schon immer mit größter Sorgfalt nur die besten Zutaten ausgesucht und verwendet, um stets die Qualität und Frische unserer Produkte garantieren zu können. Die Herkunft und unser Beschaffungskonzept sind grundlegende Faktoren für die Auswahl der von uns verwendeten Rohstoffe.

Von der Kakaobohne zur Schokolade

Ferrero vermahlt und verarbeitet Kakaobohnen in eigenen Fabriken, wo unsere *Maître Chocolatiers* besondere Mischungen für die verschiedenen Produktanwendungen entwickeln. Wir kaufen ausschließlich Kakao aus der Haupterte und legen Wert auf höchste Qualität (z. B. die berühmten „Arriba“-Bohnen). Unsere Lieferungen beziehen wir hauptsächlich aus dem Tropengürtel Westafrikas wie z. B. der Elfenbeinküste – dem weltweit führenden Produzenten – sowie aus Ghana.

Wir haben langfristige Beziehungen mit unseren Lieferanten geschaffen, da wir der Überzeugung sind, dass so auf lokaler Ebene ein hohes Maß an Stabilität, Wachstum und somit auch ein verbesserter Lebensstandard erreicht werden kann. Angemessene Arbeitsbedingungen für die Bauern und Schonung der Umwelt bilden die Grundlage für eine nachhaltige Kakaowirtschaft.

All dies geschieht jedoch, ohne dabei die Qualität zu vernachlässigen.

UNSER LANGFRISTIGES ZIEL IST ES, DASS UNSER KAKAO ZU 100% NACHHALTIG, ZERTIFIZIERT BZW. EXTERN AUDITIERT IST UND DABEI DIE FÜR UNSERE PRODUKTE ERFORDERLICHEN QUALITÄTSANFORDERUNGEN ERFÜLLT WERDEN. ANGESICHTS DER HOHEN KOMPLEXITÄT DER LIEFERKETTE (MIT ÜBER EINEINHALB MILLIONEN KLEINBAUERN, UNZÄHLIGEN ZWISCHENHÄNDLERN UND KOMPLIZIERTEN LIEFERWEGEN) SIND WIR DER ÜBERZEUGUNG, DASS EINE ENGE ZUSAMMENARBEIT MIT DEN JEWEILIGEN URSPRUNGLÄNDERN ERFORDERLICH IST.

Wir halten es dabei für unbedingt erforderlich, einen branchenweiten Ansatz zu verfolgen, um die Nachhaltigkeit in der Kakaowirtschaft zu fördern. Aus diesem Grund sind wir aktive Mitglieder der folgenden **gemeinsamen Initiativen**:

- die **Internationale Kakao-Initiative (ICI www.cocoainitiative.org)**, die im Jahr 2002 in Partnerschaft mit anderen Süßwarenunternehmen, Gewerkschaften, Handelsverbänden und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) gegründet wurde, um die Anstrengungen zur Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinder- und Zwangsarbeit bei der Produktion von Kakao und Kakaohalbfabrikaten durch die Sensibilisierung der Produzenten und durch Bildungsprogramme zu überwachen und zu unterstützen;
- die **World Cocoa Foundation (WCF www.worldcocoafoundation.org)**, die im Jahr 2000 von Unternehmen gegründet wurde, die in der weltweiten Kakao- und Schokoladenbranche tätig sind, um den Lebensstandard der Kakaobauern und ihrer Familien zu verbessern. Ein besonderer Schwerpunkt liegt hierbei auf dem Einkommen und der Bildung der Bauern sowie auf der Weiterentwicklung der lokalen Gemeinschaften und des Bewusstseins für die Umwelt durch Partnerschaften mit NGOs und Institutionen.



Wir haben außerdem 2001 das „**Harkin-Engel Protokoll**“ mit verabschiedet, auf Grundlage dessen das **weltweit erste Zertifizierungssystem** für ein statistisch basiertes Verfahren entwickelt wurde, um die Dimensionen der schlimmsten Formen von Kinderarbeit (gemäß der Definition der ILO-Konvention Nr. 182) zu erfassen. Seit **Juli 2008** wird dieses Zertifizierungssystem auf mindestens **50%** des aus Ghana und der Elfenbeinküste stammenden **Kakaos** angewendet.

Darüber hinaus engagiert sich Ferrero auch direkt in einer Reihe **privater Partnerschaftsprojekte**, die Kakaobauern Unterstützung und permanente Ausbildungsmöglichkeiten bieten sollen. Dies erfolgt insbesondere über Prämien für die Qualität des Kakaos. Diese Prämien werden häufig in den Kakaoanbau reinvestiert, um so die Kakaqualität zu verbessern und die Entwicklung der lokalen Wirtschaft zu fördern.

Nachstehend einige Beispiele:

An der **Elfenbeinküste** haben wir in Partnerschaft mit Touton (einem international renommierten Kakaohändler, www.touton.fr) zwei Projekte zur ethisch-umweltbezogenen Zertifizierung von Kakaobohnen begonnen. Die Zertifizierung sieht die Umsetzung, Entwicklung und Einhaltung zahlreicher umweltbezogener, sozialer und wirtschaftlicher Faktoren vor, wie z. B. Schutz von Ökosystemen, Wildtieren und Wasserquellen, Boden- und Abfallwirtschaft, soziale Belange, Arbeits- und Gesundheitsschutz, faire Behandlung der Arbeiter und gute Arbeitsbedingungen, Schulungen für interne Kontrollsysteme und Audits. Das erste Projekt betrifft Plantagen der Société Agricole de l'Ouest (SAO – seit 1998 Teil der Touton Group), für die zu Beginn des Jahres 2010 eine externe **Zertifizierung** durch die **Rainforest Alliance** (www.rainforest-alliance.org) erwartet wird. **Ziel des zweiten Projekts ist die Einrichtung einer zentralen Ankaufstelle für viele Kleinbauern und deren Zertifizierung, welche im Jahr 2010 erwartet wird.**



PROJEKT	ANBAUFLÄCHE	EINKÄUFE 08/09	EINKÄUFE 09/10
SAO	600 ha	300 Tonnen	400 Tonnen
ZENTRLE ANKAUFSTELLE	600 ha	0 Tonnen	300 Tonnen

(Quelle: interne Daten)

In **Ghana** beteiligen wir uns in Partnerschaft mit **Source Trust** (www.sourcetrust.org), einer gemeinnützigen Organisation zur Förderung der Nachhaltigkeit und Rückverfolgbarkeit im Kakaoanbau im Hinblick auf die Verbesserung der Lebensbedingungen von Bauern und deren lokalen Gemeinschaften sowie im Einklang mit den Millenniumszielen der UN an Projekten zur Rückverfolgbarkeit des Kakaos. Seit 2007 unterstützt Ferrero – zusätzlich zum Ankauf rückverfolgbaren Kakaos – direkt die lokalen Gemeinschaften der Bauern vor Ort, um so die Lebensbedingungen zu verbessern. **Wir investieren insbesondere in strukturelle Projekte zum Nutzen der Gemeinden, in denen wir tätig sind.** So bauen wir z. B. Wasserbrunnen in verschiedenen Dörfern, in denen die Einwohner bisher mehrere Kilometer gehen mussten, um Wasser zu holen. Weitere Investitionen in Wasserbrunnen sind für 2010 geplant.



	2007/08	2008/09	2009/10
KAKAO (TONNEN)	500	3.000	5.000

In **Ecuador** haben wir seit 1998 eine direkte Beziehung zu den Bauern vor Ort aufgebaut und garantieren ihnen einen fairen Preis (ca. 90% des Preises „free on board“, FOB) sowie eine zusätzliche Prämie für die Qualität der Kakaobohnen. Diese Initiative wird in Partnerschaft mit der **Stiftung Maquita Cushunchic Como Hermanos (MCCH)** („*Lasst uns wie Brüder einander die Hände reichen*“) durchgeführt. **MCCH** ist Ferreros größter Lieferant für Kakaobohnen in Ecuador (1.600 Tonnen im Jahr 2008 und 2.400 Tonnen im Jahr 2009) und ist mit circa 10.000 Partnern in 6 Provinzen tätig (2.500 Partner allein im Kakaoanbau). Im Laufe der Zeit hat die den Bauern durch MCCH für eine bessere Qualität der Kakaobohnen gezahlte Prämie sowohl wirtschaftlichen als auch sozialen Nutzen gebracht.



	2007	2008	2009
% FOB Preis gezahlt direkt an die Produzenten	89%	90%	91%

(Quelle: interne Daten)

Palmöl

Ferrero hat eine spezielle Technik zur Fraktionierung von **Palmöl** entwickelt, bei der die organoleptischen Eigenschaften des Produkts erhalten bleiben, gleichzeitig jedoch die Cremigkeit erhöht und somit auf den Einsatz gehärteter Fette verzichtet werden kann.

Wir beziehen kein Palmöl aus Indonesien, da dort in großem Umfang Waldflächen abgeholzt werden. Stattdessen kaufen wir in Malaysia (fast ausschließlich in dem Bundesstaat Malakka) und Papua-Neuguinea ein. Seit 2005 ist Ferrero aktives Mitglied **des Runden Tisches für nachhaltiges Palmöl** (www.rsपो.org), einer Organisation, die Hersteller von Konsumgütern, Verarbeiter, Händler und Einzelhändler für Palmöl sowie Banken, Investoren und NGOs zum Schutz der Umwelt sowie sozial- und entwicklungsorientierte NGOs vertritt.

Die beiden Hauptziele des RSPO sind:

- ein Abkommen zur Vermeidung weiterer Abholzungen zur Kultivierung von Palmöl;
- die Entwicklung zuverlässiger Systeme zur Rückverfolgbarkeit und Zertifizierung.

Anerkennung dafür, dass Ferrero sich diesen Zielen verpflichtet hat, gab es im Juli **2008 im Rahmen der Kampagne „Deforestation zero“**, die die Zerstörung der Regenwälder in Südostasien zum Zwecke der Expansion der Palmölkultivierung stoppen soll.

Ab 2011 werden 25% unserer gesamten Palmöllieferungen nach den RSPO-Kriterien als nachhaltig zertifiziert sein. Dazu werden wir 2009 eine **Vereinbarung mit der New Britain Palm Oil Limited (NBPOL, www.nbpol.com.pg)** abschließen.

BIS 2015 SOLLEN 100% UNSERER PALMÖLLIEFERUNGEN ALS NACHHALTIG ZERTIFIZIERT SEIN.

