

WERTE TEILEN, UM WERTE ZU SCHAFFEN

Soziale Verantwortung
des Unternehmens

Kurzversion
des Berichtes 2012



FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERTE ZU SCHAFFEN

Soziale Verantwortung des Unternehmens

Kurzversion des Berichtes 2012

FERRERO



Giovanni, Michele und Maria Franca Ferrero



INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|---------------------------------------------------------|----|
| Brief des CEO | 4 |
| Die vier Pfeiler der sozialen Verantwortung von Ferrero | 6 |
| 1. Unsere Produkte | 9 |
| 2. Die <i>Fondazione</i> Ferrero in Alba | 21 |
| 3. Die <i>Imprese Sociali</i> | 25 |
| 4. Kinder+Sport | 29 |
| Die Ferrero-Gruppe | 35 |
| Die Menschen bei Ferrero | 45 |
| Nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken | 51 |
| Minimierung der Umweltauswirkungen | 57 |
| Unsere 10 CSR-Ziele bis 2020 | 61 |
| Anhang I – Ferrero Rocher im Fokus | 65 |
| Anhang II – Ferrero in Deutschland und in Polen | 69 |

BERICHT ZUR SOZIALEN VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS

Im vergangenen Jahr ist es der Ferrero-Gruppe gelungen – trotz eines weiterhin schwierigen internationalen Umfeldes, des Rückgangs des Lebensmittelkonsums in einigen europäischen Märkten sowie Preiserhöhungen bei den wichtigsten Rohstoffen – **mit einer Umsatzsteigerung von 8% weiter zu wachsen**. Das Wachstum der Gruppe ist das Ergebnis einer außerordentlichen Dynamik in den Märkten, in die in jüngster Zeit expandiert wurde, vor allem **Asien, die Vereinigten Staaten und Russland**. Außerdem erfüllt es uns mit Stolz, dass Konsumenten weltweit weiterhin unseren Marken den Vorrang geben.



Giovanni Ferrero, CEO Ferrero International

Im gleichen Zeitraum hat Ferrero seine Produktionskapazität ausgeweitet **und einen erheblichen Teil der Investitionen, nämlich 5,1% des Umsatzes, für die technologische Weiterentwicklung in Italien, Deutschland, Polen, Kanada und Russland eingesetzt. Unsere CO₂-Emissionen** pro Produkteinheit in den Produktionsstätten **haben sich gegenüber 2010 um mehr als 12% verringert, der Verbrauch von Primärenergie wurde um 15% reduziert. Der Wasserverbrauch pro Produkteinheit verringerte sich um mehr als 7% und die Abfallrückgewinnungskennzahl in den Werken lag im Berichtsjahr bei 90%.**

Unsere Gruppe, die vor 70 Jahren in Alba entstand, ist nach wie vor untrennbar verbunden mit ihren Wurzeln in Italien und Europa. Wir stehen derzeit jedoch erheblichen Veränderungen gegenüber, die das weltweite Wirtschaftsgleichgewicht gewandelt haben und auch Auswirkungen auf politischer, technologischer und kultureller Ebene haben werden.

Die Welt von morgen wird nur wenige Berührungspunkte zur heutigen Welt aufweisen: Vor fünf Jahren generierte das europäische BIP 25% des weltweiten Reichtums; dieser Wert ist heute auf 20% gesunken und wird sich in den nächsten Jahren wohl noch weiter verringern.

Die Welt wird in Zukunft also weniger von Europa geprägt sein. Ihr Zentrum wird in Asien liegen, sie wird bevölkerungsreicher und jünger sein, und ihr Wohlstand wird vollkommen anders verteilt sein. Das setzt konsequenterweise eine stärker globale und integrierte Kommunikation voraus. Neue Chancen werden sich auftun. Wir versuchen, **dem durch die Eröffnung von 3 neuen Produktionsstätten Rechnung zu tragen, die in den vergangenen 3 Jahren außerhalb der Grenzen der Europäischen Union in Indien, Mexiko und der Türkei gebaut wurden.**

Priorität bleibt daneben weiterhin unser Engagement zur sozialen Verantwortung und wird weiter ausgebaut. Unser Engagement umfasst folgende Bereiche:

1. **die Fondazione Ferrero (Stiftung) in Alba**, die sich unter der unermüdlichen Leitung meiner Mutter, Maria Franca, um unsere ehemaligen Mitarbeiter kümmert, sodass diese sich weiterhin als Teil der großen Familie fühlen und kulturelle Aktivitäten nutzen können, die mit der Region verbunden sind;
2. **die Imprese Sociali Ferrero (Soziale Unternehmen)**, die meinem Vater Michele sehr am Herzen liegen – wie auch meinem verstorbenen, geliebten Bruder Pietro – in Indien, Südafrika und Kamerun sind in immer stärkerem Umfang tätig;
3. **die Achtung der Menschenrechte**: also unser ethischer Anspruch, der unsere gesamte Personal- und Arbeitspolitik prägt, **auch und insbesondere die Bekämpfung von Kinderarbeit**;
4. **der Respekt, den wir unseren Konsumenten und ihrer Sicherheit entgegenbringen** und täglich durch kontinuierliche Innovation, ausgezeichnete Qualität, Frische und die Attraktivität unserer Produkte anstreben;
5. **die nachhaltige Beschaffung** der von uns verwendeten Rohstoffe;
6. **der Schutz der Umwelt**, mit dem Ziel, den Energie- und Wasserverbrauch kontinuierlich zu verringern sowie vermehrt erneuerbare Quellen zu nutzen;
7. **das weltweit durchgeführte Programm „Kinder+Sport“** mit dem Ziel, einen gesunden Lebensstil zu fördern, indem es insbesondere Kinder ermutigen will, Sport zu treiben.
8. **der Kampf gegen Korruption und rechtswidriges Verhalten**, unabhängig davon, wo und in welcher Form diese auftreten.

Abschließend möchte ich Ihnen versichern, dass unser Wachstumsmodell weiterhin von denselben Werten und Prinzipien geprägt sein wird, an die wir immer geglaubt haben. In erster Linie orientieren wir uns dabei **an den Werten, die sich auf die soziale Verantwortung des Unternehmens beziehen.** Viel Spaß beim Lesen!



Giovanni Ferrero

Chief Executive Officer

Ferrero International

Juli 2013

DIE FERRERO STRATEGIE DER SOZIALEN VERANTWORTUNG



UNSER MODELL BASIERT AUF VIER PFEILERN:

1. **Die Produkte**, bei deren Herstellung die Bedürfnisse und Sicherheit der Konsumenten im Mittelpunkt stehen, was durch kontinuierliche Innovation, ausgezeichnete Qualität, Frische und Attraktivität der Produkte erreicht wird.
2. **Die Fondazione Ferrero in Alba**, deren Ziel es zum einen ist, sich um ehemalige Ferrero-Mitarbeiter zu kümmern und zum anderen, kulturelle Initiativen zu fördern. Hier liegt der Fokus auf Projekten, die einen Bezug zu Alba und dem Piemont aufweisen.
3. **Die Imprese Sociali Ferrero** die bereits in Indien, Südafrika und Kamerun aktiv sind und deren Ziel es zum einen ist, neue Arbeitsplätze zu schaffen und zum anderen, Projekte und Initiativen umzusetzen, um die Bildung und Gesundheit der Kinder an den Standorten der Produktionsstätten zu fördern.
4. **“Kinder+Sport”**, ein weltweit durchgeführtes Programm, das sich zum Ziel gesetzt hat, Kinder und Jugendliche in Bewegung zu bringen, auch um einem bewegungsarmen Lebensstil vorzubeugen und diesen zu bekämpfen, da dieser ein Faktor ist, der zum Übergewicht im Kindes- und Erwachsenenalter beiträgt.

Außerdem ist die gesamte Tätigkeit von Ferrero gekennzeichnet von der umfassenden Achtung der Menschenrechte, wozu auch der Kampf gegen missbräuchliche Kinderarbeit gehört, die Einhaltung des Umweltschutzes und die Bekämpfung von Korruption und rechtswidrigem Verhalten.



Titelseiten der Unterlagen zum 1., 2. und 3. Symposium zu sozialen Themen, die vom *Centro Studi Sociali* der P. FERRERO & C. 1961, 1962 und 1963 in Alba organisiert wurden.

SOZIALE VERANTWORTUNG HAT BEI FERRERO EINE LANGE TRADITION

Das erste Symposium, das Ferrero zu sozialen Themen unter dem Titel „Die Anpassung des Menschen an die Arbeit in der Industrie“ organisierte, fand bereits 1961 statt, als es die Bezeichnung „Soziale Verantwortung von Unternehmen“ in der heutigen Form noch gar nicht gab.

1

UNSERE PRODUKTE



Kinder
Schokolade

FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERTE ZU SCHAFFEN

UNSERE PRODUKTE

Teil der sozialen Verantwortung von Ferrero ist es, Konsumenten in aller Welt innovative Produkte höchster Qualität und Frische zu bieten, deren Rohstoffe stets sorgfältigst ausgewählt sind.



FERRERO-GRUPPE

| | | | |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|
| GESAMTPRODUKTION In Doppelzentnern | 2010-2011 10.708.000 | 2011-2012 11.182.000 | PRODUKTIONSSTEIGERUNG + 4% |
| KONSOLIDIRTER NETTOUMSATZ €/000 | 2010-2011 7.218.024 | 2011-2012 7.795.451 | UMSATZSTEIGERUNG + 8% |
| GEOGRAPHISCHE VERTEILUNG DES KONSOLIDIRTEN NETTOUMSATZES 2011/12 | ITALIEN 20% | ÜBRIGE EUROPÄISCHE LÄNDER 59% | AUSSEREUROPÄISCHE LÄNDER 21% |

EINIGE INTERESSANTE FAKTEN ZU FERRERO

INTERESSANTE FAKTEN ZU FERRERO ROCHER

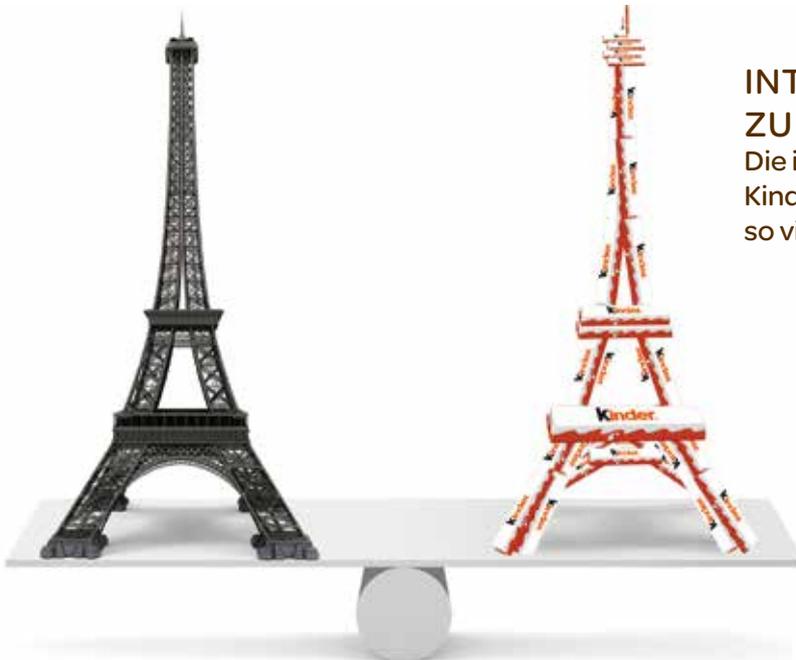
Mit der Menge von in knapp 2 Jahren
hergestellten Ferrero Rocher ließe sich
die gesamte Cheops-Pyramide bedecken.



INTERESSANTE FAKTEN ZU HASELNÜSSEN

Die in 1,5 Jahren von Ferrero
verarbeiteten Haselnüsse
würden einen Korb füllen,
der so groß ist wie die
Arena in Verona, Italien.





INTERESSANTE FAKTEN ZU KINDER

Die in 1,4 Monaten hergestellte
Kinder Schokolade wiegt
so viel wie der Eiffelturm.

INTERESSANTE FAKTEN ZU NUTELLA

Aneinandergereiht wären die in einem Jahr produzierten Nutella-Gläser 1,7-mal so lang wie
der Erdumfang.



GROSSE MARKEN IN KLEINEN PORTIONEN

„Für Ferrero ist die Beziehung zur Zivilgesellschaft grundlegend, insbesondere die Beziehung zwischen Konsumenten und unseren Marken steht für uns im Mittelpunkt. Dabei achten wir auf höchste Qualität, beste Kommunikation und größten Nutzen“.

Giovanni Ferrero, Mai 2013

Ferrero-Produkte gehören zu den renommiertesten Süßwaren weltweit, die unter Fortführung und Bewahrung der handwerklichen Tradition hergestellt werden.

Bei den Themen Ernährung und Lebensmittelproduktion haben drei Prinzipien für uns höchste Priorität:

- A** Abwechslungsreiche Ernährung,
- B** Aufnahme moderater Mengen,
- C** Bewegung.



Die Ernährungsstrategie von Ferrero

Um Konsumenten zu einem gesunden Lebensstil zu ermutigen, brauchen wir eine bessere Aufklärung zum Thema Ernährung!

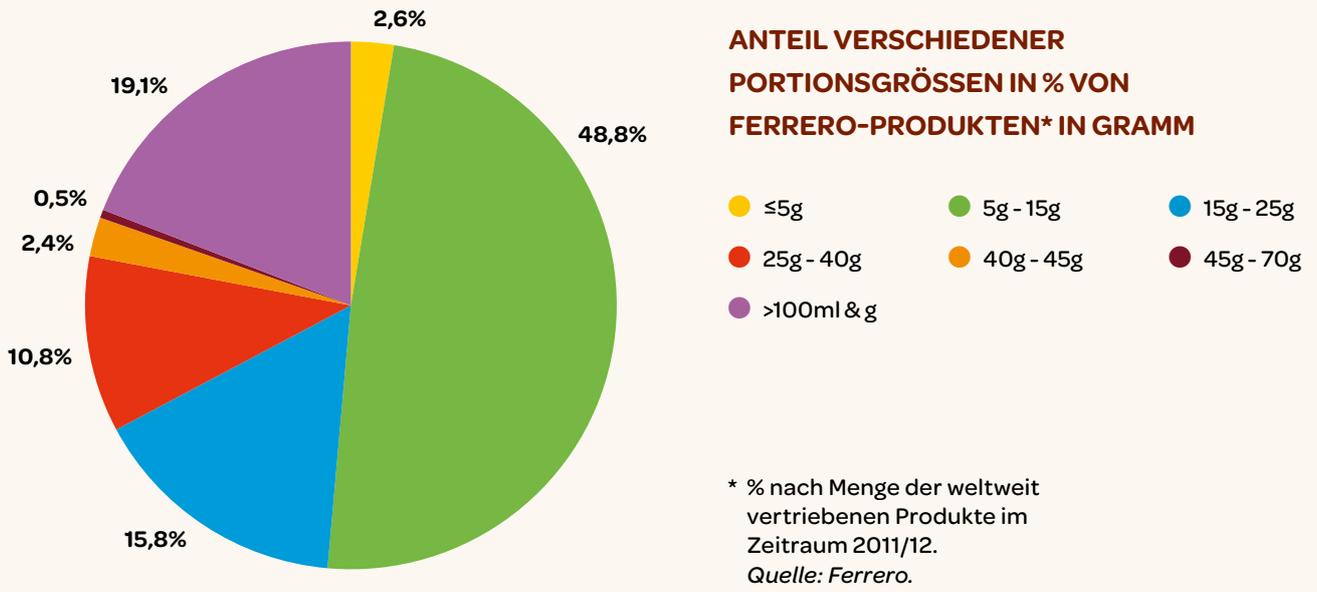
Nicht erforderlich sind weitere Gesetze oder Steuern auf einzelne Zutaten oder auf Bestandteile, die für unsere Ernährungskultur unerlässlich sind.

