



WERTE TEILEN,  
UM WERTE ZU SCHAFFEN

*Die Landschaft der Langhe*

SOZIALE VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS    BERICHT 2009/2010

**FERRERO.**



Michele und Maria Franca Ferrero mit ihrem Sohn Giovanni zur Rechten und ihrem Sohn Pietro zur Linken. Letzterer ist plötzlich am 18. April 2011 in Südafrika verstorben, wo er sich zum Relaunch des Sozialen Unternehmens Ferrero in Johannesburg befand.

*Lieber Pietro:*

*Dein Schicksal wird nicht zerrinnen,  
es wird kein niemals fertig gestelltes Projekt sein,  
kein Traum, der sich einfach auflöst,  
kein Werk, das unvollendet bleibt.*

*Für Dich, der unsere Gruppe mehr geliebt hat als alles andere,  
die Dein wichtigster Aufenthaltsort war,  
für Dich, der Du immer gewollt hast,  
dass diese Erfolgsgeschichte niemals enden werde,  
werden wir noch weitere Seiten des Erfolges schreiben, für Dich.*

(Aus der Ansprache von Giovanni Ferrero, Alba, 27. April 2011)

WERTE TEILEN,  
UM WERTE ZU SCHAFFEN

## SOZIALE VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS

Bericht 2009/2010



## *Ihr Vertrauen, unsere Leidenschaft!*

In einem Jahr der Wirtschaftskrise und des Konsumrückgangs ist die Ferrero Gruppe über 4% gewachsen. Dies ist ein Zeichen dafür, dass die Verbraucher weltweit unsere Produkte für ihre Qualität, Frische und Innovativität schätzen, und zwar innerhalb der ganzen Produktions- und Handelskette: von den Rohstoffen bis zum Point of Sale. Es ist auch ein Zeichen dafür, dass es uns gelungen ist, auf faire Art und Weise ihre Eigenschaften und Werte mitzuteilen, wobei wir das jeweilige kulturelle Umfeld respektieren, in dem wir arbeiten. Aber auch ein Zeichen für die fortgesetzte verstärkte Aufmerksamkeit, die wir den Themen unserer sozialen Unternehmensverantwortung widmen.

Die Ferrero Gruppe ist sich bewusst, dass ihre Produkte heutzutage auch in einer neuen Dimension innovativ sein müssen: In einer Welt mit steigendem Bevölkerungswachstum, immer knapperen und teureren Rohstoffen ist eine immer größere Nachhaltigkeit der Produkte geboten.

Darum bin ich stolz, mit Ihnen die folgenden Initiativen teilen zu können, mit dem Ziel, den Innovationsgeist von Ferrero auch in eine andere Dimension der Nachhaltigkeit der Produkte, des Geschäftsmodells und der Arbeitsweise zu führen.

## *Geteilte Verantwortung entlang der gesamten Produktionskette*

Mit dem Ziel, unsere anspruchsvollen Unternehmensprinzipien hinsichtlich Qualität, Umweltverantwortung, Ethik und Sozialwesen zur Maxime zu machen, **haben wir einen Code of Business Conduct verabschiedet**. Die in diesem Kodex genannten Prinzipien haben unsere Geschichte bestimmt: eine erneute Verpflichtung zu der Versorgung mit hochwertigen Rohstoffen und gleichzeitig zum Respekt gegenüber ethischen, sozialen und Umweltwerten; die Anwendung des Nachhaltigkeitsprinzips sowie eine besondere Betonung der Effizienz der gesamten Produktions- und Handelskette durch die Verbesserung der menschlichen, ökonomischen und ökologisch nachhaltigen Ressourcen.

In Übereinstimmung mit diesem zweiten Bericht über Soziale Verantwortung **haben wir das Projekt „ABCDE (A Business Code Dialogue Engagement)“ gestartet**, das die Zugrundelegung dieses Kodex für alle unternehmensinternen und externen Partner unserer Produktions- und Handelskette bis 2013 vorsieht.

## *Nachhaltig zertifizierte Rohstoffe*

Die Verpflichtung für eine größere ethische und soziale Verantwortung wurde in ein Konzept für die **Nutzung von als nachhaltig zertifizierten Rohstoffen (unter ihnen Kakao und Kaffee)** umgesetzt, mit dem Ziel, die Nachhaltigkeit aller Rohstoffe, mit denen die Gruppe sich versorgt, zu erreichen.

## *Selbstversorgung mit Energie auch aus erneuerbaren Quellen*

Wir streben die Energieversorgung und -nutzung mit höchster Umwelteffizienz an. Dazu haben wir im europäischen Rahmen verschiedene hocheffiziente Kraftwärmekopplungsanlagen in Betrieb genommen, die aus herkömmlichen oder erneuerbaren Quellen gespeist werden und die die Kapazität für die Unabhängigkeit in der Stromversorgung erhöhen.

Unser Ziel ist es, **bis 2013 alle europäischen Produktionsstätten im Bereich Energieversorgung unabhängig zu machen**, mit einem stetig wachsenden Anteil an Energie aus erneuerbaren Quellen.

## *Teilung und Zusammengehörigkeit*

Es gibt 1.551 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die dieses Jahr auf 25 Jahre Betriebszugehörigkeit bei Ferrero blicken können. Mit ihnen und dank ihnen wächst unser Erfahrungswissen und bleibt gruppenintern. Unsere Verpflichtung zur sozialen Verantwortung ist sicher ein Faktor für die Zusammengehörigkeit und Kraft der Gruppe, wie auch eine Studie über **Zufriedenheit unserer Mitarbeiter gezeigt hat**.

## *Die Fondazione Ferrero und die „Imprese Sociali“ Ferrero*

Die Fondazione Ferrero wirkt zu Gunsten der „Anziani Ferrero“ (der ehemaligen Mitarbeiter von Ferrero), engagiert sich für die Aufwertung der kulturellen sowie künstlerischen Reichtümer der Region und inspiriert und verkörpert vor allem unter der Führung meiner Mutter Maria Franca den besonderen Unternehmergeist von Ferrero.

Es ist diese Inspiration, mit der Ferrero begonnen und unlängst in Südafrika, Indien und Kamerun die Aktivität ihrer „Imprese Sociali“ (Sozialen Unternehmen) verstärkt hat, von meinem Vater Michele maßgeblich unterstützt, um die Lebensqualität in einigen der bedürftigsten Gegenden der Erde zu verbessern. Die Aktivitäten der Sozialen Unternehmen kommen vor allem in der Initiative **„United Kinder of the World“** zum Ausdruck, die die erwirtschafteten Ressourcen für die Kinder in den Ländern verwendet, in denen wir tätig sind.

**Die Fondazione Ferrero und die Imprese Sociali**, die meiner Familie in besonderem Maße am Herzen liegen, **bilden die zwei Pfeiler unserer Gruppe im Hinblick auf ethischen und sozialen Einsatz**. Sie bilden unsere einmalige und unersetzliche Voraussetzung für die direkte Entwicklung konkreter Initiativen für die Regionen, in denen wir tätig sind, womit wir den Kreis unserer unternehmerischen Aktivitäten schließen.

Gute Lektüre!

6. Juni 2011



Giovanni Ferrero  
CEO Ferrero International

**FERRERO.**

## Über diesen Bericht zur sozialen Verantwortung des Unternehmens

Dieser zweite Bericht hat das Ziel, die Strategie zur sozialen Verantwortung und Nachhaltigkeit der Ferrero Gruppe und die entsprechenden weltweit entwickelten Initiativen aufzuzeigen, bezogen auf den Zeitraum vom 1. September 2009 bis 31. August 2010.

Weitere Berichte werden jährlich folgen.

Mit Blick auf die bereits ausgewählten Ziele für 2013 und in längerem Zeitrahmen für 2020 wurden die Themen dieser zweiten Ausgabe nach ihrer Bedeutung für die Gruppe ausgewählt und mit den relevanten Bereichen in dafür einberufenen Treffen erörtert.

Die Fassung wurde vom CSR-Koordinationsbüro der Ferrero Gruppe herausgegeben (E-Mail: [csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com), Adresse: Chaussée de la Hulpe 187, 1170 Brüssel), in Übereinstimmung mit den Richtlinien "Sustainability Reporting Guidelines and Food Processing Sector Supplement" (G3, Version 3.0, 2010) definiert von der GRI (Global Reporting Initiative).

Diese zweite Ausgabe fasst alle Informationen in Bezug auf die vorausgehende Version kurz zusammen. Für weitere Informationen wird auf den ersten im Juni 2010 publizierten CSR-Bericht verwiesen, der im Internet verfügbar ist:

<http://www.ferrero.com/social-responsibility/report/2008-2009/>

Gegenüber dem Inhalt des ersten Berichts weisen wir als bedeutende Änderung auf die Inbetriebnahme einer neuen Produktionsstätte in Vladimir (Russland) im Oktober 2009 hin.

Der GRI-Level (GRI/G3) des vorliegenden Berichts ist B+. Die Prüfung des vorliegenden Berichts wurde Deloitte anvertraut.

Dieser Bericht ist auch online erhältlich unter: [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)

# INHALTS- VERZEICHNIS

BRIEF DES CEO	2
ÜBER DIESEN BERICHT ZUR SOZIALEN VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS	4
INHALTSVERZEICHNIS	5
Die Ziele	6
Unsere Produkte	8
Ferrero weltweit	10
Die Organisationsstruktur der Gruppe	12
Prämien und Anerkennungen	16
DER LEBENSZYKLUS DES KINDER SCHOKOLADEN-RIEGELS	18
DER CODE OF BUSINESS CONDUCT	20
KAPITEL 1: Achtung der Menschenrechte und der Gemeinschaften	27
Die Fondazione Ferrero	28
Die Sozialen Unternehmen Ferrero	36
Im Mittelpunkt: Die Mitarbeiter	38
KAPITEL 2: Qualitätsbewusstsein, ausgewogene Ernährung und Lebensstil	47
KAPITEL 3: Für eine nachhaltige Versorgung mit Rohstoffen	61
KAPITEL 4: Die Umweltleistungen der Gruppe	71
GRI-Indikatoren	85
Unabhängige Prüfung durch Deloitte	96

## UNSERE ZIELE FÜR 2020

	ZIELE	HINWEISE
	<b>Für unsere Verbraucher und Regionen, in denen wir tätig sind</b>	
1	Steigerung des Engagements der <b>Fondazione Ferrero</b> und der <b>Sozialen Unternehmen Ferrero</b>	erreicht und aktualisiert
2	Einführung des <b>Code of Business Conduct</b> in der gesamten Produktionskette (Plan ABCDE)	bis 2013
3	<b>Vollständige Verteilung</b> des <b>Ethik Kodex Ferrero</b>	vorgesehen für 2010: erreicht
	<b>Weitere Leistungssteigerung im Bereich Umweltschutz</b>	
4	Erhöhung der Kapazitäten <b>der eigenen Energieproduktion</b> , die den Bedarf aller Produktionsstätten in Europa abdeckt  entsprechender <b>weltweiter</b> Aktionsplan	bis 2013  bis 2020
5	Eigenproduktion von <b>30% Elektrizität aus erneuerbaren Quellen</b> mit daraus resultierender <b>Emissions-Reduzierung von CO<sub>2</sub> um 40%</b> (bezogen auf 2007)  <b>Reduzierung der Treibhausgase um 30% (Tonnen von CO<sub>2</sub> -Äquivalenten) in den Bereichen Transport und Lagerung</b>	bis 2020  bis 2020
6	Reduzierung des <b>Wasserverbrauchs pro Produkteinheit in den Produktionsstätten um 20%</b> (bezogen auf 2009)	bis 2020
7	<b>Steigerung des Anteils des Verpackungsmaterials aus erneuerbaren Ressourcen um 10%</b> (bezogen auf 2009)	bis 2020

	ZIELE	HINWEISE
8	<p>Für eine ethische und nachhaltige Versorgung</p> <p>Versorgung mit <b>nachhaltig zertifiziertem Kaffee, Palmöl und Kakao</b> für 100% unseres Bedarfs</p>	bis 2015 und 2020
9	<p>Für einen gesünderen Lebensstil der Kinder</p> <p>Erweiterung von "<b>Kinder+Sport</b>", unserem Programm für einen gesunden Lebensstil</p>	bis 2013
10	<p>Für eine verantwortungsbewusste Kommunikation</p> <p>Ausweitung der Selbstverpflichtung bei <b>Werbung, die an Kinder gerichtet ist</b>, auf weltweiter Ebene</p>	ab 2012

Mitarbeiter des Sozialen Unternehmens Ferrero in Yaoundé (Kamerun)







## FERRERO WELTWEIT

- Um auf der ganzen Welt nah bei unseren Verbrauchern zu sein: 40 Niederlassungen und Betriebsstandorte

ARGENTINIEN	GROSSBRITANNIEN	LUXEMBURG	SCHWEIZ
AUSTRALIEN	HONG KONG	MEXIKO	SINGAPUR
BELGIEN	INDIEN	NIEDERLANDE	SPANIEN
BRASILIEN	IRLAND	ÖSTERREICH	SRI LANKA
CHINA	ITALIEN	POLEN	SÜDAFRIKA
DÄNEMARK	JAPAN	PORTUGAL	TSCHECHISCHE REPUBLIK
DEUTSCHLAND	KAMERUN	PUERTO RICO	TÜRKEI
ECUADOR	KANADA	RUMÄNIEN	UKRAINE
FRANKREICH	KOLUMBIEN	RUSSLAND	UNGARN
GRIECHENLAND	KROATIEN	SCHWEDEN	USA

### Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Ferrero

Am 31. August 2010 betrug der Personalbestand von Ferrero weltweit **21.736 Personen**.

## Unsere 18 Produktionsstätten

ITALIEN Alba	1946
DEUTSCHLAND Stadtallendorf	1956
FRANKREICH Villers Ecalles	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

\*Soziale Unternehmen Ferrero

### Die neue Produktionsstätte von Vladimir

Am 27. Mai 2008 hat die Ferrero Gruppe mit der Grundsteinlegung die Arbeiten für den Bau der Produktionsstätte von Vladimir begonnen. Das 80.000 m<sup>2</sup> große moderne Produktions-Logistik-System befindet sich auf einem Gelände von 42 Hektar.

Im November 2009 wurde die erste Produktionslinie für Kinder Schokolade und im März 2010 eine weitere für Raffaello in Betrieb genommen. Gemäß der Tradition von Ferrero werden für die Mitarbeiter ein Beförderungsdienst zum Arbeitsort und ein Betriebsrestaurant eingerichtet. Ab August 2010 wurde für Verbraucher ein „Hotline“-Dienst installiert. Der größte Teil der Dienstleistungsunternehmen kommt aus der Region von Vladimir.



### Nächste Schritte:

- Im September 2010 planen wir, die Produktionskapazität zu steigern und Kinder Schokolade und Kinder Maxi (Kinder Riegel) gleichzeitig zu produzieren.
- Im Jahr 2011 wird die Produktion weiter diversifiziert.
- Darüber hinaus wird sich im Jahr 2011 der Personalbedarf auf etwa 1.500 Mitarbeiter belaufen.

## DIE ORGANISATIONSSTRUKTUR DER GRUPPE

Die Gesellschaftsstruktur der Gruppe hat sich von 1946 bis heute sukzessive entwickelt und sich mittlerweile weltweit ausgedehnt. Die Hauptpunkte, die die Geschichte und das Wachstum der Ferrero Gruppe kennzeichnen, sind folgende: **Die Kontinuität im Familieneigentum und die Erschließung neuer Märkte, auch durch die Gründung neuer Produktionsstätten, begleitet von hoher Qualität und konstanter Produktinnovation.**

Am 31. August 2010 ist die Gruppe zusammengesetzt aus über 70 Gesellschaften, die von der Holding Ferrero International S.A. mit Sitz in Luxemburg kontrolliert wird (Findel Business Center, Rue de Trèves L-2632), in der gesetzlichen Form einer Aktiengesellschaft nach luxemburgischem Recht.

Ferrero International wird nach einem klassischen Modell der „Corporate Governance“ geführt, in dem die **Aktionärsversammlung** und der **Verwaltungsrat (CDA)** eine zentrale Rolle spielen. Dem Präsidenten des CDA wird keine Exekutivrolle zugestanden. Dem CDA gehören auch Mitglieder außerhalb der Familie Ferrero an, unter ihnen der Vizepräsident. Die aufgrund ihrer Qualifikationen und Kompetenzen gewählten Exekutivmitglieder des CDA werden einer leistungsorientierten Bewertung unterzogen.

Der **CDA** wird durch die Tätigkeit von Führungskomitees unterstützt. Außerdem hat der **CDA** ein Netzwerk aus Prüfungsausschüssen eingerichtet, die sowohl auf lokaler Ebene bei den Hauptkontrollen als auch auf Gruppenebene tätig sind und überwiegend mit externen Fachleuten besetzt sind. Solche Prüfkomitees führen eine beratende und proaktive Rolle für den **CDA** im Bereich des internen Kontrollsystems aus. Mit ihrer Hilfe gibt der **CDA** Leitlinien zur Verbesserung der Effektivität des internen Kontrollsystems heraus, 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.

Das „**Career and Remuneration Committee**“ 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 formuliert die Nominierungsvorschläge für die Gesellschaftsberater der Gruppe.

Die Organisationsstruktur der Gruppe hat sich im Jahr 2009 weiterentwickelt, indem einerseits Organe aktiviert wurden, die auf spezifische Kategorien oder auf die Produktqualität und auf ihre wachsende Globalisierung ausgerichtet sind, und andererseits, indem spezifische integrierte Einheiten geschaffen wurden, die Aktivitäten und Ressourcen mit einer globalen Vision lenken können, indem die Betriebs-Synergien und der Einsatz der Arbeitskräfte und Produktionsfaktoren im Bereich Verpackung, Logistik, Rohstoffe, Neue Produkte und Marketing optimiert werden.

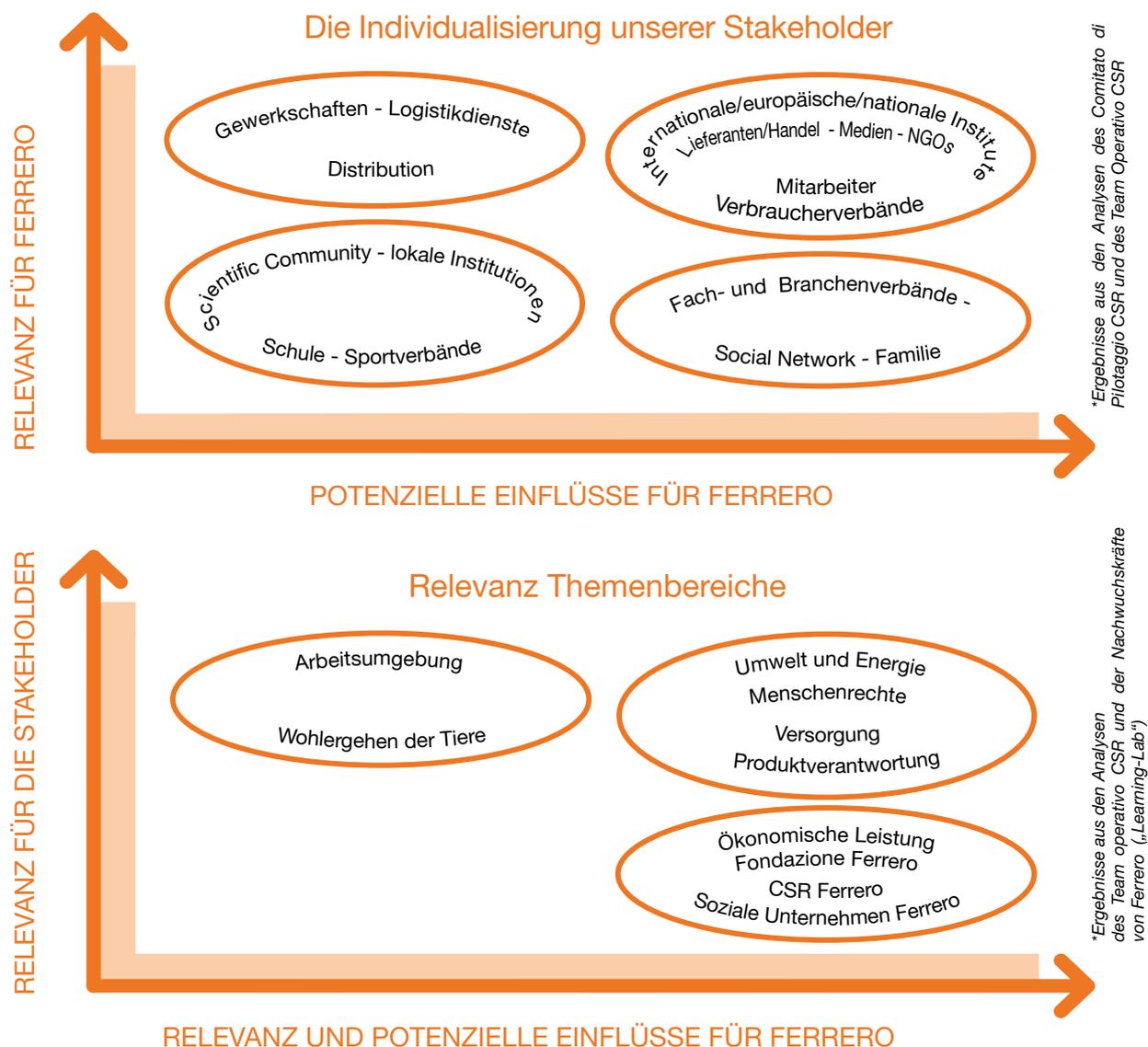
Die Ferrero Gruppe verfolgt die politischen Entwicklungen durch die Arbeit in Fach- und Branchenverbänden auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene. Die Betreuung der internationalen Beziehungen erfolgt von den operativen Standorten und dem Sitz in Brüssel aus.

Für die Bestimmung und Verwaltung der Gruppenpolitik im CSR-Bereich wurden zwei Ausschüsse gebildet, die vom Vizepräsidenten koordiniert werden: das **Comitato di Pilotaggio CSR** und das **Team Operativo CSR**. Das Comitato di Pilotaggio besteht aus Direktoren und „Seniormanagern“ und hat die Aufgabe, die Ausrichtung und die Richtlinien der Gruppe für die CSR-Aktivitäten zu bestimmen. Für die Vorbereitung des vorliegenden Berichts hat der Ausschuss zweimal getagt.

Das Team Operativo kümmert sich um die Umsetzung der CSR-Politik der Gruppe, auch durch die Koordinierung mit den lokalen CSR-Verantwortlichen aus unterschiedlichen Abteilungen gemäß den anstehenden Themen. Mindestens zweimal jährlich tagen alle Mitglieder. Das CSR-Koordinationsbüro mit Sitz in Brüssel ist jederzeit erreichbar (E-Mail: [csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com)) und arbeitet kontinuierlich.

Unsere CSR-Institutionen reflektieren die relevanten Themen der sozialen Verantwortung, die auf der Basis der Prinzipien und Werte der Gruppe ausgewählt wurden und alle Interessengruppen in die Diskussion über Ziele und Strategien mit einbezieht.

Wir weisen besonders auf die Veranstaltungen hin, um den **Ethik-Kodex** zu kommunizieren und auf den Dialog mit unseren externen primären Stakeholdern am 3. März 2010 in Brüssel. Wie bereits im ersten CSR-Bericht erwähnt, wurde der Ethik-Kodex von Ferrero extern von Deloitte geprüft und planmäßig an alle Mitarbeiter verteilt. Darüber hinaus wurden für die Mitarbeiter Informationsveranstaltungen zu den Unternehmensprinzipien und allen Inhalten des Ethik-Kodex organisiert, darunter z. B. Initiativen für eine sichere und positive Arbeitsumgebung und Maßnahmen gegen Diskriminierung und Belästigungen, Korruption und Interessenkonflikte. In Verbindung mit solchen Initiativen hat Ferrero außerdem einen **Code of Business Conduct** verabschiedet, dessen vollständiger Text auf den nächsten Seiten wiedergegeben wird. Auch dieses Jahr haben wir einen **Reflexionsprozess über unsere Stakeholder sowie über relevante Themen** mit dafür organisierten Treffen und dem Austausch von Zielen und Strategien geführt. Das Feedback unserer Stakeholder ist für uns wertvoll; den erörterten Überlegungen wurde Rechnung getragen und z. B. im Code of Business Conduct aufgenommen. Im Folgenden die Ergebnisse unseres Prozesses:



Als Süßwarenunternehmen leitet die Ferrero Gruppe unmittelbar alle “Kernprozesse” von zentraler Bedeutung, insbesondere:

- ▣ **Die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten für Produkte, Produktionsprozesse und -techniken, die Spielzeuge mit eingeschlossen;**
- ▣ **Planung von Anlagen/Maschinen von strategischer Bedeutung (etwa 50%);**
- ▣ **Produktion und Verpackung;**
- ▣ **Strategisches Marketing, Institutions- und Entwicklungsaktivitäten.**

Außerdem bestehen spezifische Initiativen für vertikale Integration, insbesondere:

- **Entlang der landwirtschaftlichen Produktionskette von Haselnüssen, mit dem Ziel, eigene Anpflanzungen zu entwickeln, um einen Teil der Nachfrage abzudecken;**
- **Die Entwicklung von Aktivitäten zur Produktion und Kommerzialisierung der Energie, um mit Investitionen in hocheffiziente Anlagen und in Aktivitäten zur Nutzung von erneuerbaren Energien teilweise den Gruppenbedarf abzudecken.**

Die folgenden Aktionen finden darüber hinaus „im Outsourcing“ statt:

- ▣ **Besondere/Promotion-Verpackungen mit einem Anteil von etwa 25-30% der Produktionsvolumen der Gruppe;**
- ▣ **Handels-/Distributions-Aktivitäten in einigen Ländern und/oder für spezifische Produkte mit einem Anteil von etwa 10-15%;**
- ▣ **Einige Dienstleistungen im Rechnungswesen.**

## 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](http://www.aeforum.org)).

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

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

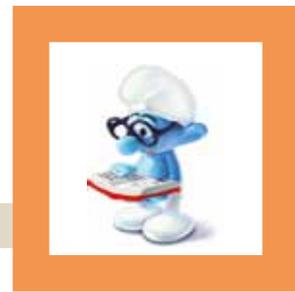
**CIAA** – Confédération des industries agro-alimentaires de l’UE, vertritt und fördert die Interessen von Getränke- und Lebensmittelunternehmen in der EU ([www.ciaa.be](http://www.ciaa.be)).

**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](http://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](http://www.ifballiance.org)).

**TIE** – Toy Industries Europe, vertritt die Interessen der Spielwarenhersteller in der Europäischen Union ([www.tietoy.org](http://www.tietoy.org)).

**WFA** – World Federation of Advertisers, Weltdachverband der nationalen Werbeverbände und der werbetreibenden Unternehmen ([www.wfanet.org](http://www.wfanet.org)).