Zucker

Seit Jahrzehnten arbeiten wir nun schon mit größtenteils europäischen landwirtschaftlichen Genossenschaften und Produzenten zusammen, deren Rechte und Pflichten der europäisch harmonisierten Gesetzgebung unterliegen.

Aktuelle Übereinkommen der EU zur Unterstützung der Entwicklungsländer haben Lieferungen aus Ländern außerhalb der Europäischen Union unter Berücksichtigung von Belangen der Nachhaltigkeit der Produkte erleichtert.

Um qualifizierte Produzenten finden zu können, die in der Lage sind, nicht nur die für unsere Produkte notwendige Qualität zu garantieren, sondern auch die erforderlichen Mindest-Arbeitsbedingungen einzuhalten und nachzuweisen, werden Untersuchungen in verschiedenen Regionen der Welt durchgeführt.

Im Jahr 2010 werden wir der „**Better Sugar Cane Initiative**“ beitreten. Diese wurde von Repräsentanten der Zuckerindustrie gegründet; Ziel ist es, soziale, umweltbezogene und wirtschaftliche Nachhaltigkeit im Rohrzuckeranbau und der Weiterverarbeitung zu verbessern.

FERRERO VERWENDET AUSSCHLIESSLICH 100% ARABICA-KAFFEE HÖCHSTER QUALITÄT, DIE HIN SICHTLICH AROMA UND GESCHMACKSVIELFALT BEGEHRTESTE VARIETÄT (CULTIVAR). DARÜBER HINAUS HABEN WIR EIN SPEZIELLES FORSCHUNGSPROJEKT GESTARTET, DAS DIE AUSWIRKUNG VON KAFFEE AUF DIE KONZENTRATION DER VERBRAUCHER UNTERSUCHEN SOLL.

Milch

Wir beziehen unsere Milch aus traditionellen Milchregionen von sorgfältig ausgewählten und zuverlässigen Lieferanten. Die Frische der Milch ist die Voraussetzung für die herausragende Qualität unserer Produkte, die auch bei Kindern besonders beliebt sind. Die langjährige Zusammenarbeit mit den Molkereien hat sowohl Forschungsprojekte als auch beiderseitiges Wachstum und eine nachhaltige kurze Lieferkette ermöglicht.

In den kommenden Jahren werden wir auch weiterhin den Ansatz der „**integrierten Lieferkette**“ fördern, um das Vertrauen in die gesamte Beschaffungskette zu stärken, vom Landwirt bis zur Molkerei (Produzent von Voll- und Magermilchpulver sowie von Butterfett). Um dies zu erreichen, werden wir diesen Molkereien angemessene Preise zahlen, die nicht auf Spekulation basieren. Ermöglicht wird dies insbesondere durch spezielle Vereinbarungen mit bestimmten Lieferanten (hierzu gehören unter anderem **In.al.pi** und die **Mittellelbe GmbH**). Dadurch werden wir die Menge der lokal beschafften, d. h. der aus dem nahen Umland dieser beiden Molkereien stammenden Milch und Milcherzeugnisse, erhöhen.

Bis 2015 wollen wir 25% unserer Milchpulver- und Butterfettlieferungen über unsere „integrierte Lieferkette“ beziehen.

Herkunftsländer unserer Milch nach Produktionsstätten:

PRODUKTIONSSTÄTTEN IN EUROPA
aus der Europäischen Union

QUITO (ECUADOR)
aus Ecuador/Argentinien/Kolumbien

LA PASTORA (ARGENTINIEN)
aus Argentinien/Uruguay

BRANTFORD (KANADA)
aus Kanada und den USA

POCOS DE CALDAS (BRASILIEN)
aus Brasilien

LITHGOW (AUSTRALIEN)
aus Australien



FERRERO.

Haselnüsse

Ferrero ist einer der weltweit größten Verarbeiter von Haselnüssen und wählt ausschließlich die besten Sorten für die Produktion aus. Diese **stammen überwiegend aus Norditalien und der Türkei**. Ferrero hat **spezielle Röstverfahren und -technologien entwickelt**, damit die hohe Qualität der Haselnüsse erhalten bleibt und sich Aroma und Geschmack dieser wesentlichen Zutat bestmöglich entfalten können. Ferrero hat im Jahr 2006 die „**Hazelnut Business Development**“ (HBD) mit dem Ziel gegründet, **langfristige Partnerschaften mit Anbauern aufzubauen sowie Entwicklungsprojekte mit lokalen Regierungen, Finanzinstitutionen und privaten Investoren umzusetzen**.

HBD ermittelt geeignete Regionen und erwirbt Land, um Haselnussanbau unter Anwendung spezieller Techniken und Einsatz eigener Ressourcen betreiben zu können. Sie unterstützt außerdem auch Dritte, die unabhängige Kultivierungsprojekte entwickeln wollen, und zwar insbesondere durch den Verkauf von Haselnusspflanzen ausgewählter Sorten zum Selbstkostenpreis sowie durch die Bereitstellung technischer und landwirtschaftlicher Beratungsdienste über ein Expertenteam mit dem Namen *Coriltech*.

Darüber hinaus hat HBD langfristige Partnerschaften mit einigen der weltweit wichtigsten Forschungseinrichtungen aufgebaut, um so zum Kompetenzzentrum für alle Forschungsaktivitäten zu werden (so z. B. für die Kultivierung neuer resistenter Haselnussorten, die Beschleunigung des ersten Tragens der Früchte, effizientere Kultivierungssysteme usw.).

Im Jahr 1996 hat Ferrero AgriChile gegründet, Eigentümerin von etwa 4.500 Hektar Land, davon circa 3.000 Hektar kultivierter Anbaufläche mit verschiedenen Sorten aus dem Mittelmeerraum. Seit 2003 ist AgriChile in vollem Betrieb. In nur wenigen Jahren haben mehr als 150 unabhängige Produzenten Pflanzen von AgriChile angekauft, diese auf ihren eigenen Plantagen angebaut und somit weitere 5.000 Hektar kultivierter Landfläche erschlossen.

AgriGeorgia wurde nach Forschungen des HBD-Wissenschaftsteams in der Schwarzmeerregion in Georgien gegründet. Ziel ist es, dass die Fläche, auf der qualitativ hochwertige lokale Sorten kultiviert werden, von 500 Hektar im Jahr 2007 auf über 2.000 Hektar im Jahr 2010 wachsen wird. Diese Fläche wird direkt von AgriGeorgia auf einer unternehmenseigenen Gesamtfläche von über 4.000 Hektar bewirtschaftet.

Das jüngste Projekt ist **AgriSudafrica**, das im Jahr 2008 mit dem Ziel gegründet wurde, die Kultivierung von Haselnüssen durch Kooperationsprojekte mit der südafrikanischen Regierung und Investoren vor Ort zu entwickeln.

Unser Ziel für 2013 ist eine Steigerung der Lieferungen von Haselnüssen aus **Chile, Georgien und Südafrika**. **In Georgien beabsichtigen wir, unser erstes Projekt im Bereich Gutschriften für den Emissionshandel („Carbon Credits“) gemäß den Vereinbarungen des Kyoto-Protokolls zu starten**.



Nachhaltigkeit bei der Beschaffung von Rohstoffen

FERRERO HAT ES SCHON IMMER VORGEZOGEN, DIREKTE BEZIEHUNGEN ZU PRODUZENTEN UND/ODER LIEFERANTEN SEINER ROHSTOFFE AUFZUBAUEN UND SO HANDELSBEZIEHUNGEN ZU SCHAFFEN, DIE AUF DIALOG UND TRANSPARENZ BASIEREN.

Zusätzlich zu den Anforderungen, die wir an die Qualität unserer Rohstoffe stellen, verlangen wir von unseren Lieferanten:

- die Einhaltung angemessener Arbeitsbedingungen und die Zahlung eines angemessenen Gehalts gemäß den geltenden internationalen arbeitsrechtlichen Bestimmungen und Vorschriften;
- dass sie ihre eigenen Mitarbeiter nicht aufgrund von Rasse, Nationalität, Geschlecht und/oder Religion diskriminieren;
- keine Ausbeutung von Kindern und keine Zwangsarbeit.

Zu diesem Zweck haben wir – zusätzlich zu den in den geltenden internationalen Konventionen (ILO- und UN-Konventionen sowie die Erklärung der Menschenrechte) festgelegten Anforderungen – eine Standardklausel in unsere Verträge aufgenommen, um sicherzustellen, dass alle von unseren Lieferanten gekauften Waren unter vollumfänglicher Einhaltung aller geltenden Gesetze, Bestimmungen und nationalen Vorschriften erworben und verarbeitet wurden.

Außerdem unterstützen wir unsere Lieferanten:

- durch spezielle Handelsverträge wie z. B. **langfristige Verträge**, die dazu beitragen, Landwirten ein stabileres Einkommen zu sichern;
- durch die Bereitstellung von **Ausbildungs- und Unterstützungsmaßnahmen** mit dem Ziel, die bestmögliche Qualität der landwirtschaftlichen Produkte zu gewährleisten;
- durch Förderung einer **transparenten Preispolitik**, um landwirtschaftlichen Erzeugern einen Richtwert für den Preis ihrer Rohstoffe zu bieten. Dabei bleibt es ihnen überlassen, an wen sie ihre Produkte verkaufen;
- durch die Bereitstellung von **Qualitätsprämien**, um Landwirte zu ermutigen, hohe Qualitätsstandards zu erreichen und zu halten;
- durch die **Unterstützung eines wirtschaftlich vitalen, sozialverträglichen und umweltschonenden landwirtschaftlichen Produktionssystems, womit wir zu nachhaltigen Anbaumethoden ermutigen.**

Nächste Schritte

- IN BEZUG AUF KAKAO WOLLEN WIR BIS **2010** EINE EXTERNE ZERTIFIZIERUNG FÜR UNSERE LAUFENDEN KAKAOPROJEKTE AN DER ELFENBEINKÜSTE ERLANGEN;
- IN BEZUG AUF PALMÖL WERDEN BIS **2015** 100% UNSERER LIEFERUNGEN ALS NACHHALTIG ZERTIFIZIERT SEIN;
- IN BEZUG AUF ZUCKER WERDEN WIR IM JAHR **2010** MITGLIED DER „BETTER SUGAR CANE INITIATIVE“;
- IN BEZUG AUF MILCH WERDEN WIR AUCH WEITERHIN UNSER PROJEKT „INTEGRIERTE LIEFERKETTE“ FÖRDERN UND WIR BEABSICHTIGEN, 25% UNSERER LIEFERUNGEN BIS ZUM JAHR **2015** ABDECKEN ZU KÖNNEN;
- IN BEZUG AUF HASELNÜSSE BEABSICHTIGEN WIR, BIS ZUM JAHR **2013** UNSER ERSTES PROJEKT IM BEREICH GUTSCHRIFTEN FÜR DEN EMISSIONSHANDEL („CARBON CREDITS“) GEMÄSS DEN VEREINBARUNGEN DES KYOTO-PROTOKOLLS ZU STARTEN.