Bei Ferrero: kleine, einzeln verpackte Portionen

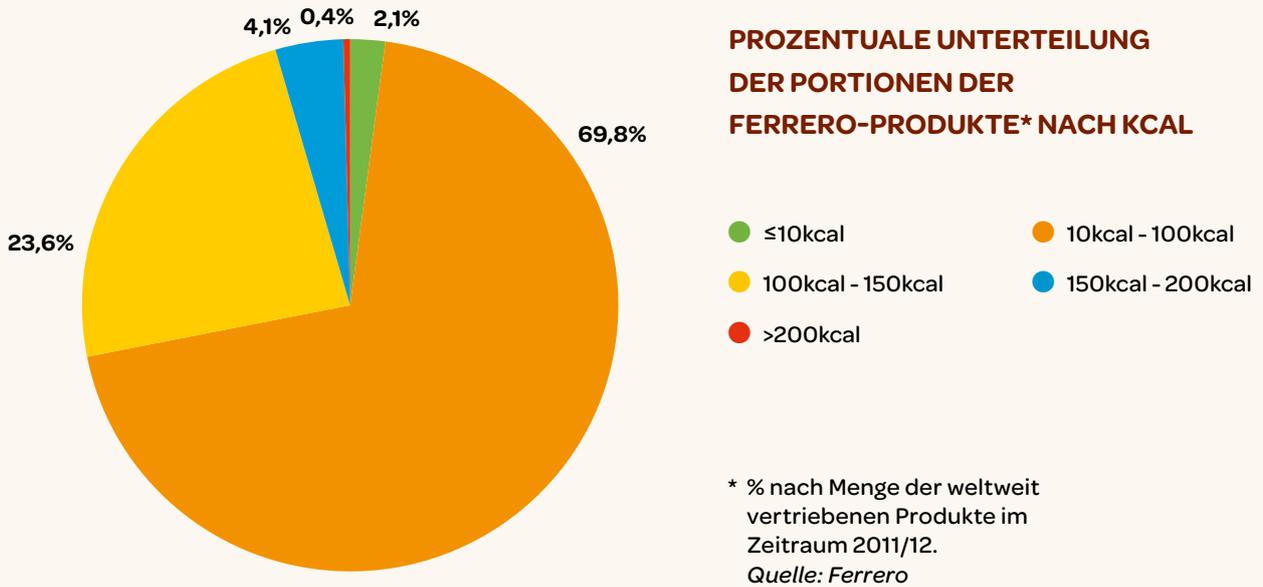
Eine ausgewogene Ernährung ist grundlegend für einen gesunden Lebensstil.

Daher bietet Ferrero einzigartige und schmackhafte Lebensmittelprodukte höchster Qualität, die im Handel in vorverpackten Einzelportionen erhältlich sind. Diese sind für den Verzehr zwischen den Hauptmahlzeiten geeignet.

Mehr als 65% der Menge der weltweit vertriebenen Ferrero-Produkte werden in Portionen von weniger als 25g und mehr als 80% in Portionen von weniger als 45g angeboten.



Nach Menge werden mehr als 70% der Ferrero-Produkte in Portionen von weniger als 100 kcal und mehr als 95% in Portionen von weniger als 150 kcal angeboten.



Technischer Hinweis: Die Graphiken beinhalten alle im Geschäftsjahr 2011/12 weltweit vertriebenen Ferrero-Produkte, mit Ausnahme von 3%, die Packungen betreffen, die zu Sonderanlässen verwendet werden, gemischte Produkte enthalten oder sich auf Portionen beziehen, die nicht mit einer Artikelnummer versehen sind bzw. nur gelegentlich verwendet werden.

WEITERE INFORMATIONEN ZU ERNÄHRUNGS- UND MARKETING-/WERBERICHTLINIEN DER GRUPPE FINDEN SIE IM CSR-BERICHT 2012 UNTER www.csr.ferrero.com

QUALITÄT UND FRISCHE

WAS IST UNSER HAUPTZIEL?



DIE ERFASSUNG DER FERRERO-QUALITÄTSDATEN WIRD
WELTWEIT KOORDINIERT

90%

der Ferrero-Produktionsstätten verwenden ein integriertes System für die Handhabung der Qualitätsdaten

16

Ferrero-Produktionsstätten sind nach **ISO 9001:2008** für das Qualitätsmanagementsystem zertifiziert

13

Ferrero-Produktionsstätten wurden von unabhängigen externen Institutionen nach Standards für Lebensmittelsicherheits-Managementsysteme zertifiziert

4

Ferrero-Produktionsstätten sind nach **FSSC 22000** zertifiziert, dem höchsten Zertifizierungsniveau für Lebensmittelsicherheit



Walkerville in Südafrika war die erste Produktionsstätte der *Imprese Sociali* (Soziale Unternehmen), die für ihr Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9001:2008 zertifiziert wurde.

Das Erreichen dieses Ziels ebnet den Weg für die zukünftige Zertifizierung zwei weiterer Imprese Sociali in Indien und Kamerun.



Jährlich werden gruppenweit **mehr als 400.000 Geschmackstests** durchgeführt, mit einem monatlichen Mittelwert von **33.900 Tests** und circa **1.700 Testpersonen**.

Die sensorischen Tests innerhalb des Managements erfolgen wöchentlich durch die Leiter der Produktionsstätten. Hauptziel ist es, innerhalb der Ferrero-Gruppe die „Kultur des Schmeckens“ zu verbreiten.



WEITERE INFORMATIONEN ZU DIESEN THEMEN FINDEN SIE IM KAPITEL „QUALITY AND FRESHNESS“ IN DER VOLLSTÄNDIGEN VERSION DES CSR-BERICHTES: www.csr.ferrero.com

DIE FERRERO- WERTSCHÖPFUNGSKETTE: EINE VERANTWORTUNGSVOLLE AUFGABE!



NÄHERES ZU DEN PHASEN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE
FINDEN SIE IN DIESER KURZVERSION
WIE AUCH IN DER VOLLSTÄNDIGEN VERSION
DES CSR-BERICHTES 2012.

SORGFÄLTIG AUSGEWÄHLTE ROHSTOFFE



Palmfrüchte

Ihr Öl wird vor allem aus Malaysia und Papua-Neuguinea importiert



Milch

Stammt vor allem aus Deutschland, Italien und Frankreich



Kakaobohnen

Werden vor allem aus der Republik Côte d'Ivoire und Ghana importiert



Haselnüsse

stammen vor allem aus der Türkei und aus Italien



Eier

Sind meist europäischen Ursprungs



Zucker

Stammt vorwiegend aus Europa



Kaffeebohnen

Werden vorwiegend aus Brasilien und Costa Rica importiert

2

**FONDAZIONE
FERRERO ALBA**



FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERTE ZU SCHAFFEN

FONDAZIONE FERRERO ALBA

1983 Gründung der *Opera Sociale Ferrero*



1991 Formale Anerkennung als Stiftung (*Fondazione*)

2005 Goldmedaille des Präsidenten der Republik Italien für Maria Franca Ferrero, die Vorsitzende der *Fondazione*

Ziel: Verbesserung der Lebensqualität ehemaliger Mitarbeiter

Das Alter als Chance, Neues zu entdecken

Das Gebäude kann bis zu **3.300** Personen aufnehmen

1.800 Personen haben an

40 verschiedenen Freizeitkursen und aktivitäten im 2011/2012 teilgenommen

800 Personen kommen täglich in die *Fondazione*

2.000 ärztliche Untersuchungen nahmen die ehemaligen Ferrero-Mitarbeiter in Anspruch

Zusammenarbeit mit medizinischen Facheinrichtungen:

Makula-Stiftung Genua

Institut für Krebsforschung und -behandlung Candiolo

Europäisches Institut für Onkologie Mailand

Nationales Institut für Tumorforschung und -behandlung Neapel

Wissenschaftliches Universitätsinstitut San Raffaele Mailand

Der Betriebskindergarten

2009 Einweihung des Kindergartens

80 betreute Kinder

- Günstige Konditionen für Mitarbeiter
- Ein bestimmter Prozentsatz der Plätze ist für Kinder der Stadtgemeinde Alba reserviert
- Kooperation mit externen Fachleuten sowie Pädagogen und Psychologen

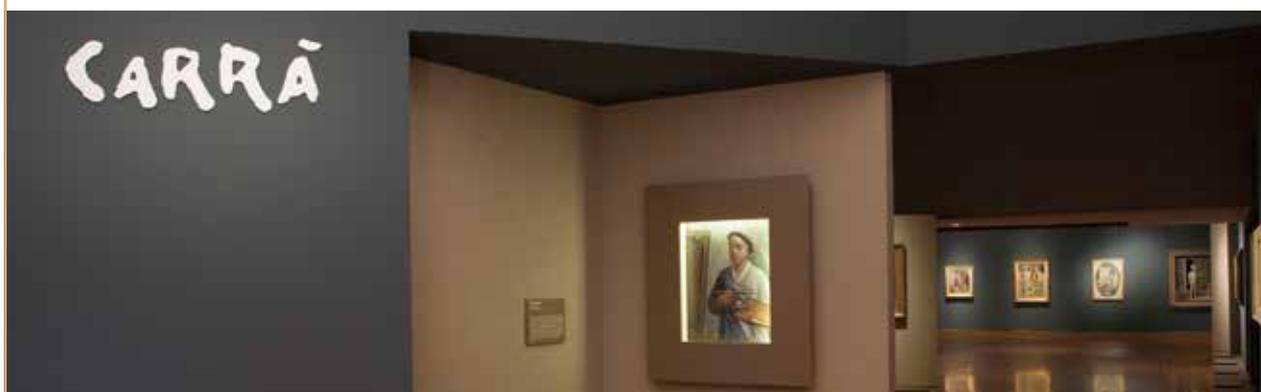


Kulturelle Projekte der *Fondazione Ferrero Alba*

ÖFFENTLICH
ZUGÄNLICH

AUSSTELLUNG „CARLO CARRÀ 1881-1966“

Unter der Schirmherrschaft des Präsidenten der Republik Italien



76 Gemälde

72.000 Besucher, davon 6.000 Kinder

**MEHR ALS DOPPELT SO VIELE BESUCHER WIE DIE
EINWOHNERZAHL VON ALBA**

WEITERE INFORMATIONEN ZUR FONDAZIONE FERRERO IN ALBA FINDEN SIE IN DER VOLLSTÄNDIGEN VERSION DES CSR-BERICHTES 2012 UNTER www.csr.ferrero.com

3

IMPRESE SOCIALI FERRERO



Impresa Sociale
Ferrero in
Südafrika

FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERTE ZU SCHAFFEN

IMPRESE SOCIALI FERRERO



Die *Imprese Sociali* (Sozialen Unternehmen) Ferrero sind vollwertige Unternehmen, die auf einem unternehmerischen Konzept beruhen, also ein positives Bilanzergebnis erzielen wollen.

ZWEI HAUPTPRINZIPIEN

Schaffung von Arbeitsplätzen

Umsetzung von Projekten und Initiativen mit sozialem und humanitärem Charakter

Zum 31. August 2012

2.435¹ Mitarbeiter

=

191 in Kamerun

+

1.886 in Indien

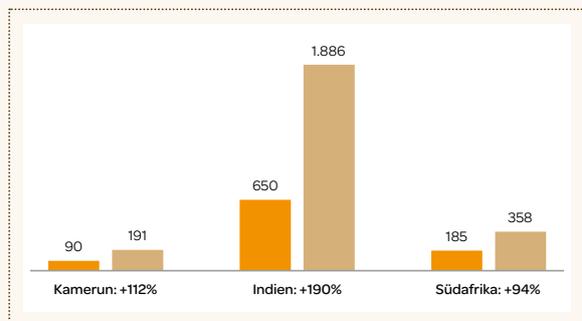
+

358 in Südafrika

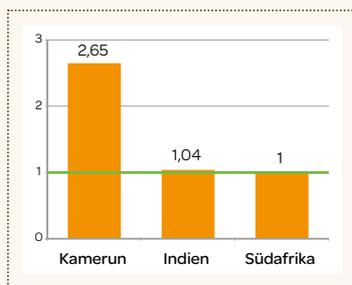
100% der Arbeiter und Angestellten werden vor Ort rekrutiert

MITARBEITERZAHLEN DER IMPRESE SOCIALI ZUM 31.08.2009 UND 31.08.2012

● 2009
● 2012



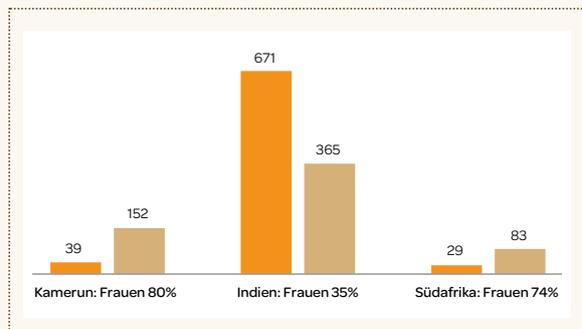
VERHÄLTNIS ZWISCHEN EINTRITTSLOHN DER NEU EINGESTELLTEN ARBEITER UND DEM GESETZLICHEN MINDESTLOHN 2011/12²



ANTEIL DER WEIBLICHEN BESCHÄFTIGTEN IN DEN IMPRESE SOCIALI FERRERO ZUM 31.08.2012*

● Männer
● Frauen

*Diese Zahl beinhaltet keine Mitarbeiter mit Zeitvertrag



1 Diese Zahl beinhaltet auch Mitarbeiter mit Zeit- oder Saisonvertrag.

2 Der Eintrittslohn besteht aus der Mindestbruttovergütung für neu eingestellte Produktionsarbeiter. Nicht enthalten sind Überstundenzuschläge, Produktionsprämien oder individuelle Prämien. Ist der Wert gleich 1, stimmen gesetzlicher Mindestlohn und der von Ferrero gezahlte Lohn überein. Bei Südafrika ist zu berücksichtigen, dass – da es keinen landesweiten Mindestlohn gibt – eine Vereinbarung zwischen Ferrero und der nationalen Gewerkschaft als Referenzwert zugrunde gelegt wurde.

Die sozialen Initiativen „United Kinder of the World“



NACH DEM UMBAU KÖNNEN HIER

1.400

Schüler zur Schule gehen



Unter den von den *Imprese Sociali Ferrero* unterstützten Projekten möchten wir hier beispielhaft den **vollständigen Umbau der „Japie-Greyling-Schule“** (Daleside, Guateng, Südafrika) anführen, der im Juli 2012 durchgeführt wurde.

Das Projekt ist Bestandteil des **Programms „94+ Schulprojekte für Madiba“**, das vom südafrikanischen Bildungsministerium initiiert wurde mit dem Ziel, mindestens 94 südafrikanischen Schulen Unterstützung zu liefern. Gleichzeitig wurde mit dieser Aktion der 94. Geburtstag von Nelson Mandela (Madiba) gefeiert.

Die „Japie-Greyling-Schule“ ist eine Grund- und Hauptschule, die vor ihrem Umbau von etwa 300 Schülern besucht wurde.

WEITERE INFORMATIONEN ZU DEN *IMPRESE SOCIALI FERRERO* FINDEN SIE IN DER VOLLSTÄNDIGEN VERSION DES CSR-BERICHTES: www.csr.ferrero.com

4



FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERTE ZU SCHAFFEN

DIE „10 GEBOTE“ VON KINDER+SPORT

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

I. STRATEGISCH

Kinder+Sport ist ein Projekt von hohem strategischen und institutionellen Wert, das die Förderung eines gesunden Lebensstils und ein Bewegungsprogramm für Kinder und Jugendliche unterstützt.

II. GLOBAL

Kinder+Sport ist ein globales und synergetisches Projekt. Um es überall zu verbreiten, ist die konkrete Unterstützung der nationalen und internationalen Sportverbände erforderlich.

III. SCHLÜSSIG

Kinder+Sport und seine Marke stehen für ein spezielles Projekt, das Kindern die Kultur der Bewegung näherbringt und bei ihnen die Tendenz zu einem bewegungsarmen Lebensstil bekämpft.

IV. EDUKATIV

Das Projekt Kinder+Sport ist nicht einfach philanthropisch, es soll Kinder und Jugendliche vom Vorschul- bis zum Teenageralter an körperliche Aktivitäten heranzuführen und richtet sich an alle, um mit sportlichen Aktivitäten Integration und gesellschaftlichen Zusammenhalt zu fördern.

V. INTERDISZIPLINÄR

Das Projekt Kinder+Sport umfasst mehrere Sportarten, die leicht zugänglich, populär und gewaltfrei sind, niemanden ausschließen und von Familien ausgeübt werden können, also Aktivitäten, die ein unbeschwertes Aufwachsen von Kindern unterstützen.

VI. VOR ORT

Das Projekt Kinder+Sport wird stets in Zusammenarbeit mit nationalen oder lokalen Sportverbänden/-vereinen bzw. spezialisierten Sportzentren durchgeführt, die über eine besondere Kompetenz im Bereich der Sportförderung verfügen; sie wirken maßgeblich bei der Organisation der Aktivitäten und der Betreuung der Teilnehmer mit.

VII. WERTBILDEND

Das Projekt Kinder+Sport wird von Sportlern unterstützt, die positive Werte verkörpern und ein Vorbild für Kinder sind; sie werden als Testimonials und Projektbotschafter eingesetzt.

VIII. NICHT KOMMERZIELL

Marke und Konzept Kinder+Sport werden keinesfalls dazu benutzt, um zum Konsum von Kinder-Produkten aufzufordern und sie werden nicht für Promotionaktivitäten für Kinder-Produkte verwendet (z.B. Punkte-sammel- oder Prämienaktionen).