## Die Sicherheit unserer Spielzeuge von der Planungsphase an DER MPG-KODEX

Der strenge „MPG-Kodex“<sup>1</sup> sieht vor, dass die Spielzeuge von „Kinder“ vollständig übereinstimmen mit:

- ▣ der aktuellen EU-Richtlinie für Spielzeugsicherheit 2009/48/EG;
- ▣ den europäischen Sicherheitsstandards für die Sicherheit von Spielzeugen (EN 71);
- ▣ dem internationalen Standard ISO 8124 für die Sicherheit von Spielzeugen;
- ▣ den nationalen Standards mit weiteren Restriktionen;
- ▣ Projekten zur Modifizierung solcher Standards, mit denen die Übereinstimmung der „Überraschungen“ mit zukünftigen Normen vorweggenommen werden;
- ▣ Normen aus anderen relevanten Bereichen (z. B. Sicherheitsnormen für kosmetische Produkte) mit besonders strengen chemischen Anforderungen;
- ▣ geltenden 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-Kodex mussten wir bisher kein Spielzeug aus Sicherheitsgründen zurückrufen. Seit Inkrafttreten der Richtlinie über die Sicherheit von Spielzeug im Jahr 1988 und dank unseres Kodex wurden **33 Milliarden Artikel Kinderspielzeug mit größtmöglicher Sicherheit auf den Märkten der Welt platziert.**

Zusätzlich zu den Sicherheitsprüfungen bei unseren Spielzeugen führen wir auch regelmäßige Prüfungen in den Werken unserer europäischen Lieferanten und Konfektionierern durch, um auf der Grundlage spezieller Tests die Einhaltung der Gesundheits- und Sicherheitsrichtlinien zu überprüfen. Darüber hinaus werden unsere Lieferanten in Asien täglich vor Ort kontrolliert.

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-Lagern, um die Einhaltung der Qualität des Kinderspielzeugs zu überprüfen.

Die Ferrero Gruppe hat sich auch einen „Verhaltenskodex“ für ethische und Umweltaspekte bezüglich der Spielzeugherstellung auferlegt, der auch für die Hersteller bindend ist.

Es handelt sich um die „**Ferrero Ethical Social and Environmental Requirements for Suppliers of Kinder Toys**“, der an fortgeschrittene, in diesem Bereich anwendbare ethische Kodizes angelehnt ist. 2008 hat die Gruppe entschieden, die Überprüfung des Umsetzungsstandes dieses Kodex einem externen Institut anzuvertrauen.

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 Code of Business Conduct durch die Hersteller von Ferrero-Spielzeug zu auditieren.

Ein solches Programm sieht eine jährliche Überwachung vor. Auf der Basis solcher Überprüfungen wurde festgestellt, dass einige festgehaltene marginale Aspekte des „Code of Business Conduct“ weiter verbessert werden müssen.

Dies findet bis Ende 2010 und in den ersten Monaten von 2011 unter Kontrolle von SGS statt.

<sup>1</sup> Magic Production Group - Gesellschaft der Ferrero Gruppe, die sich ausschließlich Spielzeugen widmet



## PRÄMIEN UND ANERKENNUNGEN

*Juli 2010*

### Der bedeutende „Winning Italy Award“ geht an Ferrero

Die Ferrero Gruppe wurde im renommierten Rahmen der Villa Madama in Rom am 15. Juli 2010 mit dem bedeutenden „**Winning Italy Award**“ ausgezeichnet. Der Preis wurde direkt von den zwei Geschäftsführern Pietro und Giovanni Ferrero aus den Händen von Fiona May, einer Sportlerin mit Weltruhm, in der Anwesenheit des Außenministers Franco Frattini entgegen genommen. „In der Reputationsliste der Weltfirmen - erinnerte der Minister - steht Ferrero an erster Stelle. Dies macht uns als Italiener stolz. Ihr - sagte der Minister zu den zwei Ferrero-Brüdern - seid wirklich Träger der Idee, die Italien als Vaterland der hohen Qualität in Lebensmittelprodukten sieht. Ihr seid wahre Botschafter von Made in Italy!“.



*April 2010*

### Beitrag zur australischen Entwicklung

Die Ferrero Gruppe wurde für den bedeutenden Beitrag zur ökonomischen und kulturellen Entwicklung in Australien sowie zur Ausbreitung von sportlichen Aktivitäten ausgezeichnet.

AMBASSADOR



AUSTRALIAN EMBASSY  
ROME

29 April 2010

To Everyone at Ferrero,

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

*April 2010*

## Ferrero Grand Soleil erhält den Special Award für Innovation von Cool Brands

Ferrero Grand Soleil hat die begehrte Anerkennung des „**Special Award für Innovation**“ erhalten, dies dank seiner Innovationskraft und der Entwicklung und Erhaltung eines einmaligen Mix zwischen erstklassigem Geschmack und hochmodernen Produktionstechnologien von CoolBrands, das Projekt für Markentrends der englischen Gruppe SuperBrands.

*März 2010*

## Milano Finanza Company Award

Der Preis „**Lombard Elite**“, für Unternehmer vorgesehen, die sich durch Wachstumsstrategien, erfolgreiche Geschichten von Firmen, die einen „Turnaround“ geschafft haben, und durch Finanzwirtschaft-Geschäfte ausgezeichnet haben, wurde der Ferrero Gruppe in Zusammenarbeit mit PriceWaterhouseCoopers verliehen.

Im Folgenden die Begründung für den Preis: „Für den außergewöhnlichen Ruf des Unternehmens, die Aufmerksamkeit für die soziale Verantwortung des Unternehmens, die internationalen Investitionen und die Produktinnovation unter fortgesetzter Beachtung der Qualität, wie die Markteinführung der Linie Gran Soleil zeigt“.

*Oktober 2009*

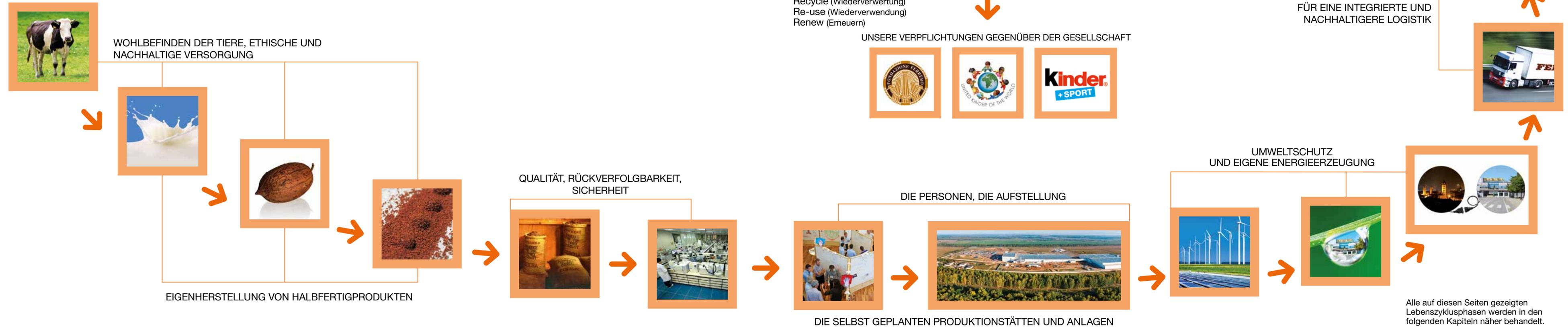
## Großer Preis für Innovation

„Kinder Cereali“ und „Ferrero Rondnoir“ wurden in Spanien für ihre hohe Qualität und Innovation zu den „**Produkten des Jahres 2010**“ gewählt.

Eine solche Anerkennung stammt aus einer Studie, die von TNS, einem in 80 Ländern tätigen Marktforschungsinstitut, mit 10.000 Verbrauchern durchgeführt wurde.



# DER LEBENSZYKLUS DES SCHOKOLADEN-RIEGELS: EIN VERANTWORTUNGS-ZYKLUS!



## DER CODE OF BUSINESS CONDUCT



Die Ferrero Gruppe verlangt von den eigenen Lieferanten, Handelspartnern, Handelsvertretern, Vertragspartnern, Distributoren, Weiterverkäufern und ihren Mitarbeitern Folgendes:

- ▣ die Prinzipien von Ferrero zu beachten;
- ▣ den hohen Ferrero-Standards nachzukommen; diese sind nicht verhandelbar.

Die Ferrero-Prinzipien sind „Loyalität und Vertrauen, Respekt und Verantwortung, Integrität und Maßhalten, Leidenschaft für Forschung und Innovation“.

„Wir identifizieren uns mit dem Motto: „LAVORARE, CREARE, DONARE“ (arbeiten, aufbauen, zurückgeben)

Diese Prinzipien leiten die Fondazione Ferrero, die Sozialen Unternehmen Ferrero und die gesamte Ferrero Gruppe.

„Das wahre Vermögen unserer Gruppe besteht genau aus diesen Werten“ (siehe Brief von Pietro und Giovanni Ferrero, erster CSR-Bericht, Juni 2009).

Der vollständige Text über die Prinzipien von Ferrero ist verfügbar unter [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com).

Dieser vorliegende Code of Business Conduct widmet sich den „Business to Business“-Beziehungen, in Übereinstimmung mit dem Ethik Kodex Ferrero (siehe: [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com))

Der vorliegende Kodex stimmt mit den Prinzipien für gute Firmenpraktiken des AIM (European Brands Association des Industries de Marque) überein.

Die Ferrero Gruppe hat im Einklang mit der europäischen CSR-Definition eine Strategie für die soziale Unternehmensverantwortung (CSR) entwickelt:

„Unter sozialer Verantwortung der Unternehmen versteht man das Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren.“ (Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat sowie den Wirtschafts- und Sozialausschuss, 22. März 2006).

Beim Kauf von Rohstoffen, Maschinen, verschiedenen Gütern, einschließlich Verpackungen und Dienstleistungen, basiert die Wahl unserer Handelspartner auf:

- ▣ Qualitäts- und Sicherheitskriterien;
- ▣ ethischen, sozialen und Umweltprinzipien;
- ▣ Kosten-Nutzen-Analysen.

Wir unterstützen den freien Wettbewerb bei jedem Kaufakt in Übereinstimmung mit dem vorliegenden Code of Business Conduct und dem Ethik Kodex Ferrero.

## DIE STRUKTUR DES KODEX

Der vorliegende Kodex basiert auf fünf Prioritäten:

### 1 HOCHWERTIGE QUALITÄT UND PRODUKTSICHERHEIT

**Die hochwertige Qualität der Ferrero Produkte und ihre Sicherheit sind unsere Mission.**

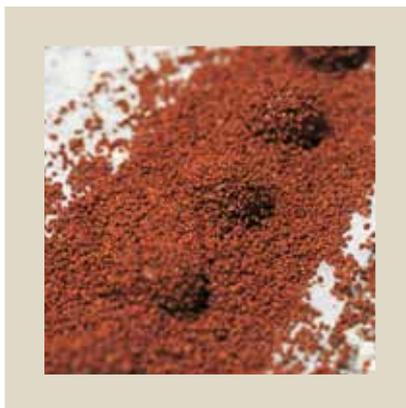
Die Lebensmittelqualität und -sicherheit der Ferrero Produkte werden von jeher kontrolliert und optimiert. Sie sind Gegenstand kontinuierlicher Innovation und Verbesserung durch bedeutende Investitionen in Forschung und Entwicklung.

**Das Produkt wird als Spezialität entwickelt** und hat durch sein USP (Unique Selling Proposition), seine Beliebtheit und das Vertrauen des Verbrauchers ein hohes Marktpotenzial. Um die **größtmögliche Zufriedenheit der Verbraucher** zu erreichen, beziehen die Verbesserungs- und Innovationstätigkeiten die gesamte Kette mit ein, von der sorgfältigen Auswahl der Rohstoffe bis zu den Produktionsprozessen, von der Verpackung bis zur Distribution, vom Point of Sale bis zum Endverbraucher. Die Partner, die mit der Ferrero Gruppe Geschäftsbeziehungen unterhalten, sind aufgefordert, den vorliegenden Kodex einzuhalten.

**Beim Kauf von Rohstoffen und Anlagen/Maschinen, verschiedenen Gütern, einschließlich Verpackungen und Dienstleistungen, basiert die Wahl unserer Handelspartner auf: Qualitäts- und Sicherheitskriterien, ethischen, sozialen und Umweltpinzipien sowie Kosten-Nutzen-Analysen. Wir unterstützen den freien Wettbewerb bei jedem Kaufprozess** in Übereinstimmung mit dem vorliegenden Kodex und dem Ethik Kodex Ferrero.

### FERRERO STRATEGIE IN BEZUG AUF GENETISCH VERÄNDERTE ORGANISMEN (GMO)

In Europa lehnt die Mehrheit der Verbraucher heute noch die Anwesenheit von GMO in Produkten für den täglichen Verbrauch ab. Um den Wünschen der Verbraucher Rechnung zu tragen, verpflichtet sich die Ferrero Gruppe, bewusst keine GMO in der Produktionskette zu verwenden und verlangt von ihren Lieferanten und Handelspartnern alle relevanten Informationen bzgl. der Anwesenheit von GMO nach ihrem besten Wissen.



## 2 VERPFLICHTUNG ZUR WAHRUNG DER MENSCHENRECHTE

Wir garantieren die vollständige Wahrung der Menschenrechte und unterstützen die Beachtung der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und der Kinderrechtskonvention der Vereinten Nationen, der Übereinkommen der internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und der Weltgesundheitsorganisation (WHO).

Die Verpflichtung zur Einhaltung der Menschenrechte und unserer Unternehmensprinzipien bilden die Fundamente der Firmenstrategie für unsere täglichen Aktivitäten.

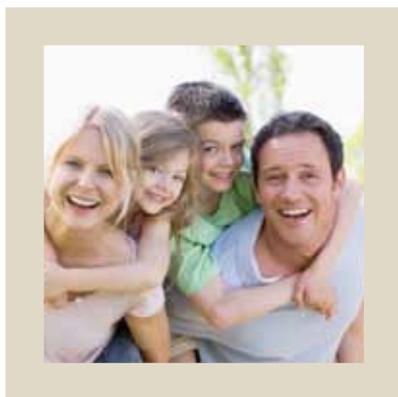
Unsere Verpflichtung wird umgesetzt durch:

- ▣ die Einhaltung unseres Ethik Kodex;
- ▣ die Anwendung des vorliegenden Code of Business Conduct mit allen unseren Partnern entlang der gesamten Kette;
- ▣ unseren Einsatz in der sozialen Unternehmensverantwortung, einschließlich der angewandten Politik auf globaler Ebene in allen relevanten Bereichen (siehe [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)).

Die Ferrero Gruppe verlangt von ihren Lieferanten, Handelspartnern, Handelsvertretern, Vertragspartnern, Distributoren und Wiederverkäufern, sich zur Einhaltung der Menschenrechte zu verpflichten und zu gewährleisten, dass keine Diskriminierungen, Missbräuche, Belästigungen auf Grund von Rasse, Geschlecht, Alter, Herkunft, Ethnie, physischen Fähigkeiten, religiösen, politischen, sozialen und kulturellen Unterschieden vorkommen. Die Ferrero Gruppe verlangt insbesondere, die Rechte der schwangeren Frauen zu wahren.

**Die Ferrero Gruppe fordert von allen Partnern, sich zur Unterlassung von den schlimmsten Formen der Kinderarbeit und von Zwangsarbeit und Arbeit von Abhängigen zu verpflichten.**

Die ILO-Konventionen bilden die Basis für die nationalen Gesetze in Bezug auf die Festlegung eines Mindestalters für Arbeit. Dieses Alter darf nicht unter dem Mindestalter für den Abschluss der Pflichtschule und daher nicht unter **15 Jahren** liegen. In Ländern, in denen die Wirtschafts- und Ausbildungsstrukturen nicht ausreichend entwickelt sind, kann das Mindestalter bei **14 Jahren** liegen. Es kann ab **12 oder 13 Jahren** Ausnahmen für "leichte Arbeit" geben. Das Mindestalter für gefährliche Arbeiten – Arbeiten, die die Gesundheit, die Sicherheit oder die Moral des Kindes auf Grund der Art der Arbeit oder der Umstände der Entwicklung des Kindes beeinträchtigen können – liegt in allen Ländern bei **18 Jahren**.



**Ferrero unterstützt jegliche Aktionen, die zu einer Erhöhung des Mindestalters auf 15 Jahre führen können.**

Unsere Verträge enthalten eine Standardklausel, die gewährleistet, dass unsere Lieferanten alle Güter unter vollständiger Einhaltung der gültigen Gesetze, einschlägigen Vorschriften, lokalen Verordnungen und internationalen Konventionen erworben und verarbeitet haben.

Soweit möglich, vereint Ferrero die Unterstützung der Handelspartner im Kampf gegen die missbräuchliche Kinderarbeit unter Einbindung der lokalen zuständigen Behörden.

### 3 UMWELTSCHUTZ UND NACHHALTIGKEIT

Die Ferrero Gruppe verlangt von ihren Lieferanten, Handelspartnern, Handelsvertretern, Vertragspartnern, Distributoren und Wiederverkäufern, **die Umwelt zu schützen und die Übereinstimmung mit den Gesetzen und einschlägigen Vorschriften auf internationaler Ebene in den Produktions- und Vertriebsländern zu gewährleisten.**

Die Ferrero Gruppe fordert von allen in der Kette eingebundenen Partnern im Rahmen des Möglichen Folgendes zu akzeptieren und zu beachten:

- ▣ das Vorsorgeprinzip;
- ▣ Analysen des Produktzyklusses, einschließlich Verpackungen und Abfälle;
- ▣ Messungen zur Emissions-Reduzierung;
- ▣ Energetische Sparmaßnahmen, und – wo möglich – die Nutzung von erneuerbaren Energiequellen;
- ▣ Bereitstellung eines logistischen Netzwerkes unter Berücksichtigung der Umwelt;
- ▣ Projekte zur Wassereinsparung;

wobei die Partner Nachweise über deren Anwendung liefern müssen.

Die Ferrero Gruppe ermutigt auch zur Teilnahme an **Forschungen und Projekten für die technologische Innovation** in den oben erwähnten Bereichen und in Zusammenarbeit mit Universitäten, Forschungsinstituten und anderen privaten Unternehmen zur Entwicklung von Testsystemen, um die vielversprechendsten Lösungen entlang der gesamten Kette zu finden.

Die Ferrero Gruppe verlangt besonders von den Lieferanten und Landwirten, sich gemeinschaftlich zu verpflichten:

- Die landwirtschaftliche und ländliche Entwicklung zu unterstützen;
- Folgende gute Praktiken in der Landwirtschaft anzuwenden: „Die Anwendung des verfügbaren Wissens zur Nutzung der natürlichen Ressourcen auf nachhaltige Art und Weise zur Herstellung gesunder und sicherer Lebensmittel und von Landwirtschaftsprodukten, die nicht für die Ernährung bestimmt sind, unter Berücksichtigung des Menschen, um ökonomische Produktivität und soziale Stabilität zu garantieren“ (FAO, gute landwirtschaftliche Praktiken, Juni 2002);
- Die nachhaltige Versorgung mit Rohstoffen zu garantieren;
- Den Schutz der Tiere und deren Wohlbefinden unter Berücksichtigung, dass „Tiere fühlende Wesen sind“ (wie in der europäischen Richtlinie 86/609 definiert), zu fördern. Bei der Versorgung mit Rohstoffen für die Ferrero Gruppe gilt dieses Prinzip vor allem für Hühner und Kühe.



## 4 ARBEITSUMGEBUNG

### □ **Gesundheit und Sicherheit**

Die Ferrero Gruppe verlangt von der gesamten Kette, den Mitarbeitern eine **gesunde und sichere Arbeitsumgebung** zu garantieren, einschließlich der Entwicklung von angemessenen Kontrollen und Sicherheitsverfahren, präventiver Wartungspolitik und der Verwendung von Schutzgeräten. Gemeinsam und über die gesamte Kette entlang verpflichten wir uns zur Vorbeugung vor Unfällen, Verletzungen und Arbeitskrankheiten.

### □ **Versammlungsfreiheit und das Recht zu Tarifverhandlungen**

Die Ferrero Gruppe empfiehlt ihren Partnern entlang der gesamten Kette, ihren Mitarbeitern das Recht zu garantieren ohne Angst vor Auswirkungen Gewerkschaften beizutreten, auch wenn dies durch Gesetze oder staatliche Vorschriften verboten sein sollte.

### □ **Löhne, Gewinne und Arbeitszeiten**

Unsere weltweiten Handelspartner müssen gewährleisten, dass die Mitarbeiter unter Einhaltung aller gültigen Gesetze bezüglich Stunden- und Tagesanzahl, Mindestlohn, Überstunden und maximalen Arbeitsstunden arbeiten. Wenn auf nationaler Ebene kein Mindestlohn vorgesehen ist, muss dieser mit demjenigen ähnlicher lokaler Firmen und in Übereinstimmung mit den von der Ferrero Gruppe anerkannten internationalen Standards verglichen werden.

### □ **Familienverantwortung**

Die Ferrero Gruppe ermutigt die eigenen Partner, die Familienverantwortung der Angestellten zu achten, indem zumutbare Arbeitsstunden, besondere Genehmigungen, Kinderkrippen und andere Formen von Unterstützung garantiert werden, die es dem Mitarbeiter, wo immer möglich, erlauben, ein Gleichgewicht zwischen Privat- und Berufsleben herzustellen.

## 5 LAUTERES GESCHÄFTSVERHALTEN

Die Ferrero Gruppe verlangt von ihren Partnern die Verpflichtung, unlauteres Geschäftsverhalten zu unterlassen und unlautere persönliche Vorteile zu vermeiden.

Die Ferrero Gruppe duldet keine Verhaltensweisen, die direkte oder indirekte Zahlungsverprechen oder andere Vorteile beinhalten, die Amtspersonen und/oder Funktionären oder deren Familienmitgliedern mit der Absicht zur Korruption angeboten werden.

Die Ferrero Gruppe und ihre Partner müssen jegliche Aktivität unterlassen, die Interessenkonflikte hervorruft.

Die Ferrero Gruppe bevorzugt, wo immer möglich, **Langzeitverträge**, mit dem Ziel, den Landwirten stabile Einkünfte zu sichern.

Insbesondere in Bezug auf die Landwirte und Lieferanten

- bietet die Ferrero Gruppe, wo nötig und/oder möglich, Ausbildung und Unterstützung, um eine bessere Qualität der landwirtschaftlichen Produkte zu garantieren;
- unterstützt die Ferrero Gruppe eine transparente Preispolitik, indem wir den Landwirten einen Vergleichspreis für die Rohstoffe anbieten und ihnen die Entscheidung überlassen, an wen sie ihre Produkte verkaufen wollen;
- prämiiert die Ferrero Gruppe die Qualität, womit sie die Landwirte ermutigt, erhöhte Qualitätsstandards zu erreichen und zu erhalten.

## GRUNDSÄTZE UNSERER HANDELSBEZIEHUNGEN

### UNABHÄNGIGKEIT

Das Unabhängigkeitsprinzip bedeutet, dass die Handelspartner anerkennen, wirtschaftlich unabhängig zu sein und das gegenseitige Recht zu respektieren, die eigene Strategie und Verwaltungspolitik auf der Produktions-, Verteilungs-, Verkaufs-, Marketing- und Finanzebene zu bestimmen, einschließlich der Vertragsfreiheit.

### ABSOLUTE EINHALTUNG DER WETTBEWERBSGESETZE

Die Ferrero Gruppe verpflichtet sich, alle gültigen Wettbewerbs- und Kartellgesetze in den einzelnen Ländern einzuhalten. Alle Handelspartner handeln in strikter Einhaltung der gültigen Wettbewerbsgesetze.

### FAIRER HANDEL

Das Prinzip des fairen Handels bedeutet, dass die Partner der gesamten Kette sich redlich verhalten, indem sie die Grundsätze der Gegenseitigkeit und der Wertmaximierung einhalten, es vermeiden, unfaire Bedingungen zu schaffen, den Handel zu hemmen, Risiken und überhöhte Kosten auf andere Partner der Kette abzuwälzen, indem sie gegenseitig die Rechte an Marken und Patenten und des geistigen Eigentums respektieren.

---

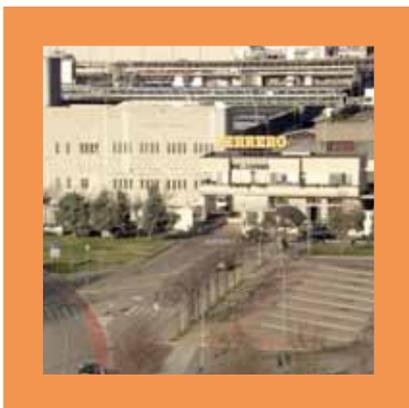
## ZUSÄTZLICHE PRINZIPIEN, ANWENDBAR AUF KAUFMÄNNISCHE VERTRÄGE

### GEGENSEITIGKEIT

Der Grundsatz der Gegenseitigkeit bedeutet, dass jeder Handelspartner an Handelsbedingungen beteiligt ist, die beiden Vorteile bringen. Die Gegenseitigkeit muss die Basis aller Vereinbarungen zwischen den Handelspartnern bilden.

### WERTMAXIMIERUNG FÜR DIE VERBRAUCHER

Dieser Grundsatz bedeutet, dass die Handelspartner zusammenarbeiten müssen, um dem Verbraucher einen Mehrwert anzubieten. Zusammen müssen alle Akteure für die Effizienz der Kette sorgen und die Nutzung der Ressourcen optimieren.



## **SCHRIFTLICHE VEREINBARUNGEN**

Die Bedingungen jeder Vereinbarung unter Handelspartnern sind schriftlich abzufassen und müssen den gesamten Inhalt der Vereinbarung ohne mündliche Nebenabsprachen wiedergeben.

In jedem Fall müssen die schriftlichen Vereinbarungen alle Punkte erwähnen, von den allgemeinen Geschäftsbedingungen bis zu den Bedingungen über Distribution, Werbung/Marketing, gemeinsame Aktivitäten, Änderungen der Vereinbarung, Verfahrensweise zur Aufhebung oder Aussetzung des Vertragsverhältnisses. Jede schriftliche Vereinbarung muss mit den gültigen Gesetzen übereinstimmen und von allen Parteien unterzeichnet sein.

## **PRÜFUNG UND AUFLÖSUNG DES VERTRAGSVERHÄLTNISSES**

Die Ferrero Gruppe behält sich das Recht vor, die Übereinstimmung der Lieferanten mit dem vorliegenden Kodex zu überprüfen. Die Ferrero Gruppe geht keine Handelsbeziehungen mit Lieferanten ein, die die Bedingungen des vorliegenden Kodex nicht akzeptieren.

Falls die Ferrero Gruppe Informationen über irgendeine Handlung oder Voraussetzung erhält, die nicht mit dem vorliegenden Kodex übereinstimmt, wird die Gruppe korrigierende Maßnahmen verlangen, und sie behält sich das Recht vor, das Vertragsverhältnis aufzulösen.

## **RECHT AUF ÜBERPRÜFUNG**

Die Ferrero Gruppe behält sich das Recht vor, ohne irgendeine Ankündigung Überprüfungen der Lieferanten, ihrer Handelspraktiken, der Dokumentation, der Standorte durchzuführen und die Mitarbeiter vertraulich zu befragen.

Jeder Lieferant muss einen Verantwortlichen für die Überwachung der Standorte seiner Vertragspartner angeben, die er im Rahmen seiner Tätigkeit für Ferrero eingebunden hat.

Im Falle mangelhafter Information verlangt die Ferrero Gruppe Nachbesserungen und behält sich das Recht vor, das Vertragsverhältnis zu beenden.

Die Ferrero Gruppe beauftragt Dritte mit der Bewertung der Befolgung dieses Kodex.

