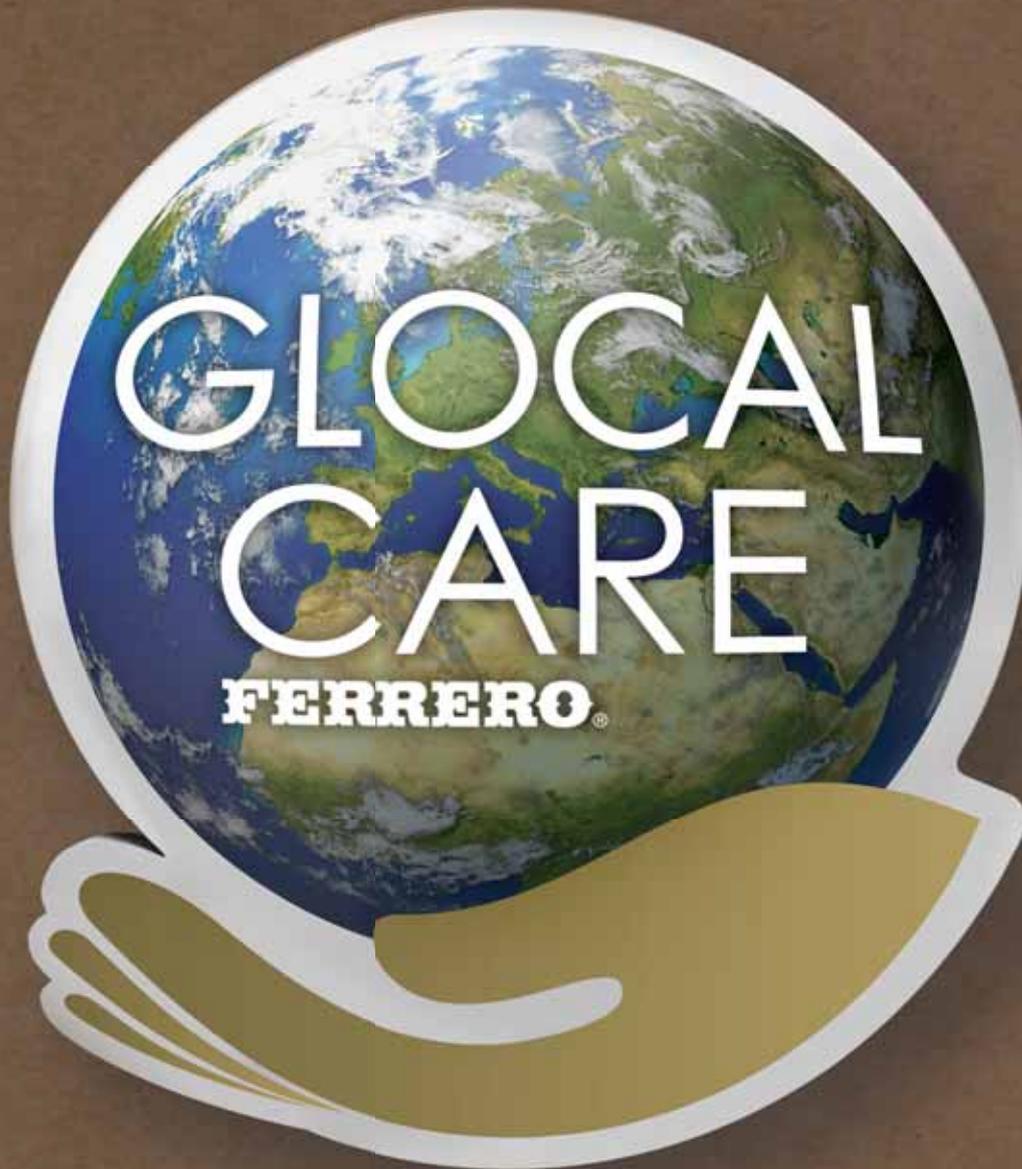


**WERTE TEILEN,
UM WERT ZU SCHAFFEN**



SOZIALE VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS
KURZVERSION DES CSR-BERICHTES 2015

FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERT ZU SCHAFFEN

Soziale Verantwortung des Unternehmens

KURZVERSION DES CSR-BERICHTES 2015

FERRERO

Den vollständigen CSR-Bericht 2015 sowie diese Kurzfassung hat die Abteilung Institutional Affairs, Public Relations and Corporate Communication der Ferrero-Gruppe erarbeitet (E-Mail: csr@ferrero.com).