IX. WIEDERERKENNBAR

Für das Projekt Kinder+Sport gibt es ein eigenes Graphiksystem, das leicht wiederzuerkennen, klar definiert und weltweit verbindlich ist. Dieses System wird bei allen Kommunikationsaktivitäten angewandt.

X. NAHE AM MENSCHEN

Die Kommunikation des Projektes Kinder+Sport beruht hauptsächlich auf konkreten Aktivitäten und Empfehlungen der Teilnehmer, um den institutionellen Kriterien und dem edukativen Auftrag gerecht zu werden. Es sind keine Werbeinvestitionen vorgesehen. Empfohlen werden Kommunikationsprojekte mit geringen Kosten, die sich nicht auf einzelne Veranstaltungen konzentrieren, sondern vielmehr die positiven Werte des Sports kommunizieren.

KINDER+SPORT

Hier einige interne Daten zu den Aktivitäten von Kinder+Sport im Jahr 2011/12:



Kinder+Sport-Veranstaltungen

- » **20 Länder nahmen teil** (davon als Nicht-EU Länder: Brasilien, China, Hongkong, Mexiko als Pilotprojekt, Russland und Taiwan).
- » **12 Millionen Kinder** nahmen an den Veranstaltungen teil.
- » Mehr als **14 Sportarten** wurden ausgeübt, darunter Volleyball, Basketball, Leichtathletik, Golf, Segeln, Fechten, Tennis, Skifahren, Wasserball, Orientierungslauf und Schwimmen.
- » Mehr als **30 Spitzensportler** warben für die Sportveranstaltungen und damit für einen gesunden Lebensstil darunter Tomáš Dvořák (Zehnkampf), Ludmila Formanova (Leichtathletik), Andrew Howe (Leichtathletik), Josepha Idem (Kanu), Alessia Trost und José Bencosme (Leichtathletik Jugend), Alessandra Sensini (Segeln), Valentina Vez-



zali (Fechten).

- » **20 Landesverbände** wurden unterstützt, darunter der italienische Volleyballverband, der italienische Leichtathletikverband, der spanische und der portugiesische Leichtathletikverband, der polnische Volleyballverband und der belgische Tennisverband.
- » **2 Olympische Komitees** (CONI – Italien, DOSB – Deutschland).



Konkret hat Kinder+Sport 2011/12 in den teilnehmenden Ländern zur Finanzierung verschiedener Aktivitäten beigetragen. Hier einige Beispiele:

- ✓ In Zusammenarbeit mit dem italienischen Volleyballverband: „1, 2, 3 Minivolley“ und „Volley“, Aktivitäten und Wettkämpfe für Schüler, Feriencamps und „Kinderiaden“.



- ✓ In Kooperation mit dem italienischen Leichtathletikverband: „K+S Cup“ (Landesmeisterschaften in drei Altersgruppen) und Sportwettkämpfe an Schulen.



Kinder+Sport-Veranstaltungen

- ✓ In Zusammenarbeit mit dem italienischen Fechtverband: Projekt „Fechtschule“.
- ✓ Mit Beteiligung des italienischen Tennisverbandes: Landesmeisterschaft für Jugendliche von 9 bis 16 Jahren.
- ✓ In Zusammenarbeit mit dem spanischen und dem portugiesischen Volleyballverband: Kurs „Pequevoley“ in Spanien bzw. „Giravolei“ in Portugal, an dem 2.500 Vereine teilnahmen.
- ✓ In Zusammenarbeit mit dem Leichtathletik- und dem Wassersportverband in Spanien und Portugal: Kurse in Zusammenarbeit mit 600 Vereinen in Spanien und 3.000 in Portu-

gal; offizieller Sponsor des Wassersportverbandes und Unterstützung der Sportaktivitäten in den Vereinen.

- ✓ Partnerschaft mit dem Deutschen Olympischen Komitee DOSB: Organisation der „K+S Sportabzeichen-Tour“ mit Veranstaltungen in 10 Städten.
- ✓ „Kinderiade“ und „Teacher’s Project“ in der Tschechischen Republik und der Slowakei: Organisation von Leichtathletikwettkämpfen mit 649 Teams aus dem ganzen Land; Set für Lehrer mit Handbuch und Ausstattung zur Förderung sportlicher Aktivitäten an weiterführenden Schulen.
- ✓ In Zusammenarbeit mit dem polnischen Volleyballverband: Förderung von Sport an den Grundschulen mit Verteilung von Lehr- und Informationsmaterial.
- ✓ In Zusammenarbeit mit dem Tiroler Skiverband: „Regional Sky School“ und Sponsoring der „Regional Kids Racing Series“.
- ✓ In Zusammenarbeit mit der Segelschule Lugano: Segeln und Wettkämpfe für Kinder und Jugendliche.
- ✓ In Zusammenarbeit mit dem ungarischen Wasserballverband: Sponsor für die Organisation von Wasserballveranstaltungen.



- ✓ In Zusammenarbeit mit dem belgischen Tennisverband „VTV & AFT Kids“: „*Bienvenue au Club: Tennis Discovery days*“ (AFT recruitment), „*Kinder Tour: tennis competition*“ (AFT + VTV).
- ✓ Jugendsportspiele in Kroatien und Schulliga in Slowenien: Organisation verschiedener Sportveranstaltungen in den Sommermonaten; Organisation von Völkerballturnieren an den Schulen.
- ✓ Russische Jugend-Wintersportwettkämpfe unter der Schirmherrschaft des russischen Leichtathletikverbandes (IAAF *Programme of World Indoor Championships*).

Die jährlichen Investitionen von „Kinder+Sport“ für die oben aufgeführten Aktivitäten betragen 7,7 Millionen €.

BEWERTUNG DER WIRKUNG VON „KINDER+SPORT“

Um zu bewerten, welche Wirkung im Hinblick auf eine Verringerung des *Body Mass Index* (BMI) mittel- bis langfristig (im Verlauf von 5 Jahren) bei Kindern erzielt wird, die am Projekt „**1, 2, 3... Minivolley- Italienischer Volleyballverband FIPAV und Kinder+Sport**“ teilnehmen, führt das Institut für Sportmedizin Turin seit 2009 eine Langzeitstudie durch.

Am Projekt „FIPAV - Kinder+Sport“ nahmen mehr als 2 Millionen Schüler in Italien teil. Zur Förderung von Bewegung wurden im Rahmen des Projektes mehr als 20.000 Schul-Kits mit zwei Minivolleyball-Feldern, einem Volleyball sowie speziell für Kinder hergestellten elastischen Bändern und Bällen verteilt. Partner der Initiative sind das italienische Bildungsministerium (MIUR), das Institut für Sportmedizin Turin, der

italienische Volleyballverband, das italienische Olympische Komitee CONI und verschiedene lokale Einrichtungen.

Im Rahmen der vom Institut für Sportmedizin durchgeführten Studie wurden die Daten von Fünftklässlern mit Daten von Sechstklässlern verglichen, um so einen Vergleich zwischen zwei Gruppen zu ermöglichen, die erst ein bzw. schon zwei Jahre am Programm teilgenommen hatten. Zum Abschluss der Studie werden die erfassten Daten mit denen von Schülern der sechsten Klasse verglichen, die nicht am Projekt Kinder+Sport teilnehmen.

Das Projekt „1, 2, 3... Minivolley FIPAV und Kinder+Sport“ läuft nun im vierten Jahr in Folge und es wurden 15 Klassen (5 dritte, 5 vierte und 5 fünfte Klassen) einbezogen.

Die im Rahmen des Monitorings 2012 erfassten Daten bestätigen den 2011 festgestellten positiven Trend und zeigen, dass Kinder, die am Projekt FIPAV - KINDER+SPORT teilnehmen, eine bessere Koordination haben und schneller laufen als Kinder gleichen Alters, die nicht teilnehmen.

Im Rahmen des Monitorings 2012 wurde nicht nur der BMI als Bewertungsparameter erfasst, sondern auch eine Körperfettmessung durchgeführt.

Ferrero stellte im Zeitraum 2009-2013 insgesamt 250.000€ für diese Studie zur Verfügung. Das vollständige Ergebnis für das Schuljahr 2014/15 wird 2016 vorliegen.

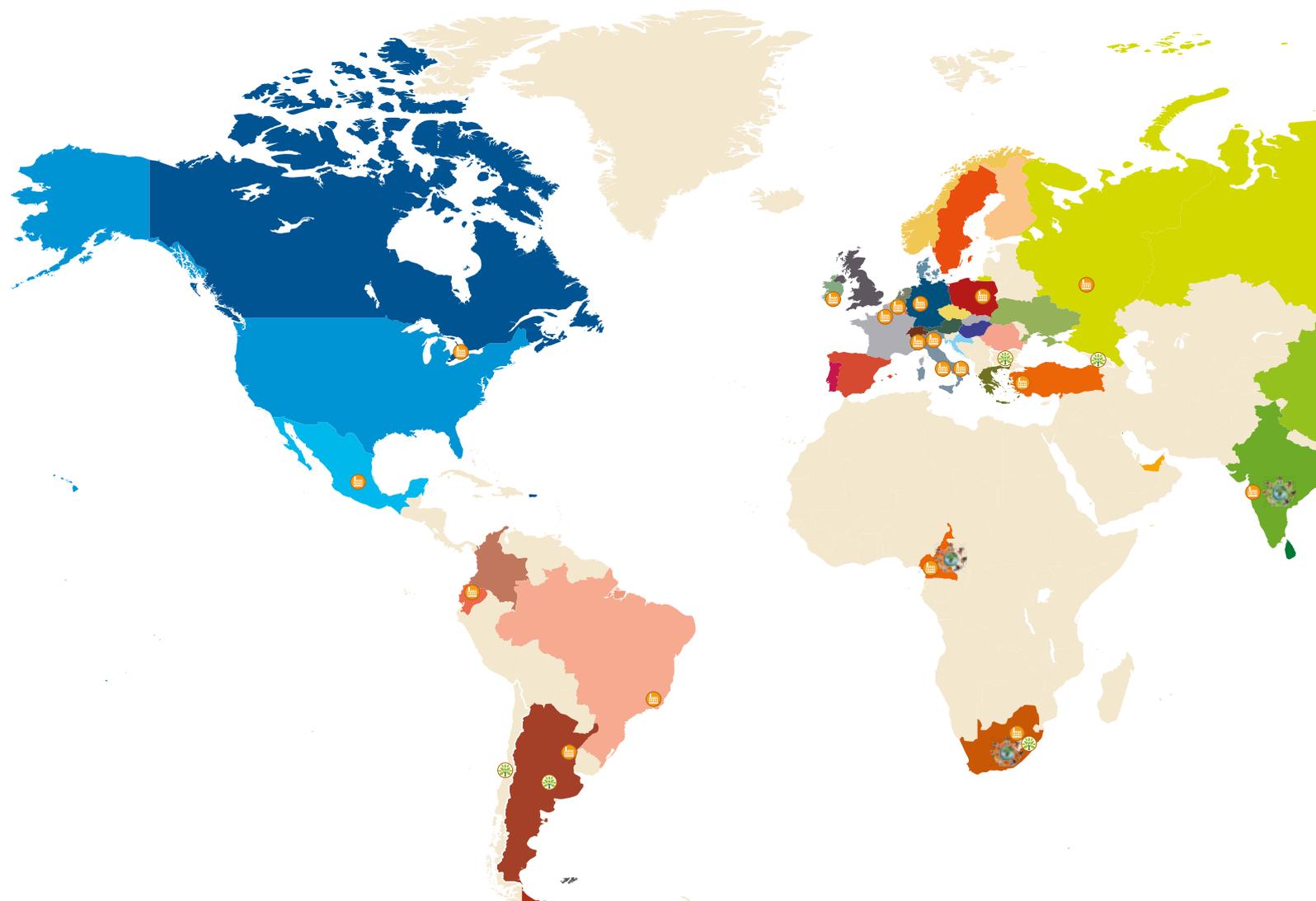
DIE FERRERO-GRUPPE



FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERTE ZU SCHAFFEN

FERRERO WELTWEIT



Niederlassungen und Betriebsstandorte in 46 Ländern

ARGENTINIEN

AUSTRALIEN

BELGIEN

BRASILIEN

CHINA

DÄNEMARK

DEUTSCHLAND

ECUADOR

FINNLAND

FRANKREICH

GRIECHENLAND

GROSSBRITANNIEN

HONGKONG

INDIEN

IRLAND

ITALIEN

JAPAN

KAMERUN

KANADA

KOLUMBIEN

KROATIEN

LUXEBURG

MEXIKO

NIEDERLANDE

NORWEGEN

ÖSTERREICH

POLEN

PORTUGAL

PUERTO RICO

RUMÄNIEN

SCHWEDEN

SCHWEIZ

SINGAPUR

SLOWAKEI

SPANIEN

SRI LANKA

SÜDAFRIKA

SÜDKOREA

TAIWAN

TSCHECHISCHE
REPUBLIK

TÜRKEI

UKRAINE

UNGARN

USA

VEREINIGTE
ARABISCHE
EMIRATE

Ferrero-Produkte werden in mehr als 160 Ländern der internationalen Gemeinschaft direkt oder über Handelspartner vertrieben.



UNSERE 20 PRODUKTIONSSTÄTTEN

| | |
|--------------------------------|------|
| ITALIEN Alba | 1946 |
| DEUTSCHLAND Stadtallendorf | 1956 |
| FRANKREICH Villers-Écalles | 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 |
| BRASIL IEN Poços de Caldas | 1994 |
| KANADA Brantford | 2006 |
| KAMERUN Yaoundé* | 2006 |
| INDIEN Baramati* | 2007 |
| SÜDAFRIKA Walkerville* | 2007 |
| RUSSLAND Vladimir | 2009 |
| MEXIKO San José Iturbide | 2013 |
| TÜRKEI Manisa | 2013 |



* Impresa Sociale Ferrero



UNSERE 6 LANDWIRTSCHAFTLICHEN BETRIEBE

| | |
|-------------|------|
| CHILE | 1991 |
| ARGENTINIEN | 1994 |
| BULGARIEN | 1996 |
| GEORGIEN | 2007 |
| SÜDAFRIKA | 2009 |
| AUSTRALIEN | 2011 |

ROHSTOFFE

Im Jahr 2011/12 verwendete die Gruppe insgesamt 1.389.005 Tonnen landwirtschaftliche Rohstoffe und Verpackungsrohstoffe.

ORGANISATIONSTRUKTUR DER GRUPPE

Die Gesellschaftsstruktur der Ferrero-Gruppe hat sich im Laufe der Zeit weiterentwickelt und dabei der weltweiten Expansion Rechnung getragen. Folgende Aspekte haben Geschichte und Wachstum der Ferrero-Gruppe wesentlich geprägt:

- » die Kontinuität als Familienunternehmen,
- » kontinuierliche Erschließung neuer Märkte,
- » Gründung neuer Produktionsstätten,
- » konstante Produkt- und Verpackungsinnovationen,
- » großes Augenmerk auf höchste Qualität und Frische.

Zum 31. August 2012 besteht die Gruppe aus 69 Gesellschaften, die von der Holding Ferrero International S.A., einer Gesellschaft nach luxemburgischen Recht mit Sitz in Luxemburg (Rue de Trèves L-2632) konsolidiert und kontrolliert werden. Eine Liste der Niederlassungen, Betriebsstandorte und Produktionsstätten findet sich im vorhergehenden Abschnitt dieses CSR-Berichtes.

Unter den Neuigkeiten dieses Geschäftsjahres möchten wir die Entscheidung erwähnen, in die Erweiterung des Werkes in Brasilien zu investieren wie auch in die Fertigstellung der neuen Produktionsanlagen in der Türkei und in Mexiko. Des Weiteren wird in die Partnerschaft mit der Stelliferi-Gruppe in der Haselnuss-Produktionskette investiert.

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, er gibt lediglich die Ausrichtung vor. 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 das „**Group Leadership Team**“ unterstützt, einem Führungskomitee, das im Jahr 2011 gegründet wurde. Das Team setzt sich aus den Leitern der wichtigsten Unternehmensbereiche zusammen und spielt bei Entscheidungsprozessen sowie bei der Umsetzung der vom CDA definierten Unternehmensstrategien eine unterstützende Rolle.

Neben diesen Managementkomitees hat der CDA auch **Prüfungsausschüsse** eingerichtet, die sowohl lokal bei den wichtigsten Gruppengesellschaften als auch auf Holdingebene tätig sind. Diese Ausschüsse, die vorwiegend aus gruppenexternen Fachleuten bestehen, üben im Hinblick auf das interne Controlling eine beratende und vorschlagende Funktion für den CDA aus; mit ihrer Hilfe legt der CDA Richtlinien fest, um die Effizienz des internen Controlling zu verstärken, auch durch konstante Anwendung von internationalen Best Practices.