Unter den Prinzipien, auf die im Code of Business Conduct hingewiesen wird und die unsere Geschichte charakterisiert haben, wird die Verpflichtung zur Versorgung mit Rohstoffen hochwertiger Qualität unter gleichzeitigem Respekt vor den ethischen, sozialen und Umwelt-Werten erneuert; die Anwendung des Nachhaltigkeitsprinzips für die Umwelt; eine besondere Betonung der Effizienz der gesamten Produktions- und Handelskette durch die Verbesserung der Arbeitsbedingungen und der ökonomischen und ökologisch nachhaltigen Ressourcen.

**Seit der Annahme des Kodex haben wir das Projekt ABCDE (A Business Code Dialogue Engagement) gestartet, das die Zugrundelegung dieses Kodex für alle unternehmens-internen und externen Partner unserer Produktionskette bis 2013 vorsieht.**

## KAPITEL 1:

### ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE UND DER GEMEINSCHAFTEN



*Sitz der Fondazione Ferrero, Alba. Foto: Alberto Piovano*



*Kinder in Yaoundé, Kamerun*



## ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE UND DER GEMEINSCHAFTEN

### DIE FONDAZIONE FERRERO

**Arbeiten, aufbauen, zurückgeben** sind die Leitwerte, an denen sich die „Fondazione Piera, Pietro und Giovanni Ferrero“ und die gesamte Ferrero Gruppe orientiert.

1983 unter dem Namen „Opera Sociale“ gegründet, wirkt die Stiftung, deren **Vorsitz Maria Franca Ferrero** unermüdlich wahrnimmt, im sozialen, philanthropischen, kulturellen und künstlerischen Bereich. Im Mittelpunkt der Anliegen stehen die „Anziani“ – die ehemaligen Mitarbeiter von Ferrero – **und die Kinder** (weitere Informationen über die Fondazione Ferrero: siehe den ersten CSR-Bericht, Kapitel 2, und [www.fondazioneferrero.it](http://www.fondazioneferrero.it)).

Die Fondazione Ferrero ist keine „Granting Foundation“ (Vergabestiftung); sie verteilt daher keine Finanzierungen oder Beiträge an andere Einrichtungen oder soziale, kulturelle oder humanitäre Institutionen, sondern eine „**Acting Foundation**“ (handelnde Stiftung), d.h. sie entwickelt eigene zahlreiche soziale und kulturelle Projekte und Aktivitäten, die spezifisch an albesische oder piemontesische Kontexte gebunden sind. Zur Förderung solcher Aktivitäten bedarf es der Bündelung der finanziellen Mittel, die die Ferrero Gruppe zur Verfügung stellt, ohne sie zu stark in viele Einzelinitiativen – seien sie auch verdienstvoll – zu zersplittern.



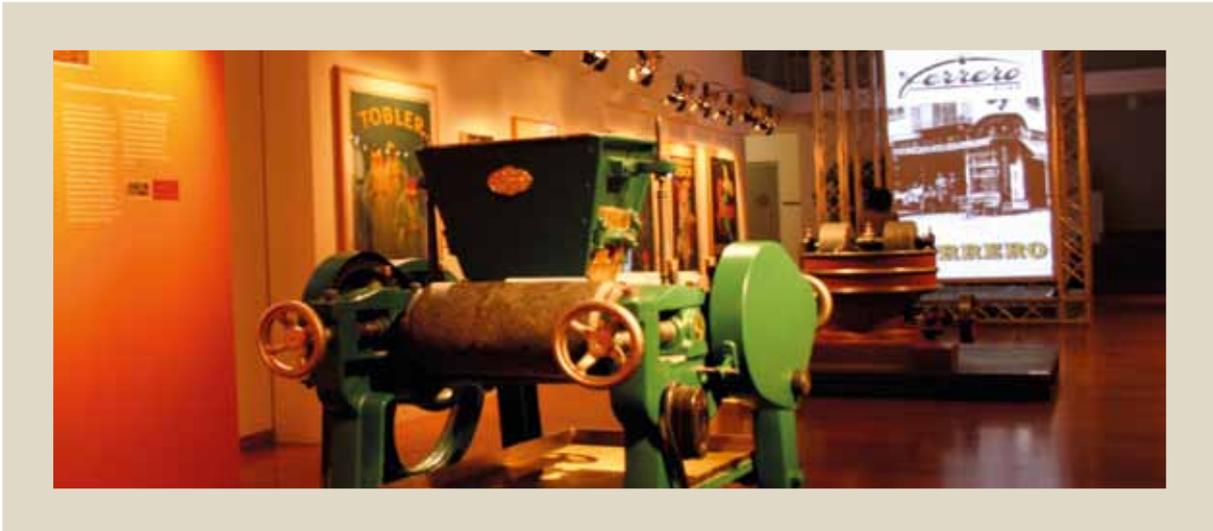
*Im Saal „Cassiopea“ der Fondazione treffen sich die ehemaligen Ferrero-Mitarbeiter.*

### Kulturelle Projekte

Großes Echo hat die Ausstellung **Die Schokolade von den Maya bis zum XX. Jahrhundert** ausgelöst. Unter der Leitung der Wissenschaftlerinnen Andreina D’Agliano und Fabrizia Lanza wurde sie 2009 zusammen mit der Region Piemont organisiert. Die kostenlose Ausstellung besuchten über **33.000 Personen**. Durch Kunstwerke, Silber-/Porzellanwaren, Plakate und Industriemaschinen hat die Ausstellung dem Publikum den außergewöhnlichen Weg aufgezeigt, den die Schokolade ab der Maya-Kultur bis zur industriellen Produktion in den Siebziger-Jahren zurückgelegt hat. Dank einer szenographischen und multimedialen Ausstattung war es möglich, eine **Reise durch die Geschichte und Geographie der Schokolade** zurückzulegen, wobei auch **die magische Stimmung einer Kakaopflanzung im Regenwald** wiedergegeben wurde.



*Das Cover des Ausstellungskatalogs „Die Schokolade von den Maya bis zum XX. Jahrhundert“*



Das Walzwerk der Ferrero Konditorei in Alba von 1943 wurde von den Ferrero Ingenieuren im Dezember 2001 restauriert.

Die bereits in der Triennale Bovisa in Mailand gezeigte Ausstellung „Kinder Art“ kam zwischen **Februar und April 2010** in die Fondazione, und Kinder Überraschung wurde Hauptdarsteller. Dieses Produkt wurde 1974 aus einer einfachen, aber genialen Idee geboren: Den Kindern fast das ganze Jahr über ein Stück „Ostern“ zu bringen. Durch das Zusammenbasteln der Überraschungen können Kinder ihre Kreativität, Fantasie und Geschicklichkeit entwickeln. Dieser Ideen-Mix hat ein weltweites Phänomen ausgelöst, das uns angespornt hat, **von Kinder Überraschung inspirierte Kunstwerke** zu suchen. In weniger als zwei Monaten kamen **280 Meldungen**. Mit Hilfe des Verbands **Artegiovane** wurde ein Ausschuss mit Kunstexperten wie Francesco Poli, Guido Curto und Giorgina Bertolino gebildet, der die verschiedenen Werke nach Kriterien des künstlerischen Wertes ausgewählt und beurteilt hat. Und so entstand **Kinder Art**, eine Ausstellung mit Werken von **21 italienischen und ausländischen Künstlern**. Für die Marke „Kinder“ war dieses Experiment, das die Verbindungen zwischen Spiel, Fantasie, Kindheit und künstlerischer Schaffenskraft erforscht, eine interessante Erfahrung.

Die ausgewählten Arbeiten wurden mit verschiedenen Techniken ausgeführt, von der Skulptur bis zur so genannten „Assemblage“, vom Foto bis zu grafisch digitalen Ausarbeitungen, von der Malerei bis zu kleinen Bauwerken. Unter den Werken sind viele Arbeiten von jungen Menschen, aber es mangelt auch nicht an Vorschlägen von Künstlern anderer Generationen, die ihre Fantasie ausleben. Es gibt auch ein Werk eines Künstlers des **Neuen Realismus, Mimmo Rotella**: eine Decollage, in der in den Schichten von zerrissenen Plakaten ein Bild von einem geöffneten Ei erscheint, aus dem als Überraschung ein Pferdekopf und ein Auto auftauchen.



Das Werk von Sabrina Rocca, *Construction Site* 2008, Acryl auf Leinwand, gemischte Technik, ausgestellt in der Ausstellung **Kinder Art**

Unter den zahlreichen Musiktreffen weisen wir beispielhaft auf die Zusammenarbeit mit der **Chor-Akademie Stefano Tempia von Turin** hin. Im Jahr 1875 wurde diese als erster Musikverband des Piemonts und älteste Chor-Akademie Italiens gegründet. In der Fondazione konnten gemeinsam zwei Veranstaltungen angeboten werden: ein Konzert für Geige und Klavier sowie eine Weihnachtsaufführung mit einem mehrstimmigen Chor und einer bolivianischen Instrumentengruppe.

Im Oktober 2009 war die Fondazione Gastgeber für die **Kinder- und Jugend-Musikgruppe „Amatori della Musica“** (Musikliebhaber) aus **San Filippo del Mela** (Messina), die sich im Auditorium der Stiftung und in den Straßen des historischen Zentrums von Alba präsentierte. Die Musikgruppe entstand 1983 in der Volkshochschule des Bezirks Filippo unter der Schirmherrschaft der Kommunalverwaltung. Die Band verbreitet die Liebe zur Musik in all ihren Ausdrucksformen, vor allem aber fördert sie den Zusammenschluss und die Solidarität unter jungen Menschen. Siebzig Schüler gehören dem „Corso Permanente Musicale“, der vom Musiklehrer Carmelo Nastasi geleitet wird, an.



*Der Auftritt der Band „Amatori della Musica“ von San Filippo del Mela auf der Bühne der Fondazione Ferrero*

Außerdem setzt die Fondazione die Zusammenarbeit mit der **Unione Musicale di Torino** und dem **Italy & USA Alba Music Festival** unter der Leitung der internationalen Musiker Giuseppe Nova, Jeffrey Silberschlag und Larry E. Votefort.

Im Rahmen der Kulturinitiativen, die in Zusammenarbeit mit der Gemeindeverwaltung von Alba durchgeführt wurden, hat die Stiftung im Jahr 2006 den **Chor „La Sonatine“ von Arlon** (seit 2004 belgische Partnerstadt von Alba) empfangen. Geleitet wird der Chor mit 50 Kindern und Jugendlichen zwischen 5 und 14 Jahren von dem Dirigenten Jean Lambert. Der Chor hat Alba auch während des Trüffelmarktes 2009 besucht. Die Städtepartnerschaft von Alba mit Arlon ist entstanden, um die Verbindung zwischen den beiden Städten zu unterstreichen: Beide römischen Stiftungen haben eine gemeinsame Vergangenheit des Widerstandes gegen den Nationalsozialismus.

Unter den zahlreichen Aktivitäten, die vom Sitz der Ferrero Gruppe in **Belgien** unterstützt werden, wo seit 1989 eine Produktionsstätte in Betrieb ist, ragt die Unterstützung des „Juli-Musicals des Heiligen Hubert“ aus dem „Festival von Wallonie“ heraus, mit dem Ziel, die Liebe zur Musik zu verbreiten und die starke Verbindung mit der Region zu bewahren.

Bei der IX. Ausgabe des **Alba International Film Festival Infinity** hat die Fondazione Roger Corman empfangen. Der Meister des amerikanischen Films hat mehr als 400 Filme produziert und gedreht. Der Eröffnungsabend des Festivals hat mit einem Dialog zwischen Gerry Scotti, Alessandra Comazzi, Gianfranco Bettetini und Giorgio Simonelli einen interessanten Vergleich zwischen Quiz und TV von gestern und heute geboten.

Im monatlichen **Konferenzzyklus kamen folgende Gäste**: Mario Calabresi von La Stampa mit seiner Buchpräsentation „Das Glück existiert nicht. Geschichten, Männer und Frauen, die den Mut hatten, sich zu erheben.“; die Astronomen Mario Di Martino und Giovanni De Sanctis; der Sportjournalist Gian Paolo Ormezzano mit einem Portrait über die Radfahrer Coppi und Bartali; die Journalistin Alessandra Comazzi und der Historiker Silvano Montaldo zu einem Austausch über die Wurzeln der italienischen Nationalgeschichte; Marco Tosatti und Professor Gian Maria Zaccone, wissenschaftlicher Direktor des Museo della Sindone in Turin; Stefano Camerini, Umweltingenieur und Experte für Umweltverschmutzung und Erderwärmung.

## Soziale Projekte

Unter den verschiedenen Aktivitäten der Stiftung, in die die ehemaligen Mitarbeiter von Ferrero eingebunden sind, gibt es eine Gruppe, die sich dem **Zivilschutz** widmet. Diese kann eine Feldküche mit über **1.000 warmen Mahlzeiten täglich** leiten. 2009 kam sie in den vom Erdbeben betroffenen Gebieten in den Abruzzen zum Einsatz. Wenn erforderlich, sendet die Fondazione die Gruppe auch ins Ausland. Die Personen, die nicht dem Zivilschutz angehören, sind in verschiedenen anderen ehrenamtlichen Aktivitäten eingebunden.



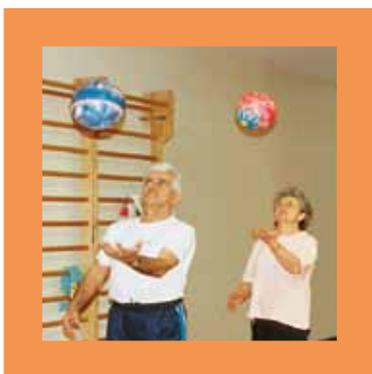
Die „Zivilschutz“-Gruppe der ehemaligen Mitarbeiter von Ferrero in Aktion

Die Fondazione hält für die ehemaligen Mitarbeiter von Ferrero **gesundheitsfördernde, medizinische und soziale Angebote** bereit und bietet die Möglichkeit zu Aktivitäten in den Bereichen Bewegung, Kultur und Kommunikation, was sich auch positiv auf die Gemeinde und das Gebiet auswirkt. Es gibt etwa **40 Gruppen**, in denen die ehemaligen Mitarbeiter sich in verschiedenen Aktivitäten versuchen können: z.B. schneidern, töpfern, fotografieren, sticken, Internet, Fremdsprachen, zeichnen und malen, „Großeltern und Enkel“, kochen, backen und vieles mehr.

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, bei dem Empfang der Gäste, der Aufsicht und der Betreuung des „bookshop“ während der Ausstellung.

Es gibt einen gut ausgestatteten Medizinischen Dienst, Kurse, in denen die ehrenamtlich Tätigen für ihren Einsatz zugunsten kranker und bedürftiger Menschen regelmäßig fortgebildet werden, und **Bewegungskurse** zur Vorbeugung und Linderung verschiedener Erkrankungen. In 2009/2010 haben **480 Personen** an solchen Programmen teilgenommen. Außerdem besteht ein Netzwerk aus verschiedenen Kooperationen mit **medizinischen Fachzentren**, wie z. B. mit der Fondazione per la Macula in Genua, 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 sowie dem Istituto Scientifico Universitario San Raffaele in Milano. Im untersuchten Jahr belief sich die Anzahl der Arztbesuche bei der Fondazione Ferrero auf **etwa 1.300**.

In den Winterzeiten können die „Anziani“ von Ferrero abwechselnd kostenlos Unterkünfte in Bordighera und Ospedaletti (in Ligurien) benutzen. Über 600 ehemalige Mitarbeiter machen jedes Jahr von dieser Möglichkeit Gebrauch, um der Strenge des Winters etwas zu entgehen.



*Bewegungskurse für die „Anziani“ Ferrero*

Eine weitere wichtige Aufgabe der Fondazione ist die Herausgabe der Firmenzeitschrift „**Filodiretto**“, die viermal jährlich erscheint und über 20.000 Mitarbeiter und Pensionäre weltweit erreicht. Die Zeitschrift wird in vier Sprachen übersetzt (Englisch, Deutsch, Französisch und Spanisch) und enthält Berichte über Initiativen der Gruppe, der einzelnen Landesgesellschaften sowie der Stiftung.

Erwähnenswert ist auch die Zusammenarbeit mit Maria Rita Parsi von der **Stiftung „Movimento per il Bambino“** (Bewegung für das Kind). Die Professorin hat für Eltern mit kleinen Kindern einen **Verhaltenskodex – die Charta von Alba** – für einen bewussten Umgang mit Neuen Medien ausgearbeitet.

In der in 2009 eingerichteten **Firmenkrippe** sind zu besonders günstigen Mitarbeiter-Konditionen sechzig Kinder im Alter zwischen drei Monaten und drei Jahren untergebracht. Ein gewisser Prozentsatz der Plätze ist für bedürftige Kinder von Alba reserviert, die von der Kommune (siehe erster CSR-Bericht, Kapitel 2) ausgewählt werden.



*Die Firmenkrippe in Alba*

Seit Oktober 2009 bietet der Ärztliche Dienst der Stiftung **beim Firmenkindergarten Beratungen** an, z. B. bei kleineren Verletzungen oder Erkrankungen, die keine Einweisung in die Notaufnahme erfordern, und **organisiert** die **Informations-Reihe „Pädiatrie“** mit Kinderärzten als Referenten, die in den Krankenhäusern in Alba und Regina Margherita/Turin tätig sind (jährlich 2-3 Treffen), sowie **Treffen zur Weiterbildung** der ErzieherInnen und des Kinderkrippen-Personals unter Einbindung eines Kinderarztes aus dem Krankenhaus (jährlich 2 Treffen).

Anlässlich der **FAI-Tage (Fondo Ambiente Italiano)** im Frühling 2010 wurde die Gruppe „**Ricamo Bandera**“ der Fondazione eingeladen, um in den Sälen des Castello della Manta di Saluzzo eine Ausstellung mit eigenen Stick-Arbeiten zu gestalten. Die 50 Teilnehmerinnen feierten in diesem besonderen Rahmen auch ihr **10-jähriges Jubiläum**.

Die vielen Besucher wussten die Arbeiten zu schätzen und zeigten großes Interesse für die Stickereien, die inmitten der historischen Einrichtungsgegenstände des Kastells eingebettet waren. Die Stickerinnen der Fondazione Ferrero bewiesen eine große Einsatzbereitschaft, indem sie während der zwei Tage abwechselnd den Besuchern Erklärungen und Erläuterungen anboten und die Stickkunst auch demonstrierten.



*Castello della Manta di Saluzzo  
mit den Stickereiender Bandera-Gruppe*



*Fondazione Ferrero, Alba, Piemont*

Die Opera Sociale am deutschen Produktionsstandort in Stadtlendorf bietet ihr Programm aktuell über **400 ehemaligen Mitarbeitern** an. Nach dem Vorbild der Fondazione Ferrero in Italien ist die Mission der Opera Sociale, die Pensionäre von Ferrero Deutschland bei einer aktiven, gesunden und gemeinnützigen Gestaltung ihrer Freizeit zu unterstützen. Das Programm umfasst Weiterbildungs- und Sportkurse, Kulturveranstaltungen und Exkursionen und bietet Gelegenheit zum Austausch von Ideen, Erfahrungen und sozialem Engagement. **2009/2010** wurde die Opera Sociale **2.847mal besucht**.

## Nächste Schritte

In den kommenden Jahren **bis 2015** werden die Initiativen der Fondazione Ferrero gemeinsam mit den Universitäten von Turin, Pisa und Siena sowie regionalen Gesundheitsämtern abschließend untersucht sein. Es handelt sich um Projekte, die von einem wissenschaftlichen Standpunkt den Wert und den tatsächlichen Nutzen dieser Maßnahmen für die ehemaligen Mitarbeiter aufzeigen sollen. Es soll insbesondere versucht werden, den positiven Einfluss zu quantifizieren und zu bewerten, den die Bewegung und die in der Stiftung aufgebauten sozialen Beziehungen auf die Verlangsamung des Alterungsprozesses und des Abbaus der kognitiven Kapazitäten haben.

Es ist das Ziel, ein **Sozialmodell zu definieren**, an dem sich sämtliche Aktivitäten der Fondazione ausrichten können, wobei auch eine mögliche Umsetzung an anderen Standorten erreicht werden soll.

Im Berichtszeitraum widmete sich die Stiftung den Vorbereitungen zur Realisierung der Ausstellung „**Morandi. L'essenza del paesaggio**“ am **16. Oktober 2010**. Es ist die erste Ausstellung, die den Landschaften des bolognesischen Künstlers jemals gewidmet wurde. Daneben ist die Fondazione mit der Erarbeitung einer Monografie befasst, die dem römischen Kaiser **Publius Helvius Pertinax** (Alba Pompeia 126 n.Chr. - Rom 193 n.Chr.) gewidmet ist. Hiermit soll das Andenken eines großen Römers, der aus Alba stammt, gewürdigt und ein Beitrag geleistet werden, den jetzigen und zukünftigen Generationen das bis jetzt wenig erforschte und bekannte politische Erbe dieser Persönlichkeit zu vermitteln.



*Opera Sociale, Stadallendorf (Deutschland). Ehemalige Mitarbeiter von Ferrero in Bewegung*



*Ehemalige Mitarbeiter bei einem Computerkurs*

## ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE UND DER GEMEINSCHAFTEN

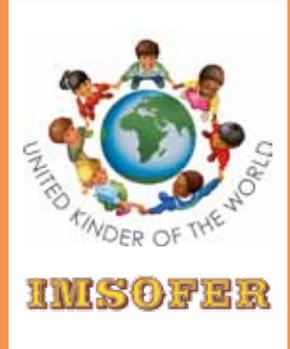
### DIE SOZIALEN UNTERNEHMEN FERRERO

**Ziel der Sozialen Unternehmen Ferrero ist es, das Engagement der Ferrero Gruppe zur Verbesserung der Lebensbedingungen und der Weiterbildung der Bevölkerungen in einigen der ärmsten Regionen der Welt auszuweiten.** Dies basiert auf ethischen Werten und einem unternehmerischen Konzept, finanzielle Ressourcen zu erwirtschaften, um in immer größerem Maße eigenständig zu operieren.

Alle Sozialen Unternehmen legen bei Abschluss jedes Wirtschaftsjahres einen bestimmten Betrag zurück, der auf Parametern in Zusammenhang mit dem Produktionsvolumen basiert, und ausschließlich für soziale Projekte bestimmt ist. Diese Mittel werden dann zur Unterstützung von Sozialprojekten eingesetzt, die im Einvernehmen mit dem Gouverneur oder anderen behördlichen Institutionen der Region, in der das Soziale Unternehmen und die Fondazione Ferrero tätig sind, ausgewählt werden.

Die von den Sozialen Unternehmen eingestellten Personen werden auch dank der Zusammenarbeit mit einigen lokalen Berufsschulen vor Ort ausgewählt. Die Mitarbeiter haben Zugang zu berufstechnischen und Management-Kursen, vor Ort oder in Italien, abhängig von der Aufgabe, gemäß dem Ausbildungsprogramm der Ferrero Gruppe, das an dem spezifischen Umfeld und der Kultur ausgerichtet ist.

Für eine nähere Beschreibung der Mission der Sozialen Unternehmen verweisen wir auf den ersten CSR-Bericht ([www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)).



Die Sozialen Unternehmen Ferrero befinden sich bis heute:

- ▣ **in Kamerun (Yaoundé)**, wo im Juni 2004 ein Produktionszentrum zur Herstellung von Kinder Merendero/Joy in Betrieb genommen wurde;
- ▣ **in Südafrika (Walkerville, Gauteng - Johannesburg)**, wo im August 2006 die Produktion von Kinder Merendero/Joy begonnen hat. Der Standort besitzt auch die Ausstattung zur Herstellung von Tic Tac;
- ▣ **in Indien (Baramati, Pune)**, wo im August 2007 ein Soziales Unternehmen entstand. Im November 2009 wurde mit dem Bau des neuen Gebäudes begonnen. Nach Abschluss der Arbeiten wird dies der größte Produktionsstandort der Sozialen Unternehmen sein: Heute sind dort 650 Personen beschäftigt, etwa weitere 1.000 Angestellte sind bis 2013 vorgesehen. Neben der Produktion von Kinder Merendero/Joy wird in Baramati auch Tic Tac konfektioniert.



Mitarbeiter bei der Arbeit in der Produktion von Kinder Joy im Sozialen Unternehmen von Walkerville (Südafrika)

Kinder in einer Schule des Programms Soziale Unternehmen in Yaoundé (Kamerun)





## DIE SOZIALEN INITIATIVEN: „UNITED KINDER OF THE WORLD“

Wie im ersten CSR-Bericht dargelegt, befinden sich die Aktivitäten der Sozialen Unternehmen noch in dieser Startphase, leisten aber dennoch schon eine kleine Unterstützung zur Verbesserung der Lebensbedingungen der Kinder und Jugendlichen:

- ▣ In Kamerun, wo wir vergangenes Jahr mit der Unterstützung zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit der Pädiatrischen Abteilung des Krankenhauses **St. Martin De Porres** in Yaoundé begonnen haben, und zwar durch die Einrichtung einer zweiten Sonographie-Sonde speziell für Kinder sowie mit Krankenhaus-Kinderbetten. Im letzten Jahr wurden in dieser Kinderabteilung etwa 450 Kinder monatlich untersucht, von denen 150 stationär aufgenommen wurden.
- ▣ In Südafrika, wo wir letztes Jahr mit der Finanzierung des Projekts **“Love Matters”** begonnen haben, das aus einer Reihe wöchentlicher „Workshops“ für junge Menschen besteht, um sie zu einem gesunden und engagierten Lebensstil zu erziehen, mit besonderem Augenmerk auf Gesundheitsthemen und AIDS-Prävention. An diesen „Workshops“ haben 560 Kinder und Jugendliche zwischen 13 und 18 Jahren teilgenommen.
- ▣ In Indien haben wir in 2009/10 mit der Unterstützung von zwei Initiativen begonnen: Die erste ist das **„Centro di accoglienza Don Bosco“** für verlassene Straßenkinder von Mumbai, mit dem Ziel, sie zu schützen und ihnen eine professionelle Ausbildung in den Missionsschulen anzubieten. Die Räume des Zentrums wurden vollständig renoviert und bieten 75 Kindern eine gesunde und angenehme Umgebung. Die zweite Initiative, die wir unterstützt haben, ist das Tages-Aufnahmezentrum **„Un tetto a Bombay“**, das eine Gesundheitsbetreuung und Erziehungshilfe für 60 Kinder anbietet, die aus sehr armen Familien kommen. Diese leben in Bidonville/Malad East an der Peripherie von Mumbai.
- ▣ Ebenfalls 2009/10 haben wir in Sri Lanka mit der kleinen Unterstützung von **„La Casa dei bambini di Clarendon“** begonnen, einem Waisenhaus, das etwa 70 Mädchen und junge Frauen im Alter von 3 bis 18 Jahren aufnimmt und von den Schwestern der Maria Immacolata in Mount Lavinia bei Colombo verwaltet wird. Das Gebäude, das die Mädchen beherbergt, wurde vollständig renoviert.