FANTASIE, ENTDECKEN,
SICH ENTWICKELN...
SPIELEN

KAPITEL 8

DER WERT DES
SPIELENS IN
GRÖSSTMÖGLICHER
SICHERHEIT

Gewährleistung der Sicherheit unseres Spielzeugs ab der Designphase

Die gleiche Sorgfalt, die wir bei der Gewährleistung der Qualität und Sicherheit unserer Lebensmittel walten lassen, kommt auch beim Design und der Produktion unseres Spielzeugs zum Tragen, insbesondere im Hinblick auf den Verkauf unserer Überraschung-Eier.

Seit ca. 20 Jahren gibt es bei Ferrero eine spezielle Abteilung „Spielzeugsicherheit“, die das konkrete Ziel hat, die Anwendung der strengsten Sicherheitskriterien zu gewährleisten.

Für alle „Kinder“-Spielzeuge gilt ein besonderer **Kodex** der **Magic Production Group (MPG)**, einem Unternehmen von Ferrero, das für die gesamte Spielzeugpalette verantwortlich ist. Hierzu gehören eigene Genehmigungsverfahren und Leitlinien.

Ferrero-Spielzeug wird im Hinblick auf bestimmte Eigenschaften entwickelt, so z. B.:

- möglichst weitgehende Reduzierung der Anzahl der Teile, insbesondere der Kleinteile;
- Vermeidung kugel-, ellipsen- oder eiförmiger Teile;
- Vorzugsweise Nutzung unregelmäßiger Formen und bereits vormontierter Teile mit möglichst rauen Oberflächen;
- Vermeidung der Verwendung schokoladenfarbiger Plastikteile.

Im Jahr 2009 wurde der „MPG-Kodex“ auf Merchandising- und Promotionartikel erstreckt.



DER MPG-KODEX

Zusätzlich zu den Bestimmungen der EU-Richtlinie 87/357/EWG sowie der neuen Richtlinie 2009/48/EG über die Sicherheit von Spielzeug befolgt der MPG-Kodex folgende Normen:

- die Europäische Norm für die Sicherheit von Spielzeug (EN 71);
- Änderungsentwürfe zu den oben genannten Normen, um die Einhaltung künftiger Bestimmungen durch Kinderspielzeug vorwegzunehmen;
- Normen aus anderen relevanten Bereichen (z. B. Sicherheitsnormen für kosmetische Produkte) mit besonders strengen chemischen Anforderungen;
- geltende Umweltnormen;
- eine Reihe freiwilliger Anforderungen, die strenger sind als die Vorgaben der EN 71 (z. B. hinsichtlich der maximalen Migrationsgrenzen für Schwermetalle).

Durch die Anwendung unseres strengen MPG-Kodexes mussten wir bisher kein Spielzeug aus Sicherheitsgründen zurückrufen. Seit Inkrafttreten der Richtlinie über die Sicherheit von Spielzeug im Jahr 1988 und dank unseres Kodexes wurden **33 Milliarden Artikel Kinderspielzeug mit größtmöglicher Sicherheit auf den Märkten der Welt platziert**.

In manchen Fällen haben wir auch vorbeugende Maßnahmen ergriffen und bestimmte Projekte abgeändert oder eingestellt. Beispiele:

- Spielzeug mit PVC: wird bereits seit 1990 nicht mehr produziert;
- Spielzeug mit Saugnäpfen: seit 2004 nicht oder kaum noch produziert;
- Spielzeug mit Magneten: seit 2007 nicht mehr produziert (lange bevor die entsprechenden Beschränkungen in den USA und der EU eingeführt wurden);
- Spielzeug, das wie Lebensmittel aussieht: wird bereits seit langer Zeit nicht mehr produziert (und wenn ein solches Spielzeug Teil eines anderen Spielzeugs ist, muss es fest mit diesem verbunden sein und darf aufgrund seiner Größe und Farbe nicht mit einem Lebensmittel zu verwechseln sein).

Zusätzlich zu den Sicherheitsprüfungen bei unseren Spielzeugen führen wir auch jährliche Prüfungen in den Werken unserer europäischen Lieferanten und Konfektionierern durch, um auf der Grundlage spezieller Tests die Einhaltung der Hygiene-, Gesundheits- und Sicherheitsrichtlinien zu überprüfen. Darüber hinaus werden unsere Lieferanten in Asien durch einen Beauftragten kontrolliert, der 5 bis 6 Tage pro Woche in der jeweiligen Fabrik vor Ort ist.

Schließlich beauftragt Ferrero auch externe Zertifizierungsstellen mindestens einmal pro Jahr mit der Prüfung des „Ferrero Qualitätssystems“ sowie mit einer Probenahme seiner Produkte direkt in den Märkten und in den Ferrero-Lägern, um die Einhaltung der Qualität des Spielzeugs zu überprüfen.

Kontrolle durch Institute für Spielzeugsicherheit

Auf Wunsch der Ferrero Gruppe prüft unter anderem das italienische Institut für Spielzeugsicherheit IISG (Istituto Italiano Sicurezza Giocattoli) alle Spielzeuge im Hinblick auf die Einhaltung des MPG-Kodexes.

Hierzu entnimmt das IISG regelmäßig Proben verschiedener Arten von Spielzeug aus den Ferrero-Lägern, um eine Reihe von Tests gemäß den Vorgaben des MPG-Kodexes durchzuführen. Zusätzlich hierzu werden auch die in ISO-Norm 8214 festgelegten „Zweckenfremdungs- und Missbrauchstests“ durchgeführt. Diese simulieren die Verhaltensmuster von Kindern beim Spielen (Falltest, Drehtest, Zug- und Drucktests).

Durch diese Probenahmen wird sichergestellt, dass im Laufe eines Jahres alle Materialien und Lieferanten geprüft werden.



JEDEN MONAT WERDEN ETWA 30 NEUE IDEEN FÜR SPIELZEUG FÜR **KINDER ÜBERRASCHUNG** ENTWICKELT (ALSO JEDEN TAG EINE NEUE!). VON DIESEN WÄHLT EIN „SICHERHEITSAUSSCHUSS“ DER FERRERO GRUPPE, DEM EXPERTEN AUS DEN BEREICHEN MARKETING, TECHNIK, RECHT UND MEDIZIN ANGEHÖREN, AUF DER GRUNDLAGE VON KRITERIEN ZU SICHERHEIT, QUALITÄT, SPIELBARKEIT UND ORIGINALITÄT JEDES JAHR 140 SPIELZEUGE AUS. ALLE SPIELZEUGE WERDEN VON ACHT VERSCHIEDENEN EUROPÄISCHEN SICHERHEITSINSTITUTEN UNTERSUCHT (DARUNTER AUCH DIE TÜV RHEINLAND LGA PRODUCTS GMBH) UND IM HINBLICK AUF IHRE HOHEN SICHERHEITSSTANDARDS ZERTIFIZIERT. NÜTZLICHE INFORMATIONEN FÜR DEN VERBRAUCHER SIND KLAR UND DEUTLICH SICHTBAR AUF DER VERPACKUNG AUFGEDRUCKT.

Die Kapsel für die Überraschungen

Kinder Überraschung ist eines unserer Produkte, das mit einem Überraschungs-Spielzeug verkauft wird. Die Kapsel, in der sich das Spielzeug befindet, entspricht europäischen und internationalen Normen für Kunststoffmaterialien, die mit Lebensmitteln in Kontakt kommen. Durch diesen Behälter wird der essbare Teil vom nicht essbaren Teil getrennt, wodurch eine größtmögliche Hygiene und Sicherheit gewährleistet wird.

Darüber hinaus sind die beiden Hälften der Kapsel **miteinander verbunden, um die Sicherheit** im Einklang mit den Bestimmungen der neuen Richtlinie über die Sicherheit von Spielzeug (2009/48/EG) **zu erhöhen**. Die Qualität und Sicherheit des Behälters unterliegt fortwährenden Prüfungen durch ein Team internationaler Spezialisten im Bereich Medizin.



Auch bei **Kinder Merendero** ist der essbare Teil vollständig vom nicht essbaren getrennt, um zu jeder Zeit und in jedem Klima ein größtmögliches Maß an Hygiene und Sicherheit zu erreichen. Die beiden Hälften, von denen eine den essbaren Teil und die andere das Spielzeug enthalten, sind mit Hilfe einer technisch innovativen Verpackung aus mehreren Schichten thermogeformter Materialien hermetisch versiegelt. Selbstverständlich entsprechen diese Materialien den europäischen und internationalen Normen für Kunststoffmaterialien, die mit Lebensmitteln in Kontakt kommen.

Ethische und umweltbezogene Aspekte

Die Ferrero Gruppe verwendet hinsichtlich aller ethischen und umweltbezogenen Aspekte ihrer Spielzeugproduktion einen speziellen Verhaltenskodex und verpflichtet auch ihre Hersteller, diesen einzuhalten.

Es handelt sich um den „Ferrero Ethical Social and Environmental Requirements for Suppliers of Kinder Toys“, der sich an den aktuellsten, gegenwärtig geltenden Ethikkodizes in diesem Bereich orientiert. Im Jahr 2008 beschloss die Ferrero Gruppe, die Kontrolle bei der Umsetzung dieses Kodexes einem externen Institut zu übertragen. So wurde die **SGS-Gruppe**, der weltweit führende Zertifizierungsdienst (Société Générale de Surveillance), gebeten, ein spezielles Prüfprogramm zu

entwickeln und durchzuführen, um die Einhaltung der Prinzipien und Anforderungen des Verhaltenskodexes durch die Hersteller von Ferrero Spielzeug zu auditieren.