Der Prüfungsausschuss von Ferrero International kontrolliert außerdem die Vorbereitung und Prüfung der Einzel- und konsolidierten Bilanzen. Er überwacht ferner die Effektivität und Effizienz der externen Prüfungsaktivitäten und der internen Prüfungsfunktion.

Was den operativen Ablauf betrifft, so kümmert sich die Ferrero-Gruppe um alle **„Kernprozesse“ direkt**, also um folgende Prozesse, die von zentraler Bedeutung sind:

- » die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten für Produkte sowie die zusammenhängenden Produktionsprozesse und -techniken, auch für die Spielzeuge;
- » Planung von Anlagen/Maschinen von strategischer Bedeutung (etwa 50%);
- » Produktion und Weiterverarbeitung;
- » Strategisches Marketing, institutionelle Angelegenheiten, Entwicklungsaktivitäten sowie operative Aufgaben.

Außerdem gibt es weitere spezielle Initiativen zur vertikalen Integration, wie etwa:

- » Entwicklung eigener Anpflanzungen entlang der landwirtschaftlichen Produktionskette von Haselnüssen, mit dem Ziele, einen Teil

der internen Nachfrage abzudecken;

- » Entwicklung von Aktivitäten zur Produktion und Kommerzialisierung von Energie, um mit Investitionen in hocheffiziente Anlagen oder Aktivitäten zur Nutzung erneuerbarer Energien den Energiebedarf der Gruppe zumindest teilweise abzudecken.

Die folgenden Aktivitäten werden von Dritten durchgeführt:

- » Sonder-Promo-Packungen mit einem Anteil von etwa 25-30% am Produktionsvolumen der Gruppe;
- » Handels-/Distributionsaktivitäten in einigen Ländern und/oder für bestimmte Produkte (Anteil: etwa 10-15%);
- » einige Dienstleistungen im Bereich Administration/Rechnungswesen;
- » einige IT-Dienstleistungen.



Neues Ferrero-Werk in Mexiko



Neues Ferrero-Werk in der Türkei

FERRERO

PREISE UND AUSZEICHNUNGEN

ITALIEN

Juni 2013

ERSTER PLATZ BEIM UNIVERSUM-RANKING

Dank der Teilnahme von 20.718 befragten Studenten von 39 italienischen Universitäten und Business Schools hat Universum auch in diesem Jahr aus insgesamt 140 Unternehmen den „Idealen Arbeitgeber“ ausgewählt. Die BWL-Studenten haben Ferrero auf den ersten Platz gesetzt.

| La top ten Italia | | | |
|---------------------|------|------|------|
| Business / Economia | | | |
| | 2013 | DIFF | 2012 |
| Ferrero | 1 | ↑ 3 | 4 |
| Google | 2 | ↓ -1 | 1 |

April 2013

PREIS DES REPUTATION INSTITUTE



Das „Reputation Institute“, das weltweit führend in der Bewertung der Reputation von Unternehmen ist, hat Ferrero in seiner jährlichen Rangliste folgende Plätze verliehen:

- » **den ersten Platz unter 100 Unternehmen in Italien** im Bereich „Soziale Verantwortung von Unternehmen“ anhand der folgenden drei Parameter: Unternehmensführung (*Governance*), Zivilgesellschaft, Arbeitsumfeld;
- » **den zweiten Platz für den „Besten Ruf“** auf Basis der folgenden sieben Parameter: Produkte, Arbeitsumfeld, Unternehmensführung (*Governance*), Innovation, Führung, Zivilgesellschaft und Performance.

Mai 2012

BESTE RECHTSABTEILUNG ITALIENS



Bei der Verleihung des vom „International Legal Alliance Summit & Awards (ILASA)“ ausgelobten „International General Counsels Awards 2012“ wurde die Rechtsabteilung von Ferrero als „Beste Rechtsabteilung Italiens“ besonders erwähnt.

Mai 2012

AUSZEICHNUNG ALS BESTER ARBEITGEBER



Nach einer Umfrage unter 13.000 Befragten aus 263 Unternehmen ist Ferrero im zweiten Jahr in Folge als der „Best Employer of Choice“ bestätigt worden, also das beste Unternehmen, für das man in Italien arbeiten kann. Der Preis wurde vom „Employer Branding Observatory“ verliehen. Die Umfrage wurde von Monster Italia und Anthea Consulting in Auftrag gegeben.

März 2012

RANDSTAD-PREIS

Ferrero erhielt den Randstad-Preis auf Basis einer Umfrage, die das ICMA (*Institute of Certified Management Accountants*) in 14 Ländern unter 18- bis 65-jährigen Arbeitnehmern durchführte. 69% der befragten Arbeitnehmer – die meisten davon Frauen – waren der Meinung, Ferrero sei das attraktivste Unternehmen Italiens.



März 2012

PREIS „GESCHMACK DES JAHRES“

Ferrero Gran Soleil (in den Geschmacksrichtungen Zitrone, Mandarine und Espresso/Cappuccino) hat den Preis „Geschmack des Jahres“ des „Trypt Network“ erhalten, einem unabhängigen Verband, der auf Produktbewertungen spezialisiert ist. Ein Verbraucherpanel bewertete die Produkte nach ihrem Geruch, ihrer Konsistenz und ihrem Geschmack.



April 2012

PREIS FÜR GENERATIONENDIALOG

Das Projekt „Generationenbrücke“ von Ferrero, das Austausch und Dialog zwischen den Generationen fördert, wurde vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geprüft. Das Projektbüro „Dialog der Generationen“ zeichnete die Initiative im April 2012 als „Projekt des Monats“ aus.



DEUTSCHLAND

Mai 2013

PREMIO MERCURIO

Die deutsch-italienische Wirtschaftsvereinigung Mercurio, die seit 1988 Institutionen und Unternehmen zusammenbringt, mit dem Ziel, die deutsch-italienischen Beziehungen weiter zu verbessern, hat Ferrero den Premio Mercurio als besondere Anerkennung für die soziale Verantwortung des Unternehmens verliehen.



Juni 2012

BEST-PRACTICE-PREIS DES DAAB

Der Deutsche Allergie- und Asthmabund (DAAB) hat Ferrero für sein Engagement für Kinder und Erwachsene, die an Allergien, Asthma oder Neurodermitis leiden, den Preis für „Best Practice im Lebensmittelsektor“ verliehen.



Juli 2012

BEWERTUNG NACH ISO 26000

Der französische Verband für Normierung (AFNOR) hat die von Ferrero in Frankreich durchgeführten Maßnahmen zur sozialen Verantwortung auf Basis der ISO-26000-Richtlinien der *International Organization for Standardization* bewertet. In der Bewertung werden die Fortschritte bescheinigt und bestätigt, die Ferrero in diesem Bereich erzielt hat.

POLEN

November 2012

PREIS FÜR PRODUKTSICHERHEIT UND -QUALITÄT

Das polnische „Zentrum für Forschung und Zertifizierung“ hat mit Unterstützung des polnischen Wirtschaftsministeriums Ferrero eine wichtige Auszeichnung für sein Engagement bei der Förderung internationaler Qualitätsnormen verliehen.



September 2012

FÜHREND IM BEREICH ENERGIEEFFIZIENZ

Ferrero wurde für seine am Produktionsstandort Belsk angewandte Umwelt- und Nachhaltigkeitsstrategie als „Führend im Bereich Energieeffizienz“ ausgezeichnet. Verliehen wurde die Auszeichnung von der Organisation Trane, die weltweit führend in den Bereichen Erbringung von Umweltdienstleistungen und Energieeffizienz ist.



SPANIEN

Juni 2013

EMPRESAS SOCIALES

Ferrero erhielt von der *Fundación Mundo Ciudad*, die Unternehmen auszeichnet, die Maßnahmen und Programme zur sozialen Verantwortung umsetzen, die Auszeichnung „*Empresas Sociales*“. Der Preis wurde Ferrero für seine humanitäre Arbeit im Rahmen der „Sozialen Unternehmen“ in Indien, Kamerun und Südafrika verliehen. Diese Auszeichnung würdigt das unternehmerische Engagement der Familie Ferrero bei der Verbesserung und Weiterentwicklung der Lebensbedingungen in diesen Ländern.



PREISE UND AUSZEICHNUNGEN AUSSERHALB EUROPAS

AUSTRALIEN

Juli 2012

SILVER PARTNER STATUS

Im Rahmen des „Programmes zugunsten der Nachhaltigkeit“ hat die Regierung von New South Wales Ferrero mit dem „*Silver Partner Status*“ ausgezeichnet. Dieser Preis wird Unternehmen verliehen, die wichtige Nachhaltigkeitsziele im Umweltschutz umsetzen.



BRASILIEN

Oktober 2011

POPAI-PREIS



Ferrero erhielt vom Weltverband für Marketing und Vertrieb im Einzelhandel (POPAI) zwei wichtige Auszeichnungen für Ferrero Rocher:

- » in der Kategorie *Gold Award* für die Kampagnen „*Temporary Promotional Islands*“ und „*Merchandising Ferrero Rocher: mes dos Sentimentos*“;
- » in der Kategorie *Silver Award* für die Kampagne „*Ilhas Ferrero Rocher Natal*“.

CHINA

Juni 2013

GOLD PANDA PREIS

Zum vierten Mal wurde der „GOLD PANDA“ verliehen, eine Auszeichnung für italienische und chinesische Unternehmen, die zur Stärkung der bilateralen Wirtschaftsbeziehungen zwischen Italien und China beitragen. Der Preis resultiert aus der Zusammenarbeit zwischen der italienischen Handelskammer in China und der Stiftung „*Italia Cina*“ mit Unterstützung der italienischen Botschaft in China sowie der Schirmherrschaft des Außenministeriums und des Ministeriums für wirtschaftliche Entwicklung.



August 2012

AUSZEICHNUNG FÜR AUSGEZEICHNETEN SCHUTZ DER LEBENSMITTELSICHERHEIT

Als Auszeichnung für den sehr guten Ruf des Unternehmens und seine ausgezeichneten Qualitätskontrollen wurde Ferrero von den globalen Dienstleistern



CBN Media Group und *Ecolab Inc.* unter die Top 100 in China erhältlichen Marken ausgewählt.

März 2012

PREIS FÜR KONSUM UND SICHERHEIT



Im Rahmen der jährlichen Kampagne „Verbraucher im Mittelpunkt“ hat der Verbraucherverband *Nanjing Ferrero* mit dem Preis „Konsum und Sicherheit 2012“ ausgezeichnet.

MEXIKO

April 2012

EINTRAG IM GUINNESS BUCH DER WELTREKORDE

Ferrero steht im Buch der Weltrekorde – dank der Veranstaltung *Kinder Generación en Movimiento*, die am 29. April 2012 in Mexico City stattfand und an der 1.601 Eltern und Kinder teilnahmen.



RUSSLAND

November 2011

BESTES PRODUKT DES JAHRES 2011

In Russland haben Raffaello und Nutella in den jeweiligen Kategorien den Preis als „Bestes Produkt des Jahres 2011“ erhalten. Verliehen wurden diese Auszeichnungen von der „*Russian Trading Association*“ und der „*Moscow International Business Association*“ mit Unterstützung der nationalen Industrie- und Handelskammer.



USA

Oktober 2012

PREIS DER NATIONALEN ITALO-AMERIKANISCHEN STIFTUNG



Am 13. Oktober 2012 hat die „*National Italian American Foundation (NIAF)*“ **Giovanni Ferrero** den Preis „*Special Achievement in International Business*“ als Anerkennung für seine Führungsrolle auf internationaler Ebene verliehen. Die NIAF ist eine gemeinnützige Organisation, die 1965 mit dem Ziel gegründet wurde, die italo-amerikanische Gemeinschaft durch die Förderung des kulturellen Vermögens zu unterstützen. Insbesondere auch mit Bildungsprogrammen für Jugendliche.

Juni 2012

NUTELLA&GO!

Die US-amerikanische „*National Confectioners Association*“ hat auf der *Sweets Snacks Exposition* in Chicago auch „*Nutella&Go!*“ ausgezeichnet und unter die 40 innovativsten Produkte gewählt.



VEREINIGTE ARABISCHE EMIRATE

September 2012

ASIAN CSR LEADERSHIP AWARD

Ferrero wurde von der „*Asian Confederation of Business*“ für seine „*Führende Rolle bei der sozialen Verantwortung des Unternehmens in Asien*“ in der Kategorie „*Entwicklung lokaler Gemeinschaften*“ ausgezeichnet.

Der Preis ist eine Auszeichnung für das Engagement der Gruppe bei der Umsetzung von Initiativen für lokale Gemeinschaften in einigen der am stärksten benachteiligten Regionen der Welt durch die Tätigkeit der *Imprese Sociali* Ferrero.



FERRERO

DIE MENSCHEN BEI FERRERO



FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERTE ZU SCHAFFEN

| NATIONALITÄT | 31.08.2012 | |
|-----------------|---------------|---------------------------|
| | Gesamt | Mitarbeiterzahl gesamt |
| Italienisch | 8.152 | 32,3% |
| Deutsch | 3.869 | 15,3% |
| Indisch | 2.118 | 8,4% |
| Französisch | 1.763 | 7,0% |
| Polnisch | 1.414 | 5,6% |
| Brasilianisch | 814 | 3,2% |
| Russisch | 635 | 2,5% |
| Georgisch | 594 | 2,4% |
| Ecuadorianisch | 478 | 1,9% |
| Argentinisch | 456 | 1,8% |
| Kanadisch | 452 | 1,8% |
| Chinesisch | 428 | 1,7% |
| Südafrikanisch | 428 | 1,7% |
| Belgisch | 395 | 1,6% |
| Chilenisch | 371 | 1,5% |
| Türkisch | 344 | 1,4% |
| Bulgarisch | 312 | 1,2% |
| US-amerikanisch | 274 | 1,1% |
| Australisch | 257 | 1,0% |
| Mexikanisch | 233 | 0,9% |
| Irish | 202 | 0,8% |
| Kamerunisch | 196 | 0,8% |
| Spanisch | 132 | 0,5% |
| Sonstige | 953 | 3,8% |
| Gesamt | 25.270 | 100% |

DIE MENSCHEN BEI FERRERO

Hier einige Daten zu den Ferrero-Mitarbeitern weltweit zum 31. August 2012:

43,3% Frauen

78,1% mit unbefristetem Vertrag

89,4% mit Vollzeitvertrag

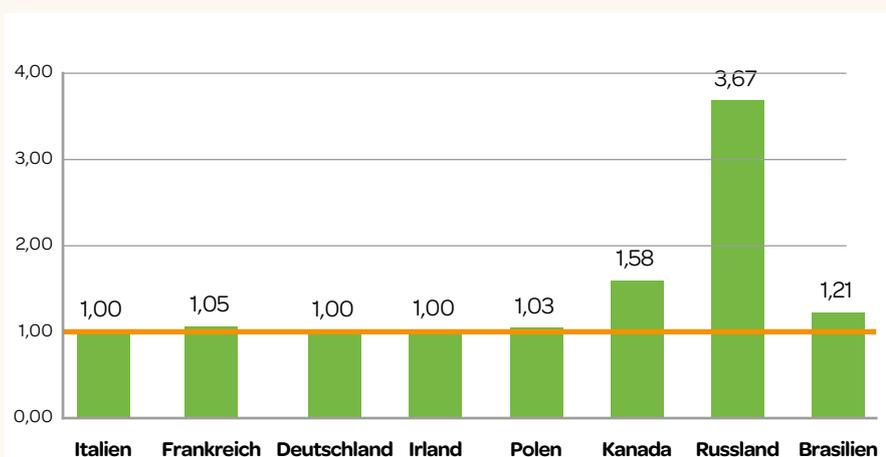
21,9% der Mitarbeiter sind unter 30 Jahre

17,3% der Mitarbeiter sind über 50 Jahre



VERHÄLTNISS ZWISCHEN EINTRITTSLOHN DER NEU EINGESTELLTEN ARBEITER UND DEM GESETZLICHEN MINDESTLOHN 2011/12*

* Die Kennzahl Eintritslohn besteht aus der Mindestbruttovergütung für neu eingestellte Produktionsarbeiter. Nicht enthalten sind Überstundenzuschläge, Produktionsprämien oder individuelle Prämien. Ist der Wert gleich 1 stimmen gesetzlicher Mindestlohn und der von Ferrero gezahlte Lohn überein.