**Unter der Bezeichnung „United Kinder of the World“ verfolgen die Sozialen Unternehmen Ferrero das wichtigste Ziel ihrer Aktivitäten, nämlich die Gesundheit und Entwicklung der Kinder und Jugendlichen.**

## UNSERE ZIELE FÜR 2013 IM EINKLANG MIT DEN VORSÄTZEN DES VERGANGENEN JAHRES:

- Fertigstellung der neuen Produktionsstätte in Indien mit der Schaffung von insgesamt über 1.000 Arbeitsplätzen;
- Diversifizierung der Produktion in Südafrika;
- Fortsetzung des Projekts „Corsi di Ferrerità“ zur kulturellen und beruflichen Integration unserer Mitarbeiter in Kamerun, Südafrika und Indien;
- Unterstützung von jährlich drei sozialen Projekten in Südafrika, Kamerun und Indien in den Bereichen Gesundheit und Ausbildung/Erziehung von Kindern;
- Machbarkeitsstudie über soziale und unternehmerische Initiativen zu Gunsten der Bevölkerungen in anderen benachteiligten Regionen der Erde.

## ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE UND DER GEMEINSCHAFTEN

### IM MITTELPUNKT: DIE MITARBEITER

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.

**Unser Ziel ist die Schaffung eines positiven Arbeitsumfeldes, in dem die Mitarbeiter unter Respektierung der Unterschiede und auf der Grundlage einer leistungsorientierten Gehaltspolitik ihre Fähigkeiten und Kompetenzen entwickeln und ausbauen können.**

In den über 70 Gesellschaften der Gruppe beläuft sich der durchschnittliche Personalbestand am 31. August 2010 auf insgesamt 21.736 Personen (davon 1.023 Mitarbeiter in den Sozialen Unternehmen Ferrero und 748 in den Landwirtschaftsgesellschaften von Ferrero in Argentinien, Bulgarien, Chile, Georgien und Südafrika).

Gemäß den Daten, die die Datenbanken der Gruppe zum vorliegenden Bericht liefern, ergibt sich ein Personalbestand von **21.372 Personen** für den 31. August 2010.

Der erwähnte Unterschied zwischen dem festen durchschnittlichen Personalbestand (21.736 Personen) und dem Stichtag (21.372 Personen) ergibt sich daraus, dass zum Stichtag Mitarbeiter, bei denen die Beendigung des Arbeitsverhältnisses bevorsteht und die nicht mehr aktiv sind, nicht berücksichtigt wurden.

Am 31. August 2010:

- ▣ Der genaue Personalbestand der Gruppe beläuft sich auf **21.372 Personen**, davon 9.203 Frauen (43%), 12.169 Männer (57%), gegenüber 21.555 Mitarbeitern am 31. August 2009, mit einer Abnahme insbesondere der befristeten Verträge.
- ▣ **75% des Personals von Ferrero**, 16.017 Personen, sind in Europa tätig.

Einstufung	Am 31.08.2009	Am 31.08.2010	%
Arbeiter	12.993	12.791	60%
Angestellte	6.067	6.035	28%
Mittleres Management	1.724	1.725	8%
Topmanager	771	821	4%
<b>Total</b>	<b>21.555</b>	<b>21.372</b>	<b>100%</b>
Vertragsart	Anzahl	Anzahl	%
Befristet*	4.095	4.283	20%
Unbefristet	17.460	17.089	80%
<b>Total</b>	<b>21.555</b>	<b>21.372</b>	<b>100%</b>

Produktionsstätten	Nationalitäten der Angestellten von Ferrero
Im Folgenden werden die Nationalitäten der Angestellten in unseren Hauptproduktionsstätten gezeigt.	
Produktionsstätte Alba – Italien	Italiener 99,8%
Produktionsstätte Arlon – Belgien	Franzosen 55,3% Belgier 39,6%
Produktionsstätte Belsk – Polen	Polen 99,2%
Produktionsstätte Stadtallendorf – Deutschland	Deutsche 77,7%
Produktionsstätte Villers Ecalles Frankreich	Franzosen 97,6%

Teilzeit/Vollzeit am 31.08.10	Altersschichten aller Angestellten am 31.08.10	
	Jahre	%
Teilzeit 7%	< 30	19%
Vollzeit 93%	30-50	64%
	>50	17%
	<b>Total 21.372</b>	

\* Für 2008/2009: saisonal 11%, Praktikum 1% und befristete Arbeitsverträge 7%  
Für 2009/2010: saisonal 13%, Praktikum 1% und befristete Arbeitsverträge 6%

## PERSONALFÖRDERUNG: INITIATIVEN FÜR UNSERE MITARBEITER

Es gibt eine starke Bindung zwischen der Ferrero Gruppe und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Vieles trägt zur Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen bei, an erster Stelle das **Zugehörigkeitsgefühl**. „La Ferrerità“ ist unter allen Mitarbeitern verbreitet und drückt sich unter anderem im sorgfältigen Umgang mit dem „Produkt“ aus, in der starken Ausrichtung auf die Qualität, der zentralen Bedeutung des Verbrauchers, dem konstanten Streben nach Innovationen, die die Entwicklung einmaliger, nicht nachahmbarer Süßwaren ermöglicht; einige davon sind schon seit über fünfzig Jahren auf dem Markt.

Die Beweise für diese Verbindung sind sichtbar. **1994, dem Jahr der Überschwemmung, die Alba heimsuchte, überließen die Mitarbeiter ihre eigenen Häuser dem Schicksal und gingen in die Fabrik, um die Maschinen zu retten und sie wieder funktionstüchtig zu machen, damit die Produktion in kürzester Zeit wieder aufgenommen werden konnte.**

Diese tiefe Bindung zeigt sich nicht nur in dem starken Engagement, das die Gruppe und die Mitarbeiter gegenseitig täglich beweisen, **sondern auch in der Dauer der Betriebszugehörigkeit der Mitarbeiter bei Ferrero. Der erfreuliche Umstand, dass heute in Italien 25% der Mitarbeiter über 25 Jahren dem Unternehmen angehören**, erlaubt der Gruppe unter anderem, das Knowhow mit ihren Mitarbeiter sicherzustellen.

Im Jahr 2010 wurden **1.551** noch aktive Mitarbeiter für ihre langjährige Firmenzugehörigkeit geehrt: **1.084 in Italien (16% des Personalbestandes), 146 in Frankreich (12%) und 321 in Deutschland (7%).**

Dieser Treuebeweis beruht auf Gegenseitigkeit und auf einem fortwährenden Engagement der Gruppe in Aktivitäten, die darauf ausgerichtet sind, den Mitarbeitern nicht nur ein angenehmes und anregendes Arbeitsumfeld zu bieten, sondern sie auch in ihrem täglichen Leben zu unterstützen (z. B. „Kindergarten“, „Ferrero Care“, Fitnesszentren).

Seit 2009 wurden in Italien weitere Aktivitäten zur Unterstützung des Projekts „**Ferrero Care**“ begonnen. Unter diesen war das Projekt „**Una mano per l'asilo**“ von besonderer Bedeutung: Das Unternehmen bietet den Mitarbeitern eine beträchtliche Anzahl an reservierten Heimplätzen, eine vollständige Bezahlung der Anmeldegebühren und eine regelmäßige Unterstützung für das monatliche Kostgeld auf der Basis vorherbestimmter Einkommensklassen des Haushalts (für weitere Informationen siehe erster CSR-Bericht).

Erwähnenswert ist auch die Eröffnung eines Firmen-Fitnesszentrums bei der Business Unit in Italien, das für die Mitarbeiter kostenlos ist und während der Mittagspause und in den Abendstunden geöffnet hat. Zusätzlich gibt es Initiativen zur Weiterbildung, zur internationalen „Job-Rotation“, zur Ausarbeitung einer Einführung für neue Mitarbeiter auf allen Management-Ebenen, wie z. B. „Capire Ferrero“ für Jungakademiker und „Ferrerità“, ein Kurs über die Firmenwerte, wie sie in den Businessprozessen und -praktiken sowie in der Forschung zur Anwendung kommen, um den Mitarbeitern einen strukturierten Entwicklungsweg zu gewährleisten.

Im Berichtszeitraum gab es keine Vorkommnisse bzgl. Fernbleiben von der Arbeit oder kritischen Äußerungen gegenüber dem Unternehmen; die Anlässe zu Streiks waren begrenzt auf Kundgebungen nationalen oder überbetrieblichen Charakters.

## FERRERO FRANKREICH

Im größten Teil der Niederlassungen der Gruppen werden ähnliche Initiativen für die Mitarbeiter auf Basis der Firmenprinzipien entwickelt bzw. fortgeführt.

Ferrero Frankreich hat ein Projekt initiiert, das verschiedene Initiativen vereint, die mit dem **Wohlergehen des Mitarbeiters und seiner Familie verknüpft sind**. Die Hauptbereiche, auf die das Projekt ausgerichtet ist, sind:

**Die Familie.** In der Nähe der Produktionsstätte und an dem Verwaltungssitz wurden zwei Miniclubs für Kinder gebaut und in Betrieb genommen. Diese Einrichtungen unterstützen die Familie in der Versorgung der Kinder während der Schulferien und mittwochs (Tage, an denen die französischen Schulen geschlossen sind). Mit derselben Zielsetzung wurde eine Vereinbarung mit dem Kindergarten in Mont Saint Aignan getroffen, um die kostenlose Betreuung für Mitarbeiter-Kinder zu gewährleisten. Ferrero Frankreich plant außerdem drei Jahresstipendien für ein Hochschulstudium und **drei Stipendien für ein Auslandsstudium für Mitarbeiter-Kinder**.

**Die soziale Fürsorge.** Das Projekt „Bilancio Salute“ ermöglicht den Mitarbeitern über 45 Jahren eine Reihe umfassender und kostenloser medizinischer Untersuchungen. Für die ehemaligen Mitarbeiter unterstützt Ferrero Frankreich den „GIS“: Ein Verband, der sich darum kümmert, die Verbindungen mit den Rentnern zu erhalten und kulturelle, soziale und humanitäre Aktivitäten zu ihren Gunsten unterstützt.

**Das Wohlbefinden bei der Arbeit.** Im Mai 2010 wurde ein Betriebsrestaurant fertiggestellt und eingeweiht, das hochwertige Menüs kostengünstig anbietet. Gleichzeitig wurde der Fitnessraum ausgebaut, der den Mitarbeitern eine regelmäßige Körperaktivität ermöglicht.

Weitere geplante Initiativen:

- 1 Der Tag der Begegnung, der am 13. April 2011 zwischen den Kindern des Miniclubs und den Kindern des Verbandes „Loisirs Pluriel“ stattfindet, der 11 lokale Verbände mit dem Ziel zusammenführt, Aktivitäten zwischen mehr und weniger begabten Kindern gemeinsam durchzuführen;
- 2 Laser-Therapien gegen das Rauchen, die in einem speziellen Zentrum zu reduzierten Preisen stattfinden, um die Mitarbeiter in ihrem Entschluss, mit dem Rauchen aufzuhören, zu unterstützen;
- 3 Programme für diätetische Sitzungen, um die physische Gesundheit der Mitarbeiter zu fördern.



## BEZIEHUNGEN ZU ARBEITNEHMERVERTRETUNGEN

### Der Europäische Betriebsrat (EBR)

Die neue Richtlinie über den Europäischen Betriebsrat (2009/38/EG), die die vorhergehende in einigen grundlegenden Teilen modifiziert hat, muss bis 5. Juni 2011 in innerstaatliches Recht umgesetzt werden.

Das Gründungsabkommen des EBR Ferrero wurde 1996 freiwillig gemäß Art. 13 der Richtlinie 94/45/EG unterzeichnet. Die Gruppe hat seit langem einige Prinzipien und Regelungen, die in der neuen Richtlinie festgelegt sind, vorweggenommen, wie z. B.: die Teilnahme von nationalen Gewerkschafts-Vertretern und der **EFFAT (European Federation of Food, Agriculture and Tourism Trade Unions)**, die Arbeitsweise des EBR, der gemeinsame Dialog und Meinungs austausch zwischen den Arbeitnehmervertretern und der zentralen Leitung.

Einer der fundamentalen Grundsätze der neuen Richtlinie besteht in der Verstärkung der Interaktion zwischen den Ebenen der nationalen (und lokalen) Arbeitnehmer-Delegationen und den EBR-Repräsentanten.

Der EBR Ferrero erachtet dieses Erfordernis der Interaktion als eine unverzichtbare Priorität für die Fortführung und Vertiefung der eigenen Erfahrungen. Diese Priorität wird von der Notwendigkeit begleitet, die Kommunikation in den Ländern über EBR-Aktivitäten zu verbessern, mit dem Ziel, die Kontinuität der Werte in der Betriebsratsarbeit auch bei einem Wechsel von Betriebsratsmitgliedern zu gewährleisten.

Darum werden wir im Herbst 2010 **ein von der Europäischen Kommission gefördertes Ausbildungsprojekt** beginnen, das die Durchführung sechs gemeinsamer nationaler Seminare sowie ein abschließendes europäisches vorsieht. Die nationalen Seminare werden zwischen Januar und März 2011 stattfinden, vom 13. bis 15. April ist ein Abschluss-Seminar in Dresden geplant.

Das Ziel der nationalen Seminare ist, in jedem Land, die EBR-Vertreter und die Vertreter der Produktionsstätten mit einzubinden. Gegenstand sind das Wissen über die gesetzlichen Grundlagen und die Arbeitsweise der nationalen Betriebsräte in Europa, die Aufbereitung der Arbeit des EBR Ferrero in den vergangenen 15 Jahren sowie die Vertiefung der Themen gleitende Arbeitszeit und Arbeitsverträge.

**Heute vertritt der EBR nahezu die Gesamtheit der in Europa tätigen Mitarbeiter, was ca. 75% der Mitarbeiter weltweit entspricht.**



## EINE SICHERE ARBEITSUMGEBUNG: UNSER ANSATZ FÜR GESUNDHEIT UND ARBEITSSICHERHEIT

Der Schutz und die Förderung der Gesundheit und die Arbeitssicherheit haben für die Ferrero Gruppe bei all ihren Aktivitäten und in jedem Land, in dem sie tätig ist, Vorrang. Seit jeher hat sich Ferrero verpflichtet, die Risiken zu identifizieren und zu beseitigen und, wo noch möglich, die Bedingungen für die Arbeitsumgebung durch die aktive Miteinbeziehung aller Mitarbeiter zu verbessern.

In allen Produktionsstätten der Gruppe erfolgen regelmäßige Aus-/Weiterbildungen und Informationen zu den Themenfeldern Gesundheit, Arbeitssicherheit und Prävention.

Als Beispiel sind die von **Ferrero Kanada** durchgeführten Aktionen zu erwähnen: Dort wurden im Berichtszeitraum alle Mitarbeiter mittels Newsletter über die wichtigen Aspekte der Arbeitssicherheit informiert. Bei der "Woche der Gesundheit und Arbeitssicherheit" wurden verschiedene Aktivitäten unter Einbeziehung von Sportzentren, Kliniken und Rettungsdiensten durchgeführt.

**Im Laufe des Jahres 2010** fand außerdem, wie im ersten CSR-Bericht erwähnt, im Rahmen des EBR eine **Initiative zu Sicherheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz** statt: Während zweier Ausbildungstage hatten Firmenmanager und Arbeitnehmervertreter die Gelegenheit, sich gemeinsam über das Sicherheits- und Präventionsmanagement mit besonderem Augenmerk auf Ausbildung und Kommunikation auszutauschen.

**Aus dem Vergleich mit den Betrieben in Europa auf Basis der offiziellen europäischen Daten (Quelle: EUROSTAT Gesamtdaten 2007) geht hervor, dass die festgestellte Häufigkeit der Arbeitsunfälle konstant unter dem europäischen Durchschnitt für die Branche liegt.**



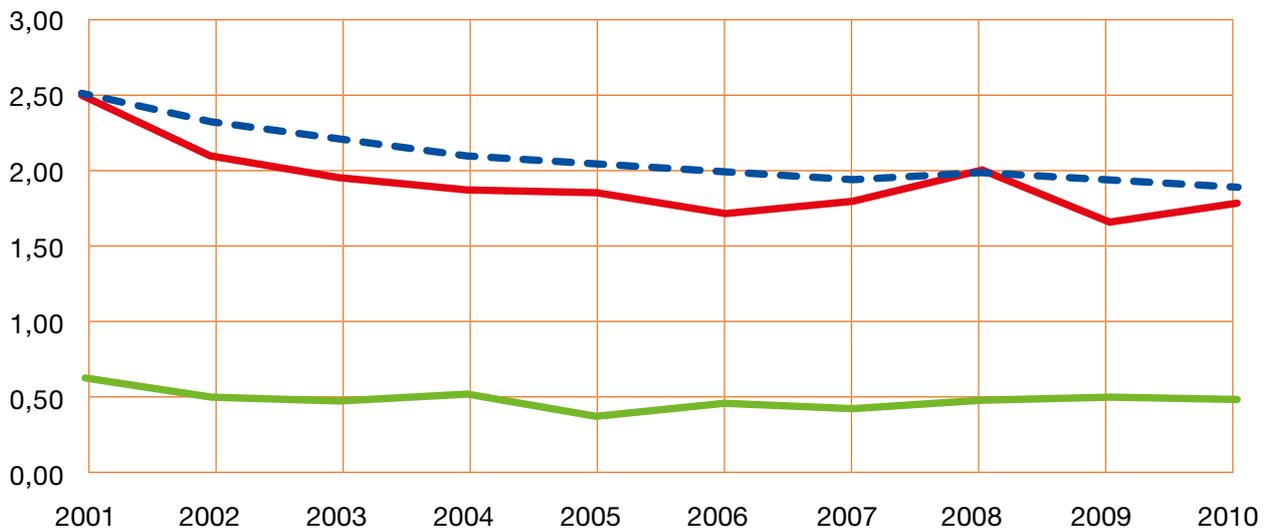
Mitarbeiter bei der Arbeit in der Produktion von Kinder Joy bzw. in den Produktionsstätten von Baramati (Indien) und Yaoundé (Kamerun)

Die folgende Grafik gibt die Zahlen über die Häufigkeit und Schwere der Unfälle in unseren europäischen Produktionsstätten wieder.

## PRODUKTIONSSTÄTTEN IN EUROPA

### Produktionsstätten in Italien, Arlon, Stadallendorf, Villers Ecalles, Cork, Belsk

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



■ Häufigkeitsindex (100.000 Stunden) ■ Schwereindex (1.000 Stunden) ■ Häufigkeitsindex progressiv (100.000 Stunden)

#### HÄUFIGKEITSINDEX (HI):

repräsentiert in der berücksichtigten Zeitspanne die Gesamtzahl der Unfälle bezogen auf 100.000 Arbeitsstunden

#### SCHWEREINDEX (SI):

repräsentiert in der berücksichtigten Zeitspanne die Gesamtzahl der Ausfälle bezogen auf 1.000 Arbeitsstunden

## WEITERBILDUNG

**Im Wirtschaftsjahr 2009/2010 hat „Ferrero Learning Lab“ 157 Weiterbildungsveranstaltungen organisiert, an denen fast 3.000 Mitarbeiter teilgenommen haben.**

Jahr	Seminareinheiten	Teilnehmerzahl	Trainingsmodule
2006-2007	58	965	20
2007-2008	91	1433	21
2008-2009	100	1500	23
2009-2010	157	2707	25

Zum Beispiel haben im Wirtschaftsjahr 2009/2010 231 „Senior Manager & Above“ an Learning Lab-Aktivitäten teilgenommen, pro Person im Durchschnitt jährlich 22 Stunden Weiterbildung; für die 1.055 Angestellten und Mittleres Management betrug die jährliche pro Kopf-Anzahl 54 Stunden. Das Fortbildungsangebot wird kontinuierlich im Hinblick auf die Anforderungen aktualisiert, die aus der stetigen Entwicklung des «Business» hervorgehen, oder dieser vorweggenommen werden. Dieses Jahr wurden die angebotenen Kurse erweitert und aktualisiert, wobei das neue übergreifende Kompetenzmodell der Gruppe berücksichtigt wurde.

Die Weiterbildung stellt ein fundamentales Element zur Unterstützung von organisatorischen Veränderungen und der Implementierung in die verschiedenen italienischen, europäischen und außereuropäischen Produktionsstätten dar. **Ferrero Learning Lab garantiert, dass der Weiterbildungsplan der Gruppe den unterschiedlichen Gegebenheiten entspricht.** Außer Leistungen im Schulungsraum durch eine „experimentelle“ Fortbildung sieht der Unterstützungsplan Module für «action learning» vor, die neben der Erweiterung des fachbezogenen Wissens, das neue Anforderungen im Verwaltungs- und technischen Bereich berücksichtigt, die Arbeit für interdisziplinäre Team-Prozesse und Anwendungen fördert.

**November 2009**

**Preisverleihung des Master Michele Ferrero**



**Das Auditorium des Forschungszentrums der Ferrero Gruppe war Ort der Verleihung und Überreichung der Diplome und Preise für den Master (postgraduated) in Ernährungswissenschaften und Lebensmitteltechnologie, der nach Michele Ferrero benannt ist und zum zweiten Mal durchgeführt wurde.**

Die vier besten Absolventen haben ein Stipendium erhalten, die zwei besten Abschlussarbeiten sind mit Geldprämien ausgezeichnet worden.

## **Es wurden verschiedene Weiterbildungsprojekte von Ferrero Learning Lab gefördert und realisiert.**

Zu den wichtigsten Projekten zählen: Capire Ferrero, Ferrero Academy (mit der 17. Veranstaltung mit einer jährlichen Teilnehmerzahl von 363 Kollegen), Finance Young Graduate Programs und Ferrero **Sales Academy**, Nutrition for Soremartec und Library for Operations.

Weitere Informationen zu den Weiterbildungsprogrammen finden sich im ersten CSR-Bericht. Neu sind:

Die **Sales Academy** wird im Februar 2011 offiziell eingeführt. Dieses Programm sieht insgesamt 20 Fortbildungskurse vor, die auf den Weiterbildungsbedarf und die Entwicklung des Vertriebs von Ferrero weltweit abgestimmt sind.

Es ist das Ziel der Fortbildungsmaßnahmen, ein Bewusstsein über die Nährwerte unserer Produkte zu vermitteln, um Mitarbeitern aller Bereiche ein Basiswissen über die Themen Ernährungsprinzipien, Aspekte des Lebensmittelrechts, Bewegung und Lebensstil an die Hand zu geben.

### **Library Operations**

Library Operations ist ein ehrgeiziges Projekt, an dem Ferrero Learning Lab seit Ende 2007 arbeitet. Ziel ist, das Wissen und das Know-how der Ferrero Welt zu sammeln und zu systematisieren, um es nutzbar zu machen und diesen kostbaren Erfahrungs- und Wissensschatz dann weiterzugeben.

Die Library Operations ist ein kontinuierlich wachsendes Projekt: Von 26 geplanten Modulen wurden bereits 23 in verschiedenen Produktionsstätten der Gruppe implementiert:

**Es ist unser Ziel, dieses kostbare Wissen einer immer größeren Anzahl von Kollegen zu vermitteln und so Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der neuesten Produktionsstätten der Gruppe schnell zu erreichen.**

## **„DIVERSITY MANAGEMENT“**

Um den Umgang mit kultureller Vielfalt zu fördern, hat Ferrero ein spezielles Programm in Europa und Asien organisiert. Im letzten Wirtschaftsjahr wurden die ersten zwei Pilotveranstaltungen durchgeführt, eine in Luxemburg (11.-12. Januar 2010), an der 18 Personen teilgenommen haben, eine in Singapur (12.-13. April 2010), an der 16 Kollegen von verschiedenen Firmen der Ferrero Asia teilnahmen.

Während der Ausbildungstage lag der Fokus auf den Kenntnissen über kulturelle Unterschiede im Geschäfts-Verhalten, wobei der Akzent auf Leadership-Kompetenzen gelegt wurde, die für effizientes Arbeiten in China erforderlich sind.

Für die asiatischen Kollegen war es wichtig, die kulturellen Unterschiede zu Europa und die Besonderheiten italienischer Familienunternehmen eingehend zu ergründen.

Die Hauptinhalte des Kurses waren folgende:

- ▣ „Cross-culture leadership and culture intelligence“
- ▣ Talentförderung in den „emerging markets“
- ▣ „Leadership and organisational culture“
- ▣ Persönliche Entwicklung

## INTERNE KOMMUNIKATION

Auch 2010 wurden neue Bereiche eröffnet und die Inhalte von „myFerrero“, das Intranet der Gruppe, erweitert. In diesem Portal finden Mitarbeiter Informationen, Erfahrungen und Daten aus allen Unternehmensbereichen. Hervorzuheben ist, dass die Anzahl der Nutzer von 5.000 Anfang 2006 **auf jetzt etwa 8.000 angestiegen ist.**

Jeden Monat haben etwa 5.600 Mitarbeiter mindestens einmal das Portal myFerrero besucht.

## INTERCULTURA

Seit sechs Jahren arbeitet die Ferrero Gruppe mit Intercultura zusammen, einem internationalen gemeinnützigen Verein, der sich der Förderung und der Organisation des Austausches und der interkulturellen Erfahrungen von Schülern der Sekundarstufe widmet. Jedes Jahr finanziert die Gruppe Jahres- und/oder Sommerstipendien für Kinder von Mitarbeitern, die einen Abschnitt ihrer Schulzeit in einem anderen Land in einer dort lebenden Familie verbringen, um neue Kulturen kennen zu lernen. 2009/2010 wurden 6 Stipendien vergeben.

## Nächste Schritte - bis 2013

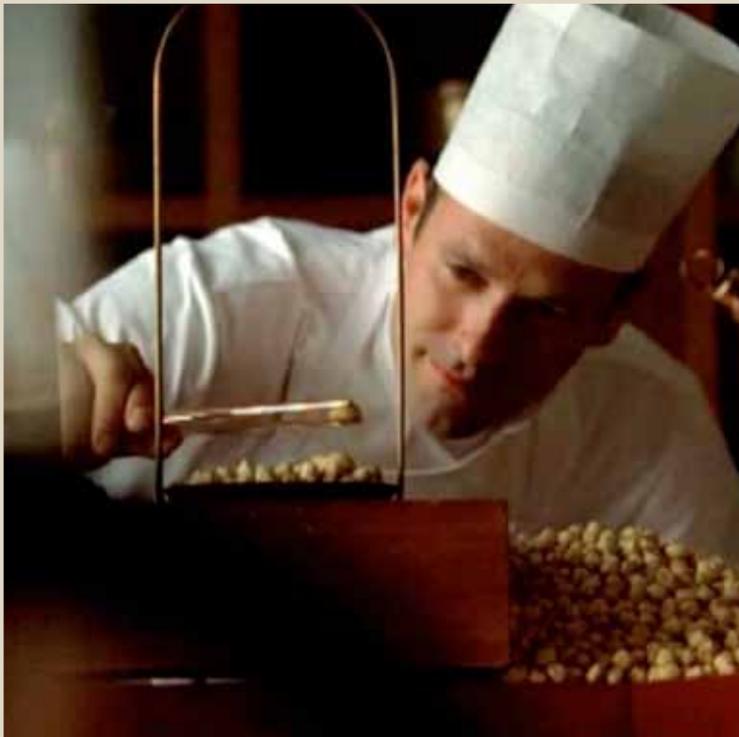
- ▣ Entwicklung von Projekten zur Analyse des „**Betriebsklimas**“ zur Auswahl von Verbesserungsmaßnahmen;
- ▣ Entwicklung weiterer „**Diversity Management**“ -Initiativen zur Weiterbildung im Managementbereich;
- ▣ Initiativen/Kurse zur Unterstützung der Einführung von Nachwuchskräften in das Unternehmen und deren Integration, auch im Hinblick auf „**Work Life Balance**“. Im Geschäftsjahr 2009/2010 gab es über 100 Neueinstellungen von Hochschulabsolventen in der Gruppe. Der größte Teil von ihnen hat an dem Programm „Capire Ferrero“ teilgenommen; die neuen Mitarbeiter in Italien nehmen bereits am Projekt „Ferrero Care“ teil;
- ▣ Ausweitung der **sozialen Initiativen und der Initiativen für die Wahrung der Gesundheit und Arbeitssicherheit.**



*Ausschnitt der Produktion bei Ferrero*

## KAPITEL 2:

Qualitätsbewusstsein, ausgewogene Ernährung und Lebensstil



## QUALITÄTSBEWUSSTSEIN, AUSGEWOGENE ERNÄHRUNG UND LEBENSSTIL

Das Ernährungskonzept von Ferrero basiert auf einer Gesamtbewertung der Nahrungsaufnahme und nicht nur auf der einfachen Summierung des Kaloriengehalts der einzelnen Lebensmittel. Höchsten Stellenwert haben für uns die drei Grundsätze:

- ▣ **abwechslungsreiche Ernährung als Grundregel;**
- ▣ **der kulturelle und nicht nur der nutritive Wert der Mahlzeiten;**
- ▣ **die regelmäßige Beobachtung der Verbrauchertrends.**

**Die Rezeptur unserer Produkte basiert auf sorgfältigen interdisziplinären Untersuchungen, wobei wir ganz besonders auf die Portionsgrößen achten, damit sich die Produkte problemlos in die tägliche Ernährung integrieren lassen.**

Mit der Entwicklung von **Produkten, die ein einzigartiges Geschmackserlebnis vermitteln**, wollen wir dazu beitragen,

- ▣ dass schlechte Essgewohnheiten abgebaut werden, so zum Beispiel der **Verzicht auf das Frühstück**,
- ▣ dass die bei älteren Menschen häufig anzutreffende Appetitlosigkeit bekämpft wird.