Demzufolge entwickelte SGS ein Programm zur Kontrolle der Umsetzung des Kodexes in folgenden Phasen:

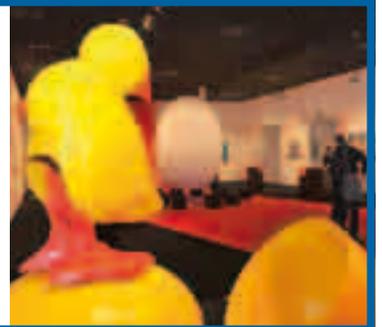
- eine Checkliste zur Überprüfung;
- Konformitätsprüfungen für jede Spielzeugproduktionsstätte, auf Grundlage derer ein Bericht über das Ergebnis erstellt wird;
- ein Programm für Korrekturmaßnahmen;
- finale Audits.

Die von SGS am 31. August 2009 durchgeführten Prüfungen umfassten praktisch alle unsere Produktionsstätten und führten zu folgendem Ergebnis:

- hohes Level bei der Einhaltung der Bestimmungen des Verhaltenskodexes;
- es wurde kein Verstoß bei folgenden Themenfeldern festgestellt:
 - Freiheits- und Grundrechte des Menschen;
 - Kinderarbeit;
- keine Verstöße gegen lokale Umweltnormen und -verordnungen;
- einige verbleibende Bereiche zur vollumfänglichen Gewährleistung lokaler arbeitsrechtlicher Bestimmungen wurden festgestellt;
- Die Verbesserungsmaßnahmen sind einfach umsetzbar und werden regelmäßig kontrolliert, um eine vollständige Beachtung des Ferrero Verhaltenskodexes durch die Lieferanten sicher zu stellen.

KINDER-KUNST – EIN EI WIRD AUF DER TRIENNALE IN MAILAND AUSGESTELLT

Seit drei Generationen lieben Kinder Überraschungseier. Seit ihrer Einführung hat sich eine wahre Sammlerszene auf der ganzen Welt gebildet. Daher ist es für einige von ihnen, die mittlerweile Künstler geworden sind, nicht ungewöhnlich, auch in ihren Kunstwerken an die Eier zu erinnern. Die Werke von 21 Künstlern aus Italien und dem Ausland wurden im Rahmen der im November 2009 in Mailand stattfindenden Ausstellung „Triennale Bovisa“ an einem Sonderstand ausgestellt, um die besondere Verbindung von Fantasie, Kindheit, Spiel und künstlerischem Schaffen auszudrücken.



Nächste Schritte

INSBESONDERE IM HINBLICK AUF ETHISCHE UND UMWELTBEZOGENE FRAGEN WERDEN WIR IN ZUSAMMENARBEIT MIT SGS AUCH WEITERHIN ALLE ERFORDERLICHEN PRÜFUNGEN UND KONTROLLEN UNSERER SPIELZEUG-PRODUKTIONSSTÄTTEN SOWIE UNSERER LIEFERANTEN DURCHFÜHREN, UM DIE VOLLSTÄNDIGE UMSETZUNG DES FERRERO VERHALTENSKODEXES ZU GEWÄHRLEISTEN.



SOZIALE VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS

UNSERE VERANTWORTUNG
FÜR DIE NATUR SAGT UNS,
WAS ZU TUN IST

KAPITEL 9

FERRERO
NATÜRLICH

Ferrero natürlich

Die Ferrero Gruppe bemüht sich **ständig, ihre industriellen Prozesse zu verbessern**. Dies geschieht mit dem Ziel, Energie, Materialien und Rohstoffe effizient zu nutzen, Abfälle zu reduzieren und erneuerbare Energiequellen einzusetzen, wo immer dies möglich ist, um so die Umwelt zu schonen.

Einen zusätzlichen Impuls für diese Verpflichtung bieten die innerhalb der Ferrero Gruppe eigens geschaffenen **Strukturen, die sich ausschließlich mit Energie- und Umweltfragen befassen**. Diese Abteilungen haben ihre Arbeit bereits in den Ländern operativ begonnen, in denen schon Investitionen zur Selbstversorgung bei der Energieproduktion getätigt wurden: Italien, Deutschland, Belgien und Polen.

DAS ENGAGEMENT DER FERRERO GRUPPE ZUM THEMA ENERGIE UMFASST DIE FOLGENDEN SCHRITTE:

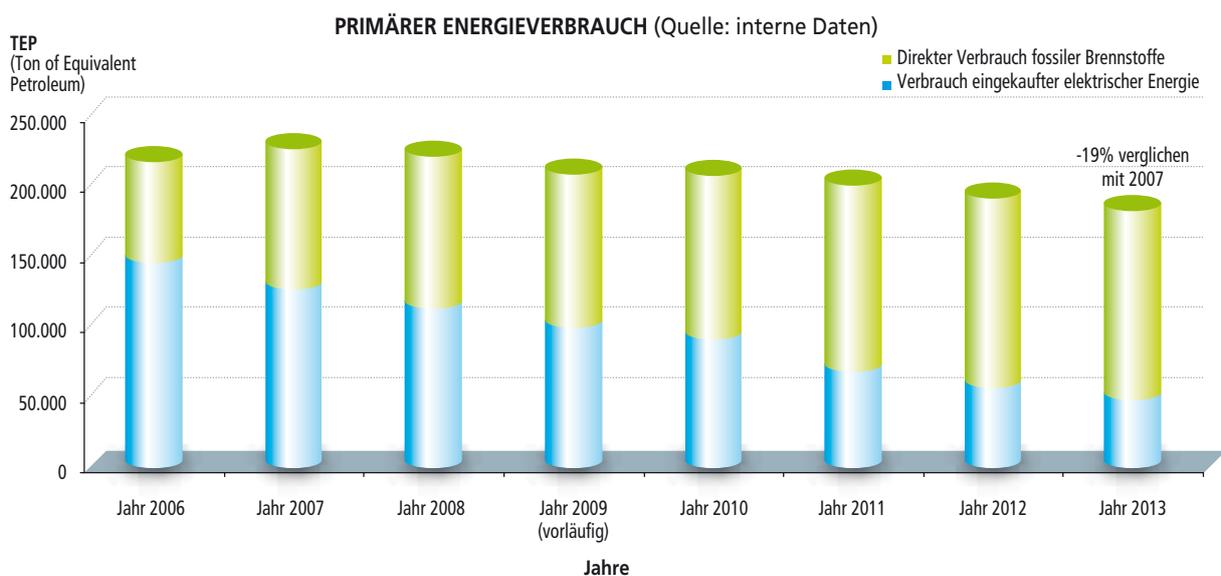
1. REDUZIERUNG DES VERBRAUCHS UND VERANTWORTUNGSBEWUSSTE ENERGIENUTZUNG

Viele Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs wurden bereits begonnen.

Alle neu installierten elektrischen Motoren sind hoch effizient und haben im Rahmen eines Austauschprogramms alte Motoren schrittweise ersetzt. Weitere Maßnahmen umfassen die Installation von Invertern (Frequenzrichter), wo eine Regulierung der Volumenströme (Luft und Wasser) erforderlich ist, Wärmerückgewinnungssysteme, eine hoch effiziente Beleuchtung durch den Einsatz modernster Lampen sowie die Einführung „intelligenter“ Beleuchtungskontrollsysteme.

Eine weitere wichtige Maßnahme zur Reduzierung des Energieverbrauchs ist die gleichzeitige Produktion elektrischer und thermischer Energie durch hocheffiziente Kraft-Wärme-Kopplung.

Die nachstehende Grafik zeigt den jährlichen Energieverbrauch unserer Produktionsstätten sowie die **von Ferrero gesetzten Ziele zur Reduzierung des Energieverbrauchs bis zum Jahr 2013 (19-20% verglichen mit den Daten des Jahres 2007).**



FERRERO IST EINES DER UNTERNEHMEN IN ITALIEN, DENEN DIE AUTORITÀ PER L'ENERGIA ELETTRICA E IL GAS (BEHÖRDE FÜR STROM UND GAS) EINE AUSZEICHNUNG FÜR DIE EFFIZIENTESTE ENERGIENUTZUNG VERLIEHEN HAT („TITOLI DI EFFICIENZA ENERGETICA“, TEE). DIESE SOLL EINEN ANREIZ FÜR DEN EINSATZ ENERGIEEFFIZIENTER PRODUKTIONSTECHNOLOGIEN BIETEN UND ZU VERNÜNFTIGER ENERGIENUTZUNG SOWIE ZU GENEHMIGUNGSPFLICHTIGEN ENERGIESPARPROJEKTEN ANREGEN.

2. VERMINDERUNG DER TREIBHAUSGASEMISSIONEN DURCH REDUZIERUNG DES VERBRAUCHS FOSSILER BRENNSTOFFE

Dieses Ziel soll folgendermaßen erreicht werden:

- Einrichtung hocheffizienter Erdgas-Heizkraftwerke, wodurch die Erzeugung elektrischer/thermischer Energie verbessert wird;
- Produktion elektrischer Energie aus erneuerbaren Quellen.

Zum 31. August 2009 wurde Folgendes bereits umgesetzt:

- hocheffiziente Erdgas-Heizkraftwerke mit einer Energieleistung von insgesamt etwa 35 MW. Dies beinhaltet 24,5 MW, was dem Anteil Ferreros am privat-öffentlichrechtlichen Gemeinschaftsunternehmen Alba Power entspricht.
- zusätzliche Erdgas-Heizkraftwerke, die in Kürze in der Endausbauphase insgesamt 22 MW liefern werden.

In Bezug auf die Erzeugung von Strom aus **erneuerbaren Energiequellen** wurden bereits in einigen Produktionsstätten der Ferrero Gruppe Photovoltaikanlagen installiert, die insgesamt fast 2 MW elektrische Energie liefern.

Die Produktion der elektrischen Energie aus erneuerbaren Energiequellen begann Ende 2007. Im Geschäftsjahr 2008/09 belief sich die Produktion der elektrischen Energie aus diesen Quellen auf 986 MWh, was 0,15% des Verbrauchs entspricht.

Wir beabsichtigen, zwischen 2010 und 2012 zwei **Heizkraftwerke** mit einer Energieleistung von 26,3 MW in Betrieb zu nehmen, bei denen die Flüssigbiomasse aus einer umweltfreundlichen und sozial zertifizierten Lieferkette stammt.



Foto: Das Werk in Alba (Italien).

Die nachstehende Tabelle bietet einen Überblick der bereits in Betrieb befindlichen Kraftwerke zur Eigenerzeugung elektrischer Energie sowie jener Kraftwerke, die in naher Zukunft in Betrieb genommen werden sollen (hocheffiziente Heizkraftwerke/erneuerbare Energiequellen).