820 Senior Manager, davon

66% vor Ort im jeweiligen Land eingestellt



2011/12: KEIN STREIK
AN DEN STANDORTEN



KEIN TÖDLICHER ODER
SCHWERWIEGENDER
UNFALL IN DEN
PRODUKTIONSSTÄTTEN

2012 erhielten **225 Mitarbeiter eine formale Anerkennung für 25 Jahre Betriebszugehörigkeit** in der Ferrero-Gruppe, **168 Mitarbeiter für 30 Jahre, 74 Mitarbeiter für 35 Jahre und 30 Mitarbeiter für 40 Jahre Betriebszugehörigkeit.**

WEITERBILDUNG UND WEITERENTWICKLUNG

Das Ferrero Learning Lab ist die zentrale Koordinationsstelle der institutionellen und managementrelevanten Weiterbildungsmaßnahmen für Ferrero-Mitarbeiter. Diese Initiativen umfassen drei Hauptbereiche:

- » *Corporate University*
- » *Commercial Operations und Management Services*
- » *Industrial Operations*



WEITERE INFORMATIONEN ZU DEN MITARBEITERN DER FERRERO-GRUPPE FINDEN SIE IN DER VOLLSTÄNDIGEN VERSION DES CSR-BERICHTS 2012 UNTER www.csr.ferrero.com

NACHHALTIGE LANDWIRTSCHAFTLICHE PRAKTIKEN

Die
Haselnussfrucht

FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERTE ZU SCHAFFEN

NACHHALTIGE LANDWIRTSCHAFTLICHE PRAKTIKEN

Die Ferrero-Gruppe ist seit jeher darauf bedacht, **direkte, langfristige Geschäftsbeziehungen zu Rohstoffproduzenten und -lieferanten aufzubauen und zu pflegen**, basierend auf Dialog und Transparenz.

Wie bereits in den früheren CSR-Berichten dargestellt, beschreibt der **Code of Business Conduct von Ferrero** unter anderem klare, anspruchsvolle Anforderungen an Qualität und Frische der Rohstoffe unter vollständiger Einhaltung aller ethischen und Nachhaltigkeitsprinzipien (der vollständige Wortlaut des Code of Business Conduct findet sich unter www.csr.ferrero.com).

Begleitet wird der Code of Business Conduct vom so genannten **ABCDE-Plan (A Business Code Dialogue Engagement)**, der bis Ende 2013 umgesetzt werden soll und alle internen und externen Stellen, die entlang der Produktionskette beteiligt sind, zu einer gemeinsamen Vorgehensweise auffordert. Außerdem wird er es uns erlauben, die Beziehung zu unseren Rohstofflieferanten weiter zu stärken und auszubauen.

Mit dem ABCDE-Plan bekräftigt die Ferrero-Gruppe außerdem ihre Verpflichtung zu „**Guten Landwirtschaftlichen Praktiken**“, die definiert sind als „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).

UNSERE HAUPTZUTATEN

Unsere grundlegenden Prinzipien bei der Auswahl der Rohstoffe sind: **hochwertige Qualität, die Achtung der Menschenrechte und das Nachhaltigkeitsprinzip**.



Im vorliegenden Kapitel werden die Initiativen dargestellt, die Ferrero im Hinblick auf die verwendeten landwirtschaftlichen Rohstoffe durchführt, um folgende Ziele zu erreichen:

| ROHSTOFF | ZIELE | TERMIN | STATUS |
|--------------|----------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------------------------------|
| Milch | 30% aus integrierter Lieferkette | 2012 | Erreicht |
| Kaffee | 100% als nachhaltig zertifiziert | 2013 | Wird etwa zwei Jahre früher erreicht |
| Eier | 100% der Eier aus Bodenhaltung, um dem Tierschutz Rechnung zu tragen | 2014 | Im Zeitplan |
| Palmöl | 100% als nachhaltig zertifiziert | 2014 | Wird etwa ein Jahr früher erreicht |
| Kakao | 100% als nachhaltig zertifiziert | 2020 | Im Zeitplan |
| Haselnüsse | 100% der Haselnüsse rückverfolgbar | 2020 | Im Zeitplan |
| Rohrzucker | 100% aus nachhaltiger Lieferkette | 2020 | Neu |
| Sojalecithin | GMO-frei | Bereits umgesetzt | Bereits umgesetzt |



Palmöl

150.000 Tonnen kommen jährlich aus Malaysia (vor allem von der malaiischen Halbinsel), Papua-Neuguinea und Brasilien

ZIELE 100% Beschaffung von als nachhaltig zertifiziertem, segregiertem* Palmöl bis Ende 2014, davon

50% bereits im April 2013 erreicht

* Segregiert heißt, dass das Palmöl komplett zurückverfolgt werden kann, von der Verwendung in der Produktionsstätte bis zur Plantage.

Kakao

ZIEL 100%
als nachhaltig zertifizierter
Kakao bis 2020



| KONTROLLIERTER NACHHALTIGER KAKAOANTEIL AM GESAMTVOLUMEN | ZEITRAUM | STANDARDS UND PROJEKTE ZUR ZIELERREICHUNG | KAKAOERZEUGERLÄNDER |
|----------------------------------------------------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| 20% | 2011/2013 | | |
| 40% | 2013/2015 | UTZ Certified, Rainforest Alliance Certified, Certification Capacity Enhancement, Source Trust und andere | Vor allem aus der Elfenbeinküste, Ghana, Nigeria, Ecuador |
| 60% | 2015/2017 | | |
| 80% | 2017/2019 | | |
| 100% | 2020 | | |

ZIEL 100% Rückverfolgbarkeit bis 2020 bei 100% der verwendeten Haselnüsse mithilfe des Ferrero-Farming-Values-Plans (FFV)

Haselnüsse



Die 4 Pfeiler dieses Plans:

- EINE ERSTKLASSIGE HASELNUSSPRODUKTION GEWÄHRLEISTEN
- DIE AUF INTERNATIONALER UND NATIONALER EBENE GELTENDEN ARBEITSBEDINGUNGEN EINHALTEN UND AUCH DIE LIEFERANTEN DAZU BRINGEN, SIE EINZUHALTEN
- JEDGLICHE FORM VON KINDERARBEIT VERMEIDEN
- EINEN PLAN ZUR ARBEITSSICHERHEIT FÜR DIE BAUERN UMSETZEN

WEITERE INFORMATIONEN ZUR ROHSTOFFBESCHAFFUNGSSTRATEGIE DER GRUPPE FINDEN SIE IN DER VOLLSTÄNDIGEN VERSION DES CSR-BERICHTS 2012 UNTER www.csr.ferrero.com

DIE LANDWIRTSCHAFTLICHEN BETRIEBE VON FERRERO

Ferrero betreibt für den Haselnussanbau fünf landwirtschaftliche Betriebe, die seit 1991 nach und nach den Betrieb aufgenommen

Ferrero hat beschlossen, in den Anbau zu investieren, um Haselnüsse zu erhalten, die:

- weltweit von ausgezeichneter Qualität und immer frisch sind;
- auch dann zur Verfügung stehen, wenn in der nördlichen Hemisphäre keine frischen Haselnüsse geerntet werden können.



9.000 Hektar Anbaufläche

1.012 Mitarbeiter zum 31. August 2012, davon

595 in Georgien

372 in Chile

34 in Südafrika

9 in Argentinien

2 in Australien

77% der Mitarbeiter sind landwirtschaftliche Arbeiter

16% sind Frauen



99,6% der Mitarbeiter stammen aus der Region

Georgien - Ferrero beteiligt sich zusammen mit USAID am EPI-Projekt (*Economic Prosperity Initiative*):

2.000 Bauern nehmen bis 2014 an Schulungen teil, davon

800 im Jahr 2012



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

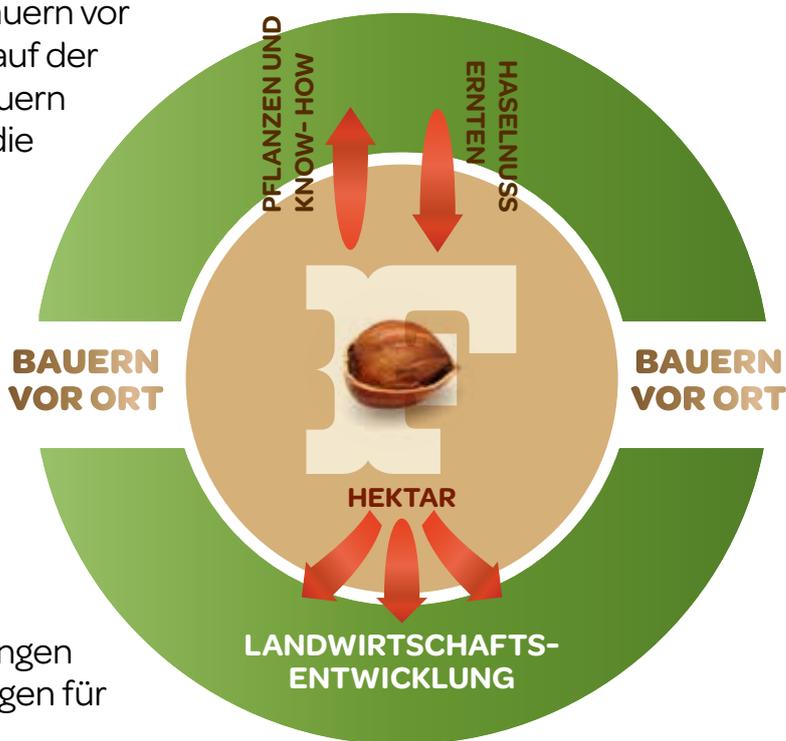
HASELNUSSANBAU

Die Maßnahmen von Ferrero zur Entwicklung des Haselnusssektors werden gemäß einer Strategie fortgeführt, die sich seit mehr als einem Jahrzehnt in verschiedenen Ländern der Welt bewährt hat und folgendermaßen zusammengefasst werden kann:

- » Erwerb und Management der landwirtschaftlichen Pilotbetriebe: die Pilotbetriebe, die direkt vom *Hazelnut Business Development* (HBD) geführt werden, haben eine dreifache Funktion:
 1. **Testfunktion**: um die Anpassungsfähigkeit der verschiedenen Haselnussorten an die lokalen landwirtschaftlichen und klimatischen Verhältnisse zu erforschen und verschiedene landwirtschaftliche Anbaumethoden zu erproben;
 2. **Vorbildfunktion**: um den Anbau von Haselnusssträuchern durch lokale Betriebe zu fördern;
 3. **Produktionsfunktion**: um einen erheblichen Teil ihrer Ernte Ferrero anzubieten und dabei weiterhin den Verkauf zu Marktpreisen zu erleichtern.

- » Pflanzenaufzuchtanlage: die Setzlinge ausgewählter Sorten, die in den Ferrero-/HBD-Pflanzenaufzuchtanlagen gezüchtet werden, werden zu einem fairen¹ Preis an die Bauern vor Ort verkauft. Neben dem Verkauf der Pflanzen bietet Ferrero den Bauern technische Unterstützung für die Pflege der Pflanzungen.

- » Forschung und Schulungen: Ferrero kooperiert mit nationalen und internationalen Forschungseinrichtungen zur technischen Handhabung der Haselnusspflanzungen. Außerdem werden in Zusammenarbeit mit internationalen Projekten und lokalen Bildungseinrichtungen Schulungen und Informationsveranstaltungen für die Bauern durchgeführt.



WEITERE INFORMATIONEN ZUR ROHSTOFFBESCHAFFUNGSSTRATEGIE DER GRUPPE FINDEN SIE IN DER VOLLSTÄNDIGEN VERSION DES CSR-BERICHTS 2012 UNTER www.csr.ferrero.com

¹ Der die Standardstrukturkosten sowie die direkten Kosten abdeckt.



MINIMIERUNG DER UMWELTAUSWIRKUNGEN

Haselnussblüte

FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERTE ZU SCHAFFEN

MINIMIERUNG DER UMWELTAUSWIRKUNGEN

DIE ZERTIFIZIERUNG DER FERRERO-PRODUKTIONSSTÄTTEN

- 11 Ferrero-Produktionsstätten verfügen über ein nach ISO 14001:2004 zertifiziertes Umweltmanagementsystem. Derzeit läuft ein gruppenweites Zertifizierungsprojekt, in dessen Rahmen eine Gesamtzertifizierung des Ferrero-Produktionssystems erzielt werden soll.
- 2 Produktionsstätten haben für ihr Energiemanagementsystem eine Zertifizierung nach ISO 50001:2011 erhalten.

FOLGENDE ZIELE WURDEN 2011/12 BEREITS FRÜHER ALS GEPLANT ERREICHT:

Energie



Das Ziel, den Energieverbrauch **pro Produkteinheit gegenüber 2009 um 5% zu reduzieren** (ursprünglich vorgesehen bis 2020)

Der Energieverbrauch der Ferrero-Produktionsstätten liegt in absoluten Zahlen etwa auf dem Niveau der Vorjahre, bei gleichzeitiger Produktionssteigerung.

Wasser



Das Ziel, **den Wasserverbrauch pro Produkteinheit gegenüber 2009 um 20% zu verringern**

Mit dem in unseren Produktionsstätten in diesen Jahren eingesparten Wasser könnte man die Arena in Verona achtmal füllen.



VON DER GRUPPE ERZIELTE **ERGEBNISSE**

Die **seit 2010 erzielten Einsparungen an CO₂-Emissionen (fast 33.000 Tonnen)** entsprechen der Jahresgesamtemission von circa 14.000 Mittelklassewagen.

FOLGENDE ZIELE SIND NOCH ZU ERREICHEN

Eigenenergieerzeugung

- **Bis 2013/14: Selbst erzeugte elektrische Energie deckt 75%** der in allen europäischen Produktionsstätten der Gruppe (Belgien, Frankreich, Deutschland, Irland, Italien, Polen - mit Ausnahme von Russland und der Türkei) verbrauchten Energie, davon 25% aus erneuerbaren Energiequellen
- **Bis 2020: Umsetzung eines Energiemaßnahmenplanes auf globaler Ebene**, in Einklang mit der lokalen Situation bestehender und zukünftiger Produktionsstätten



Verpackungen

- **Bis 2020: Nutzung von Materialien aus erneuerbaren Energiequellen** für Verpackungen (+10% gegenüber 2009)
- **Bis 2014: 100% Papier und Karton** aus Primärfasern aus als nachhaltig zertifizierter Lieferkette



Transport und Lagerung*

- **Bis 2020: Verringerung der Treibhausgasemissionen um 30%** (Tonnen CO₂-Äquivalente), die durch Transport- und Lageraktivitäten entstehen



* Im Berichtsjahr registrieren wir gegenüber 2009 eine Verringerung der Treibhausgasemissionen um 8% pro produzierte Tonne.

Die **Verwertungsquote von Abfällen** liegt in diesem Jahr für alle Produktionsstätten bei **90%**.



UNSERE 10 CSR-ZIELE



BIS 2020

FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERTE ZU SCHAFFEN

UNSERE **10** CSR-ZIELE BIS 2020

| ZIELE | STATUS |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| FÜR MENSCHENRECHTE | |
| <p>1 Ausweitung der Aktivitäten der <i>Fondazione Ferrero Alba</i> und der <i>Imprese Sociali Ferrero</i></p> | Erreicht und verlängert  |
| <p>2 Umsetzung des Code of Business Conduct in der ganzen Wertschöpfungskette (ABCDE-Plan)</p> | Ende 2013  |
| <p>3 Unterstützung interner Maßnahmen zur Förderung der „Diversitätskultur“</p> | Bis 2015  |

| ZIELE | STATUS |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| FÜR DIE UMWELT | |
| <p>4 Selbst erzeugte elektrische Energie deckt 75% der in allen europäischen Produktionsstätten der Gruppe verbrauchten Energie, davon 25% aus erneuerbaren Energiequellen</p> | Bis 2013/14  |
| <p>Umsetzung eines Energiemaßnahmenplanes auf globaler Ebene, in Einklang mit den lokalen Situation bestehender und zukünftiger Produktionsstätten</p> | Bis 2020  |
| <p>5 Verringerung der durch Produktionsaktivitäten verursachten CO₂-Emissionen um 40% (gegenüber 2007)</p> | Bis 2020  |
| <p>Verringerung der bei Transport und Lagerung erzeugten Treibhausgasemissionen (Tonnen CO₂-Äquivalente) um 30% (gegenüber 2009)</p> | Bis 2020  |
| <p>6 Verringerung des Wasserverbrauchs pro Produkteinheit um 20% im Jahr 2020 (gegenüber 2009)</p> | Vor der eigentlichen Frist bereits erreicht  |
| <p>7 Nutzung von Materialien aus erneuerbaren Energiequellen für Verpackungen (+10% gegenüber 2009)</p> | Bis 2020  |
| <p>100% Papier und Karton aus Primärfasern aus als nachhaltig zertifizierter Lieferkette</p> | Bis 2014  |



IM PLAN



GERINGFÜGIG VERÄNDERT



VOR PLAN

| ZIELE | STATUS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| FÜR DIE ROHSTOFFE | |
| 8 100% als nachhaltig zertifizierter Kakao | Bis 2020 ● |
| 100% als nachhaltig zertifizierter Kaffee | Auf 2013 vorgezogen ● |
| 100% als nachhaltig zertifiziertes segregiertes Palmöl | Auf 2014 vorgezogen ● |
| 100% Rohrzucker aus nachhaltigen Quellen | Bis 2020 ● |
| 100% der Haselnüsse rückverfolgbar | Bis 2020 ● |
| 9 100% der Eier von Hühnern aus Bodenhaltung, um dem Tierschutz Rechnung zu tragen | Bis 2014 ● |

| ZIELE | STATUS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| FÜR EINEN GESUNDEN LEBENSSTIL | |
| 10 Kontinuierliche Unterstützung und Ausweitung unseres Programms für den Sport „Kinder+Sport“ | Erreicht und verlängert ● |





ANHANG I – FERRERO ROCHER IM FOKUS



Ferrero-Rocher-Event, Dubai

FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERTE ZU SCHAFFEN

FERRERO ROCHER

1982 kommt Ferrero Rocher auf den Markt

2013 wird Ferrero Rocher auf allen 5 Kontinenten vertrieben



FERRERO ROCHER SCHMECKT UNNACHAHMLICH

Ferrero Rocher wird von hochspezialisiertem Personal mit großer Sorgfalt und handwerklichem Geschick hergestellt. Im Inneren verbirgt die Pralinenspezialität Rocher **mit der ganzen Haselnuss eine edle Zutat**, bedeckt mit Haselnuss splitter, die von Milkschokolade umhüllt werden.