Zu diesem Zweck investieren wir Jahr für Jahr hohe Beträge mit dem Ziel,

- durch umfassende Erprobungen neue Erkenntnisse zum **Einfluss der Produkte auf den Stoffwechsel** zu gewinnen. Dabei verwenden wir die signifikantesten Indikatoren für den Blutzuckerspiegel (Glykämischer Index) und für die Appetitbefriedigung (Ghrelin) und befürworten eine Nahrungszufuhr mit Zwischenmahlzeiten (Between Meals Eating Episodes - BMEES), die im Einklang mit den Hauptmahlzeiten steht;
- im Rahmen schonender Produktionsprozesse **Mikronährstoffe natürlichen Ursprungs** einzusetzen;
- Verfahren zu verwenden, die auf den Einsatz von Konservierungsmitteln und von teilweise oder ganz gehärteten Fetten verzichten (ohne deshalb den Gehalt an gesättigten Fettsäuren zu erhöhen);
- synthetische Süßstoffe nur in bestimmten (zuckerfreien) Produktgruppen einzusetzen, wobei wir, soweit es die derzeit vorhandene Technologie ermöglicht, stets der Verwendung **natürlicher Zutaten** den Vorzug geben.

Ferrero verwendet keine **gehärteten Fette**, weshalb unsere Produkte **keine daraus resultierenden Trans-Fettsäuren (TFS) enthalten**. Ferrero verwendet auch **keine Zusatzstoffe und Konservierungsstoffe**.

Schon immer haben wir uns bei Ferrero auf **die Entwicklung von Produkten konzentriert, die auf natürliche Weise aus den Rohstoffen stammende Ballaststoffe, Vitamine und Mineralstoffe enthalten**.



## REZEPTUR UND RICHTIGE PORTIONSGRÖSSE DER PRODUKTE

Ferrero beteiligt sich aktiv an den nationalen und europäischen Initiativen einer Reformulierung der Lebensmittel und verfolgt nach wie vor die Strategie der kleineren Portionsgrößen, wobei wie immer Qualität und Geschmack der Produkte höchsten Stellenwert haben.

Schon 1976 bot Ferrero die Produkte der Kinder-Range in **Einzelverpackungen** mit einem Gewicht zwischen 12,5 und 43 Gramm an.

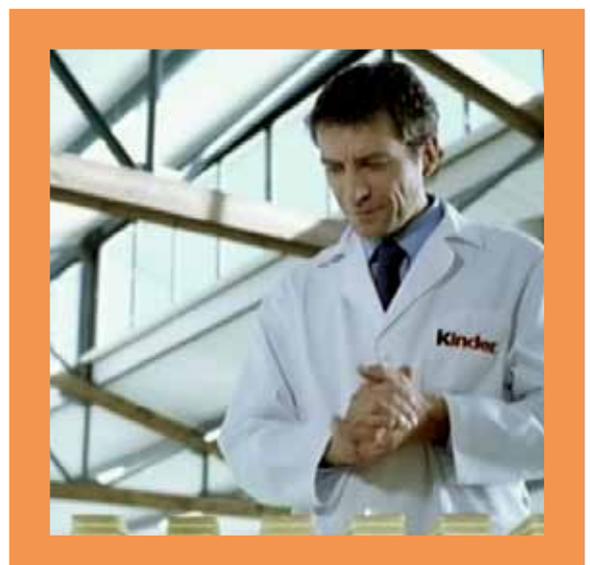
2010 setzte die Ferrero Gruppe in folgenden vier Themenbereichen die Verpflichtungen um, die sie 2009 im Rahmen der „**EU-Plattform für Ernährung, körperliche Bewegung und Gesundheit**“ eingegangen war:

- ▣ Zusammensetzung und richtige Portionsgröße der Produkte;
- ▣ korrekte Nährwertangaben und Verbraucherschulung;
- ▣ Förderung von körperlicher Bewegung und Sport;
- ▣ verantwortungsbewusste Werbekommunikation.

Zu jedem Themenbereich wird ein ausführlicher „Monitoring-Bericht“ erstellt, der **im Januar 2011 der EU-Kommission, Generaldirektion Gesundheit und Verbraucher**, vorgelegt wird.

Im Rahmen dieser Initiativen hat Ferrero 2010 einige neue und einige modifizierte Produkte einem Markttest unterzogen. Es handelt sich um

- einen Snack der Kinder-Range in kleinerer Portionsgröße und mit geringerem Energiegehalt;
- einen Snack der Kinder-Range mit geringerem Gehalt an Zucker und gesättigten Fettsäuren;
- zwei Pralinen in kleinerer Portionsgröße und mit geringerem Energiegehalt;
- ein Produkt „Praline Summer Substitute“ mit geringerem Gehalt an gesättigten Fettsäuren.



Im Rahmen **unserer Forschungstätigkeit konzentrieren wir uns auf die Gewinnung neuer Erkenntnisse über die Stoffwechselwirkung von Süßwaren**. Dabei analysieren wir die Bedeutung und die Rolle der Süßwaren im Rahmen eines ausgewogenen Ernährungskonzepts.

#### Unsere Studien

- ▣ unterstreichen die Wichtigkeit des Frühstücks und zeigen die Probleme auf, die sich auch im Hinblick auf die schulischen Leistungen ergeben, wenn das Frühstück ausgelassen wird;
- ▣ befassen sich mit der Frage des Sättigungsgefühls nach dem Verzehr von Zwischenmahlzeiten;
- ▣ analysieren die Bioverfügbarkeit von Antioxidanzien aus Tee.



## UNSERE ZIELE BIS 2015

- Wir wollen weiterhin an den **europäischen Initiativen** (z.B. „EU-Plattform für Ernährung, körperliche Bewegung und Gesundheit“) sowie an den **nationalen Initiativen** mitwirken, die auf eine Reformulierung der Nahrungsmittel und auf eine Verkleinerung der Portionsgrößen abstellen;
- Wir wollen unsere **Forschungsaktivitäten und Studien zu den Stoffwechselwirkungen von Süßwaren** im Rahmen eines ausgewogenen Ernährungskonzepts fortsetzen;
- Wir wollen unsere **Forschungsaktivitäten und Studien zu dem Beitrag fortsetzen, den die Mikronährstoffe oder bestimmte funktionelle Inhaltsstoffe von Rohstoffen** zur Verbesserung des Wohlbefindens und der Prävention leisten können, wenn sie in signifikantem Umfang natürlich vorhanden sind;
- Wir wollen Forschungsaktivitäten mit dem Ziel entwickeln, den möglichen Einsatz **einer breiteren Vielfalt an Rohstoffen zu erkunden, die einen Ernährungsnutzen bieten und gleichzeitig umweltschonend gewonnen werden**.

## LEBENSMITTELSICHERHEIT UND QUALITÄTSSICHERHEIT

Nach dem Motto „Man soll die Katze nicht im Sack kaufen“ bezeichnen wir mit dem firmeninternen Begriff „**il sacco conosciuto**“ die in unseren Werken eintreffenden Rohstoffe, wenn sie den strengen Ferrero Kriterien in puncto Rückverfolgbarkeit, Sicherheit und Qualität entsprechen.

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

Um die Gruppendaten zum Qualitätsprozess optimal zu integrieren und den Qualitätssicherungsprozess noch stärker zu zentralisieren, arbeiten wir mit einem **integrierten globalen System**.

Dieses System mit der Bezeichnung SAP-QM (Quality Management) **wird bereits bei 90% der europäischen Werke eingesetzt**, womit wir die in unserem ersten CSR-Bericht aufgestellten Ziele übertroffen haben.

Die Erfassung und der Vergleich der Qualitätsdaten erfolgen demzufolge immer globaler und besser koordiniert.

Auch nach dem neuen Code of Business Conduct führen wir **Kontrollen direkt bei unseren Lieferanten durch und überprüfen die Berichte zu den Analysen**, die vor Lieferung ihrer Produkte erstellt sein müssen.

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

Weltweit werden alle Lieferanten von Ferrero auf Gruppenebene von der „Qualità Centrale“ ausgewählt und bewertet. Dies erfolgt nach einheitlichen Kriterien sowie mit Hilfe einer elektronischen Plattform, durch die alle Lieferanten mit den zuständigen Abteilungen der Gruppe vernetzt sind.



## DIE QUALITÄT UNSERER PRODUKTIONSSTÄTTEN UND DIE ENTSPRECHENDEN ZERTIFIZIERUNGEN

Der aktuelle Stand der Zertifizierungen unserer Werke und die angestrebten Ziele sind nachstehender Übersicht zu entnehmen:

Production plants	ISO 9002:1994	ISO 9001:2000	ISO 9001:2000	ISO 9001:2008	ISO 22000	ISO 17025	IFS	FSSC	
	seit	seit	europaweit auf Gruppenebene seit	seit	seit	seit	seit	seit	
Arlon (Belgien)	1999	2003	2005	2008 (auf Gruppenebene)		2006	2007		
Balvano (Italien)	1996	2003						2006	
Belsk (Polen)	1996	2004							
Cork (Irland)	2001	2003						2006	
Pozzuolo (Italien)	1994	2004						2011	
Pozzuolo Italy	1998	2002							
S. Angelo dei Lombardi (Italien)	1999	2004							
Stadtallendorf (Deutschland)	1994	2003					2007	2005	
Villers Ecalles (Frankreich)	1997	2003					2011		
Vladimir (Russland)				2010		2010 (*)			
Brantford (Kanada)				geplant in 2011/2012					
La Pastora (Argentinien)	2000	2003		2010	2008			geplant im August 2011	
Lithgow (Australien)	1999	2003							
Pocos de Caldas (Brasilien)	1999	2002		2010	2007				
Quito (Ecuador)	1999	2000		2010					

(\*) Nationale Zertifizierung Russa Gost

Sämtliche Werke der Ferrero Gruppe arbeiten selbstverständlich nach den HACCP-Kriterien (Hazard Analysis Critical Control Points), wie sie in der Europäischen Union inzwischen zwingend vorgeschrieben sind.

Wie der Übersicht zu entnehmen ist, werden derzeit elf unserer Werke von unabhängigen externen Instituten zertifiziert. Es sind die Werke in Alba, Arlon, Belsk, Stadtallendorf (IFS-Zertifizierung), La Pastora, Pocos de Caldas (Zertifizierung nach ISO 22000), Brantford, Lightow und Quito (Zertifizierung der HACCP-Compliance). 2011 werden auch die Werke in Cork (IFS) und Villers Ecalles (ISO 22000) von externen Instituten zertifiziert. Wir erwähnen diese Zertifizierungen in Bezug auf die Lebensmittelsicherheit vor allem deshalb, weil die ISO-Norm 9001 für das gesamte verarbeitende Gewerbe gilt und nicht gezielt die Aspekte der Lebensmittelsicherheit betrifft.

## UNSERE ZIELE BIS 2015 UND 2020

- 1 Einrichtung einer **zentralen Stelle für die Erfassung von Reklamationen**. Diese Stelle, bei der gezielt und strukturiert alle Meldungen der Verbraucher eingehen werden, soll bis 2015 eine weltweite Datenbank schaffen.
- 2 Die **Integration der "Audits für Lebensmittelsicherheit"** für alle Konfektionäre/Co-Packer und für die Lager der Lieferkette mit dem Ziel, bis 2020 eine komplette Abdeckung zu erreichen.
- 3 Ausweitung der **Zertifizierung der Lebensmittelsicherheit nach ISO 22000 - FSSC** auf alle Werke der Gruppe (s. Tabelle der Zertifizierungen auf Seite 52).
- 4 Erzielung einer weltweiten Zertifizierung des Managementsystems mit einem einheitlichen Handbuch nach für die gesamte Ferrero Gruppe geltenden Verfahren. Auf diese Weise vereinigen sich unsere Produktionsstätten weltweit bis 2020 in einem einzigen **"virtuellen globalen Werk"**.

## POLITIK DER PRODUKTFRISCHE

Das Ferrero Geschäftsmodell ist so konzipiert, dass die jederzeitige Frische der Produkte garantiert ist, gleichzeitig aber, soweit möglich, 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, die nach Aussehen oder Geruch nicht höchsten Anforderungen genügen, und zwar auch dann, wenn das Mindesthaltbarkeitsdatum noch nicht erreicht ist**. Die Rücknahme erfolgt vor allem bei warmen Temperaturen wie beispielsweise im Sommer, wenn die Produktion wärmeempfindlicher Produkte vorübergehend eingestellt wird.

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.

## LETZTE NEUERUNGEN BEI DER QUALITÄTSKONTROLLE

- 1 Das **Intranet-Portal von Ferrero** wurde auf die für die Qualität Verantwortlichen sämtlicher Werke der Gruppe ausgeweitet. Dadurch ist eine wirksame und engmaschige Verbreitung der Qualitätsdaten und -verfahren möglich.
- 2 Die Risikobewertung der weltweit eingekauften Rohstoffe erfolgt zentral durch ein technisches **Qualitäts-Komitee („Comitato di Tecnici della Direzione Qualità di Gruppo“)**, um sicherzustellen, dass alle Rohstoffe den gleichen strengen Qualitätsstandards entsprechen.
- 3 Die **Internationale Arbeitsgruppe Lebensmittelsicherheit** bezieht in ihre Arbeit alle lokalen Strukturen weltweit ein. Dadurch lassen sich die neuen Herausforderungen für die Lebensmittelsicherheit, wie sie sich unter anderem aus der „Globalisierung“ der Märkte ergeben, auf der Stufe der Rohstoffe wie auch der Verpackungen erfolgreich überwachen.
- 4 Im Berichtszeitraum wurde die **„Gefühlte Qualität“ der Produkte** im Hinblick auf den organoleptischen Aspekt sowie **die Produktfrische in 500.000 Verkaufsstellen weltweit von rund 250 Prüfern bewertet**.

## DIE GESCHMACKSTESTS BEI FERRERO

Wie bereits im ersten CSR-Bericht ausführlich beschrieben, führen wir **zusätzlich zu den klassischen Labortests auch sensorische Analysen** durch, um sicherzustellen, dass unsere Produkte den hohen Geschmacksstandards von Ferrero entsprechen. Aufgrund dieser Analysen können wir ein umfassendes Urteil über Aussehen, Geruch und Geschmack des Produkts abgeben.

Die Geschmackstests beinhalten:

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

Jährlich werden gruppenweit mehr als 400.000 Geschmackstests 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.**

## FÄLLE VON NICHTKONFORMITÄT

- a “ISO 9001: 2008”:** Zertifizierung des Ferrero-Qualitätssystems

Im Zeitraum 2009/2010 wurden in den Produktionsstätten der Gruppe sieben Kontrollen durchgeführt: Die Fälle der “Nichtkonformität” mit den Anforderungen der ISO-Norm betragen weniger als **3%**.

- b IFS: International Food Standard**

Die 2009/2010 in den Produktionsstätten Belsk, Stadtallendorf, Arlon und Alba durchgeführten Überprüfungen der “Produktzertifizierung” ergaben eine Konformität von **97%**.



## VOR ORT IN DEN GEMEINDEN: SENSIBILISIERUNG UND AUFKLÄRUNG IN ERNÄHRUNGSFRAGEN

Auch 2010 hat Ferrero das Projekt **EPODE** (Ensemble, Prévenons l'Obésité Des Enfants – „Gemeinsam gegen Übergewicht bei Kindern“, [www.epode.fr](http://www.epode.fr)) in vier europäischen Ländern (Frankreich, Belgien, Spanien, Griechenland) sowie das EPODE European Network (EEN) und seine Aktivitäten mitfinanziert und unterstützt.

Seit 2008 richten sich z. B. folgende Programme zur Verbesserung des Lebensstils an dem EPODE-Konzept aus: **EPODE (Frankreich)**, **VIASANO (Belgien)** und **THAO (Spanien)**.

Hinzu gekommen sind in **Griechenland (13 Städte)** das Programm **PAIDEIATROFI**, in den **Niederlanden (6 Städte)** das Programm **JOGG** und in **Schottland (8 Gemeinden)** das Programm **HEALTHY WEIGHT COMMUNITIES**.

Ferrero beteiligte sich aktiv an den EPODE-Aktivitäten in den verschiedenen Ländern sowie an den Sitzungen der EPODE-Arbeitsgruppen. Im Rahmen des Projekts wurde der Körpermasseindex (BMI) der teilnehmenden Kinder gemessen. Die dabei gewonnenen Daten waren sehr nützlich und ermutigend und lieferten somit einen Anreiz dafür, die Entwicklung des EPODE-Programms voranzutreiben.

Im November 2010 wird der zweite Fach- und Finanzbericht des Europäischen Netzwerks EPODE der **Exekutivagentur für Gesundheit und Verbraucher** (Executive Agency for Health and Consumers, **EAHC**) der **Europäischen Kommission** vorgelegt.

Unser Ziel für 2011 ist es, **das EPODE-Programm in Frankreich, Belgien, Spanien und Griechenland sowie das europäische Netzwerk EPODE (EEN) weiter zu unterstützen**.

LAND	PROGRAMME	BETEILIGTE STÄDTE UND PERSONEN	WEBSITE	JAHR	BEITRAG FERRERO
Frankreich	EPODE	226 Städte, 1 Million beteiligte Personen	<a href="http://www.epode.fr">www.epode.fr</a>	2006/11	500.000€
Belgien	VIASANO	15 Städte, ca. 300.000 beteiligte Personen	<a href="http://www.viasano.be">www.viasano.be</a>	2007/11	400.000€
Spanien	THAO	44 Städte und 10 Gemeinden, 2.688.449 beteiligte Personen	<a href="http://www.thaoweb.com">www.thaoweb.com</a>	2008/11	300.000€
Griechenland	PAIDEIATROFI	13 Städte	<a href="http://www.paideiatrofi.org">www.paideiatrofi.org</a>	2009/11	150.000€
Europäische Union	EUROPEAN EPODE NETWORK	4 Mitgliedstaaten	<a href="http://www.epode-european-network.com">www.epode-european-network.com</a>	2007/10	450.000€

Die Investition von Ferrero 2006-2011 (einschließlich der Unterstützung des Netzwerks) beläuft sich auf 1.800.000 €

## FÖRDERUNG KÖRPERLICHER AKTIVITÄT

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

Nachstehend einige Daten zu den 2009/2010 im Rahmen von Kinder+Sport durchgeführten Aktivitäten:

- ▣ **17 teilnehmende Länder** (davon als Nicht-EU-Länder China und Russland);
- ▣ mehr als **7 Millionen** teilnehmende Kinder;
- ▣ **7.000 Sets Sportausrüstung** für Schulen und Sportvereine wurden zur Verfügung gestellt;
- ▣ mehr als 400 Sportveranstaltungen wurden europaweit gefördert;
- ▣ **21 prominente Sportler** warben für die Sportveranstaltungen und für einen gesunden Lebensstil;
- ▣ Sponsoring von **21 nationalen Sportverbänden**;
- ▣ Sponsoring von **3 olympischen Komitees** (CONI – Italien, DOSB – Deutschland, MOB – Ungarn);
- ▣ mehr als **1 Million Besucher** der Website von Kinder+Sport;
- ▣ Gesamtinvestition von Ferrero pro Jahr: **12 Millionen €**.



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 Forschungsprojekt begonnen. **Das gesamte von Ferrero zur Durchführung dieses Forschungsprojekts bereitgestellte Investitionsvolumen wird sich zwischen 2009 und 2013 auf 250.000 Euro belaufen.**

Im Schuljahr 2009/2010 wurden in Italien in das Forschungsprojekt 16 Klassen des ersten Jahres der **Sekundarschule** mit insgesamt 319 Schülern (155 Jungen und 164 Mädchen) einbezogen. Die Schüler wurden nach ihren psychomotorischen Fähigkeiten beurteilt und weiteren Tests unterzogen, die den Gesundheitszustand und die körperliche Leistungsfähigkeit ermitteln. Die erfassten Daten dienen als Referenzdaten für künftige Analysen.

Mit Hilfe von Fragebögen, die von den Schülern und ihren Familien auszufüllen waren, erfassten die Projektleiter auch qualitative Daten. Auch Fragen zur sportlichen Betätigung der Schüler und generell zu ihrem Lebensstil wurden gestellt. Nach den ersten Ergebnissen der Befragung gaben rund 70% der Familien an, dass ihre Kinder an den sportlichen Aktivitäten in der Schule teilgenommen haben; mehr als 60% der Familien teilten mit, dass ihre Kinder weiterhin regelmäßig Sport treiben wollen.

**Die ersten vollständigen Ergebnisse der Studie stehen im Schuljahr 2014/2015 zur Verfügung,** wenn die ersten Abgänger der Primärstufe im ersten Jahr der Sekundarstufe „beobachtet“ werden.

## Deutsche Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung

Das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) und das Bundesministerium für Gesundheit (BMG) haben im März 2010 die viersprachige Website „**Komm' in Schwung**“ mit dem Logo „In Form“ ausgezeichnet, da sie die Ziele und Bemühungen des Aktionsplans für gesunde Ernährung und mehr Bewegung unterstützt. **Seit 2008 fördert Ferrero Deutschland diese Initiative.**

Gründer der in mehreren Sprachen verfügbaren Internetseite [www.komm-in-schwung.de](http://www.komm-in-schwung.de) ist Prof. Stephan Martin, Internist, Endokrinologe und Diabetologe, Ärztlicher Direktor am Westdeutschen Diabetes- und Gesundheitszentrum in Düsseldorf. Prof. Martin ist auch Vorsitzender des Kuratoriums der Stiftung „Motivation zur Lebensstil-Änderung“. Weitere Informationen sind unter [www.in-form.de](http://www.in-form.de) zu finden.



## DIE ETIKETTEN GEBEN AUSKUNFT

Entsprechend der 2008 eingegangenen Verpflichtung zur Selbstregulierung hat Ferrero 2010 **vollumfänglich die Empfehlungen des Verbandes der europäischen Getränke- und Lebensmittelindustrien ([www.fooddrinkeurope.eu](http://www.fooddrinkeurope.eu)) zur Nährwertkennzeichnung auf allen Produkten der Kinder-Range und auf Nutella in 27 EU-Ländern umgesetzt.**

Nach dieser Verpflichtung:

- a wird auf der Vorderseite der Packung das vom CIAA empfohlene “Energieologo” angebracht (Energiewert der jeweiligen Portion in absoluten Zahlen sowie als Prozentangabe im Hinblick auf den Richtwert für die Tageszufuhr);
- b werden auf der Rückseite der Packung pro Portion die Werte für Energie, Eiweiß, Kohlenhydrate (einschließlich Zucker), Fett (einschließlich gesättigter Fettsäuren), Ballaststoffe und Natrium sowie pro Portion der prozentuale Anteil an der Tageszufuhr von Energie, Zucker, Fett, gesättigten Fettsäuren und Natrium angegeben.

## VERANTWORTUNGSBEWUSSTE WERBUNG

Entsprechend dem unterzeichneten Kodex zur Selbstregulierung richtet Ferrero seit 2009 **seine Nahrungsmittel betreffenden Werbebotschaften in den 27 EU-Ländern, in Australien, Kanada und Brasilien nicht an ein Publikum, das mehrheitlich aus Kindern unter 12 Jahren besteht.**

Im Laufe des Jahres 2010 hat sich die Ferrero Gruppe verpflichtet, ab Januar 2012 die **Richtlinien der IFBA (International Food and Beverage Alliance) zur Selbstregulierung der an Kinder gerichteten TV-, Print- und Internetwerbung auf globaler Ebene umzusetzen.**

Im Juni 2010 wurden diese Richtlinien insofern ausgeweitet, als sich die IFBA-Mitglieder verpflichtet haben, keine Werbeaussagen zu ihren Nahrungsmittelprodukten in den Grundschulen zu machen, es sei denn, dies wird von der Schulverwaltung ausdrücklich für schulische Zwecke gewünscht.

Im November 2009 wurde der **Weltgesundheitsorganisation (WHO)** erstmals ein Bericht über die Fortschritte vorgelegt, die mit den IFBA-Initiativen zur Unterstützung der von der WHO aufgestellten "Globalen Strategie zu Ernährung, körperlicher Betätigung und Gesundheit" erzielt wurden.

In diesem Bericht sind die Maßnahmen dokumentiert, die die IFBA-Mitglieder, so auch Ferrero, ergriffen haben, um die in folgenden fünf Bereichen eingegangenen Verpflichtungen zu erfüllen: Innovation und neue Rezeptur der Produkte; Nährwertangaben für den Verbraucher; Werbung und Marketing gegenüber Kindern; ausgewogene Ernährung und körperliche Betätigung; Public Private Partnerships.

Mit diesem ersten Bericht wurde ein strukturierter Dialog zwischen IFBA und WHO eingeleitet, der mit ähnlichen Initiativen fortgesetzt werden soll.

Der nächste Bericht wird der WHO im März 2011 vorgelegt.

## ÜBERWACHUNG DER WERBUNG

2009 hat die **IFBA die „Accenture Media Management“ beauftragt, die Einhaltung der globalen Richtlinien zur Selbstregulierung der an Kinder gerichteten Werbung im Fernsehen, in den Printmedien und im Internet seitens der IFBA-Mitglieder zu überprüfen.** Dieses Monitoring wurde 2010 stichprobenweise an Werbeaussagen der Unternehmen wiederholt, die zwischen dem 1. April und dem 30. Juni 2010 ausgestrahlt wurden.