Die vollständige Version des CSR-Berichtes 2015 wurde nach den „G4 Sustainability Reporting Guidelines“ (2013) und den „Food Processing Sector Disclosures“ (2014) erstellt, beide veröffentlicht von GRI (Global Reporting Initiative), gemäß der Option „In accordance“ - Core. Er ist unter www.ferrerocr.com veröffentlicht.

Die Langversion wurde:

- dem GRI Content Index Service vorgelegt und GRI hat die Einhaltung des G4 Content Index bestätigt;
- geprüft durch Deloitte & Touche S.p.A., die am 9. September 2016 den „Independent auditors' report“ - Bericht der Prüfgesellschaft - vorgelegt hat.

Außerdem wurden folgende Referenzrichtlinien berücksichtigt:

- die zehn Global Compact-Prinzipien der Vereinten Nationen;
- der ISO-Leitfaden (International Standard Organisation) 26000:2010 „Guidance on social responsibility“ (Leitlinie zur gesellschaftlichen Verantwortung);
- die Richtlinien der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für multinationale Unternehmen.

Inhalt

Brief des CEO	4
Soziale Verantwortung bei Ferrero	6
Die Stakeholder der Ferrero-Gruppe und die Wesentlichkeitsanalyse	8
Die Ziele der Ferrero-Gruppe bis 2020	10
 Die Ferrero-Gruppe	12
 Die Menschen	14
 Der Planet	20

Brief des CEO

Unsere verlässlichen Werte, die Leidenschaft und das Engagement, die die Arbeit aller Mitarbeiter der Ferrero-Gruppe immer bestimmt haben, sowie das konstante und erneute Vertrauen unserer Kunden haben es uns ermöglicht, das Geschäftsjahr 2014/2015 erfolgreich abzuschließen. Wir haben einen konsolidierten Umsatz von 9.542 Millionen Euro erzielt. Das entspricht einer Steigerung von 13,4% gegenüber dem Vorjahr.

Dieses Wachstum ist das Ergebnis einer außerordentlichen Dynamik bei der Erschließung neuer Märkte und gewinnt vor dem Hintergrund der anhaltenden Schwierigkeiten im internationalen Kontext noch mehr an Bedeutung. Die Ferrero-Gruppe hat in Asien, dem Nahen Osten, den USA, Kanada, Mexiko und Australien ihre ausgezeichneten Umsatzergebnisse der letzten Jahre bestätigt, in einigen Fällen sogar übertroffen. Ausgezeichnete Ergebnisse wurden auch auf den europäischen Märkten erzielt, beispielsweise in Großbritannien, Polen und Deutschland.

Im Geschäftsjahr 2014/2015 tätigte die Ferrero-Gruppe Neuinvestitionen in Höhe von 5,8% ihres Umsatzes, um ihre industriellen und Produktionsaktivitäten auszubauen, insbesondere in Italien, China, Deutschland, Polen, Indien und Brasilien. Ferrero hat derzeit 22 Produktionsstätten.

Die Ferrero-Gruppe hat darüber hinaus ihre Präsenz auf dem Haselnussmarkt weiter gestärkt, um die Qualität dieses wichtigen Rohstoffes sicherzustellen und weiter zu verbessern, und um den herausragenden Geschmack ihrer Produkte zu gewährleisten. Dazu hat Ferrero die Übernahme der türkischen Oltan-Gruppe abgeschlossen, einem der führenden Anbieter für Lieferung, Verarbeitung und Vertrieb von Haselnüssen. Diese Akquisition stärkt unser Engagement für soziale Verantwortung in nachhaltigen Anbaupraktiken. Diese werden dank des eigens entwickelten Programms, den „Ferrero Farming Values“ (FFV), in der Türkei bereits aktiv angewandt.