ROCHER IST EINZIGARTIG, AUCH DIE VERPACKUNG

Jede Spezialität ist einzeln in einer goldenen Hülle eingewickelt und befindet sich in der charakteristischen Verpackung.

4 GEHEIMNISSE DIESES GROSSEN ERFOLGS

- » Die sensorischen Eigenschaften der ganzen Haselnuss, vor allem ihr Duft;
- » Die samtig cremige Füllung;
- » Die knusprige Waffel;
- » Die leckeren Splitter außen, von Schokolade umhüllt.



DIE ROHSTOFFE VON FERRERO ROCHER

4 Ferrero-Werke produzieren
Ferrero Rocher

ALBA (ITALIEN)
BRANTFORD (KANADA)
STADTALLENDORF (DEUTSCHLAND)
POÇOS DE CALDAS (BRASILIEN)



Diese Ferrero-Produktionsstätten wurden alle von externen Instituten nach Standards für Lebensmittelsicherheits-Managementsysteme zertifiziert.

18.000 Geschmackstests werden jährlich in den Ferrero-Labors durchgeführt

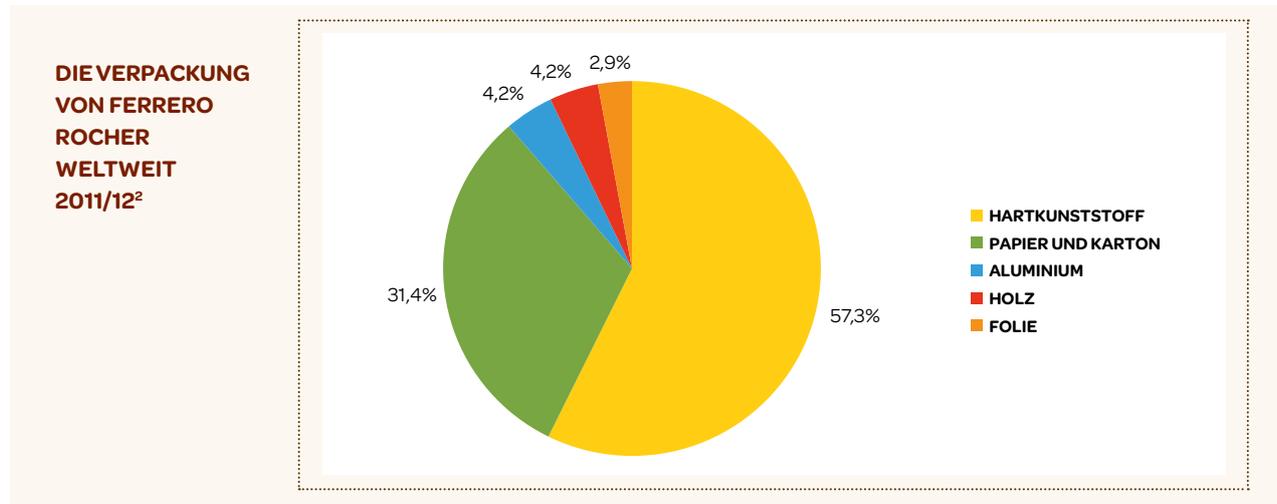
70.657 Tonnen frischer Rohstoffe werden für die Produktion von Ferrero Rocher verwendet

100% des für Ferrero Rocher in den fünf Hauptmärkten verwendeten Kakaos wird bis 2012/2013 als nachhaltig zertifiziert¹



¹ Hier handelt es sich um eine Berechnungssimulation auf Basis der Mengen im Geschäftsjahr 2011/2012 und der 2012/2013 gekauften Menge an zertifizierten Rohstoffen.

DIE VERPACKUNG VON FERRERO ROCHER



DIE HAUPTZIELE UNSERER VERPACKUNGEN:

- » Duft und Qualität eines äußerst komplexen und empfindlichen Produktes zu schützen
- » Schutz vor Feuchtigkeit und anderen äußeren Einflüssen sicherzustellen
- » Eine angemessene mechanische Widerstandsfähigkeit sowie den Schutz der Pralinen zu gewährleisten

20% des gesamten Verpackungsmaterials ist recycelt



² Prozentuale Unterteilung nach Gewicht der 2011/2012 weltweit für die Verpackung von Ferrero Rocher verwendeten Materialien.

Ferrero-Produktionsstätte
Stadtlendorf
(Deutschland)



ANHANG II – FERRERO IN DEUTSCHLAND UND IN POLEN APPENDIX – FERRERO DEUTSCHLAND IM FOKUS

Ferrero-Produktionsstätte Belsk (Polen)



FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERTE ZU SCHAFFEN

FERRERO IN DEUTSCHLAND

Als Marktführer für Süßwaren begeistert Ferrero Deutschland mit 27 starken Marken wie Nutella, Kinder Überraschung, Milch Schnitte, Duplo und Mon Chéri. Dabei zeichnen Innovationskraft, das hohe Qualitätsbewusstsein und die Leidenschaft der Mitarbeiter in Frankfurt und Stadtallendorf das traditionsreiche Familienunternehmen aus.

Ferrero beginnt seine Tätigkeit in Deutschland im September 1956 in Stadtallendorf (Hessen), mit insgesamt fünf Mitarbeitern.

Das erste vor Ort hergestellte Produkt hieß Cremalba und wurde in 200g-Gläsern angeboten. Sechs Monate später hat Ferrero schon mehr als sechzig Mitarbeiter, Ende 1957 bereits einhundertfünfzig. Mit der ebenfalls 1957 in Deutschland aufgenommenen Produktion der berühmten Mon-Chéri-Pralinen kam der endgültige Durchbruch.

Heute ist Ferrero mit 4.794 Mitarbeitern das größte Süßwarenunternehmen in Deutschland. Die Verwaltung von Ferrero hat ihren Sitz in Frankfurt am Main, der Produktionsstandort und das Lager befinden sich in Stadtallendorf.

Auf dem deutschen Markt werden heute folgende Produkte vertrieben: Nutella, Mon Chéri, Milch-Schnitte, Kinder Überraschung, Kinder Riegel, Duplo, Hanuta, Yogurette, Ferrero Rocher, Ferrero Küsschen, Raffaello, Giotto, Die Besten, Pocket Coffee, Rondnoir, Nutella & Go, Tic Tac, Kinder Schoko Bons, Kinder Chocofresh, Kinder Maxi King, Kinder Bueno, Kinder Pingüi, Kinder Friends, Kinder Country, Kinder Joy, Kinder Schokolade, Kinder Happy Hippo Snack.

2011/12 lag der konsolidierte Umsatz von Ferrero in Deutschland bei 2,2 Milliarden Euro.



Ferrero-Werk in Stadtallendorf

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Ferrero misst dem Dialog und dem kontinuierlichen Austausch mit verschiedenen Stakeholdergruppen eine hohe Bedeutung zu. Ferrero Deutschland nimmt die Erwartungen und Meinungen seiner Anspruchsgruppen ernst und möchte den Austausch relevanter Themen anregen, insbesondere um das gesellschaftliche Engagement zu vertiefen und Nachhaltigkeitsziele besser zu erreichen.

Auf lokaler wie auch auf globaler Ebene haben Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, politische und wissenschaftliche Entscheidungsträger sowie Umwelt- und Nichtregierungsorganisationen komplexe Anforderungen und Erwartungen insbesondere an unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Seit 2011 organisiert Ferrero in Deutschland regelmäßig sogenannte „nationale Stakeholder Dialoge“. Im Mai 2012 kamen Experten aus Politik, Wissenschaft sowie Umwelt- und Nichtregierungsorganisationen in Stadtallendorf zusammen, um sich gemeinsam zu Schwerpunktthemen wie Rohstoffbeschaffung, Energiemanagement und Lebensmittelsicherheit auszutauschen.

Thema des Dialogs im Oktober 2012 waren hingegen Energieeffizienz und Umweltschutzeffizienz. Aufgrund der überaus positiven Resonanz wird der kommende Stakeholder Dialog im Mai 2013 stattfinden mit Fokus auf dem Thema nachhaltige Rohstoffbeschaffung.

TEILNAHME AN VERBÄNDEN SOWIE VERBINDUNG ZUR LOKALEN GEMEINSCHAFT

Auch in Deutschland ist Ferrero Mitglied zahlreicher Verbände und lokaler Fachgremien, deren wichtigstes Ziel es ist, den Austausch von Wissen zwischen Ferrero und seinen Kooperationspartnern zu fördern. Das ist auch für die Kommunikation der Strategie zur sozialen Verantwortung des Unternehmens wichtig.

Außerdem unterhält Ferrero enge Beziehungen zu den lokalen Gemeinschaften, den Behörden und anderen hessischen Unternehmen, vor allem in Stadtallendorf. Auf lokaler Ebene werden insbesondere Themen im Zusammenhang mit Energieeffizienz diskutiert. Ferrero nimmt hier mit Vertretern aus der Region und anderen Unternehmen an Roundtables teil.

FORUM NACHHALTIGER KAKAO

Das „Forum Nachhaltiger Kakao“ wurde am 13. Juni 2012 in Berlin gegründet, um die Bedingungen in den Kakaoanbauländern zu verbessern. Das Bundeslandwirtschafts- (BMELV) und das Bundesentwicklungsministerium (BMZ) haben im Juni 2012 gemeinsam mit Wirtschaft, Handel und Zivilgesellschaft dieses Forum gegründet. Ziel ist es, die Anbauländer beim Ausbau einer nachhaltigen Kakaoproduktion zu unter-

stützen, Einzelaktivitäten zu bündeln und eine sektorweite Zusammenarbeit der relevanten Partner zu etablieren. Bereits ca. 70 Akteure aus der kakaoverarbeitenden Wirtschaft und dem Lebensmittelhandel sowie im Bereich Kakao engagierte standardsetzende Organisationen wie Fairtrade, Rainforest Alliance und UTZ Certified, Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen haben ihren Beitritt zum Forum erklärt.

LOKALE INITIATIVEN FÜR MITARBEITER

In Deutschland gibt es eine Vielzahl von Projekten und Maßnahmen, die darauf abzielen, ein möglichst positives und anregendes Arbeitsumfeld zu schaffen, das Mitarbeitern erlaubt, ihre Arbeitstätigkeit bestmöglich zu erfüllen, ihr Kreativitätspotenzial zu entfalten, respektvoll miteinander umzugehen und Familie und Beruf in Balance zu setzen. Basis ist dabei neben einer wettbewerbsfähigen Lohn- und Gehaltsstruktur, ausgezeichneten Karrieremöglichkeiten, besten Weiterbildungs- und Trainingsoptionen auch ein umfangreiches Programm für Mitarbeiter unter dem Namen „Primavera“.

Dieses Programm umfasst fünf strategische Bereiche:

- » Talententwicklung;
- » Leistungen / Benefits für die Mitarbeiter;
- » Gesundheit und Sicherheit;
- » Arbeitsumfeld;
- » Team.

Zur Förderung der Talententwicklung bietet Ferrero seinen leistungsstärksten Mitarbeitern ein umfassendes Fortbildungsprogramm, unter anderem in Zusammenarbeit mit der *Saint Joseph University* in Philadelphia (USA) oder der *International Business School INSEAD* in Fontainebleau (Frankreich).

WORK-LIFE-BALANCE

In allen Abteilungen werden verschiedene Maßnahmen umgesetzt, die eine bestmögliche Work-Life-Balance ermöglichen:

- ▶ Flexible Arbeitszeiten für die Verwaltung, mit Gleitzeit-, Teilzeit- und Home-Office-Modellen;
- ▶ Umfassendes Gehalts- und Rentensystem für alle Mitarbeiter, das vor kurzem noch flexibler gestaltet wurde und nun noch bessere Leistungen für die Mitarbeiter bietet;

- ▶ Kleine und große Annehmlichkeiten wie kostenloses Obst, Kaffee und Getränke, Jobticket, Reinigungsservice, Sprachkurse und Kooperationen mit Sporteinrichtungen, Fitnessstudios und den Städtischen Bühnen Frankfurt.

Zur Verbesserung des Arbeitsumfeldes wurden die Büros in Frankfurt renoviert und moderne, helle und gut belüftete Räumlichkeiten geschaffen. Die Werkskantine in Stadtallendorf bietet für drei Schichten Speisen an.

In Stadtallendorf organisiert Ferrero saisonale Freizeitangebote: das *Ferrero Summer Camp* für Mitarbeiterkinder, Weihnachtsspiele, Sportangebote (Drachenbootrennen, JP-Morgan Corporate Challenge, Bowling), den Girls' Day (hier können junge Frauen „typisch männliche“ Berufe kennenlernen, z.B. in den technischen Abteilungen).



Werksbus für Mitarbeiter

Im Werk Stadtallendorf bietet Ferrero seit fünfzig Jahren einen Werksbus an, damit die Mitarbeiter ihren Arbeitsplatz einfach erreichen können. Die Busse, die einen Radius von 50 km abdecken, gibt es für alle drei Schichten im Werk. In Frankfurt profitieren die Mitarbeiter, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit kommen, von einem Ticket zum Sondertarif (Jobticket).

MITARBEITERBETEILIGUNG UND -KOMMUNIKATION

Zur Unterstützung der internen Kommunikation gibt es das Mitarbeiterportal „myFerrero“ sowie die Mitarbeiterzeitung „Giornalino“, die alle zwei Monate erscheint: Die Zeitung Giornalino liefert allgemeine Informationen zu Themen rund um das Unternehmen und die Produkte, während im Mitarbeiterportal kurze und aktuelle Meldungen erscheinen. Außerdem liefert das Portal Zugang zu allen allgemeinen Informationen und enthält einen speziellen Mitarbeiterbereich sowie eine Betriebsratsseite. Außerdem findet alle zwei Monate ein CSR-Roundtable mit der Ferrero Business Unit

Erfolgsfaktor CSR: Verantwortung in Unternehmensstrategie fest verankert

Town Hall Meeting und Management Conference standen ganz im Zeichen von CSR

Corporate Social Responsibility - kurz CSR - ist das zentrale Thema der Ferrero-Gruppe. Die Verantwortung, die Ferrero gegenüber Umwelt, Verbrauchern, Mitarbeitern und Partnern übernimmt, bestimmt daher sowohl viele Aufgabenbereiche des Managements als auch der Mitarbeiter bei Ferrero Deutschland. So stand auch das Town Hall Meeting im Juni ganz im Zeichen von CSR. Drei Mitarbeiter wählten hier die Storys nicht nur ausführlich präsentiert, sie erarbeiteten auch selbst weitere Ideen zur künftigen Aktivitäten im Rahmen der Ferrero CSR-Strategie.

„CSR ist für uns ein zentrales Thema“, sagt Carlo Vassallo auf dem Town Hall Meeting. Verantwortlich für die Verantwortung sind wir alle. Und das ist ein Weg, den wir nicht verlassen werden. Genau diesen Weg müssen wir weitergehen, um die Verantwortung zu übernehmen. Aus diesem Grund ist Corporate Social Responsibility auch Bestandteil der Unternehmensstrategie. Vassallo weist die Verantwortung der Mitarbeiter auf, sich im Rahmen der CSR-Strategie der Ferrero-Gruppe zu engagieren und gleichzeitig unseren eigenen Weg für Ferrero Deutschland zu finden.“

Stefanus Nießer und Sabine Leber präsentieren die CSR-Strategie.