Dabei lag die Konformitätsrate der IFBA-Mitgliedsunternehmen bei der TV-Werbung bei 96% **und bei der Werbung in den Printmedien und im Internet bei 100% der Stichprobe.**

**Zusätzlich hierzu kontrollierte die „Europäische Allianz der Werbeselbstkontrolle - EASA“ 2010,** inwieweit die Werbeaussagen auf den Internetseiten einiger Mitglieder des Weltverbands der werbetreibenden Wirtschaft (WFA), zu denen auch Ferrero zählt, der „Rahmenvereinbarung für verantwortungsbewusste Werbung bei Lebensmitteln und Getränken“ der Internationalen Handelskammer (ICC) entsprechen. Gleiches gilt für die auf dieser Grundlage entwickelten Kodizes oder Reglements auf lokaler bzw. Sektorebene.

Die von der EASA geprüfte Stichprobe umfasste 352 Websites in 8 Ländern.

**Dabei wurden bei den insgesamt 35 geprüften Websites von Ferrero in den 8 berücksichtigten Ländern keinerlei Verstöße festgestellt.**

## UMSETZUNG DER SELBSTREGULIERUNG IN DER WERBUNG

Wie schon im ersten CSR-Report erwähnt, hat sich die Ferrero Gruppe am 1. Januar 2009 der Initiative „EU Pledge“ angeschlossen. Ziel dieser Initiative ist die Selbstregulierung der an Kinder unter 12 Jahren gerichteten Werbung im Fernsehen, in den Printmedien und im Internet. Näheres hierzu enthält die Internetseite: [www.eu-pledge.eu](http://www.eu-pledge.eu)

Im Januar 2010 hat **Ferrero auch in Mexiko das „Selbstregulierungs-Pledge“ für an Kinder gerichtete Lebensmittelwerbung unterzeichnet**, wonach die entsprechenden Verpflichtungen bis zum 31. Dezember 2010 veröffentlicht werden sollen.

Im Jahr 2010 **überprüfte Accenture die Einhaltung des „EU-Pledge“ seitens der 11 Unterzeichnerfirmen**. Bei dieser Überprüfung handelt es sich um eine unabhängige Kontrolle, inwieweit die angeschlossenen Unternehmen die eingegangenen Verpflichtungen der Selbstregulierung in folgenden Bereichen einhalten:

- an Kinder gerichtete Werbung für Lebensmittel in TV, Printmedien und Internet in Griechenland, Ungarn, den Niederlanden, Polen, Portugal und Spanien;
- Werbekommunikation zu Lebensmitteln in den Grundschulen in Belgien, Italien, in der Slowakei und in Großbritannien.

Im Rahmen der Kontrolle des Jahres 2010 wurde auch geprüft, welche Auswirkungen die Selbstregulierung auf den Umgang der Kinder mit TV-Spots zu Lebensmitteln der dem Pledge angeschlossenen Unternehmen hat und welche Veränderungen seit 2005 und gegenüber 2009 eingetreten sind.

Die Untersuchung ergab:

- **eine hohe Einhaltung der Verpflichtungen:** fast 100% bei allen Kommunikationsmedien und 92% bei der Kommunikation in Schulen;
- **ein wesentlicher Rückgang des Werbekonsums der Kinder** bezüglich aller Produkte der Unterzeichner des EU-Pledge: -30% im Jahr 2009, -36% im Jahr 2010 (gegenüber 2005);
- **ein wesentlicher Rückgang des Werbekonsums der Kinder** in Bezug auf Werbung für Produkte, die nicht die von den Unternehmen aufgestellten Nährwertkriterien erfüllen: -56% im Jahr 2009, -60% im Jahr 2010 (gegenüber 2005).

Für 2010 hat sich Ferrero das Ziel gesetzt, **die Konformität der Ferrero Werbung mit dem EU-Pledge zu optimieren und durch interne Maßnahmen die Fälle von Nichtkonformität zu beheben**; diese sind darauf zurückzuführen, dass sich das Publikum zwischen dem Zeitpunkt der Werbeplanung und dem Zeitpunkt der Ausstrahlung verändert hat.

**Die Konformitätsrate von Ferrero in den 2010 kontrollierten Ländern lag zwischen 95,04% und 100%.**



## FÖRDERUNG EINES KRITISCHEN UMGANGS MIT WERBUNG

Auch 2010 unterstützte Ferrero das Bildungsprogramm Media Smart in allen Ländern, in denen es umgesetzt wird: Großbritannien, Deutschland, Niederlande, Frankreich, Ungarn, Schweden und Portugal. Media Smart vermittelt Kindern Werbekompetenz und einen kritischen Umgang mit Medien (eine ausführliche Beschreibung des Programms enthält der erste CSR-Bericht (Kapitel 5), der unter [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com) aufgerufen werden kann).

Links zu den nationalen Programmen von Media Smart:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ziel für 2010 war es, das Programm Media Smart auf weitere Länder auszuweiten und seinen Einfluss in den Ländern zu verstärken, in denen es bereits eingeführt ist. Heute werden die Media Smart-Materialien in 33.463 europäischen Schulen eingesetzt.

## “BUSINESS 4 LIFE” Ferrero UK schließt sich dem Programm “Business 4 Life” an

Das von der britischen Advertising Association ins Leben gerufene “Business 4 Life” ist ein Zusammenschluss von Unternehmen, die ihre Kommunikations- und Marketingkompetenzen aktiv für die **Förderung gesunder Lebensstile** einsetzen. Dabei wirken die Unternehmen an der Kommunikationsinitiative des britischen Gesundheitsministeriums mit der Bezeichnung “Change 4 Life” sowie an anderen ähnlichen Regierungskampagnen mit.

Nähere Einzelheiten zu “Business 4 Life” enthält die Internetseite: [www.business4life.co.uk](http://www.business4life.co.uk)

## KAPITEL 3:

Für eine nachhaltige Versorgung  
mit Rohstoffen



## FÜR EINE NACHHALTIGE VERSORGUNG MIT ROHSTOFFEN

Ferrero hat es schon immer vorgezogen, **direkte langfristige Handelsbeziehungen** zu Produzenten und Lieferanten seiner Rohstoffe aufzubauen, die auf Dialog und Transparenz basieren.

Der neue **Code of Business Conduct** legt unter anderem klare Voraussetzungen bezüglich hoher Qualität und Frische der Rohstoffe fest, unter Einhaltung der ethischen sowie Nachhaltigkeitsprinzipien (weitere Informationen über den Code of Business Conduct siehe Einführung des vorliegenden Berichts).

In Übereinstimmung mit diesem zweiten Bericht über Soziale Verantwortung haben wir das **Projekt „ABCDE“** (A Business Code Dialogue Engagement) gestartet, das die Beachtung dieses Kodex für alle unternehmensinternen sowie externen Partner entlang der gesamten Lieferkette bis 2013 vorsieht und das es uns darüber hinaus ermöglichen wird, die Beziehungen der Gruppe zu den Rohstoff-Lieferanten zu festigen.

Über dieses Projekt wird die Ferrero Gruppe gemeinsam mit den Rohstoff-Lieferanten und den Landwirten folgende Maßnahmen fördern:

- ▣ **Gute Landwirtschaftliche Praktiken**, definiert als: „Die Anwendung des verfügbaren Wissens in der Nutzung von natürlichen Ressourcen in einer nachhaltigen Art und Weise zur Herstellung sicherer und gesunder Lebensmittel und landwirtschaftlicher (Non Food) Produkte, unter Berücksichtigung des Menschen, um somit wirtschaftliche Produktivität und soziale Stabilität zu gewährleisten“ (FAO, Gute Landwirtschaftliche Praktiken, Juni 2002);
- ▣ **Schutz der Tiere** und Rücksicht auf ihr Wohlbefinden unter Berücksichtigung der Tatsache, dass „Tiere fühlende Wesen sind“ (wie in der europäischen Richtlinie 86/609/EWG vorausgesetzt). Im Rahmen der Rohstoff-Beschaffung gilt dies insbesondere für Hühner und Kühe.



## UNSERE HAUPTZUTATEN

Die Herkunft und unser Beschaffungskonzept sind grundlegende Faktoren für die Auswahl der von uns verwendeten Rohstoffe. Unsere Auswahlkriterien sind: **hochwertige Qualität sowie die Achtung der Menschenrechte und das Nachhaltigkeitsprinzip.**

In den Jahren 2008/2009 betrug der Verbrauch der von uns verwendeten Rohstoffe 925.000, in 2009/2010 932.784 Tonnen.



## VON DER KAKAOBOHNE ZUR SCHOKOLADE

Unser Ziel ist es, bis 2020 **100% des Bedarfs der Ferrero Gruppe mit nachhaltigem Kakao** abzudecken und dabei gleichzeitig die für unsere Produkte erforderlichen Qualitätsanforderungen zu erfüllen.

Angesichts der hohen Komplexität der Lieferkette (mit über eineinhalb Millionen Kleinbauern, unzähligen Zwischenhändlern und komplizierten Lieferwegen) sowie anhaltenden schwierigen geopolitischen Bedingungen in einigen Ursprungsländern unterstützen wir weiterhin eine **branchenweite kollektive Zusammenarbeit** entlang der Lieferkette.

Um diesen branchenweiten Ansatz weiterhin zu verfolgen und die Nachhaltigkeit in der Kakaowirtschaft zu fördern, sind wir aktive Mitglieder der folgenden gemeinsamen globalen Initiativen:

- **World Cocoa Foundation (WCF)** ([www.worldcocoafoundation.org](http://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;
- **Internationale Kakao-Initiative (ICI)** ([www.cocoainitiative.org](http://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.

Wir haben außerdem 2001 das „**Harkin-Engel Protokoll**“ mit dem Ziel verabschiedet, die schlimmsten Formen von Kinderarbeit in Westafrika zu reduzieren sowie das „**Framework of Action to Implement the Protocol**“ im Jahr 2010 unterzeichnet, das spezifische Förder- und Entwicklungsprojekte für kleinbäuerliche Familien in den Kakao-Anbauländern der Elfenbeinküste und Ghanas unterstützt.

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 Kakaoqualität zu verbessern und die Entwicklung der lokalen Wirtschaft zu fördern.

An der **Elfenbeinküste** haben wir Projekte zur Beschaffung von **Rainforest Alliance** ([www.rainforest-alliance.com](http://www.rainforest-alliance.com)) **zertifiziertem Kakao** in Partnerschaft mit Touton ([www.touton.fr](http://www.touton.fr)) begonnen. Auch in **Ghana und in Nigeria** geht unser Engagement in Zusammenarbeit mit **Source Trust** ([www.sourcetrust.com](http://www.sourcetrust.com)) zur Rückverfolgbarkeit im Kakaoanbau weiter, auch im Hinblick auf die Verbesserung der Lebensbedingungen der lokalen Gemeinschaften, die an der Kette beteiligt sind.

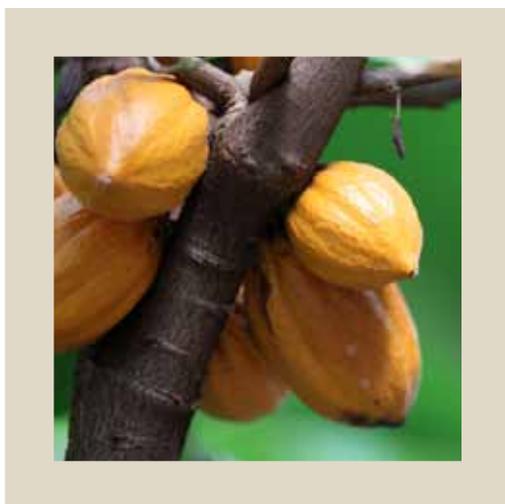
In **Ecuador** ist die **Fundación Maquita Cushunchic Como Hermanos – MCCH** ([www.fundmcch.com.ec](http://www.fundmcch.com.ec)) weiterhin unser Hauptlieferant für Kakaobohnen.

2009/2010 profitierten etwa 10.000 Partner (davon 2.500 im Kakaoanbau) von einer Unterstützung durch Ferrero. Dabei haben wir 20% der Investitionskosten für eine Kakao-Aufbereitungsanlage (Trocknung, Sortierung) für den Export übernommen.



Im Jahr 2010 wurden neue Projekte zur Beschaffung von UTZ zertifiziertem Kakao ([www.utzcertified.org](http://www.utzcertified.org)) in **Westafrika** begonnen, weitere Projekte in anderen Kakao-Anbauländern werden folgen.

Insgesamt waren 2009/2010 etwa 10% des Kakaos rückverfolgbaren Ursprungs und als nachhaltig zertifiziert. **Mit diesen und weiteren neuen Initiativen möchten wir unser Ziel erreichen, bis 2020 100% des Bedarfs der Ferrero Gruppe mit nachhaltigem Kakao abzudecken.**



## HASELNÜSSE

Ferrero ist einer der weltweit größten Verarbeiter von Haselnüssen. 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. Im Berichtszeitraum hat Ferrero **besondere Aufmerksamkeit auf die Beziehungen mit seinen Haselnuss-Lieferanten aus der Türkei gerichtet**. Dabei geht es um die hohen Qualitäts- und Sicherheitsstandards sowie ethische, soziale und Umwelt-Aspekte. Wir haben den Dialog mit den nationalen Behörden verstärkt, um diese Themen sowie mögliche Maßnahmen unter Beachtung internationaler Konventionen gegen missbräuchliche Kinderarbeit und zu Gunsten einer nachhaltigen Beschaffung zu bündeln. Die Ergebnisse dieses Prozesses sind in einem Dokument zusammengefasst, das von Ferrero und allen seinen türkischen Lieferanten unterzeichnet wurde und im nachfolgenden Absatz wiedergegeben ist.

Im Laufe des Jahres 2011 möchten wir dieses Engagement innerhalb der Fachverbände auf europäischer und internationaler Ebene intensivieren.



**FERRERO®**

**OLTAN**  
EXPORT - IMPORT



STELLİFERİ FİNDİK  
ve Gıda Sanayi A.Ş.

**progida BALSU**

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

**yavuz**  
Hazelnut Products

**P&P**  
POYRAZ POYRAZ

**SABIR**  
SABIRLAR Ltd. Şti.  
SABIR HAZELNUT

Was **Anbau, Ernte und Verkauf von Haselnüsse** betrifft, verpflichten sich die angegebenen Firmen und die Ferrero Gruppe zu Folgendem:

- ▣ **Gewährleistung der erstklassigen Produktion gemäß Frische-, Qualitäts- und Sicherheitsstandard;**
- ▣ **Unterstützung der Guten Landwirtschaftlichen Praktiken unter Berücksichtigung von Umwelt und Biodiversität**, wobei Chemikalien begrenzt eingesetzt werden und zu umweltschonenden Maßnahmen aufgerufen wird;
- ▣ **Beachtung der Arbeitsbedingungen durch die Vorlieferanten im Einklang mit den wirtschaftlichen Gegebenheiten sowie der Einhaltung aller gültigen Vorschriften, Regelungen und lokalen Gesetzen sowie international anwendbaren Konditionen;**
- ▣ **Vermeidung jeglicher Form von Kinderarbeit**, insbesondere missbräuchliche Kinderarbeit sowie Zwangsarbeit;
- ▣ **Unterstützung von Maßnahmen für stabile Einkommen der Landwirte** sowie Geschäftsmethoden wie z. B. Langzeitverträge;
- ▣ **Ermutigung zu einer fairen und transparenten Preispolitik** für beide Parteien unter Einhaltung des „**Unabhängigkeitsprinzips**“, das bedeutet, dass die Handelspartner anerkennen, wirtschaftlich unabhängig zu sein und das gegenseitige Recht zu respektieren, die eigene Strategie und Verwaltungspolitik auf der Produktions-, Verteilungs-, Verkaufs-, Marketing- und Finanzebene zu bestimmen, einschließlich der Vertragsfreiheit.

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.**

Zahlreich sind auch die Aktivitäten in Chile, Argentinien, Georgien und Südafrika (weitere Informationen: siehe ersten CSR-Bericht, [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)).

Im Rahmen unserer Ziele des ersten CSR-Berichtes für das Jahr 2013 haben wir in Georgien ein Projekt im Bereich „Gutschriften für den Emissionshandel (Carbon Credits)“ gemäß den Vereinbarungen des **Kyoto-Protokolls** von 1997 gestartet.

Nachstehend führen wir die grundlegenden Eigenschaften des Projektes sowie Neuerungen im Jahr 2009/2010 auf:

- ▣ **Die Tochtergesellschaft der Ferrero Gruppe Agrigeorgia hat mit der Validierung des ersten agroforestalen Projekts auf internationaler Ebene begonnen.**  
Die Methode sieht vor, dass bei der Kultivierung der Haselnussplantagen in Westgeorgien die CO<sub>2</sub>-Werte optimiert werden, indem eine maximale Festsetzung der Werte angestrebt wird.
- ▣ Das Projekt wird etwa 550.000 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente erzeugen, die wir als **Gutschriften im Rahmen “VER (Voluntary Emission Reductions)” gemäß dem Standard “CarbonFix” erhalten werden.** Agrigeorgia garantiert, dass 10% ihrer Gesamtfläche als natürliche Schutzgebiete verwaltet und nicht bewirtschaftet werden, um somit die pflanzliche und tierische Biodiversität zu bewahren. Im Rahmen eines Monitorings werden darüber hinaus die Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter von Agrigeorgia erfasst und dienen als Indikator. Das Projekt ist für eine Dauer von 50 Jahren konzipiert.

**Nächste Schritte: Die externe Validierung** des Projekts wird durch den **TÜV SÜD bis Ende 2011 erfolgen.** Nachfolgend wird das Konzept auch auf andere landwirtschaftliche Unternehmungen der Ferrero Gruppe ausgeweitet, insbesondere in Afrika.



## 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**. Wie bereits im ersten CSR-Bericht erwähnt, beziehen wir 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.rspo.org](http://www.rspo.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.

Unser Engagement im Rahmen der **Kampagne „Deforestazione zero“**, die die Zerstörung der Regenwälder in Südostasien zum Zwecke der Expansion der Palmölkultivierung stoppen soll, geht weiter. Im Jahr 2011 werden wir gemeinsam mit den anderen Unterzeichnern diese Kampagne fortführen, insbesondere um die einzelnen Initiativen in einem gemeinsamen Oberziel zu vereinen, nämlich bis 2015 nachhaltiges Palmöl zu beschaffen.

In unserem ersten CSR-Report haben wir **unser Ziel** angekündigt, **bis 2015 100% unserer Palmöllieferungen als nachhaltig zu zertifizieren**. Unsere Absicht ist es, möglichst „segregated Palmoil“ und/oder als nachhaltig zertifiziertes Palmöl zu beschaffen.

Angesichts dieses Ziels beabsichtigen wir, uns in den nächsten Jahren gemäß der Tabelle wie folgt zu versorgen:

Zeitraumen	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
% Palmöl als nachhaltig zertifiziert	Mehr als 10%	25-30%	30-50%	50-70%	100%

Das als nachhaltig zertifizierte Palmöl entspricht folgenden Eigenschaften:

- ▣ Produktion gemäß den strengen RSPO-Kriterien;
- ▣ Herkunft aus Malaysia, Papua-Neuguinea, Brasilien (und Mittelamerika); diese Provenienzen respektieren bis heute die anzuwendenden internationalen Konventionen im Bereich Menschenrechte, Umweltschutz und Biodiversität.

Die geopolitischen Bedingungen dieser betroffenen Länder und die damit einhergehenden Handelsbedingungen sind zur Erreichung solcher Ziele von fundamentaler Bedeutung.

## 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.

Wie im ersten CSR-Bericht erwähnt, 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 entsprechende 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.

**Wir haben unser im letzten Bericht gesetztes Ziel erhöht und möchten bereits bis Ende 2012 30% unserer Milchprodukte 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	

## KAFFEE

Ferrero verwendet ausschließlich 100% Arabica-Kaffee höchster Qualität. **Unser Ziel ist es, uns bis 2015 ausschließlich mit als nachhaltig zertifiziertem Kaffee zu versorgen.** Es handelt sich hierbei um eine Produkt- und Prozess-Zertifizierung, wobei ethische und soziale Prinzipien bzgl. der Anbau- und Erntebedingungen sowie die Auswahl des Kaffees in Einklang mit den strengen Qualitätsvorgaben der Ferrero Gruppe zugrunde liegen.



## ZUCKER

Seit Jahrzehnten arbeiten wir mit landwirtschaftlichen Genossenschaften und Produzenten insbesondere aus Deutschland, Frankreich, Polen, Belgien, Irland und Kanada zusammen.

In Deutschland und Italien unterhalten wir seit etwa 40 Jahren Beziehungen mit denselben Lieferanten.

Aktuelle Übereinkommen der EU zur Unterstützung der Entwicklungsländer haben Lieferungen aus Ländern außerhalb der Europäischen Union erleichtert. Die Ferrero Gruppe hat daher Auswahlverfahren für neue Produzenten in verschiedenen Regionen der Erde auf Basis der seit jeher angewendeten strengen Kriterien für Qualität und Nachhaltigkeit entwickelt.

Wir kaufen ca. 80% Rübenzucker und 20% raffinierten Rohrzucker.

In Einklang mit der Strategie der Ferrero Gruppe über die Nichtverwendung von gentechnisch veränderten Organismen (GMO, siehe Einleitung, Code of Business Conduct, Punkt 1) **beschaffen wir ausschließlich Nicht-GMO-Zucker**. Wie im ersten CSR-Bericht erwähnt, sind wir 2010 der „**Bonsucro**<sup>TM</sup> - Better Sugar Cane Initiative“ ([www.bonsucro.com](http://www.bonsucro.com)) beigetreten. Das Ziel dieser internationalen Initiative ist es, die globalen Indikatoren für die Nachhaltigkeit in der Zuckerrohr-Herstellung aufzustellen. Die Mitglieder, unter ihnen Ferrero, streben eine Erarbeitung von Kriterien für eine Zertifizierung an, die zur Verbesserung der wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Aspekte entlang der gesamten Kette führt.



## EIER

Die Ferrero Gruppe verarbeitet ausschließlich europäische Eier, die aus Italien, Deutschland, Frankreich und Schweden kommen. Mit vielen unserer Lieferanten unterhalten wir seit **mehr als 20 Jahren** Geschäftsbeziehungen. Was das Wohlergehen der Hühner und die Aufzuchtbedingungen anbelangt, ist die Gruppe dabei, die Anwendungsbestimmungen der neuen europäischen Richtlinie vorwegzunehmen, mit besonderer Aufmerksamkeit auf die Verwendung von Eiern, die aus „Bodenhaltung“ kommen. Die neuen Bestimmungen treten ab Januar 2012 in Kraft.

**Bis dahin versucht die Gruppe Ferrero, wo möglich, Eier aus Bodenhaltung zu beziehen.** Wir haben eine schrittweise Anhebung vorgesehen, je nach Verfügbarkeit auf dem Markt bei Einhaltung höchster Qualitäts- und Frischestandards.



Im Folgenden eine Tabelle, die die beschriebenen Hauptziele zusammenfasst.

Rohware	Ziel	Bis
PALMÖL	100% als nachhaltig zertifiziert	2015
KAKAO	100% als nachhaltig zertifiziert	2020
KAFFEE	100% als nachhaltig zertifiziert	2015
MILCH	30% von der integrierten Kette	2012

## KAPITEL 4:

### Die Umweltleistungen der Gruppe



## DIE UMWELTLEISTUNGEN DER GRUPPE

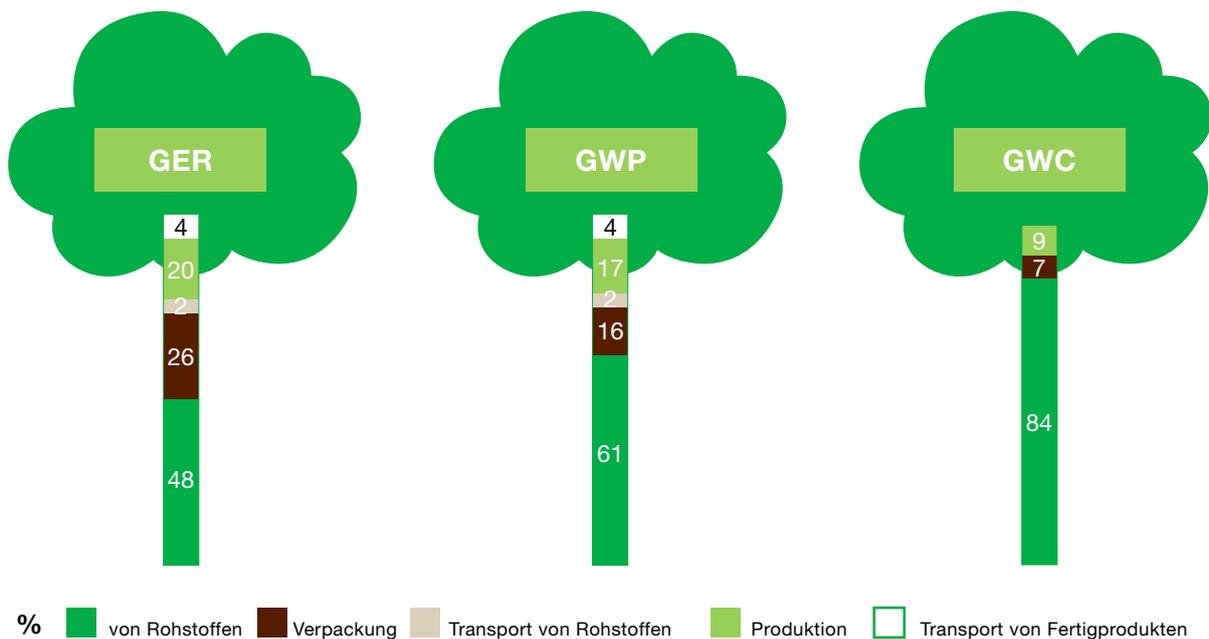
Seit Jahren überwachen wir die Umweltaspekte aller unserer Tätigkeiten nach den geltenden internationalen Standards.

Im Jahr 2009 haben wir das Projekt „**Sustainable Operations & SCI**“ (Supply Chain Integrated) gestartet, um die Umweltauswirkungen der Gruppe entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu vergleichen und zu messen<sup>1</sup>.

Auf dieser Grundlage verwenden wir **drei Kennzahlen von fundamentaler Bedeutung, die eine Bewertung der Umweltaspekte der gesamten Ferrero Gruppe erlauben:**

- ▣ **Gross Energy Requirement (GER):** Gesamtenergie, die zur Herstellung des Produktes benötigt wird;
- ▣ **Global Warming Potential (GWP):** Treibhauspotenzial eines Gases ausgedrückt als CO<sub>2</sub>-Äquivalenz (CO<sub>2</sub>e);
- ▣ **Global Water Consumption (GWC):** direkter und indirekter Wasserverbrauch.