Für jedes Kraftwerk werden angegeben: Installierte elektrische Energieleistung sowie tatsächliches bzw. geplantes Jahr der Inbetriebnahme (Quelle: interne Daten).

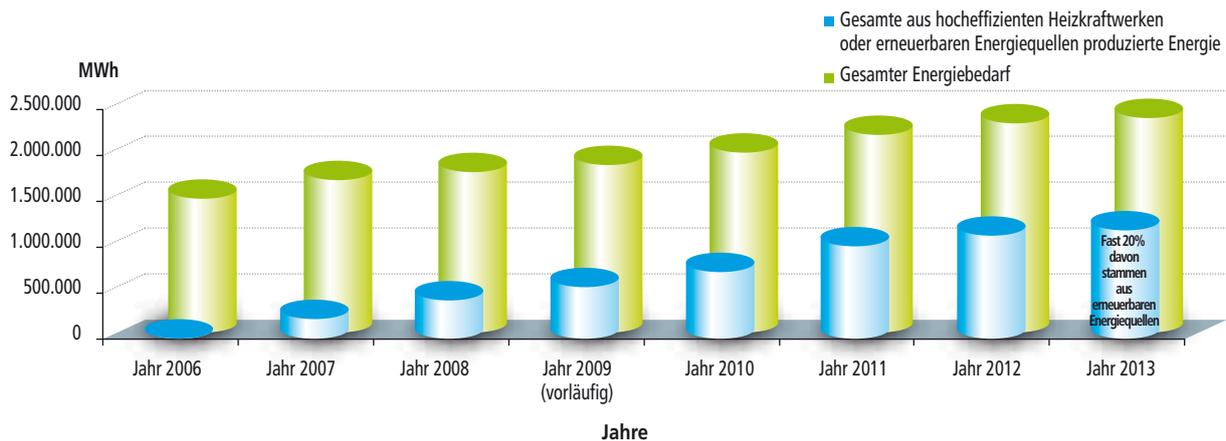
	Erdgas-Heizkraftwerke	Flüssigbiomasse-Heizkraftwerke	Photovoltaik
ALBA	Alba Power 24,5 MW* Jahr 2007 6,3 MW Jahr 2010		0,25 MW Jahr 2008
ARLON	4,2 MW Jahr 2008		
BALVANO		8,4 MW Jahr 2010	0,51 MW Jahr 2008
BELSK	1,1 MW Jahr 2006 4,6 MW Jahr 2010		
POZZUOLO	3,35 MW Jahr 2011		
S. ANGELO DEI LOMBARDI		17,9 MW Jahr 2012	0,52 MW Jahr 2008
STADTALLENDORF	5,2 MW Jahr 2007 7,8 MW Jahr 2011		0,6 MW Jahr 2007
GESAMT	57,5 MW	26,3 MW	1,88 MW

* Die Menge elektrischer Energie entspricht dem Anteil, den Ferrero an Alba Power hält.

NACH BEENDIGUNG DES INVESTITIONSPROGRAMMS, DAS BIS 2013 LAUFEN SOLL, WIRD DIE UNABHÄNGIGE PRODUKTIONSKAPAZITÄT DER FERRERO GRUPPE INSGESAMT MEHR ALS 85 MW MIT EINER JÄHRLICHEN PRODUKTION VON ELEKTRISCHER ENERGIE IN HÖHE VON 600 GWH/JAHR BETRAGEN. DIES WIRD IN ETWA DEN BEDARF ALLER EUROPÄISCHEN PRODUKTIONSTÄTTEN ABDECKEN.

Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass die hocheffizienten Heizkraftwerke gleichzeitig elektrische und thermische Energie produzieren, zeigt die folgende Grafik den gesamten Energieverbrauch der Ferrero Gruppe (Strom + Wärmeenergie + direkter Verbrauch) bezogen auf Energiegewinnung aus hocheffizienten Heizkraftwerken einschließlich erneuerbarer Energiequellen.

GESAMTER ENERGIEBEDARF VS. UNABHÄNGIGE PRODUKTION AUS HOCHEFFIZIENTEN HEIZKRAFTWERKEN ODER ERNEUERBAREN ENERGIEQUELLEN (Quelle: interne Daten)

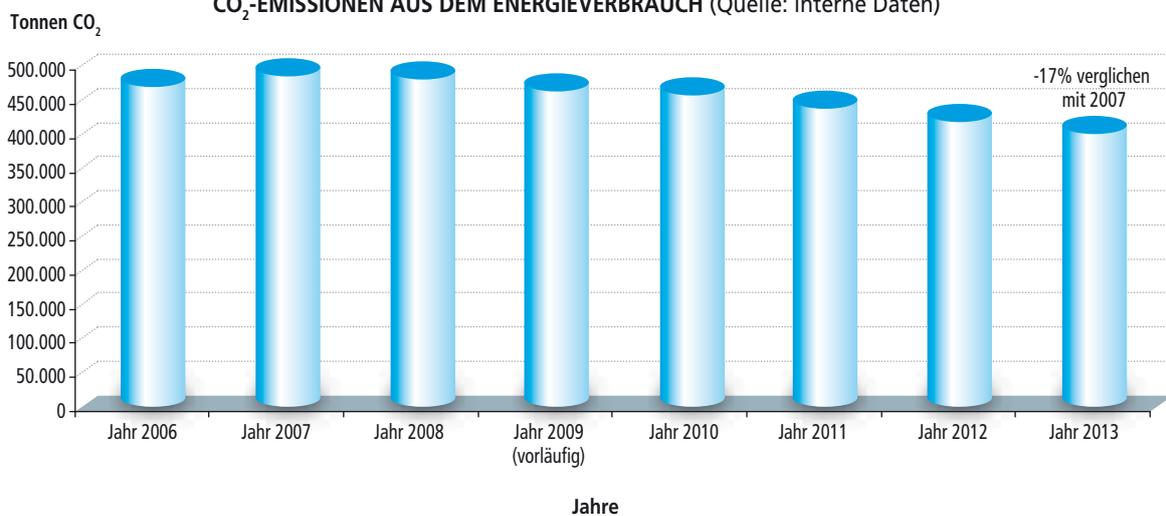


Wegen der Eigenproduktion aus hocheffizienten Heizkraftwerken und erneuerbaren Energiequellen konnte trotz eines steigenden Energiebedarfs eine deutliche Reduzierung der fossilen Brennstoffe (siehe Tabelle in Abschnitt 1) sowie der CO₂-Emissionen verzeichnet werden.

Durch einen reduzierten Verbrauch, eine reduzierte Verwendung fossiler Brennstoffe und durch die Nutzung erneuerbarer Energien ergibt sich eine Reduzierung der CO₂-Emissionen, wie in der nachstehenden Tabelle dargestellt. **Die bis zum Jahr 2013 erwartete Reduzierung der CO₂-Emissionen gegenüber 2007 wird Schätzungen zufolge insgesamt 17% betragen.**

Diese Werte berücksichtigen nicht nur direkte Emissionen, die mit der Verwendung fossiler Brennstoffe in Zusammenhang stehen (Produktionsprozesse, herkömmliche Wasserboiler, Heizkraftwerke), sondern auch indirekte Emissionen, die mit auf dem Markt eingekaufter elektrischer Energie in Zusammenhang stehen.

CO₂-EMISSIONEN AUS DEM ENERGIEVERBRAUCH (Quelle: interne Daten)



3. ENTWICKLUNG VON INITIATIVEN VOR ORT ZUR SCHAFFUNG VON SYNERGIEN IN DEN BEREICHEN ENERGIE UND UMWELT SOWIE ZUM AUFBAU POSITIVER BEZIEHUNGEN MIT DEN REGIONALEN GEMEINDEN

Dank einer Partnerschaft zwischen Ferrero und den öffentlichen Versorgungsunternehmen der Stadt Alba wurde ein Synergieprojekt zur Deckung des lokalen Energiebedarfs auf effiziente und umweltfreundliche Art und Weise entwickelt.

Das Heizkraftwerk mit dem Namen „Alba Power“ wurde im Jahr 2007 in Betrieb genommen. Es deckt einen Großteil des Bedarfs an elektrischer und thermischer Energie der Ferrero-Fabrik in Alba ab und **produziert gleichzeitig elektrische Energie, die in das öffentliche Netz eingespeist werden kann**. Das aus der Restwärme gewonnene Warmwasser liefert Energie für **mehr als 800 Haushalte, die an das Fernwärmenetz der Stadt Alba angeschlossen sind**.

DAS HEIZKRAFTWERK ALBA POWER

DIE ENERGIELEISTUNG DES KRAFTWERKS BETRÄGT 49 MW; SEINE GESAMTE JAHRESPRODUKTION ENTSpricht ETWA 330 ELEKTRISCHEN GWH UND 420 THERMISCHEN GWH. DAS KRAFTWERK WURDE IN PARTNERSCHAFT ZWISCHEN FERRERO UND DEM ÖFFENTLICHEN VERSORGUNGSUNTERNEHMEN REALISIERT. ALBA POWER GEHÖRT ZU DEN WENIGEN ENERGIEEINRICHTUNGEN IN ITALIEN, DIE WEGEN DER VERWENDUNG DER PRODUZIERTEN ENERGIE ZWEIFACH POSITIV BEWERTET WORDEN SIND. SO WURDEN ALBA POWER „GRÜNE ZERTIFIKATE“ ZUGETEILT, WEIL MAN DIE KRAFTWÄRME-KOPPLUNG REALISIERT UND FERNWÄRME EINGESPEIST HAT. ZUSÄTZLICH HAT MAN ALBA POWER FÜR DIE ENERGIEEFFIZIENZ WEGEN DER EINSPARUNG VON ELEKTRISCHER ENERGIE UND ERDGAS AUSGEZEICHNET.



4. TEILNAHME AN FORSCHUNGSAKTIVITÄTEN UND TECHNOLOGISCHEN INNOVATIONEN IN ZUSAMMENARBEIT MIT HOCHSCHULEN, FORSCHUNGSINSTITUTEN UND PRIVATEN UNTERNEHMEN

Die Ferrero Gruppe hat im Laufe der Zeit ein Netzwerk von Beziehungen zur akademischen Welt sowie zu Hochschulen aufgebaut, um wissenschaftliche und technologische Fortschritte in den Bereichen zu fördern, die mit ihren geschäftlichen Aktivitäten in Zusammenhang stehen.