Stefanus Nießer und Sabine Leber präsentieren gemeinsam die CSR-Strategie von Ferrero Deutschland. Sie argumentieren vielfältig, wie das Thema selbst auch die Produkte, in denen sich Ferrero engagiert - zum Beispiel der Einsatz für angemessene Arbeitsbedingungen in Ländern, aus denen Rohstoffe kommen werden.

Gemeinschaftlich die CSR-Strategie weiterentwickeln

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

CSR bedeutet Verantwortungsgelbes Handeln. Beim Town Hall Meeting wurde die Strategie hinter unseren CSR-Inhalten erläutert. In dieser Ausgabe erfahren Sie mehr über CSR-Aktivitäten wie Energieprojekte, Reisen im Werk oder unsere gesponserten Altherrenmanagement. Unsere Mitarbeiter engagieren sich mit einem Charity Event für Kinder genauso wie mit Aktionen zum Weltklimatag. Außerdem stellen wir einen Katalog vor, der mit einer Sommerrelax-Ausstattung lockt.

Das Schöne daran ist: Verantwortungsgelbes Handeln ist etwas, was unabhängig von der Größe der Unternehmen, sondern jedes Einzelne ist und somit jeder etwas bewegen kann.

Viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe!

Giornalino - Redaktion

Marken, aber auch bei uns als Unternehmen erkennen und kommunizieren“, sagt Vassallo. Damit lässt er die sieben Kernpunkte der Business-Strategie zusammen, die er Herrmann Ferrero präsentiert und mit ihm diskutiert. Die Ergebnisse sind im Business Unit Report zu finden. Neben Marketing, der Präsenz im Handel und CSR zählen dazu auch die Anpassung an moderne digitale Kommunikationsformen - zum Beispiel Mobile Marketing - sowie die Förderung der Kreativität durch ein inspirierendes Arbeitsumfeld. „Unser Mission ist es, langfristig nachhaltiges Wachstum zu generieren“, betont Vassallo, und unsere Vision, von Verbrauchern und Handel in beiden Richtungen zu profitieren, wird weiterentwickelt.“

Die Geschäftsführung legt im Town Hall Meeting auch eine erste Bilanz zur Entwicklung der aktuellen Geschäftstätigkeit vor. Neben dem letzten Monats Mail zu starken Signalen bewiesen“, sagt er im Hinblick auf die vergangenen Jahre eingeleiteten Maßnahmen wie zum Beispiel der Produktion der Privatlinien. Die Herausforderungen seien nicht weniger geworden, aber das Ergebnis zeigt bereits heute, dass es die richtigen waren. Ferrero erwartet, das aktuelle Geschäftsjahr mit einem Wachstum von mehr als 2% Prozent abzuschließen. „Bei einem stagnierenden Süddeutschen Markt ist das ein hervorragendes Ergebnis“, und dafür

Weiterführende Infos zum Thema

CSR-Strategie: Die CSR-Strategie Ferreros basiert auf fünf wesentlichen Säulen: • Nachhaltige Beschaffung • Soziale Verantwortung • Umweltschutz • Gesundheit Lebensstil • Verantwortungsgelbes Marketing

CSR-Bericht: Der aktuelle CSR-Bericht 2011 ist katalanisch erschienen und wird im September in deutscher Sprache verfügbar.

CSR Round Table: Ferrero hat einen Round Table im Leben gewählt, in dem Vertreter aus verschiedenen Unternehmensbereichen regelmäßig Wissen und Expertise austauschen.

Die Mitarbeiterzeitschrift Giornalino

und dem Werk Stadtallendorf statt, an dem die Mitarbeiter der wichtigsten Fachbereiche teilnehmen. Diese Initiative erlaubt es, Ideen zu verschiedenen Themen im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit zu diskutieren, voneinander zu lernen und Synergieeffekte zu erzeugen.

Alle zwei Jahre führt Ferrero eine umfassende Mitarbeiterbefragung durch, um zu erfassen, wie zufrieden die Mitarbeiter mit Ferrero als Arbeitgeber sind.

Außerdem hat das Unternehmen im April 2012 unter allen Mitarbeitern in Frankfurt sowie den Führungskräften in Stadtallendorf eine CSR-Umfrage gestartet, mit der erfasst wurde, wie angemessen die Nachhaltigkeitskommunikation ist und wie gut das Informationsniveau sowie das Bewusstsein der Mitarbeiter im Hinblick auf CSR-Themen des Unternehmens sind. Diese Umfragen ergaben: 88,6% der Mitarbeiter bestätigen, dass Ferreros aktuelle CSR-Aktivitäten eine gute Basis auch für zukünftige positive Entwicklungen sind. 82,3% kennen die für Ferrero wichtigsten CSR-Themen. 71,4% der Mitarbeiter bestätigt, durch ihre Arbeit einen Beitrag zu CSR zu leisten. Diese Ergebnisse zeigen uns, dass die im Vorjahr durchgeführte interne CSR-Kommunikation erfolgreich war und dass sowohl Management als auch Mitarbeiter dem Thema CSR eine große Bedeutung und Relevanz für ihre tagtägliche Arbeit beimessen. 83,8% gaben an, stolz darauf zu sein, bei Ferrero zu arbeiten.

Die Ferrero Business Unit fördert eine offene, vertrauensvolle Kommunikation. Ziel ist, eine starke Bindung zwischen Senior Management und Mitarbeitern zu schaffen als Basis dafür, auf ein gemeinsames Ziel hinzuarbeiten und den Unternehmenserfolg weiter auszubauen.

Daher fördert das Unternehmen einen kontinuierlichen Informationsfluss „up, down and across“, der auch das Geben und Empfangen von Feedback einschließt.



Demzufolge hat Ferrero 2010 das Kommunikationsprogramm „myFerrero“ eingeführt, das folgende Komponenten beinhaltet:

- ✓ *Managementkonferenz* (einmal jährlich im Mai): fachbereichsübergreifendes Strategie- und Führungsmeeting aller Senior Manager.



Ferrero fördert interne und externe Kommunikation

- ✓ *All Employee Meeting* (einmal pro Jahr im Juni): bei dieser Veranstaltung sollen Unternehmensstrategie und -ziele präsentiert werden.
- ✓ *National Sales Convention* (einmal jährlich im August): zu Beginn jedes Geschäftsjahres treffen sich *Middle Manager* und *Senior Manager* zur Strategieabstimmung und Planung der Marketing- und Vertriebsaktivitäten.
- ✓ *Weihnachtsfeier* für alle Mitarbeiter (einmal jährlich im Dezember): Rückblick auf das Jahr und kurzer Ausblick auf die kommenden Monate.
- ✓ *Marketing Ambassadors* (viermal jährlich): regelmäßiger Austausch zwischen

CEO und Marketing *Middle Managers*. Die „Marketing Ambassadors“ werden viermal jährlich von den *Middle* und *Junior Managers* ausgewählt.

- ✓ *Umfassende Mitarbeiterbefragung* (alle zwei Jahre): Umfrage zu aktuellen Themen und zur Erfassung der Stimmung im Unternehmen.

WOHLBEFINDEN, GESUNDHEIT UND SICHERHEIT

2012 hat Ferrero Deutschland ein umfassendes Gesundheitsprogramm initiiert, das auf drei Pfeilern beruht: „Mentale Fitness“, „Körperliche Fitness“ und „Gesunder Genuss“. Mit einer umfassenden Kommunikation zu Gesundheitsthemen soll das Bewusstsein für die Bedeutung eines gesunden Arbeitsumfelds geschärft werden. Angeboten werden zum Beispiel ein kostenloser Checkup für Mitarbeiter über fünfunddreißig Jahren oder das Trainingsmodul „Gesundes Führen“. Außerdem gibt es externe, anonyme Unterstützungs-/Beratungsprogramme für Mitarbeiter, Gesundheitstage, Ergonomieberatungen und „Gesundheitswochen“ in der Kantine, die dem Wunsch der Mitarbeiter nach ausgewogener Ernährung Rechnung tragen.

2011 hat Ferrero in der *Business Unit* und im Werk die ersten Initiativen zur Steigerung des Wohlbefindens am Arbeitsplatz und stärkeren Förderung der Work-Life-Balance umgesetzt.

Die positive Reaktion auf diese ersten Initiativen, die Akzeptanz bei den Mitarbeitern und die Ergebnisse der internen und externen Umfragen haben Ferrero veranlasst, ein Gesundheitsteam zu gründen, das dieses umfassende Gesundheitsprogramm ins Leben gerufen hat. Das Team definiert Ziele und Maßnahmen für



Medical controls and nutritional advice for employees

alle Mitarbeiter unter Berücksichtigung der Besonderheiten und Bedürfnisse der Mitarbeiter in der Business Unit und der Produktion.

Die erste Serie von Maßnahmen des Gesundheitsprogramms wurde 2012 kommuniziert und umfasst:

- » Vortragsreihe mit Gesundheitsinformationen
- » Gesundheits-Check
- » Ergonomieberatung
- » Employee Assistance Program (EAP)
- » spezielles Ernährungsprogramm
- » Gesundheits-Check und Ernährungsberatung für Mitarbeiter

Diese Initiativen werden begleitet von Informationsveranstaltungen und „Gesundheitstagen“, um unter den Mitarbeitern ein gemeinsames Gesundheitsbewusstsein und -verständnis zu

schaffen und sportliche Aktivitäten zu fördern, ganz nach dem Motto: „Ferrero in Bewegung“.

Das Werk Stadtallendorf hat außerdem eine Zusammenarbeit mit einer Krankenkasse initiiert, um kalorienarme Mahlzeiten anzubieten und Grippeimpfungen durchzuführen.

Außerdem gibt es im Werk eine Beratungsstelle für Mitarbeiter in schwierigen Lebenssituationen.

GLEICHBERECHTIGUNG UND MENSCHEN MIT BEHINDERUNG

Mit seinem 2012 eingeführten „Corporate Volunteering Programme“ und dem „Social Day“ bietet Ferrero Deutschland seinen Mitarbeitern die Möglichkeit, Initiativen für Menschen mit Behinderung zu unterstützen. So haben Ferrero-Mitarbeiter die Räumlichkeiten der *Lebenshilfe Frankfurt* renoviert oder leisteten freiwillige Arbeit für die *Werkstätten Hainbachtal*, wo sie einen Garten für Menschen mit Behinderungen anlegten. Ferrero hat außerdem in Zusammenarbeit mit einem lokalen Verband einen Ausflug für Blinde bzw. Sehbehinderte organisiert.



Social Day: Ferrero-Mitarbeiter renovieren eine Einrichtung für Menschen mit geistiger Behinderung

OPERA SOCIALE FERRERO

Wie bereits im Kapitel „Fondazione Ferrero Alba“ erwähnt, bietet Ferrero den ehemaligen Mitarbeitern von Ferrero Deutschland einen Treffpunkt und eine Reihe kostenloser Programme und Aktivitäten und trägt so zu einem gesunden und aktiven Ruhestand bei. Im September 2008 eröffnete Frau Maria Franca Ferrero, die sich als Präsidentin der Fondazione Ferrero unermüdlich für die Interessen auch der ehemaligen Mitarbeiter von Ferrero einsetzt, die Ferrero Opera Sociale am Produktionsstandort in Stadtallendorf. Die Begegnungsstätte steht inzwischen mehr als 430 Ferrero-Ruheständlern offen, die viele Jahre ihres Berufslebens für Ferrero tätig waren.



Ehemalige Ferrero-Mitarbeiter in der Opera Sociale

Das abwechslungsreiche Programm der Opera Sociale unterstützt die Ehemaligen dabei, ihren neuen Lebensabschnitt aktiv und gesund zu gestalten. Das Haus bietet ein ganzheitliches Programm an. Es umfasst sowohl den sozialen Austausch, körperliche Fitness, die Möglichkeit, nach wie vor Neues zu lernen, als auch die Teilnahme an Ausflügen oder Besichtigungen. Die Senioren bleiben so Teil einer Gemeinschaft, in die sie sich einbringen können und in der sie gebraucht werden. Die Angebote der Opera Sociale – wie z.B. Walking- oder Malkurse, Vortragsveranstaltungen oder Museumsbesuche – werden dabei immer wieder zum Ausgangspunkt für weitere, von den Mitgliedern selbst gesteuerte Aktivitäten. So haben sich inzwischen verschiedene Interessensgruppen gebildet, in denen die Ferrero-Senioren gemeinsam aktiv sind.

Das Engagement der Ruheständler reicht aber auch über die Opera Sociale hinaus. So berichten

die ehemaligen Mitarbeiter im Rahmen des seit Mai 2011 laufenden Projektes „Generationenbrücke“ jungen Ferrero-Auszubildenden von persönlichen Erlebnissen und Erfahrungen aus ihrem langen Arbeitsleben und geben so die Unternehmenswerte an die junge Generation weiter. Andere Nutzer der Opera Sociale sammeln Briefmarken für wohltätige Zwecke und leisten durch die Übernahme zweier Fernpatenschaften einen kleinen Beitrag dazu, Bildungsmöglichkeiten und Infrastruktur in Entwicklungsländern zu verbessern.

Es zeigt sich, dass der Gedanke eines aktiven und engagierten Ruhestandes in der deutschen Opera Sociale auf fruchtbaren Boden fällt. So ist sie eines der Beispiele für gelebtes soziales Engagement und für die Umsetzung der Leitwerte „Arbeiten, Aufbauen, Zurückgeben“, der Fondazione Ferrero und der gesamten Ferrero-Gruppe. Das spüren auch die ehemaligen Mitarbeiter, die stolz sind, nun auf neue Weise Teil des Unternehmens zu sein.

Die Opera Sociale Stadtallendorf wurde im September 2008 von Frau Maria Franca Ferrero gegründet, die sich als Präsidentin der Fondazione Ferrero Alba unermüdlich für das Wohlergehen der ehemaligen Mitarbeiter einsetzt. Dieser Treffpunkt steht inzwischen mehr als 430 Ehemaligen zur Verfügung.

Zum 31. August 2012 hatte die Ferrero Opera Sociale 434 Mitglieder, davon 74% ehemalige Stadtallendorfer und 26% ehemalige Frankfurter Mitarbeiter. Von diesen nutzten im vergangenen Geschäftsjahr 68% der Stadtallendorfer und 33% der Frankfurter Senioren mindestens ein Angebot der Begegnungsstätte. Somit schrieben sich 2.842 Teilnehmer in die über 100 Veranstaltungen des Geschäftsjahres 2011/2012 ein.



Opera Sociale, ehemalige Ferrero-Mitarbeiter bei einem Nordic-Walking-Kurs, Stadtallendorf

WEITERE INITIATIVEN VON FERRERO DEUTSCHLAND

UNTERSTÜTZUNG EINES GESUNDEN LEBENSSTILS

KINDER+SPORT IN DEUTSCHLAND

Ferrero hat das Programm „Kinder+Sport“ erarbeitet, um vor allem bei der jüngeren Generation einen gesunden Lebensstil und sportliche Aktivität zu fördern. Ferrero Deutschland ermutigt zu einem aktiven Lebensstil, indem es Bewegung und eine ausgewogene Ernährung unterstützt.

Nach dem Motto „*We move children*“ (Wir bringen Kinder in Bewegung) wurde im Oktober 2011 in Berlin die „Kinder+Sport Basketball Academy“ ins Leben gerufen. Zielgruppe sind 7-15-jährige Kinder und Jugendliche an Berliner Schulen. Die Initiative wurde in Zusammenarbeit mit ALBA Berlin, dem wohl bekanntesten Basketballverein Deutschlands, entwickelt und umgesetzt. Ziel ist es, möglichst viele Kinder für Basketball zu begeistern.



Die „Kinder+Sport“ Basketball Academy

Die Kinder+Sport Basketball Academy bietet ein innovatives Programm mit dem Namen „*Test your skills*“ (Teste Deine Fähigkeiten) an. An verschiedenen Stationen müssen die Teilnehmer Aufgaben wie Dribbeln, Koordinationsübungen, Ballabgabe und Würfe absolvieren. Das Konzept, an dem sich jeweils auch ausgewählte Spieler der Albatrosse beteiligen, steht für Schulveranstaltungen bzw. für die „ALBA Grundschulliga“ zur Verfügung. Außerdem wird das Programm bei Basketballkursen an den achtzig Partnerschulen von ALBA Berlin eingesetzt.