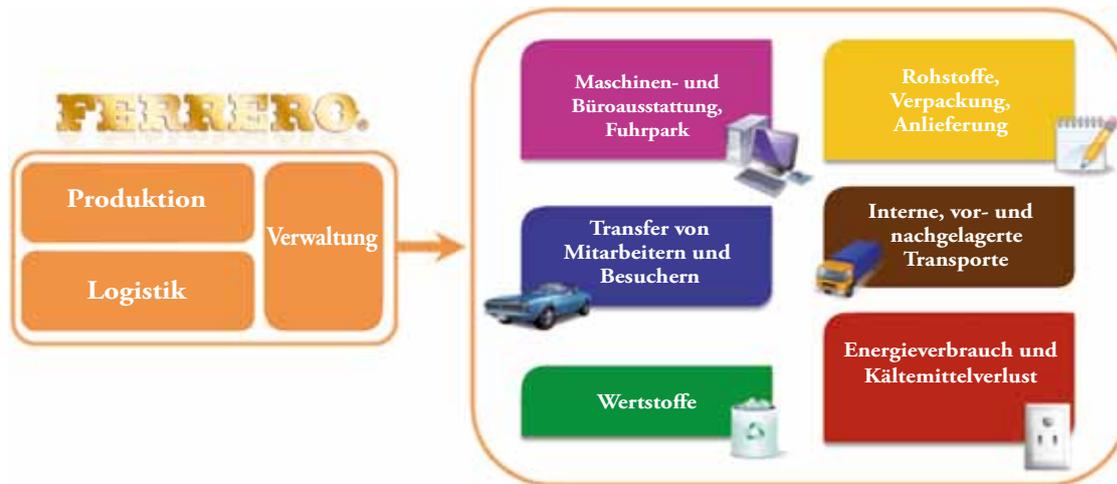
Die folgende Grafik zeigt die Gewichtung der drei Kennzahlen innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette und die Ziele bis 2020 in allen betroffenen Bereichen.



Datenumfang: für die Gruppe wichtige Rohstoffe und Verpackungen, 15 Produktionsstätten, Lager zur direkten Verwaltung und von der „Logistik“ verwaltete Transporte, die nach branchenüblichen ISO-Standards ermittelt wurden. Der Einfluss des Transportes der Verpackungen ist im Vergleich zu den anderen Faktoren vernachlässigbar. Für die Details beim Transport der Endprodukte siehe nachfolgende Abschnitte.

<sup>1</sup> Bezugswerte: siehe Tabelle auf Seite 84 am Ende des Kapitels

Ferrero Frankreich hat während des Geschäftsjahres 2009/2010 ein Projekt zum „**carbon footprint**“ (**CO<sub>2</sub>-Fußabdruck**) abgeschlossen. Darin wurden die direkten und indirekten Emissionen ermittelt, die während der Produktions-, Logistik- und Standortaktivitäten erzeugt wurden. Gemäß den Ergebnissen dieser Studie, die die **Emissionen mit 320.000 Tonnen CO<sub>2</sub>** beziffern, liegt Ferrero Frankreich im unteren Bereich der Branche, die im Vergleich Emissionen bis zu einem Maximum von **9.500.000 teqCO<sub>2</sub>** (Kohlendioxid-Äquivalenten) erzeugt.



## DIE UMWELTLEISTUNG UNSERER PRODUKTIONSSTÄTTEN

Die analysierten fünfzehn Produktionsstätten befinden sich in Europa, Amerika und Ozeanien (Liste der Produktionsstätten, siehe Seite 11 in der Einführung des vorliegenden Berichts).

Von diesen haben zehn im Laufe des letzten Jahrzehnts stufenweise **ein Umweltmanagementsystem eingeführt, das gemäß der Norm ISO 14001:2004 zertifiziert** wurde. In allen Produktionsstätten sind Verwaltungs- und Kontrollmodalitäten festgelegt, mit denen auch die Verantwortlichkeiten definiert und zugewiesen werden.

Parallel zum Projekt „Sustainable Operations & SCI“ wurde im Laufe des Jahres 2009 eine Gruppe „Sostenibilità ambientale“ gegründet, die sich mit Folgendem in den Produktionsstätten befasst:

- ▣ Überwachung der Aktivitäten zur Messung und Steuerung der Umweltaspekte;
- ▣ Koordinierung von Tätigkeiten zur kontinuierlichen Verbesserung;
- ▣ Überwachung der Umweltmanagementsysteme durch regelmäßige Audits;
- ▣ Planung von Schulungsmaßnahmen zur Sensibilisierung für Umweltthemen.

## ABFALLMANAGEMENT - VERMEIDUNG VON VERSCHWENDUNG

Die wesentlichen Wertstoff- und Abfallfraktionen sind: Produktionsausschuss, Verpackungsabfälle, Abfälle aus der Wartung, Instandhaltung und den Laboren.

In den Produktionsstätten existiert eine etablierte Struktur, die das Recycling stets klar vor die Beseitigung stellt: **In diesem Sinne wird der Produktionsausschuss (sekundärer Rohstoff) als Nebenprodukt für die Futtermittelindustrie verwendet.** Die zuverlässige Trennung der übrigen Abfälle erlaubt ein externes Recycling:

Wo möglich, werden einige Abfallfraktionen einer Volumenverkleinerung unterworfen (Bezugswerte: siehe Tabelle am Ende des Kapitels).



## UNSERE STRATEGIE ZUR REDUZIERUNG VON EMISSIONEN

Die Eigenschaften der Luftemissionen aus den Produktionsstätten sind abhängig von der **Verarbeitung der pflanzlichen Rohstoffe** für Lebensmittel, der Erzeugung von Elektrizität und Wärme sowie der Herstellung unserer Produkte.

Zur Reduzierung der Emissionen (in der Hauptsache Staub und organische Stoffe) werden **zweckmäßige Reinigungseinrichtungen** wie Filter, Zyklone, Nassabscheider angewendet. Gegenstand besonderer Aufmerksamkeit sind auch die zusätzlichen Kältemittelverluste, die sowohl im Hinblick auf das schädigende Ozonpotential (ODP) als auch auf den Treibhauseffekt einen Einfluss haben: Besondere Aufmerksamkeit wird auf die Vermeidung dieser Verluste gerichtet. Dies wird erreicht durch präventive Wartungsarbeiten als auch durch die Auswechslung der älteren Anlagen zur Kälteproduktion zu Gunsten von Anlagen mit Kältemitteln geringerer Umweltauswirkung. Außerdem werden, wo immer möglich, Absorptionskälteanlagen verwendet, die die Verfügbarkeit von Wärmeenergie und von Kältemitteln mit geringen Umweltauswirkungen verbinden. (Bezugswerte: siehe Tabelle am Ende des Kapitels).

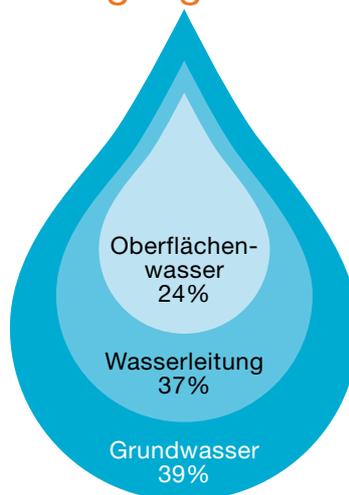
## UNSERE STRATEGIE ZUR WASSEREINSPARUNG

In unseren Produktionsprozessen verwenden wir das Wasser nach besonderen Vorbehandlungen wie folgt:

- ▣ als Rohstoff;
- ▣ zur technischen Nutzung in Prozesslinien (als Wärmeträger);
- ▣ zur technischen Nutzung (z. B. in Reinigungssystemen);
- ▣ für öffentliche Zwecke.

Die Versorgungsquellen sind: Entnahme von Oberflächenwasser, öffentliche Wasserleitungen und Grundwasser.

### Wasserversorgung von der Quelle



\*interne Daten:  
15 Produktionsstätten innerhalb der Gruppe

Zur Reduzierung des Wasserverbrauchs wenden wir **verschiedene Techniken** an, unter ihnen die Reinigungssysteme „cleaning in process“ (CIP) und automatische Dosieranlagen. In den Produktionsstätten kommen überwiegend Verdunstungskühltürme zum Einsatz, die dank der Wasser-Rückführung eine Reduzierung der Wasserentnahme erlauben. Außerdem wurden Maßnahmen zur **Analyse der Wasser-Verteilungssysteme** initiiert, mit dem Ziel kurzfristig den Verbrauch zu rationalisieren und mögliche Verluste auszuschließen.

Die Eigenschaften der Abwässer sind die typischen aus der Lebensmittelproduktion. Bestimmt durch die Rohstoffe, die überwiegend pflanzlicher Herkunft sind, ergibt sich ein COD/BOD5-Verhältnis von 1,6/2 gänzlich **ohne giftige oder verbotene Substanzen**.

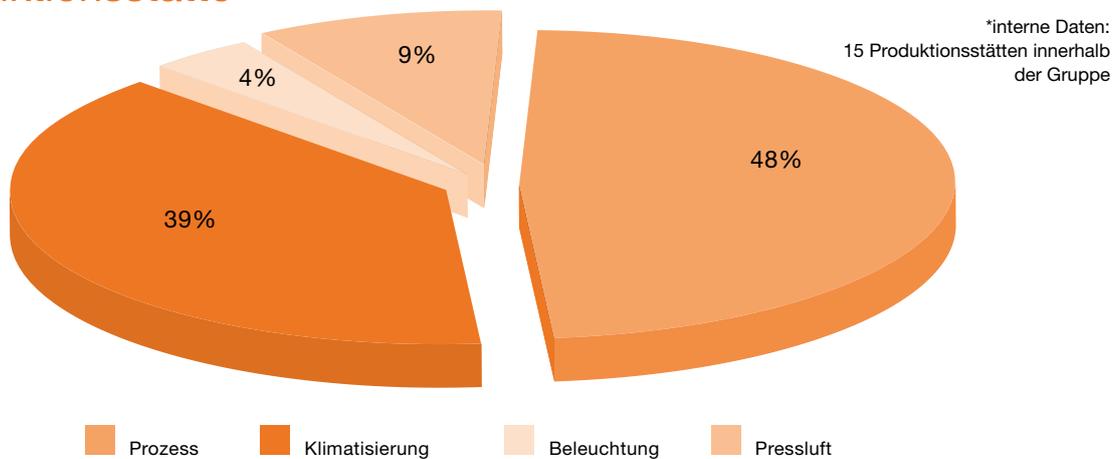
Von den Produktionsstätten fließen die Abwässer über Kanalisationsnetze den internen oder externen Abwasserbehandlungsanlagen zu.

(Bezugswerte: siehe Tabelle am Ende des Kapitels)

## UNSERE ENERGIESTRATEGIE

Die zwei Hauptarten der in den Ferrero Produktionsstätten verwendeten Energie sind: **die elektrische und thermische Energie**. Die erste ist die einzige Art der mittelbaren Energieverwendung. Der Mix der Stromerzeugung (aus fossilen/erneuerbaren Quellen) ist spezifisch und äußerst variabel für jedes Land und jede einzelne Produktionsstätte. Der Stromverbrauch ist abhängig von den Prozesslinien, den Klimaanlage, den Produktionssystemen für Druckluft und der Beleuchtung: Die Aufteilung der Energienutzung unter diesen Abnehmern wird in der folgenden Abbildung gezeigt.

### Hauptnutzung der elektrischen Energie in einer typischen Produktionsstätte\*



Die thermische Energie wird weit überwiegend für den Produktionsprozess sowie anteilig für die Luftkonditionierung verwendet.

Es werden seit langem **Initiativen zur Energieeinsparung und zur Verbesserung der Effizienz in der Energienutzung** umgesetzt: Prozesse zur Energieverwaltung, Verwendung von hocheffizienten Motoren und Invertern, Beleuchtung der Räume mit hocheffizienten Lampen, Wärmedämmung der Rohrleitungen zum Transport temperierter Flüssigkeiten, Rückgewinnung der thermischen Energie von Prozess- und Betriebsanlagen, Errichtung von Gebäuden oder Veränderungen vorhandener Strukturen unter dem Gesichtspunkt der Energieeffizienz.

Im Laufe des Jahres 2010 wurden von drei europäischen Produktionsstätten Energie-Check-Ups abgeschlossen: Dies ermöglichte die detaillierte Kenntnis über die Verteilung der Energieflüsse in den Produktionsstätten und die Identifizierung der aussichtsreichsten Bereiche für die Verbesserung der Energieeffizienz.



## DIE EIGENE ENERGIEERZEUGUNG

Im Jahr 2007 wurde die Gruppengesellschaft „Energhe“ **gegründet, mit dem Ziel, die eigenen Industrieprozesse kontinuierlich zu verbessern und so ein Maximum an Effizienz für die Verwaltung und Nutzung von Energie in der Produktion zu erreichen.** Was die Errichtung von Anlagen zur Stromerzeugung betrifft, gilt das Interesse uneingeschränkt der Eigenproduktion durch Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) mit „hoher Effizienz“ und erneuerbaren Energieressourcen, um den Verbrauch von fossilen Brennstoffen (Erdgas) und folglich das Treibhauspotenzial zu reduzieren. Bei der Anfertigung des vorliegenden Berichts waren bereits Stromerzeugungsanlagen mit einer elektrischen Gesamtleistung von etwa 65 MW in Betrieb. Mit Bezug auf das Jahr 2009 wurden dank der durchgeführten Investitionen **35% des gesamten Strombedarfs der Produktionsstätten eigenproduziert, davon etwa 1% aus erneuerbaren Energieressourcen. Für den thermischen Bedarf wurde ein Anteil von 46% durch KWK eigenproduziert. Insgesamt betrug der eigene erzeugte Energieanteil (elektrisch + thermisch) 41% des gesamten Energieverbrauchs.**

Die folgende Tabelle zeigt die elektrische Leistung in MW pro Land und Energie-Quelle:

### Liste der realisierten Anlagen bei den Produktionsstätten

	Erdgas-KWK	KWK aus flüssiger Biomasse	Photovoltaik
Italien	25*	8,4	1,3
	6,3		
Deutschland	13		0,6
Polen	5,7		
Belgien	4,2		
Summe pro Quelle	54,2	8,4	1,9
<b>Gesamtsumme</b>	<b>64,5</b>		

\* 51% der installierten Leistung entspricht dem Anteil von Ferrero an der Gesellschaft Albapower, deren elektrische und thermische Produktion hauptsächlich für die Produktionsstätte in Alba genutzt wird.

### Wir erzeugen unsere Energie selbst und reduzieren den Verbrauch.

Die folgende Grafik zeigt den tatsächlichen Verbrauch von Primärenergie im Vergleich zu dem potenziellen Verbrauch ohne die stromerzeugenden Anlagen: Die Reduzierung beträgt 12% (bezogen auf KWK-Standards).

### Jahresverbrauch von Primärenergie in 2009 (MWh)

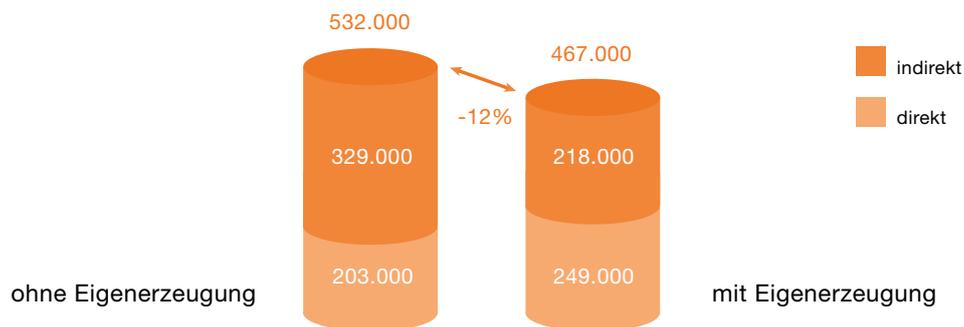


1 MWh = 3,6 GJ

## Wir reduzieren die Emissionen.

Die positive Umweltauswirkung wird bestätigt mit einer 12%igen CO<sub>2</sub>-Reduktion (direkt und indirekt) durch die Eigenproduktion von Strom mittels hocheffizienter KWK-Anlagen. Siehe dazu die folgende Darstellung:

### CO<sub>2</sub>-Jahres-Emissionen 2009 (Tonnen)



## Wir nutzen erneuerbare Quellen.

Bis 2013 haben wir die Inbetriebnahme zusätzlicher Stromerzeugungsanlagen vorgesehen:

- mit **Erdgas** für eine Leistung von 4 MW (in Italien und Australien);
- mit **flüssiger Biomasse** für eine Leistung von 9,6 MW (in Italien);
- mit **Biogas** für eine Leistung von etwa 3 MW (in Italien und Deutschland);
- **Windkraft** für eine Leistung von 9 MW (in Italien und Polen).

Bis 2013 wird die Gesamtkapazität der Eigenerzeugung der Ferrero Gruppe etwa 90 MW elektrisch betragen, davon 30% aus erneuerbaren Energiequellen.

Zurzeit befinden sich weitere Investitionen im **Windkraftsektor in Italien und Polen** in der Prüfphase. Damit bestärkt die Gruppe das Interesse für diese Quelle erneuerbarer Energie mit einem erwarteten Gesamtwachstum von über 30% bis 2020.

Die Verwendung von hocheffizienten KWK-Anlagen oder erneuerbaren Energieressourcen in Verbindung mit Maßnahmen zur Effizienzsteigerung unserer Produktionsprozesse leistet einen weiteren Beitrag zur Reduzierung des Energieverbrauchs und somit der CO<sub>2</sub>-Emissionen.

In Zusammenarbeit mit Universitäten und Industriepartnern erforschen wir weiterhin die Bewertung und den Vergleich verschiedener Techniken für die energetische Aufwertung der Nebenprodukte in unseren industriellen Prozessen.

Bezüglich der zukünftigen Energie-Aktivitäten gilt das Interesse nach wie vor den hocheffizienten KWK-Anlagen sowie erneuerbaren Ressourcen (besonders Windkraft und Biomasse) und der Photovoltaik (abhängig von den erreichten technischen Entwicklungen). Weitere Informationen: siehe ersten CSR-Bericht.

Großes Interesse richtet sich **weiterhin auf Aktivitäten zur Energieeffizienz**, die sich aufgrund neuer technischer Entwicklungen bieten.

Darüber hinaus verfolgen wir sehr aufmerksam die neuesten Entwicklungen in der Forschung im Zusammenhang mit Pflanzenölen, die nicht mit der Nahrungsmittelkette konkurrieren (Jatropha, Algen).

Neben den bestätigten Zielen bis 2013 setzt sich die Gruppe **bis 2020 zum Ziel, 100% der elektrischen Energie, die von allen 15 Produktionsstätten verbraucht wird, über die Eigenerzeugung aus KWK-Anlagen oder erneuerbaren Energien zu decken - mit einem Mindestanteil von 30% der eigenerzeugten elektrischen Energie aus erneuerbaren Energieressourcen.**

In der Konsequenz werden die Umweltauswirkung weiter verbessert sowie die CO<sub>2</sub>-Emissionen reduziert (Bezugswerte: siehe Tabelle am Kapitelende).

## UNSERE VERPACKUNGSSTRATEGIE

Bei Ferrero **werden die Verpackungen als integrierter Teil des „Produktrezepts“ mit berücksichtigt**, besonders in ihrer Funktion als Schutz und Garantie der Lebensmittelqualität. Die folgende Grafik zeigt den Verbrauch von Verpackungsmaterial, aufgeteilt in Gewichtskategorien:



Im Hinblick auf die relativen Anteile von Recyclingmaterial liegen die Daten noch nicht auf dem Niveau der Gruppe und einige Prozentsätze sind an die Herkunftsländer des Materials gebunden. Zum Beispiel wird für das Glas oder die Becher von Nutella in Italien etwa 10% Recycling-Material verwendet, dessen Anteil in Deutschland dank eines unterschiedlichen Sammel- und Recyclingsystems auf 60-65% steigt. Betrachtet man jedoch die wichtigsten Materialien, die von Ferrero verwendet werden, ist es möglich, die auf der rechten Seite abgebildete Abschätzung zu treffen.

Rohstoffe für Verpackungen	% recyclebar
Fester und Mikrowellen-Karton	35
Wellpappe	80
PET	15
Glas	10-60/65

## Für unsere Verbraucher

Mit dem Ziel, den Verbrauchern bei der Entsorgung von Verpackungen zu helfen und sie über das Verpackungsmaterial zu informieren, **hat Ferrero entschieden, bis 2013 ein Etikett zu entwickeln und anzuwenden, das auf der Verpackung angebracht wird und die Materialqualität aller Verpackungskomponenten aufzeigt.** Damit erhalten die Verbraucher die Unterstützung für die korrekte Trennung bei der Wertstoffsammlung gemäß den örtlichen Richtlinien.

## VERPACKUNGEN: ERZIELTE ERGEBNISSE UND ZIELE

Durch entsprechende interne Strukturen hat sich die Ferrero Gruppe einem **neuen und fortschrittlichen Ansatz** zur Förderung und Unterstützung **der Entwicklung von umweltfreundlichen Verpackungslösungen über deren gesamten Lebenszyklus gewidmet**<sup>2</sup>. Im Lauf des letzten Jahres wurden zahlreiche Initiativen für die Entwicklung und Planung der Verpackung gestartet, die der **Ferrero-Strategie „5R“ folgen** (siehe ersten CSR-Bericht, Kapitel 9):

R - **Remove** (Entfernen): Zu Beginn des Jahres 2009 wurde eine Innenverpackung von Kinder Country entfernt, die zu einer Reduzierung der Kartonage von etwa 9 Tonnen/Jahr führte;  
 R – **Reduce** (Reduzieren): Im Laufe des Jahres 2009 führte die Veränderung des Kunststoffes von einigen Tic-Tac Verpackungen zu einer Materialeinsparung von fast 1800 Tonnen/Jahr;  
 R – **Recycle** (Wiederverwertung): Seit 2008 hat sich Ferrero für die schrittweise Verwendung von rPET (recycletes PET) entschieden. Im Jahr 2009 betrug die Verwendung von rPET 100 Tonnen. Mit der Zielsetzung der Erhöhung der Verwendung von recyceltem Material, ist die schrittweise Umstellung aller Umverpackungen auf rPET im Einklang mit technischen Anforderungen und der Lebensmittelsicherheit vorgesehen;  
 R - **Re-use** (Wiederverwendung): Neben den bekannten Nutella-Gläsern befinden sich neue Ideen für das Recycling anderer Verpackungen in der Studienphase;  
 R – **Renew** (Erneuern): Mit dem Ziel, überwiegend Materialien aus einer erneuerbaren Quelle zu verwenden, wurde im Laufe des Jahres 2009 in Deutschland die Plastiksachtel „Die Besten“ mit 26 Pralinen durch eine Kartonsachtel ersetzt und eine weitere Materialeinsparung von etwa 380 Tonnen/Jahr erzielt.

<sup>2</sup> Die wichtigsten Maßnahmen dazu sind: Aktivität zur Messung und Steuerung der Umweltaspekte (Projekt zu Sustainable Operations & SCI, Lebenszyklus-Analyse des Produkts); Programme zu Schulungen in Umweltthemen; die Einführung eines Arbeitshilfsmittels, um im Sinne der ökologischen Nachhaltigkeit die Arbeit der technischen Planer für alle Entwicklungen von allen neuen Verpackungen zu steuern, Koordinierung der Verbesserung bestehender Projekte.

### Für 2020 verpflichtet sich die Gruppe:

- ▣ Die Nutzung von Materialien, die aus erneuerbaren Ressourcen stammen, um 10% zu erhöhen (Datenbasis 2009);
- ▣ 40% des Papierses für die Verpackung aus zertifizierten Wäldern zu verwenden, indem eine neue Richtlinie für den Kauf von umweltfreundlichem Papier und Karton verabschiedet wird.

In Bezug auf die wertstoffhaltigen Abfälle ist Ferrero aktives Mitglied, wirkt ökonomisch und nimmt an einigen italienischen und internationalen Gruppen zum Thema „Prävention“ teil. Zum Beispiel in Italien, wo es als Mitglied der Präventionsgruppe bei Conai (Arbeitsgemeinschaft für Verpackungen) zusammen mit anderen Firmen und Konsortien der Kette wirkt.

## SO PLANEN WIR UNSERE INFRASTRUKTUREN UND UNSERE MASCHINEN

Auch in den **Planungsphasen für Infrastrukturen und Maschinen** ist unser Ziel die Nachhaltigkeit. Wir haben einige Initiativen eingeleitet, auf deren Basis wir planen:

- ▣ eine Software zur Bewertung der Umweltaspekte von Maschinen in der Planungsphase zu installieren, mit der Möglichkeit, alternative Konfigurationen zur Optimierung zu simulieren;
- ▣ Analysegeräte und Simulations-Software zur Optimierung der Auslegung in der Automatisierungstechnik (z.B. Gestaltung von Robotern, bürstenlose Motoren) zu installieren;
- ▣ eine Software zu installieren, die die Bewertung der Energieklasse der Gebäude/Infrastrukturen gemäß der internationalen Normen erlaubt;
- ▣ ein Standard-/Bezugsmodell für Gebäude mit reduzierter Umweltauswirkung zu prüfen, das auch eine effizientere Dimensionierung der „Versorgungseinrichtungen“ erlaubt;
- ▣ technologische Studien zu entwickeln, die auf die Reduzierung des Produktions-Ausschusses infolge der Arbeitsweise der Maschinen gerichtet sind.

### Solche Initiativen werden es uns ermöglichen, bis 2020 die folgenden Ziele zu erreichen:

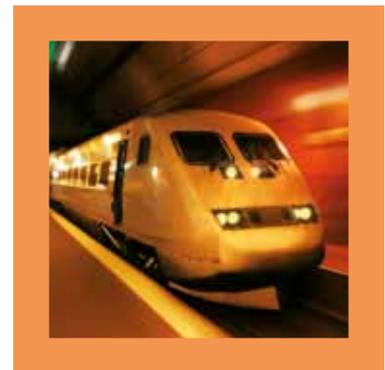
- Reduzierung des Umwelteinflusses der neuen Maschinen und Gebäude bezüglich aktueller Leistungen von 10%;
- Erlangung des europäischen Zertifikats für ökonomische Kompatibilität hinsichtlich neuer Gebäude von signifikanter Bedeutung;
- Einführung von Kriterien für ökologische Kompatibilität in den Einkaufsbedingungen für neue Anlagen/Maschinen.