Außerdem hat Ferrero im August 2015 den Kauf von Thorntons Plc abgeschlossen, einem traditionsreichen britischen Unternehmen, gegründet 1911, das in Großbritannien Schokoladenprodukte herstellt und vermarktet. Sowohl Ferrero als auch Thorntons basieren auf einer starken Tradition als Familienunternehmen und erfreuen ihre Kunden mit Süßwarenprodukten höchster Qualität.

Ein weiteres wichtiges Ergebnis, auf das wir stolz sind: Zum 31. August 2015 lag die Gesamtzahl der internen und externen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Ferrero-Gruppe bei 40.721.



Die Ferrero-Gruppe hat sich außerdem an der Expo Mailand 2015 beteiligt. Von Mai bis Oktober 2015 haben wir dort einen Einblick in unsere Philosophie gegeben, die das Motto der Ausstellung „Den Planeten ernähren, Energie für das Leben“ voll und ganz widerspiegelt hat. Ferrero hat auf der Expo seine Werte präsentiert, seinen hohen Qualitätsanspruch, seine kontinuierliche Innovationskraft, seine transparente Kommunikation sowie seine Fürsorge für die Menschen, die Teil der Geschichte unserer Gruppe waren und sind.

Dass wir ein globales Unternehmen sind, hindert uns nicht daran, lokal zu handeln und so eine starke Bindung zu den Menschen und der Region, in der wir tätig sind, aufzubauen. Dies wird zum einen demonstriert durch unseren wirtschaftlichen Erfolg und dadurch, dass wir Werte mit einer immer größeren Zahl von Menschen teilen. Darüber hinaus zeigt es sich auch durch unser großes Verantwortungsgefühl, das sich konkret darin äußert, besonderes Augenmerk auf die Verringerung des Klimawandels zu richten. Im September 2014 unterzeichnete die Ferrero-Gruppe beim UN-Klimagipfel 2014 die New York Declaration on Forests, eine Erklärung, die zum Ziel hat, die Abholzung bis 2020 zu halbieren und bis 2030 dauerhaft zu stoppen.

Bei der Auswahl unserer Zutaten verstärken wir darüber hinaus konstant unsere strengen Kriterien für exzellente Qualität, Achtung der Menschenrechte, ökologische Nachhaltigkeit und Tierwohl, die wir für unabdingbar halten. Seit November 2015 ist Ferrero Mitglied der Palm Oil Innovation Group (POIG); dies ist ein weiterer Schritt, um eine nachhaltige Palmöl-Lieferkette sicherzustellen. Dieses Engagement basiert auf demselben Bestreben, das Ferrero im November 2013 dazu veranlasste, in Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten eine eigene Palmöl-Charta zu erstellen, um die wesentlichen Ursachen der Abholzung anzugehen und ein Gleichgewicht herzustellen zwischen dem Schutz der Umwelt, den Bedürfnissen der Gemeinschaft sowie wirtschaftlichen Vorteilen und Machbarkeit.

Die Ferrero-Gruppe gibt ihre Werte ununterbrochen weiter, indem sie einen aktiven Lebensstil bei Kindern und Jugendlichen sowie deren Familien fördert. Dies geschieht durch das globale Bewegungsprogramm Kinder+Sport „Joy of moving“. Es fördert die Ausübung von Sport und trägt dazu bei, Kindern aus aller Welt Spaß an Bewegung zu vermitteln.

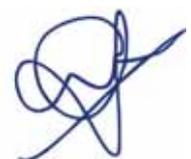
Unsere Gruppe wächst weiter und richtet dabei all ihre Aufmerksamkeit und Engagement darauf, die Bedürfnisse der Verbraucher zu erfüllen und dabei ausgezeichnete Qualität und Frische zu bewahren sowie unser Bestes zu tun, um sicherzustellen, dass die „Ferrero-Werte“ oder – wie wir lieber sagen – die „Ferrero-Art zu arbeiten“ immer angewandt wird.