Nach dem ersten Jahr erfolgreicher Zusammenarbeit mit ALBA Berlin gab es im Oktober 2012 eine weitere Entwicklung bei der Kinder+Sport Basketball Academy. Ab der Saison 2012/2013 wurde das Konzept der Kinder+Sport Basketball Academy wesentlicher Bestandteil des Jugendprogramms der „*Beko Basketball Bundesliga*“. Neben ALBA Berlin werden noch drei weitere erfolgreiche Bundesligavereine die Basketball Academy in ihre Jugendprogramme aufnehmen: die *Brose Baskets*, die *EWE Baskets Oldenburg* und der *FC Bayern München*.

„Kinder+Sport“ ist nationaler Sponsor der *Sportabzeichentour* und liefert das gesamte Informationsmaterial, so dass dank dieser Unterstützung die Organisation der Veranstaltung möglich wird, an der jedes Jahr 30.000 Kinder teilnehmen.

Die *Sportabzeichentour* ist eine vom Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) organisierte Veranstaltung, bei der jeder das Sportabzeichen machen kann. Die Marke ist seit 2006 Partner des DOSB.

SPORTS FINDER DAY

Der Sports Finder Day ist ein gemeinsames Projekt der Sportjugend der einzelnen Bundesländer, Schulen und Sportvereine und wird von Nutella unterstützt. Ziel des Projektes ist es, den Schülern auf unterhaltsame Art den Zusammenhang zwischen ausreichender Bewegung, Ernährung und Entspannung aufzuzeigen und zu zeigen, wie man die richtige Balance findet. Der Sports Finder Day will die Schüler zu mehr Sport motivieren und bietet die Gelegenheit, die richtige Sportart oder Freizeitaktivität zu finden. In den letzten fünf Jahren hat das Projekt mehr als 60.000 Schüler erreicht. 2011 fand an 15 Schulen ein Sports Finder Day statt.

FÖRDERUNG LOKALER GEMEINSCHAFTEN

Als Unternehmen möchte Ferrero in den Gemeinschaften, in denen das Unternehmen tätig ist, ein verantwortungsvoller Partner sein. Hier einige Beispiele für Ferrero-Projekte:

- ▶ Ferrero unterstützt den *Bundesverband Deutsche Tafel e.V.*, indem es Produkte für bedürftige Menschen zur Verfügung stellt. Die von Ferrero gespendeten Produkte werden von den lokalen Einrichtungen verteilt.
- ▶ Beim „Social Day“ können sich alle Mitarbeiter einen Arbeitstag lang für soziale Belange engagieren. Ziel ist der Einsatz für



soziale Einrichtungen bzw. die Teilnahme an Tier- oder Umweltschutzprojekten. Das freiwillige Engagement für gemeinnützige Aktionen bietet für beide Seiten Vorteile: die Mitarbeiter schaffen etwas Greifbares und Anhaltendes und können einmal etwas ganz anderes tun, während die sozialen Einrichtungen bzw. Umweltschutzorganisationen praktische, kostenlose Unterstützung erhalten.

- ▶ Außerdem gab es im September 2012 den ersten „Blutspendetag“. Insgesamt 55 Mitarbeiter spendeten Blut. Angesichts der positiven Reaktion auf diese erste Initiative wird Ferrero 2013 zwei weitere Termine anbieten (am 27. Februar und 9. September).
- ▶ Am 3. Juli 2012 unterstützte Ferrero die *Deutsche Knochenmarkspenderdatei (DKMS)* und bot den Mitarbeitern die Gelegenheit, eine Typisierung durchführen zu lassen. Ziel ist es dabei, Menschen mit schwerwiegenden Krankheiten wie etwa Leukämie zu helfen.
- ▶ „*Von der bitteren Frucht zur süßen Leckerei*“ ist der Titel einer Wanderausstellung zum Thema Kakao, die Süßes lieben. Die „*Mitnaschausstellung*“ ist voll und ganz Kakao und Schokolade gewidmet. Sie informiert umfassend über Aussehen, Herkunft und Herstellung von Kakao und Schokolade. Alle, die sich immer gefragt haben, wie die Kakaofrucht aussieht und wie sie schmeckt, kann dies bei der Mitnaschausstellung erfahren.
- ▶ In Zusammenarbeit mit dem Kindermuseum Nürnberg unterstützt Ferrero seit 2004 die Kampagne „*Museum im Koffer*“. Museum und Schulen können die Ausstellung für eine bestimmte Zeit buchen.
- ▶ Ferrero arbeitet mit der Universität Kassel im Rahmen von Projekten zusammen, die Klimatisierungssysteme in Industriebauten sowie Produktionsprozesse optimieren wollen, um die Energieeffizienz zu steigern.

LOKALE LIEFERANTEN

In Deutschland arbeitet Ferrero mit vielen lokalen Lieferanten zusammen. 97,6% dessen, was die Business Unit kauft¹, stammt von lokalen Lieferanten. Auch das Werk Stadtallendorf unterhält geschäftliche Beziehungen zu Lieferanten: 99,88% der Käufe des Werkes² stammen von lokalen Lieferanten.

Insbesondere beim Kauf technischer Ausrüstung war 2011/2012 ein Anstieg von 16% gegenüber 2010/2011 zu verzeichnen; hier stammten 92% des Materials von lokalen Lieferanten.

Mehr zur Ferrero-Strategie in Bezug auf lokale Lieferanten finden Sie im Kapitel „Corporate Social Responsibility of the Ferrero Group“.

MINIMIERUNG DER UMWELTAUSWIRKUNGEN

Für die Ferrero-Produktionsstätten ist es von hoher Priorität umweltfreundlich zu produzieren, die besten verfügbaren Technologien einzusetzen, Energie, Materialien und Ressourcen effizient zu nutzen, Wasser verantwortungsvoll und angemessen zu verbrauchen und Umweltauswirkungen (auf Wasser, Boden und Luft) so weit wie möglich zu verhindern bzw. zu minimieren.

DIE PRODUKTIONSSTÄTTE

Das Werk Stadtallendorf ist seit 2008 nach ISO 14001 zertifiziert.

Im April 2012 begann Ferrero mit der Einführung der ISO 50001. Bei Veröffentlichung die-

ses Berichtes hat das Werk das Zertifizierungsaudit erfolgreich absolviert.

Das Ferrero-Werk hat ein umfassendes Energieeffizienzprogramm namens „Vier Jahreszeiten“ umgesetzt, dessen Ziel es ist, Energieverbrauch und CO₂-Emissionen des Werkes nachhaltig zu senken. Der Bereich Energiemanagement hat daher Verbrauch und Energieeffizienz des Werkes analysiert und festgestellt, dass bei den Druckluft-, Beleuchtungs-, Klimatisierungs- und Heizsystemen potentielle Einsparungen möglich sind. Zahlreiche Projekte zur Steigerung der Energieeffizienz wurden ins Leben gerufen. Es wurden Fortbildungsveranstaltungen sowie Info- und Kommunikationsveranstaltungen zu Energiethemen durchgeführt. Außerdem wurden im Rahmen eines Workshops „Klimabotschafter“ ernannt, deren Aufgabe es ist, die Kolleginnen und Kollegen für dieses Thema zu sensibilisieren. Sie entwickeln Ideen zur Energieeinsparung in ihren Bereichen und tragen damit zur Steigerung der Energieeffizienz des Werkes bei. Seit Januar 2012 stammt 100% der gekauften Energie aus zertifiziert CO₂ freien erneuerbaren Energiequellen.

Die wichtigsten Ziele, die 2011/2012 gegenüber dem Vorjahr erreicht wurden:

- ✓ Verringerung des Energieverbrauchs pro Produkteinheit
- ✓ Verringerung der CO₂-Emissionen
- ✓ Verringerung des Wasserverbrauchs und des Abwassers pro Tonne Produkt

¹ Ausgenommen sind gruppeninterne und zentral gesteuerte Lieferungen (wie zum Beispiel von Rohstoffen und Verpackungen).

² Ausgenommen sind gruppeninterne und zentral gesteuerte Lieferungen (wie zum Beispiel von Rohstoffen und Verpackungen).

Das Ferrero-Werk hat seinen Verbrauch an elektrischer und Wärmeenergie durch verschiedene Maßnahmen gesenkt:

- ▶ Programm „Vier Jahreszeiten“ (nähere Informationen: siehe oben);
- ▶ Anwendung der ISO 50001;
- ▶ Fortbildung und Sensibilisierung durch interne Kommunikation;
- ▶ Isolierung der Rohrleitungen;
- ▶ „Grüne Wochenenden“ (Abschalten der Maschinen, Apparate und anderer Energiefresser) während langer Feiertagswochenenden;
- ▶ Einrichtung eines Energiemanagementteams;
- ▶ Effizienzverbesserung der Kühltechnik;
- ▶ Einsatz von bedarfsgerechten Prozesspumpen;

Ferrero hat seine CO₂-Emissionen durch folgende Maßnahmen gesenkt:

- ▶ Die oben erwähnte Verringerung des Energieverbrauchs trug zu einer Verringerung der CO₂-Emissionen bei;
- ▶ Das erste volle Geschäftsjahr mit Betrieb der 2. Kraft-Wärmekopplungsanlage;
- ▶ Installation zusätzlicher Solarmodule am Haupteingang mit einer Leistung von 27 kW.

Ferrero hat eine Reihe von Maßnahmen zur Verringerung des Wasserverbrauchs umgesetzt:

- ▶ Aufbau eines Wasserverbrauchsmonitoringsystems;
- ▶ Installation von Perlatoren an den Wasserhähnen in den am stärksten frequentierten Bereichen;
- ▶ Umweltneutrale Wasserbehandlung wie durch z.B. Silver-Grid-Technologie zur Qualitätserhöhung von Kühlwässern.
- ▶ Projekte zur Verringerung des Wasserverbrauchs (z.B. Reinigungsmaschinen);

- ▶ Fortbildungskurse, Informations- und Kommunikationsplattform, Ziele bei den Systemmanagementprozessen, Film zu Ferrero's Umweltaspekten (Luft, Wasser, Abfall).

Gemäß den internen Ferrero-Richtlinien bietet das Werk Stadtallendorf den Mitarbeitern aller drei Schichten einen Busshuttle an. Dies spart pro Jahr mindestens 1.100 Tonnen CO₂ und verringert das Unfallrisiko bei den Fahrten zur Arbeit.

LAGER

Die auf Gruppenebene angewandte Norm ISO 14001 gilt ebenso wie die Norm ISO 50001 auch für das Lager.

Im Lager Stadtallendorf erreichte Ferrero durch den Austausch der Kühlanlagen im Rohstoff- und Verpackungslager eine Verringerung des Stromverbrauchs.

Durch den Austausch der Kühlsysteme und die Installation schnellschließender Türen zwischen Bereichen unterschiedlicher Temperatur wurde im LVZ gegenüber dem Vorjahr eine Verringerung des Gesamtenergieverbrauchs erreicht.

Außerdem sind nun dank eines Informationsmanagementsystems die Etiketten auf den Paletten im Wareneingang nicht mehr erforderlich, sodass 24.000 Etiketten weniger gedruckt werden müssen.

Um die direkten und indirekten Folgen der Treibhausgasemissionen zu verringern, wurde Energieaspekte in die Auswahlkriterien für Ferrero-Lieferanten aufgenommen.

LOGISTIKKETTE

2012 setzte Ferrero verschiedene Initiativen zur Verringerung der Umweltauswirkungen im Zusammenhang mit dem Transport der Produkte um:

- ▶ Verringerung der CO₂-Emissionen im Jahr 2011 durch Verringerung der Transporte von den externen Verpackungslagern zum Werk;
- ▶ Stärkere Nutzung von Doppelstock-Lkw für Lieferungen an Kunden;
- ▶ Test alternativer Lkw mit größeren und flexibleren Containern für die Belieferung der Produktion.

QUALITÄTSZERTIFIZIERUNG

Das Werk Stadallendorf verfügt über folgende Qualitätszertifizierungen:

- ▶ ISO 9001:2008 seit 2012
- ▶ FSSC 22000:2010 seit 2012
- ▶ IFS Version 5 seit 2012
- ▶ COSTCO seit 2012
- ▶ Koscher seit 2013
- ▶ SQMS MCDONALDS seit 2012
- ▶ Mikrobiologisches Labor: ISO 17025/2005 seit 2012
- ▶ RSPO-Zertifizierungsstandard der Lieferkette seit 2013

Weitere Informationen zur Qualitäts- und Frischestrategie der Ferrero-Gruppe finden Sie in diesem CSR-Bericht im Kapitel „Unsere Produkte“.



Ferrero-Werk in Stadallendorf

FERRERO IN POLEN

1992 Ferrero nimmt seine Geschäftstätigkeit in Polen auf

1993 Eröffnung des ersten Werks in Wilanow

1997 Eröffnung des neuen Werks in Belsk



DRITTGRÖSSTER SÜSSWARENHERSTELLER

1.332 Mitarbeiter zum 31. August 2012

Mehr als 20 Produkte sind auf dem Markt, darunter: Nutella, Tic Tac, Kinder Bueno und Kinder Überraschung

Umsatz 2001/12: **619 Millionen Euro**

FÖRDERUNG VERSCHIEDENER MASSNAHMEN ZUR UNTERSTÜTZUNG DER MITARBEITER UND IHRER FAMILIEN

- » Teilnahme an Sportprogrammen
- » *Erstattung der Schulgebühren für Mitarbeiterkinder*
- » 2013/14: Start des *Intercultura*-Programms

FÖRDERUNG DER SICHERHEIT UND GESUNDHEIT AM ARBEITSPLATZ

- » Schulungsmaßnahmen
- » *Zusammenarbeit mit Fachärzten*
- » Unabhängige Audits in den Produktionsstätten

FÖRDERUNG EINES GESUNDEN LEBENSSTILS

2008 Start von „**Kinder+Sport**“ in Polen, mit einer Gesamtbeteiligung von circa 100.000 Menschen

Projekt „**Keep fit!**“ mit Beteiligung **von 96 Schulen in ganz Polen**

Kooperation mit dem polnischen Volleyballverband, mit Beteiligung von **32.547 Jugendlichen** im Jahr 2011/12



ZIELE FÜR DIE „FÖRDERUNG DER LOKALEN GEMEINSCHAFTEN“

- » Kooperation mit lokalen Schulen und Universitäten durch Beteiligung an Universitätsveranstaltungen/ -workshops
- » Schulung der verantwortlichen Personen innerhalb der Produktionskette, um bis 2013/14 an den Universitäten Business Cases vorzustellen

ZERTIFIZIERUNG DES WERKES BELSK

- » ISO 14001 seit Oktober 2003
- » IFS seit 2006
- » COSTCO seit 2010

QUALITÄTSMANAGEMENTSYSTEM MIT ZERTIFIZIERUNG NACH ISO 9001:2008

2 Kraft-Wärmekopplungsanlagen

DIE WICHTIGSTEN ZIELE, DIE 2011/12 GEGENÜBER 2010/11 ERREICHT WURDEN:

- ✓ VERRINGERUNG DER FÜR HERSTELLUNG UND WEITERLEITUNG VON DRUCKLUFT VERWENDETEN ENERGIE
- ✓ BEIBEHALTUNG EINES KONSTANTEN WERTES BEI DEN CO₂-EMISSIONEN
- ✓ VERRINGERUNG DES WASSERVERBRAUCHS UND DER ABWÄSSER PRO PRODUZIERTER TONNE



Für die Erstellung des CSR-Berichtes 2012 und dieser Kurzfassung ist das CSR-Büro der Ferrero-Gruppe verantwortlich (E-Mail: csr@ferrero.com).

Die vollständige Version wurde nach **Level A+** der Richtlinien „*Sustainability Reporting Guidelines*“ (Version 3.1, 2011) und des „*Food Processing Sector Supplement*“ erstellt, beide definiert von GRI (*Global Reporting Initiative*). Außerdem wurden folgende Referenzrichtlinien berücksichtigt:

- » die zehn Global-Compact-Prinzipien der Vereinten Nationen
- » der ISO (*International Standard Organisation*) 26000:2010 Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung
- » die Richtlinien der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für multinationale Unternehmen

Einige Seiten dieser Kurzfassung sind unseren großen Marken und unserer Präsenz in bestimmten Ländern gewidmet. In diesem Jahr stehen Ferrero Rocher und unsere Standorte Deutschland und Polen im Mittelpunkt.

Die vollständige Version des CSR-Berichtes 2012, die sich im Internet unter www.csr.ferrero.com findet, wurde von Deloitte ERS – Enterprise Risk Services S.r.l. geprüft, das am 9. Juli 2013 seinen „Bericht der Prüfergesellschaft“ erstellt hat.

FERRERO

Ferrero CSR Office
187, Chaussée de la Hulpe
1170 Bruxelles

Belgium

csr@ferrero.com

www.csr.ferrero.com

Printed on FSC paper