Insbesondere wurde Ende 2009 **ein experimentelles Photovoltaik-Kraftwerk** fertiggestellt, in dem einige der vielversprechendsten neuesten Technologien wie z. B. Solartracker und -konzentratoren sowie verschiedene Arten von Photovoltaik-elementen getestet werden sollen. Ziel des Experiments ist die Analyse der tatsächlichen Leistung dieser Technologien über eine bestimmte Zeitspanne.

Ende 2009 hat Ferrero in Zusammenarbeit mit Hochschulen und anderen privaten Unternehmen an einer Ausschreibung der Region Piemont zur Kofinanzierung eines Projekts mit dem Titel „Forschung & Innovation zur Verbesserung der Nachhaltigkeit der Lieferkette im Bereich Landwirtschaft und Lebensmittel“ teilgenommen. Dieses 3-Jahres-Projekt wurde bereits für eine öffentliche Finanzierung vorausgewählt.

Einige Zahlen mit Blick auf die Umwelt

Daten zu den Kraftwerken mit ISO 14001:2004-Zertifizierung (alle Kraftwerke in der EU und Australien) zusammen mit Daten anderer Kraftwerke (globale Liste siehe s. 10). Quelle: interne Daten

LEISTUNGSINDIKATOREN	2006	2007	2008
ENERGIEVERBRAUCH AUS PRIMÄREN QUELLEN (TEP)	218.740	227.066	222.437
Eingekaufter Strom	146.434	126.889	113.278
Direkter Verbrauch fossiler Brennstoffe	72.306	100.176	109.159
BEZOGENES WASSER NACH ART DER QUELLE (m³)	5.090.210	5.079.064	4.844.748
Fluss	1.942.440	1.683.792	1.521.946
Brunnen	1.350.170	1.347.354	1.474.022
Wasserleitung	955.258	1.073.661	987.317
Sonstige	842.342	974.257	861.463
GESAMTGEWICHT DER CO₂-EMISSIONEN – DIREKT UND INDIREKT – (TONNEN)	473.110	488.195	483.519
ANHYDRIDE VON STICKSTOFF, SCHWEFEL UND ANDEREN GASEN (TONNEN)	286.984	252.079	217.799
NO _x	135.208	122.968	106.601
Staub	65.490	58.970	43.885
CO – Kohlenmonoxid	57.246	54.731	53.415
COV* Flüchtige organische Verbindungen	15.665	7.558	7.072
NH ₃ – Ammoniak	13.375	7.852	6.827
GESAMTER ABFALL NACH ART UND ENTSORGUNG (TONNEN)	85.636	89.488	89.033
Recycling/Wiederverwendung	74.504	75.741	76.297
Zu vernichtender Abfall	11.132	13.747	12.736

* COV = Volatile Organic Compounds

Eine integrierte Lieferkette

Um die Verbraucher stets erreichen, ihnen die frischesten Produkte anbieten und gleichzeitig das Serviceniveau für Händler durch eine Rationalisierung der logistischen Abläufe verbessern zu können, hat die Ferrero Gruppe im Jahr 2008 eine integrierte Lieferkette geschaffen, deren Ziele wie folgt lauten:

- Verbesserung der Transporteffizienz durch die Reduzierung von CO₂- und Partikelemissionen;
- Verbesserung der Nutzung kombinierter und alternativer Transportmöglichkeiten, einschließlich des Transports über die Schiene, der aktuell 3% des europäischen Gütertransports ausmacht;
- Nutzung von Transportmitteln, die mit alternativen Energiequellen betrieben werden;
- Sicherstellung einer optimalen Ausnutzung der eingesetzten Transportmittel, auch durch *ad hoc*-Verträge mit anderen Lieferanten.

Diese Ziele wollen wir bis 2013 erreichen, um so auch Verpackungen effizienter handhaben zu können und unsere Beziehungen zu Produzenten, Lieferanten und Händlern zu verbessern. Sie sollen alle im Hinblick auf das gemeinsame Ziel einer „umweltfreundlicheren Lieferkette“ (greener supply chain) eingebunden werden.

EIN BEISPIEL FÜR BEREITS LAUFENDE AKTIVITÄTEN IST DAS IN FRANKREICH UND DEN BENELUX-STAATEN EINGEFÜHRTE „BORDBUCH“ FÜR LOGISTIK, DAS ZUR STÄNDIGEN KONTROLLE DER OPTIMALEN BELADUNG DER LASTWAGEN, DER ZURÜCKGELEGTEN KILOMETER UND DES DADURCH AUSGESTOSSENEN CO₂-GEHALTES VERWENDET WIRD. DIESE PARAMETER WERDEN EINERSEITS ALS „MANAGEMENT-TOOL“ GENUTZT; ANDERERSEITS SIND HIER OPTIMIERUNGEN TEIL DER MITARBEITERBEWERTUNG. SOMIT SOLLEN SOWOHL DAS SYSTEM EFFIZIENTER ALS AUCH ALLE AN DER LOGISTIKKETTE BETEILIGTEN AKTEURE MIT IN DIE VERANTWORTUNG EINGEBUNDEN WERDEN. DAMIT WIR IMMER MEHR UMWELTFREUNDLICHE FAHRZEUGE EINSETZEN KÖNNEN, SCHLIESSEN WIR LANGFRISTIGE VERTRÄGE MIT UNSEREN PARTNERN AB.

BERÜCKSICHTIGUNG DER UMWELTBELASTUNG IN DER PRODUKTENTWICKLUNGSPHASE

SCHON BEI DER PRODUKTENTWICKLUNG WIRD DIE UMWELTBELASTUNG BERÜCKSICHTIGT, WANN IMMER DIES MÖGLICH IST. EIN GUTES BEISPIEL HIERFÜR IST DAS „GEFRIERFERTIGE DESSERT“ GRAN SOLEIL, DAS PRODUZIERT, TRANSPORTIERT, GELAGERT UND AM VERKAUFSORT OHNE TIEFKÜHLUNG ANGEBOten WIRD. DER VERBRAUCHER ENTSCHIEDET SELBST, WANN ER DAS PRODUKT ZUHAUSE EINFRIERT UND KONSUMIERT. DIESES INNOVATIVE PRODUKT HAT SOWOHL IM HINBLICK AUF DIE VERRINGERUNG DES ENERGIEVERBRAUCHS ALS AUCH AUF DIE REDUZIERUNG DER CO₂-EMISSIONEN EINE WEITAUS GERINGERE UMWELTBELASTUNG ALS TRADITIONELLES SPEISEEIS (DAS WÄHREND DES GESAMTEN LEBENSZYKLUSSES TIEFGEKÜHLT ZU HALTEN IST). DERZEIT WERDEN IN ZUSAMMENARBEIT MIT DER FACHHOCHSCHULE IN TURIN STUDIEN DURCHGEFÜHRT, UM DIE TATSÄCHLICHE UMWELTBELASTUNG DES INTEGRIERTEN LEBENSZYKLUSSES VON GRAN SOLEIL PRÄZISER MESSEN ZU KÖNNEN.

Die „5 R“-Strategie für unsere Verpackungen

Die Verpackung ist für Ferrero ein wesentlicher Teil der Produkte, da ihre Hauptfunktion der Schutz der Lebensmittel und die Sicherstellung der Qualität ist. Ferrero bietet seinen Verbrauchern mit seinen Produkten raffinierte Rezepturen an, die auf Zutaten mit herausragender Qualität beruhen und die dank der Produktionsprozesse unvergleichliche Geschmackseindrücke vermitteln. Aus diesem Grund muss die Verpackung das fertige Produkt schützen, Verderb und Bruch, Kontamination sowie eine Verfälschung verhindern, damit die sinnliche Wahrnehmung der Produkte auch Monate nach der Produktion erhalten bleibt. Ferrero verwendet ein breites Spektrum an Verpackungsmaterialien: Papier, Pappe, Kunststoff, Glas und Aluminium. **Im Laufe der Jahre haben bedeutende Verbesserungen hinsichtlich des Verbrauchs dieser Materialien stattgefunden. So konnten die verwendeten Mengen bei gleichbleibender Qualität und Sicherheit der Produkte reduziert werden.**

Zur Entwicklung und Planung unserer Verpackungen haben wir die so genannte „**5 R**“-Strategie zur Optimierung der Qualität und Frische bei gleichzeitiger Minimierung der Abfallmenge eingeführt:

1. R – Remove (Entfernen): Entfernung verschiedener Elemente, aus denen die Verpackung besteht

Im Geschäftsjahr 2007/08 haben wir bereits mehr als 2 Millionen Polypropylen-Bögen (PP) aus einer Vielzahl von Geschenkverpackungen entfernt und so etwa 11 Tonnen PP eingespart.

2. R – Reduce (Reduzieren): Reduzierung des Materialeinsatzes durch Verringerung der Verpackungsmenge, Beseitigung überflüssiger Verpackung und Optimierung des Designs

Ferrero hat schon immer darauf geachtet, welche Ressourcen zur Verpackung seiner Produkte eingesetzt werden. So wurde beispielsweise im Jahr 2001 **die Verpackung von Kinder Country optimiert** und damit eine Gewichtsreduzierung um etwa 41% erreicht. In den vergangenen 10 Jahren wurde durch die Reduzierung der Dicke des zur Verpackung einzelner Backwaren verwendeten Verpackungsfilms eine Materialeinsparung von etwa 20% erreicht. 2008 haben wir die Breite der verwendeten PP-Bänder sowie die Dicke der Polystyren-Bögen (PS) zur Trennung zweier Schichten von Pralinen in einer Rocher-Schachtel reduziert **und dadurch etwa 10 Tonnen PP und 20 Tonnen PS eingespart**.

Mit dem Ziel der Optimierung der **Rocher-Packung (Inhalt: 16 Stück)** wurde das Design drastisch verändert. Dies hat es uns ermöglicht, das ursprüngliche Gewicht der Schachtel zunächst von 70 g auf 63 g und im Jahr 2008 dann auf etwa 56 g zu reduzieren. Dieser Prozess dauert noch immer an und hat in den vergangenen zwei Jahren zu einer weiteren Verringerung von 9 bis 11% in Italien und 18% in Deutschland geführt. Dies entspricht einer Reduzierung des Polystyrenverbrauchs um etwa 500 Tonnen. Wir wollen dieses Verfahren für alle unsere Werke standardisieren, um so weitere Verpackungsmaterialeinsparungen zu erzielen.