## FÜR EINE INTEGRIERTE UND ÖKOLOGISCH NACHHALTIGE LOGISTIKKETTE

**Unser Auftrag ist es, die Verbraucher mit Produkten von bester Qualität und Frische zu erreichen, die über eine Logistikkette gewährleistet werden, die die Umwelt respektiert.**

Zu diesem Zweck wurden im Berichtszeitraum folgenden Initiativen in Gang gesetzt:

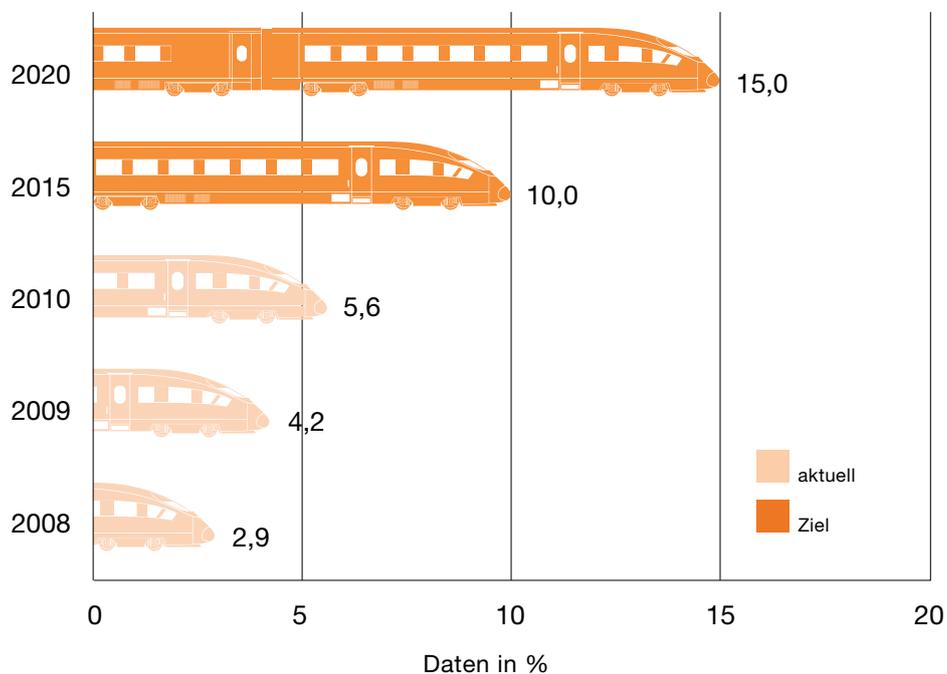
- ▣ Bewertung der Umweltaspekte wie zuvor beschrieben;
- ▣ **Optimierung des Logistiknetzwerkes zwischen den Produktionsstätten und den Distributionszentren**, wie z. B. in Italien, auf der Iberischen Halbinsel und in Deutschland, wo wir eine Reduzierung von etwa 15% der Fahrkilometer erreicht haben. In Polen erreichten wir eine **Reduzierung von 64 teqCO<sub>2</sub>** durch die Verkleinerung und Annäherung von Distributionszentren an den Produktionsort;
- ▣ Außerdem haben wir in Frankreich ein hinsichtlich der Anlieferstellen für unsere Handelspartner zu weit entferntes Lager verlegt, um die Fahrkilometer zu reduzieren;
- ▣ **Entwicklung des Eisenbahnnetzes, das 2010 5,6% der konzerninternen globalen Transporte erreichte**. Derzeit werden die Möglichkeiten zur Nutzung des Schienentransportes auf globaler Ebene und die Synergien innerhalb und außerhalb des Konzerns bewertet. In Frankreich **haben wir in 5 Jahren 50 Millionen Nutella-Gläser mit dem Zug transportiert**;
- ▣ **Bezug von Energie aus erneuerbaren Quellen** (in Frankreich erfolgt dies bereits für alle direkt verwalteten Warenlager).



## Die festgesetzten Ziele zur Verbesserung der Umweltleistung für die Lieferkette bis 2020 sind folgende:

- **30% Reduzierung der direkten und indirekten Treibhausgasemissionen (teqCO<sub>2</sub>), die aus Transport- und Lagerungsaktivitäten stammen.** Zu dieser Reduzierung trägt die Studie zur Verbesserung der Transportmittel-Auslastung bei, in die im Laufe der folgenden Jahre die ganze Ferrero Gruppe sukzessive einbezogen wird. Über ein Projekt für die Erhöhung der LKW-Auslastung für den Produkttransport zwischen Deutschland und Russland wurde bereits eine Emissions-Reduzierung von 28% erreicht;
- **anteilige Erhöhung der Transportmittelauslastung im Werksverkehr auf 10% für 2015 und auf 15% für 2020;**
- **Zertifizierung gemäß ISO 14000 für alle Lager, die direkt verwaltet werden;**
- **Verwendung von Energie aus erneuerbaren Quellen oder von hocheffizienten KWK-Anlagen für alle Lager, die direkt verwaltet werden.**

### Anteilige Erhöhung der Transportmittelauslastung



Der intermodale Transport innerhalb der Ferrero Gesellschaften ist eine Kombination von Land-, Eisenbahn- und/oder Schiffstransporten zwischen den Produktionsstandorten und Distributionszentren im Gebiet der 15 Produktionsstätten.

## FAZIT UND ZIELE

Die folgende Tabelle fasst die Kennzahlen der Umweltaspekte der Produktion aus diesem Kapitel zusammen<sup>3</sup>.

Parameter	Maßeinheit	Wert
Verbrauch von elektrischer Energie*	MWh/t	0,73
Verbrauch von thermischer Energie**	MWh/t	1,00
Direkte CO <sub>2</sub> -Emissionen, die mit dem Energieverbrauch verbunden sind	t <sub>CO<sub>2</sub></sub> /t	0,134
Wasserverbrauch	m <sup>3</sup> /t	4,96
davon Oberflächenwasser		24%
davon Grundwasser		39%
davon Leitungswasser		37%
ODP durch den Verlust von Kältemitteln	G <sub>R11eq</sub> /t	0,33
CO <sub>2</sub> äquivalente Emissionen durch den Verlust von Kältemitteln	t <sub>CO<sub>2</sub>eq</sub> /t	0,021
Abwassermenge	m <sup>3</sup> /t	2,61
Abfallmenge	kg/t	50,27
Relation von wiederverwendeten zu beseitigten Abfällen		90,2%
Umfang: 15 Produktionsstätten innerhalb der Gruppe.		

\* Verbrauch elektrischer Energie: 2,63 GJ/t    \*\* Verbrauch thermischer Energie: 3,6 GJ/t

Im Prüfjahr gab es keine signifikanten Abweichungen.

**Die festgesetzten Ziele für die Verbesserung der Umweltaspekte** für die Produktionsstätten sind:

- ▣ **Zertifizierung ISO 14001** für alle Produktionsstätten bis 2020;
- ▣ Abwicklung von **Energie-Check-Ups** in allen Produktionsstätten bis 2020;
- ▣ **Reduzierung des Wasserverbrauchs** pro Produktionseinheit von 20% in 2020 bezüglich 2009;
- ▣ **Reduzierung des Elektrizitätsverbrauchs** pro Produktionseinheit von 5% in 2020 bezüglich 2009;
- ▣ **Reduzierung des Verbrauchs von thermischer Energie** pro Produktionseinheit von 5% in 2020 bezüglich 2009.

Für alle anderen Umweltziele siehe die Abschnitte dieses Kapitels.

<sup>3</sup> Die in diesem Kapitel dargestellten Daten, mit Ausnahme derjenigen, die in der Einleitung angegeben sind, beziehen sich auf das Kalenderjahr 2009 und auf die Produktion der 15 Produktionsstätten innerhalb der Ferrero Gruppe.

### TECHNISCHES DATENBLATT FÜR UMWELTDATEN DES VORLIEGENDEN KAPITELS

Die in diesem Kapitel enthaltenen Daten, mit Ausnahme derjenigen, die in der Einleitung dieses CSR-Berichtes angegeben sind, beziehen sich auf das Kalenderjahr 2009. Die Themen, mit denen sich die Arbeitsgruppe von Ferrero befasst, sind: wichtige Rohstoffe und Verpackungen für die Gruppe; 15 Produktionsstätten in Europa, Amerika und Ozeanien (siehe Seite 11 „Ferrero in der Welt“); die Lager für die direkt verwalteten Rohstoffe, Verpackungen und Endprodukte; direkt von der Gruppenlogistik verwalteten Transporte.

Im Laufe der nächsten drei Geschäftsjahre wird eine Ausweitung des Analysenumfangs vorgesehen: 1) Alle Rohstoff-Familien und Verpackungen, die von der Gruppe verwendet werden; 2) Einbindung der industriellen Hauptpartner und anderer Gesellschaften der Gruppe; 3) Alle Produktionsstätten; 4) Transporte und Lager, die nicht direkt vom Management der Lieferantenkette verwaltet werden.

## GRI-INDIKATOREN

Unabhängige Prüfung durch Deloitte

## GRI-Indikatoren

Indextabelle der GRI-G3-Indikatoren. Diese enthält einige der Indikatoren der Leitfaden GRI-G3 des „Sustainability Reporting Guidelines and Food Processing Sector Supplement“ (Version 3.0, 2010) aus dem Bericht zur sozialen Verantwortung des Unternehmens 2009/10. 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** = Partiell; **NC** = Nicht bedeckt; **NA** = Nicht anwendbar (unter Berücksichtigung der Art der Aktivität oder des Unternehmensstandortes).

INDICATOR PROFILE		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
<b>1. Strategy and analysis</b>			
1.1	Statement from the most senior decision maker of the organization about the relevance of sustainability to the organization and its strategy	T	2-3
1.2	Description of key impacts, risks, and opportunities	T	2-3; 6-7; 13; 20; 48-49, 51; 62; 72; 76-77; 79-82
<b>2. Organizational profile</b>			
2.1	Name of the organization	T	12
2.2	Primary brands, products, and/or services	T	8-9
2.3	Operational structure of the organization, including main divisions, operating companies, subsidiaries, and joint ventures	T	12-14
2.4	Location of organization's headquarters	T	12
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
2.6	Nature of ownership and legal form	T	12
2.7	Markets served	T	10-11
2.8	Scale of the reporting organization (number of employees, net sales, quantity of products and services provided)	T	8-11; 38
2.9	Significant changes during the reporting period regarding size, structure or ownership	T	4; 11
2.10	Awards received in the reporting period	T	16-17

3. REPORT PROFILE			
REPORT PROFILE			
3.1	Reporting period for information provided	T	4
3.2	Date of most recent previous report	T	4
3.3	Reporting cycle	T	4
3.4	Contact point for questions regarding the report or its contents	T	4
REPORT SCOPE AND BOUNDARY			
3.5	Process for defining report content	T	12-13
3.6	Boundary of the report (e.g. countries, divisions, subsidiaries, leased facilities, joint ventures, suppliers)	T	4
3.7	State any specific limitations on the scope or boundary of the report	T	84
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	10-11; 14
3.9	Data measurement techniques and the bases of calculations, including assumptions and techniques underlying estimations applied to the compilation of the indicators and other information in the report	T	38; 72; 84
3.10	Explanation of the effect of any re-statements of information provided in earlier reports, and the reasons for such re-statement (e.g. mergers/acquisitions, change of base years/periods, nature of business, measurement methods)	T	4
3.11	Significant changes from previous reporting periods in the scope, boundary, or measurement methods applied in the report	T	4; 84
GRI CONTENT INDEX			
3.12	Table identifying the location of the standard disclosures in the report	T	86-95
3.13	Policy and current practice with regard to seeking external assurance for the report.	T	4; 96-97
4. Governance, commitments, and 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	12
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	12
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	12

4.4	Mechanisms for shareholders and employees to provide recommendations or direction to the highest governance body	T	12-13
4.5	Linkage between compensation for members of the highest governance body, senior managers, and executives (including departure arrangements), and the organization's performance (including social and environmental performance)	T	12
4.6	Processes in place for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided	T	12
4.7	Process for determining the qualifications and expertise of the members of the highest governance body for guiding the organization's strategy on economic, environmental, and social topics	T	12
4.8	Internally developed statements of mission or values, codes of conduct, and principles relevant to economic, environmental, and social performance and the status of their implementation	T	13; 20
4.9	Procedures of the highest governance body for overseeing the organization's identification and management of economic, environmental, and social performance, including relevant risks and opportunities, and adherence or compliance with internationally agreed standards, codes of conduct, and principles	T	12
4.10	Processes for evaluating the highest governance body's own performance, particularly with respect to economic, environmental, and social performance	T	12
<b>COMMITMENTS TO EXTERNAL INITIATIVES</b>			
4.11	Explanation of whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organization	T	2-3; 20-25; 62; 81
4.12	Externally developed economic, environmental, and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or endorses	T	15; 20; 22; 33; 59
4.13	Memberships in associations (such as industry associations) and/or national/international advocacy organizations	T	14
<b>STAKEHOLDER ENGAGEMENT</b>			
4.14	List of stakeholder groups engaged by the organization	T	13
4.15	Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage	T	12; 14
4.16	Approaches to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group	T	11; 13; 14-15; 18-19; 20-25; 28-35; 37; 40-41; 49; 51; 53; 55-58; 60; 64-66; 68-70; 81
4.17	Key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organization has responded to those key topics and concerns, including through its reporting	T	6-7; 12-13; 21; 37; 59; 63; 66; 68; 69; 77; 80

SOURCING PERFORMANCE INDICATORS		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
DMA SC	Management and verification policies and system	T	2-3; 6-7;15; 20-25; 62; 70
FP1	Percentage of purchased volume from suppliers compliant with company's sourcing policy	P	15; 20; 26; 66
FP2	Percentage of purchased volume which is verified as being in accordance with credible, internationally recognized responsible production standards, broken down by standard	P	15; 20; 22; 26; 64-65; 68-70

ECONOMIC PERFORMANCE INDICATORS		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
DMA EC	Management and verification policies and system	T	2-3; 6-7; 28; 31; 36-37; 77
<b>Economic performance</b>			
EC1	Direct economic value generated and distributed	NC	
EC2	Financial implications and other risks and opportunities for the organization's activities due to climate change	P	2-3; 67; 76-77
EC3	Coverage of the organization's defined benefit plan obligations	NC	
EC4	Significant financial assistance received from government	NC	
<b>Market presence</b>			
EC5	Range of ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage at significant locations of operation	P	24; 36; 38
EC6	Policy, practices, and proportion of spending on locally-based suppliers at significant locations of operations	P	11; 64;69-70
EC7	Procedures for local hiring and proportion of senior management hired from the local community at significant locations of operation	P	36; 38
<b>Indirect economic impacts</b>			
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; 36-37; 77

ENVIRONMENT INDICATORS		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
DMA EN	Management and verification policies and system	T	2-3; 6-7; 72-74; 76-77; 79; 82; 84
<b>Materials</b>			
EN1	Materials used by weight or volume	T	63
EN2	Percentage of materials used that are recycled input materials	T	80
<b>Energy</b>			
EN3	Direct energy consumption by primary energy source	T	72; 77; 84
EN4	Indirect energy consumption by primary source	P	72; 77; 84
EN5	Energy saved due to conservation and efficiency improvements	T	76-77; 81
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	76-77; 80-81
EN7	Initiatives to reduce indirect energy consumption and reductions achieved	T	77; 80; 82
<b>Water</b>			
EN8	Total water withdrawal by source	P	75; 84
EN9	Water sources significantly affected by withdrawal of water	T	75
EN10	Percentage and total volume of water recycled and reused	P	75
<b>Biodiversity</b>			
EN11	Location and size of land owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas.	NA	
EN12	Description of significant impacts of activities, products, and services on biodiversity in protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	P	62; 66-68
<b>Emissions, effluents and waste</b>			
EN16	Total direct and indirect greenhouse gas emissions by weight	T	72-73; 78; 84
EN17	Other relevant indirect greenhouse gas emissions by weight	T	84
EN18	Initiatives to reduce greenhouse gas emissions and reductions achieved	T	72-74; 78; 80-82; 84
EN19	Emissions of ozone-depleting substances by weight	T	74; 84

EN20	NO, SO, and other significant air emissions by type and weight	NA	
EN21	Total water discharge by quality and destination	P	84
EN22	Total weight of waste by type and disposal method	P	74; 84
EN23	Total number and volume of significant spills	T	84
<b>Products and services</b>			
EN26	Initiatives to mitigate environmental impacts of products and services, and extent of impact mitigation	T	72-74; 76-77; 80-82
EN27	Percentage of products sold and their packaging materials that are reclaimed by category	P	79-80
<b>Compliance</b>			
EN28	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with environmental laws and regulations.	NC	
<b>Transport</b>			
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	82-83

SOCIAL INDICATORS		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
<b>LABOR PRACTICES AND DECENT WORK PERFORMANCE INDICATORS</b>			
DMA LA	Management and verification policies and system	T	2-3; 6-7; 36; 38-39; 41-42; 44-46
<b>Employment</b>			
LA1	Total workforce by employment type, employment contract, and region.	T	38
LA2	Total number and rate of employee turnover by age group, gender, and region	NC	
<b>Labor/management relations</b>			
LA4	Percentage of employees covered by collective bargaining agreements.	T	41
LA5	Minimum notice period(s) regarding operational changes, including whether it is specified in collective agreements.	NC	
FP3	Percentage of working time lost due to industrial disputes, strikes and/or lock-outs, by country	T	39

Occupational health and safety			
LA7	Rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities by region	P	43
LA8	Education, training, counseling, prevention, and risk-control programs in place to assist workforce members, their families, or community members regarding serious diseases	P	24; 42
Training and education			
LA10	Average hours of training per year per employee by employee category	P	44
LA11	Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings	P	36; 39; 41; 44-45; 73
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	38
LA14	Ratio of basic salary of men to women by employee category, by significant locations of operations	NC	

HUMAN RIGHTS PERFORMANCE INDICATORS		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
DMA HR	Management and verification policies and system	T	2-3; 6-7; 13; 15; 20; 62;64; 66
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	13; 15; 20; 22; 62; 66
HR2	Percentage of significant suppliers and contractors that have undergone screening on human rights and actions taken	T	15; 20-22; 26; 64
Non- discrimination			
HR4	Total number of incidents of discrimination and actions taken	P	13; 22; 45
Freedom of association and collective bargaining core			
HR5	Operations identified in which the right to exercise freedom of association and collective bargaining may be at significant risk, and actions taken to support these rights	T	13; 20; 24; 41

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	13; 20; 22; 62; 64; 66
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	13; 20; 22; 62; 64; 66

SOCIETY PERFORMANCE INDICATORS		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
DMA SO	Management and verification policies and system	T	2-3; 6-7; 28; 31; 34; 36-37
Local communities			
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; 36-37; 55-56; 58; 62; 64; 72
FP4	Nature, scope and effectiveness of any programs and practices (in-kind contributions, volunteer initiatives, knowledge transfer, partnerships and product development) that promote access to healthy lifestyles; the prevention of chronic disease; access to healthy, nutritious and affordable food; and improved welfare for communities in need	T	48-49; 55-57
Corruption			
SO2	Percentage and total number of business units analyzed for risks related to corruption	P	13
SO3	Percentage of employees trained in organization's anti-corruption policies and procedures	T	13
SO4	Actions taken in response to incidents of corruption.	P	13
Public policy			
SO5	Posizioni sulla politica pubblica, partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche e pressioni esercitate	T	12; 48
Compliance			
SO8	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	NC	

PRODUCT RESPONSIBILITY PERFORMANCE INDICATORS		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
DMA PR	Management and verification policies and system	T	2-3; 6-7; 48-49; 51; 53; 57-58
<b>Customer health and safety</b>			
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	15; 20- 21; 48-49; 51-54
FP5	Percentage of production volume manufactured in sites certified by an independent third party according to internationally recognized food safety management system standards	P	52
FP6	Percentage of total sales volume of consumer products, by product category, that are lowered in saturated fat, trans fats, sodium and added sugars	P	48-49
FP7	Percentage of total sales volume of consumer products, by product category, that contain increased nutritious ingredients like fiber, vitamins, minerals, phytochemicals and functional food additives	P	48
<b>Product and service labeling</b>			
PR3	Type of product and service information required by procedures, and percentage of significant products and services subject to such information requirements	T	57
FP8	Policies and practices on communication to consumers about ingredients and nutritional information beyond legal requirements	T	57
<b>Marketing communication</b>			
PR6	Programs for adherence to laws, standards, and voluntary codes related to marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship	T	58-60
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	58-59
<b>Compliance</b>			
PR9	Monetary value of significant fines for noncompliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services	NC	

ANIMAL WELFARE PERFORMANCE INDICATORS		LEVEL OF COVERAGE	PAGE
DMA AW	Management and verification policies and system	T	23; 62; 70

Breeding and genetics			
FP9	Percentage and total of animals raised and/or processed, by species and breed type	NA	
Animal husbandry			
FP10	Policies and practices, by species and breed type, related to physical alterations and the use of anaesthetic	NA	
FP11	Percentage and total of animals raised and/or processed, by species and breed type, per housing type	NA	
FP12	Policies and practices on antibiotic, anti-inflammatory, hormone, and/or growth promotion treatments, by species and breed type	NA	
Transportation, handling, and slaughter			
FP13	Total number of incidents of non-compliance with laws and regulations, and adherence with voluntary standards related to transportation, handling, and slaughter practices for live terrestrial and aquatic animals	NA	

Please find hereby a non exhaustive list of page references to some of our STAKEHOLDERS GROUPS

<ul style="list-style-type: none"> <li>• All stakeholders along value chain</li> <li>• Children</li> <li>• Consumers</li> <li>• Employees</li> <li>• Family</li> <li>• Identification of stakeholders and key areas</li> <li>• Institutions</li> <li>• Local communities</li> <li>• Media</li> <li>• NGOs</li> <li>• Scientific Community</li> <li>• Sport Federation and schools</li> <li>• Suppliers</li> <li>• Trade Associations</li> <li>• Trade Unions</li> </ul>	<p>2,18-19, 20-25, 53</p> <p>3, 15, 22, 28, 33, 36-37, 40, 50, 55, 56, 57-60, 66</p> <p>2, 11, 13, 19-20, 20-26, 55, 57, 63, 68</p> <p>3, 13, 39, 42, 44-45</p> <p>13, 24, 28, 39-40, 56</p> <p>13</p> <p>13, 22, 49, 55, 57, 58, 64, 81</p> <p>11, 28-35, 37, 40, 57, 59, 60</p> <p>13, 58 - 60</p> <p>13, 14, 64, 67, 68, 70, 80</p> <p>13, 23, 32, 56, 58, 79</p> <p>13, 56, 57, 60</p> <p>13,15, 51, 64-66, 68-70</p> <p>13,14, 57, 58</p> <p>13, 41-42</p>
---	---

Please find hereby a non exhaustive list of page references to some KEY TOPICS, raised also after stakeholders feedback (as explained in pages 12 and 13)

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Key objectives for 2020 identified</li> <li>• Internal structures dedicated to CSR, frequency and identification of subjects topics</li> <li>• Topics raised by stakeholders have been taken into account in the Code of Business Conduct</li> <li>• Key topics and concerns raised by internal stakeholders</li> <li>• Ferrero publishes its GMOs policy making reference to stakeholders concerns</li> <li>• Children health and Ferrero initiatives in some poor countries</li> <li>• Product responsibility</li> <li>• Engagement towards children through self regulation of advertisement</li> <li>• Ferrero engagement to source sustainable certified cocoa to address consumer's need</li> <li>• Against child labour in hazelnuts sourcing</li> <li>• Sustainable palm oil sourcing</li> <li>• Milk origin</li> <li>• Self production of energy from renewable sources</li> <li>• Packaging from renewable materials and strategy for remove, reduce, recycle, renew and reuse of packaging</li> <li>• Efficient Logistics</li> </ul>	<p>2-3, 6-7</p> <p>12</p> <p>13</p> <p>13</p> <p>21</p> <p>37</p> <p>49, 55, 57-60</p> <p>59</p> <p>63</p> <p>66</p> <p>68</p> <p>69</p> <p>77</p> <p>80</p> <p>82-83</p>
--	---



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

## 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 31<sup>st</sup>, 2010. The directors of Ferrero International S.A. are responsible for the preparation of the sustainability report in accordance with "Sustainability Reporting Guidelines and Food Processing Sector Supplement" issued in 2010 by GRI – Global Reporting Initiative, as stated in the paragraph "about this corporate social responsibility report". The directors are also responsible for the definition of the Group's objectives regarding the sustainability performance and the reporting of the achieved results. The directors are also responsible for the identification of stakeholders and of significant aspects to report, as well as for the implementation and maintenance of appropriate management and internal control processes with reference to data and information presented in the sustainability report. Our responsibility is to issue this report based on our review.
2. We conducted our work in accordance with the criteria for review engagements established by the "International Standards Engagement 3000 – Assurance Engagement other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (ISAE 3000), issued by the International Auditing and Assurance Standards Board. That standard requires the compliance with ethical principles ("Code of Ethics of 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 on a sustainability report consists of making inquiries, primary with company personnel responsible for the preparation of the information included in the sustainability report, analysing the sustainability report and applying other evidence gathering procedures, as appropriate. The performed procedures are summarized as follows:
  - comparing the economic and financial information and data included in the paragraph "our products" of the sustainability report with those included in the Group Consolidated Financial Statements as of August 31<sup>st</sup>, 2010, on which Deloitte S.A. issued the auditor's report dated February 24<sup>th</sup>, 2011;
  - analysing how the processes underlying the generation, recording and management of quantitative data included in the sustainability report operate. In particular, we have performed the following procedures:
    - interviews and discussions with delegates of Ferrero Group, to gather information on the information, accounting and reporting systems used in preparing the sustainability report, as well as on the internal control procedures supporting the gathering, aggregation, processing and transmittal of data and information to the department responsible for the preparation of the sustainability report;

Bologna Milano Roma Torino Padova

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

Member of Deloitte Touche Tohmatsu



ISO 9001:2008  
FS550166

- analysis, on a sample basis, of the documentation supporting the preparation of the sustainability report, in order to gather the evidence of processes in place, their adequacy, and that the internal control system correctly manages data and information in connection with the objectives described in the sustainability report;
- analysing the compliance of the qualitative information included in the sustainability report and its overall consistency in relation to the guidelines referred to in paragraph 1 of this review report, in particular with reference to the sustainability strategy and policies and the determination of significant aspects for each stakeholder category;
- analysing 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 available information 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 referred to 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.

For the data and information relating to the sustainability report of the prior year presented for comparative purposes, reference should be made to our review report dated June 11<sup>th</sup>, 2010.

3. Based on the procedures performed, nothing has come to our attention that causes us to believe that the sustainability report of the Ferrero Group as of August 31<sup>st</sup>, 2010 is not prepared, in all material respects, in accordance with the "Corporate Social Responsibility Reporting Guidelines and Food Processing Sector Supplement" issued in 2010 by GRI – Global Reporting Initiative, as set out in paragraph "about this corporate social responsibility report".

Milan, June 14<sup>th</sup>, 2011

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

**Franco Amelio**

Partner  
State Authorised Public Accountant (Italy)  
Corporate Responsibility Services

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



## Statement GRI Application Level Check

GRI hereby states that **Ferrero** has presented its report "SHARING VALUES TO CREATE VALUE" (2010) to GRI's Report Services which have concluded that the report fulfills the requirement of Application Level B+.

GRI Application Levels communicate the extent to which the content of the G3 Guidelines has been used in the submitted sustainability reporting. The Check confirms that the required set and number of disclosures for that Application Level have been addressed in the reporting and that the GRI Content Index demonstrates a valid representation of the required disclosures, as described in the GRI G3 Guidelines.

Application Levels do not provide an opinion on the sustainability performance of the reporter nor the quality of the information in the report.

Amsterdam, 13 July 2011

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

Nelmara Arbex  
Deputy Chief Executive  
Global Reporting Initiative



The "+" has been added to this Application Level because Ferrero has submitted this report for external assurance. GRI accepts the reporter's own criteria for choosing the relevant assurance provider.

*The Global Reporting Initiative (GRI) is a network-based organization that has pioneered the development of the world's most widely used sustainability reporting framework and is committed to its continuous improvement and application worldwide. The GRI Guidelines set out the principles and indicators that organizations can use to measure and report their economic, environmental, and social performance. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)*

**Disclaimer:** Where the relevant sustainability reporting includes external links, including to audio visual material, this statement only concerns material submitted to GRI at the time of the Check on 29 June 2011. GRI explicitly excludes the statement being applied to any later changes to such material.



**Ferrero**  
CSR-Koordinationsbüro  
187, Chaussée de la Hulpe  
1170 Brüssel  
**Belgien**  
[csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com)  
[www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)