Im Geschäftsjahr 2008/09 ist ein **Projekt bzgl. der „Primärverpackung“** von Rocher durchgeführt worden, mit dem Ziel, die Dicke der Aluminiumverpackung bis Ende 2010 um 8% zu reduzieren. Im Laufe des ersten Quartals des Jahres 2009 wurden bereits 50% dieses Ziels erreicht.

Auch bei den aktuellsten Projekten wie z. B. **Gran Soleil** wird sehr auf eine vernünftige Verwendung von Ressourcen geachtet. Ab Januar 2010 soll die zur Verpackung von Gran Soleil verwendete Aluminiumschicht um fast 30% reduziert werden. Dies wird zu einer 10%igen Reduzierung des Verpackungsgewichts führen.

3. R – Recycle (Recyclen): Verwendung wiederverwertbarer Materialien sowie, wann immer möglich, Austausch von Verbundmaterialien sowie von Materialien, die mit Monomaterialien verbunden sind, um Sortierung und Recycling zu vereinfachen.

Im Anschluss an die Tests aus dem Jahr 2007 haben wir im Geschäftsjahr 2008/09 damit begonnen, fast die gesamte „sekundäre Verpackung“ durch recyceltes PET (rPET) zu ersetzen. Im Laufe des Geschäftsjahres 2008/2009 wurden 1.000 Tonnen rPET verwendet. Schätzungen zufolge werden wir 2009/2010 auf über 2.000 Tonnen rPET umstellen.

Die nachstehende Tabelle zeigt einige der wichtigsten verwendeten Materialien sowie die zugehörigen recycelten Mengen:

MATERIAL		2007-2008		2008-2009	
		MENGE (Tonnen)	% aus Recyclingquellen	MENGE (Tonnen)	% aus Recyclingquellen
PAPPE	Press- und Wellpappe	90.000	35%	90.000	35%
	Wellpappe	63.000	80%	71.000	80%
PLASTIK	PET	4.000	0%	6.500	15% (post-industriell)
GLAS		130.000	10%	140.000	10%
ALUMINIUM		3.000	30-40%	3.500	30-40%

Interne Schätzung (globale Daten)

4. R – Re-use (Wiederverwendung): Entwicklung und Umsetzung von Mehrzwecklösungen sowie von Lösungen, die wieder in den Produktionszyklus integriert werden können

Wiederverwendung war schon immer Teil unserer Philosophie, sowohl für fertige Produkte (so können z. B. Nutella-Gläser, nachdem sie ihren Zweck hinsichtlich Transport und Lagerung des Produkts erfüllt haben, im Haushalt verwendet werden) als auch für Produktion und Transport (z. B. die von Kinder Freude, Ferrero Rocher sowie Ferrero Rond Noir verwendeten Transport-/Präsentationsmittel).

ENDE 2009 – DIE „CARTA BUONA“ („GUTES PAPIER“) IST GEBOREN. ES WIRD ZU 50% AUS RECYCELTEN FASERN HERGESTELLT, DIE NACH DER PRODUKTION UNSERER VERPACKUNGEN ANFALLEN SOWIE ZU 50% AUS FSC-ZERTIFIZIERTEN FASERN. DIESE SIND MIT HILFE „REINER ENERGIE“ HERGESTELLT WORDEN, D. H. ENERGIE MIT DEM RECS-ZERTIFIKAT FÜR ERNEUERBARE ENERGIE, DAS GARANTIERT, DASS DIE ENERGIE AUS ERNEUERBAREN ENERGIEQUELLEN STAMMT. RECS IST DIE ABKÜRZUNG FÜR „RENEWABLE ENERGY CERTIFICATE SYSTEM“. SOLCH EIN PAPIER WURDE AUCH FÜR DIESEN BERICHT VERWENDET.

5. R – Renew (Erneuern): Verwendung von Materialien, die aus erneuerbaren und wieder integrierbaren Quellen gewonnen wurden (wobei ein Rückgriff auf die Nahrungsmittelkette vermieden wird) sowie Verwendung biologisch abbaubarer Materialien.

Wir haben die innere Befestigung der für die Verpackung von **Rocher-Boxen** verwendeten Bögen, die ursprünglich aus PET hergestellt wurde, durch eine besondere Art von Wellpappe ersetzt. Seit Juli 2009 wird statt der Polystyren-Displays (PS) für die Flowpacks (d. h. die „Flossenpackung“) der 3er- oder 4er-Verpackung bei Ferrero Rocher eine besondere Art von Papp-Displays verwendet. Dadurch ergeben sich nicht nur Vorteile hinsichtlich der Nutzung der verwendeten Materialien aus erneuerbaren Energiequellen, sondern auch eine Ressourceneinsparung um etwa 200 Tonnen pro Jahr.

Es ist eine große Herausforderung, Materialien einzusetzen, die mithilfe erneuerbarer Energiequellen gewonnen wurden und

zudem auch noch biologisch abbaubar sind. Die bisherigen Lösungen haben uns noch nicht die technischen Eigenschaften bieten können, die in Bezug auf die Einflüsse von Feuchtigkeit und Sauerstoff den gleichen Schutz bieten. Diese Aspekte sind jedoch wichtig, um unseren Verbrauchern weiterhin frische und hochwertige Produkte anbieten zu können.

Aus diesem Grund führt Ferrero in Zusammenarbeit mit zahlreichen Hochschulen und Forschungsinstituten spezielle Studien durch, um technische Lösungen zu entwickeln, die die zur Gewährleistung von Frische und Qualität erforderlichen technischen Eigenschaften bieten und gleichzeitig die Umwelt weniger belasten.

Außerdem ist Ferrero aktives Mitglied der maßgeblichen italienischen und internationalen Verbände, unter anderem z. B. der European Bioplastics Association (www.european-bioplastics.org) und Proplast (www.proplast.it), und nimmt an italienischen und internationalen Arbeitsgruppen zu Umweltfragen teil.

Nächste Schritte

UNSERE WICHTIGSTEN ZIELE, DIE WIR BIS 2013 ERREICHEN WOLLEN, LAUTEN WIE FOLGT:

- AUSBAU VON KAPAZITÄTEN ZUR EIGENEN ENERGIEGEGWINNUNG MIT DEM ZIEL DER GESAMTEN BEDARFSDECKUNG UNSERER WERKE IN EUROPA;
- EINE 19-20%IGE REDUZIERUNG DES ENERGIEVERBRAUCHS VERGlichen MIT 2007;
- EINE MINDESTENS 15%IGE REDUZIERUNG DES DIREKTEN UND INDIREKTEN VERBRAUCHS FOS-SILER BRENNSTOFFE UND DER DAMIT VERBUNDENEN TREIBHAUSGASEMISSIONEN (CO₂), GEGENÜBER 2007;
- EINE MINDESTENS 50%IGE ERWEITERUNG DER HOCHEFFIZIENTEN ENERGIE AUS HEIZKRAFTWERKEN IM VERGLEICH ZU 2007;
- 20% DER SELBSTPRODUZierten ENERGIE SOLLEN AUS ERNEUERBAREN ENERGIEQUELLEN STAMMEN;
- BEWERTUNG ALLER NEUEN VERPACKUNGSPROJEKTE IM HINBLICK AUF UMWELTFREUNDLICHES DESIGN UND OPTIMIERUNG UMWELTBEZOGENER ASPEKTE;
- BIS ZU 10%IGE STEIGERUNG BEI DER VERWENDUNG WIEDERVERWERTBARER VERPACKUNGSMATERIALIEN.



GRI-INDIKATOREN

Indextabelle der GRI-G3-Indikatoren. Diese enthält einige der Indikatoren des „Supplements für den Lebensmittel verarbeitenden Sektor“ („Food Processing Sector Supplement“, Entwurf vom 24.08.09) aus dem Bericht zur sozialen Verantwortung des Unternehmens 2008/09. Die Tabelle gibt für jeden Indikator Folgendes an: eine Zusammenfassung des Inhalts, die entsprechende Stelle im Bericht sowie den Grad der Erfassung (T = Total; P = Partiiell; NA = Nicht anwendbar).



ORGANIZATIONAL PROFILE INDICATORS	LEVEL OF COVERAGE	PAGE
1. STRATEGY AND ANALYSIS		
1.1 Statement from the most senior decision-maker of the organization (e.g., CEO, chair, or equivalent senior position) about the relevance of sustainability to the organization and its strategy	T	2-3
2. ORGANIZATIONAL PROFILE		
2.1 Name of the organization	T	23
2.2 Primary brands, products, and/or services	T	12-13
2.3 Operational structure of the organization, including main divisions, operating companies, subsidiaries, and joint ventures	T	10-11, 23
2.4 Location of organization's headquarters	T	23
2.5 Number of countries where the organization operates, and names of countries with either major operations or that are specifically relevant to the sustainability issues covered in the report	T	10-11, 16
2.6 Nature of ownership and legal form	T	23
2.7 Markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customers/beneficiaries)	T	8-11
2.8 Scale of the reporting organization (number of employees, net sales or net revenues, quantity of products or services provided)	T	13, 16, 40
2.9 Significant changes during the reporting period regarding size, structure, or ownership	T	10
2.10 Awards received in the reporting period	T	14-16, 28, 54, 56

ORGANIZATIONAL PROFILE INDICATORS		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
3. REPORT PARAMETERS			
REPORT PROFILE			
3.1	Reporting period for information provided	T	Cover
3.2	Date of most recent previous report	NA	
3.3	Reporting cycle	T	Cover
3.4	Contact point for questions regarding the report or its contents	T	Cover, 24, back cover
REPORT SCOPE AND BOUNDARY			
3.5	Process for defining report content	T	Cover, 24
3.6	Boundary of the report	T	Cover
3.7	State any specific limitations on the scope or boundary of the report	T	Cover
3.8	Basis for reporting on joint ventures, subsidiaries, leased facilities, outsourced operations, and other entities that can significantly affect comparability from period to period and/or between organizations	T	23, 25
3.10	Explanation of the effect of any re-statements of information provided in earlier reports, and the reasons for such re-statement	NA	
3.11	Significant changes from previous reporting periods in the scope, boundary, or measurement methods applied in the report	NA	
GRI CONTENT INDEX			
3.12	Table identifying the location of the Standard Disclosures in the report	T	92-97
4. GOVERNANCE, COMMITMENTS TO EXTERNAL INITIATIVES, STAKEHOLDER ENGAGEMENT			
GOVERNANCE			
4.1	Governance structure of the organization, including committees under the highest governance body responsible for specific tasks, such as setting strategy or organizational oversight	T	23-24
4.2	Indicate whether the Chair of the highest governance body is also an executive officer (and, if so, their function within the organization's management and the reasons for this arrangement)	T	23
4.3	For organizations that have a unitary board structure, state the number of members of the highest governance body that are independent and/or non-executive members	T	23
4.4	Mechanisms for shareholders and employees to provide recommendations or direction to the highest governance body	T	23-24, 42

STAKEHOLDER ENGAGEMENT		
4.14	List of stakeholder groups engaged by the organization	T 24-25
4.15	Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage	T 24

ECONOMIC PERFORMANCE INDICATORS		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
MARKET PRESENCE			
EC6	Policy, practices, and proportion of spending on locally-based suppliers at significant locations of operation	P	35, 68-72
EC7	Procedures for local hiring and proportion of senior management hired from the local community at locations of significant operation	P	34-36, 40-44, 68-72
INDIRECT ECONOMIC IMPACTS			
EC8	Development and impact of infrastructure investments and services provided primarily for public benefit through commercial, in-kind, or pro bono engagement	T	28-31, 34-36, 41, 86

ENVIRONMENTAL PERFORMANCE INDICATORS		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
MATERIALS			
EN1	Materials used by weight or volume	P	60, 87, 90
EN2	Percentage of materials used that are recycled input materials	T	90
ENERGY			
EN3	Direct energy consumption by primary energy source	T	87
EN6	Initiatives to provide energy-efficient or renewable energy based products and services, and reductions in energy requirements as a result of these initiatives	T	82-88
EN7	Initiatives to reduce indirect energy consumption and reductions achieved	T	82-88
WATER			
EN8	Total water withdrawal by source	T	87
EMISSIONS, EFFLUENTS, AND WASTE			
EN16	Total direct and indirect greenhouse gas emissions by weight	T	87
EN18	Initiatives to reduce greenhouse gas emissions and reductions achieved	T	82-91
EN19	Emissions of ozone-depleting substances by weight	T	87
EN22	Total weight of waste by type and disposal method	T	87

PRODUCTS AND SERVICES		
EN26	Initiatives to mitigate environmental impacts of products and services, and extent of impact mitigation	T 82-91
TRANSPORT		
EN29	Significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials used for the organization's operations, and transporting members of the workforce	P 88

SOCIAL PERFORMANCE INDICATORS		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
LABOR PRACTICES AND DECENT WORK			
EMPLOYMENT			
LA1	Total workforce by employment type, employment contract, and region	T	40
LABOR/MANAGEMENT RELATIONS			
LA4	Percentage of employees covered by collective bargaining agreements	T	42
OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY			
LA8	Education, training, counseling, prevention, and risk-control programs in place to assist workforce members, their families, or community members regarding serious diseases	T	43, 60, 62
TRAINING AND EDUCATION			
LA10	Average hours of training per year per employee by employee category	P	45-47, 60
LA11	Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings	T	34-35, 42, 45-47
DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY			
LA13	Composition of governance bodies and breakdown of employees per category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity	P	40
HUMAN RIGHTS			
INVESTMENT AND PROCUREMENT PRACTICES			
HR1	Percentage and total number of significant investment agreements that include human rights clauses or that have undergone human rights screening	T	34-36, 68-73, 76-79
HR2	Percentage of significant suppliers and contractors that have undergone screening on human rights and actions taken.	T	68-73, 76-79

SOCIAL PERFORMANCE INDICATORS		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
CHILD LABOR			
HR6	Operations identified as having significant risk for incidents of child labor, and measures taken to contribute to the elimination of child labor	T	68-73, 76-79
FORCED AND COMPULSORY LABOR			
HR7	Operations identified as having significant risk for incidents of forced or compulsory labor, and measures to contribute to the elimination of forced or compulsory labor	T	68-73, 76-79
SOCIETY			
COMMUNITY			
SO1	Nature, scope, and effectiveness of any programs and practices that assess and manage the impacts of operations on communities, including entering, operating, and exiting	T	28-31, 34-36, 41, 64-65, 68-73, 78-79, 86
PUBLIC POLICY			
SO5	Public policy positions and participation in public policy development and lobbying	T	24, 50-57, 68-72
PRODUCT RESPONSIBILITY			
CUSTOMER HEALTH AND SAFETY			
PR1	Life cycle stages in which health and safety impacts of products and services are assessed for improvement, and percentage of significant products and services categories subject to such procedures	T	50-55, 60-63, 76-78
PR2	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning health and safety impacts of products and services during their life cycle, by type of outcomes	P	77, 79
PRODUCT AND SERVICE LABELING			
PR3	Type of product and service information required by procedures, and percentage of significant products and services subject to such information requirements	T	51, 55, 78
MARKETING COMMUNICATIONS			
PR6	Programs for adherence to laws, standards, and voluntary codes related to marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship	T	53-54, 56-57
PR7	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship by type of outcomes	T	56

FOOD PROCESSING SECTOR SUPPLEMENT INDICATORS	LEVEL OF COVERAGE	PAGE
FPSS3 Percentage of production volume manufactured insides certified by an independent third party according to internationally recognised food safety management system standards	T	62-63, 76-77
FPSS4 Percentage of consumer product sold, by product category, that are lower in saturated fat, trans-hydrogenated fats, sodium and added sugars	T	51
FPSS6 Policy and practices to communicate ingredients, nutritional information and additives and their functions	T	51, 55, 62

REVIEW REPORT ON THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT

To the Shareholders of
Ferrero International S.A.

- 1 We have reviewed the corporate social responsibility report (the “sustainability report”) of the Ferrero Group (the “Group”) as of August 31st, 2009. The directors of Ferrero International S.A. are responsible for the preparation of the sustainability report in accordance with the “Sustainability Reporting Guidelines” established by GRI - Global Reporting Initiative in 2006, as stated in the “about this corporate social responsibility report” paragraph. They are also responsible for determining the Group’s objectives in respect of sustainable development, performance and reporting, including the identification of stakeholders and material issues, and for establishing and maintaining appropriate performance management and internal control processes with respect to the reported performance information. Our responsibility is to issue this report based on our review.

- 2 We conducted our work in accordance with the criteria established for review engagements by the “*International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*” (“ISAE 3000”), issued by the *International Auditing and Assurance Standards Board*. That standard requires that we comply with applicable ethical requirements (the “*Code of Ethics for Professional Accountants*” issued by the *International Federation of Accountants*), including independence requirements, and that we plan and perform the engagement to obtain limited assurance about whether the report is free from material misstatement. A limited assurance engagement is substantially less in scope than an audit. A limited assurance engagement on a sustainability report consists of making inquiries, primarily of persons of the Company responsible for the preparation of information presented in the sustainability report, and applying other evidence gathering and validation procedures, as appropriate. These procedures included:
 - comparing the economic and financial data presented in the subparagraph “some figures about our production” on page 13 of the sustainability report to the corresponding information and data included in the Group’s consolidated financial statements as of August 31st 2009, on which Deloitte S.A. issued the auditors’ report on March 2nd, 2010;
 - analyzing how the processes underlying the generation, recording and management of quantitative data included in the sustainability report operate. In particular, we have performed interviews and discussions with delegates of the Group to gather information on the information, accounting and reporting systems used in preparing the sustainability report;
 - analyzing how the processes underlying the generation, recording and management of the information reported in the “company values” paragraph operate. In particular, we have performed interviews and discussions with delegates of the Group and analysis, on a test basis, of the supporting documentation to gather information on the definition and internal communication of the Group corporate principles (Group Code of Ethics), as disclosed within this sustainability report;
 - analyzing the compliance of the qualitative information included in the sustainability report with the guidelines referred to in paragraph 1 of this report, and their overall consistency, in particular with reference to the sustainability strategy and policies and the determination of material issues for each stakeholder category;

- analyzing the stakeholder involvement process, in terms of methods used and completeness of persons involved, through analysis of the minutes of the meetings or any other information available about the significant features identified in the stakeholder involvement process;
- obtaining the representation letter signed by the legal representative of Ferrero International S.A. on the compliance of the sustainability report with the guidelines indicated in paragraph 1 and on the reliability and completeness of the information and data contained therein.

A review is less in scope than an audit carried out in accordance with ISAE 3000, and, therefore, does not enable us to obtain assurance that we would become aware of all significant matters and events that might be identified in an audit.

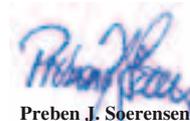
- 3 Since the Group's sustainability report is in its first year of publication, within our engagement, as requested by the management of the Group, we did not perform the following procedures:
 - collection of corroborating documents on the processes and internal control procedures used to combine, process and transmit quantitative data to the office that prepares the sustainability report;
 - analysis on a test basis of documentation supporting the preparation of the quantitative data relative to the sustainability report, to confirm the effectiveness of processes, their adequacy in relation to the objectives described, and that the internal control system correctly manages data and information.
- 4 Based on the procedures performed, except for the possible effects of the matters described in paragraph 3 above, nothing has come to our attention that causes us to believe that the sustainability report of the Group as of August 31st, 2009 is not prepared, in all material respects, in accordance with the "Sustainability Reporting Guidelines" issued in 2006 by GRI - Global Reporting Initiative, as set out in the "about this corporate social responsibility report" paragraph.

Deloitte.

Milan, June 11, 2010
DELOITTE ERS S.r.l.



Franco Amelio
State Authorised Public Accountant (Italy)
Corporate Responsibility Services



Preben J. Soerensen
State Authorised Public Accountant (Denmark)
Corporate Responsibility Services

This report has been translated into the English language solely for the convenience of international readers



Kinder, die an den Initiativen von Kinder + Sport teilnehmen (s. Seite 54)

Ferrero
Ufficio di Coordinamento CSR
187, Chaussée de la Hulpe
1170 Brüssel
Belgien

csr@ferrero.com
www.ferrero.com

Konzept und Design
mood comunicazione attiva srl
Rom

Das für diesen Bericht verwendete Papier ist aus recycelten Fasern von Ferrero-Verpackungen gewonnenes und mit Energie aus erneuerbaren Energiequellen hergestellte „Carta Buona“.

„Carta buona“ wird hergestellt von Favini, FSC-zertifiziert.



Mixed Sources
Product group from well-managed
forests, controlled sources and
recycled wood or fiber
www.fsc.org Cert no. SGS-COC-002038
© 1996 Forest Stewardship Council

REALIZZATO CON ENERGIA PURA

Energia Pura contribuisce a ridurre le emissioni di CO₂.



FERRERO