Tradition und Innovation sind Teil der DNA von Ferrero. Wenn ich eine Metapher finden müsste, würde ich sagen, Tradition ist wie ein Bogen. Je stärker wir ihn spannen, desto weiter fliegt der Pfeil von Modernität, Vision und Innovation. Die Ferrero-Gruppe verfügt über eine starke, tiefverwurzelte „Kultur des Tuns“, dank der Initiative der Menschen, die in ihr arbeiten und die außergewöhnliche globale Love Brands (Marken, die die Menschen lieben) geschaffen haben. Diese sind oft für ganze Generationen zum Mythos geworden, gleichzeitig aber immer auch mit der Zeit gegangen.

Unser starker Sinn für Ethik, die Basis unserer unternehmerischen Kultur, ist unserer Wertschöpfungskette; jeder von uns wird bei seiner Arbeit geleitet von der Leidenschaft, dem Engagement und der Entschlossenheit, die wir in unsere Produkte stecken - von der Herstellung bis zur Auslieferung in die Supermärkte, wo sie im Licht erstrahlen und Wärme in die Herzen unserer Verbraucher bringen. Je besser wir in der Lage sind, dieses Licht über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg zum Leuchten zu bringen, desto mehr werden wir in der Lage sein, in der Welt immer einen einzigartigen Platz einzunehmen.

Viel Spaß beim Lesen!

Juli 2016



Giovanni Ferrero

Chief Executive Officer
Ferrero International

Soziale Verantwortung bei Ferrero

Ferrero hat sich schon immer dafür verschrieben, **Verpflichtungen einzugehen, die dem Schutz von Mensch und Planet dienen** und gibt diesen Vorrang gegenüber seinen wirtschaftlichen Zielen. Diese Einstellung ist Teil der Unternehmens-DNA und wird durch einen Brief deutlich, den Michele Ferrero 1957 an seine Mitarbeiter schrieb, als er die Leitung des Unternehmens übernahm.

“ Ich verpflichte mich persönlich dazu, meine Tätigkeit und mein Wirken unserem Unternehmen zu widmen, damit es, dem Beispiel meines Vaters und meines Onkels folgend, den bisher beschrittenen Weg weiterverfolgen kann, und ich versichere Ihnen, dass ich erst zufrieden sein werde, wenn es mir mit konkreten Fakten gelungen ist, Ihnen und Ihren Nachkommen eine sichere und unbeschwerte Zukunft zu garantieren. ”

Michele Ferrero

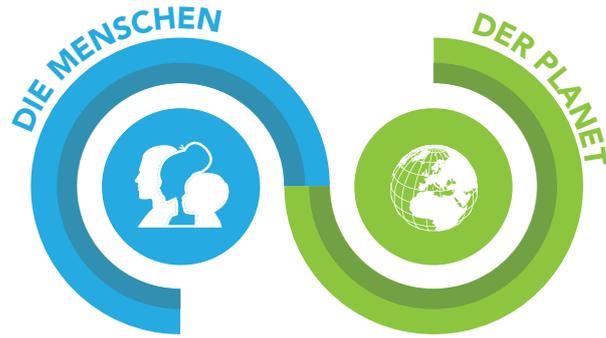
Der Begriff soziale unternehmerische Verantwortung hat für die Ferrero-Gruppe schon immer bedeutet, sich für Mensch und Region einzusetzen, also für Mitarbeiter und ehemalige Mitarbeiter, Verbraucher, Familien und lokale Gemeinschaften. Dieses Prinzip der sozialen Verantwortung hat die ersten Schritte von Ferrero vor mehr als 65 Jahren in Alba geprägt und bleibt auch heute unverändert.

In der Tat war für Ferrero die wichtigste offizielle Bilanz niemals die, die jährlich im Handelsregister hinterlegt wird, sondern die der sozialen Verantwortung, die den **Respekt der Gruppe gegenüber Mensch und Planet** widerspiegelt.

Heute basiert der Nachhaltigkeitsansatz der Ferrero-Gruppe auf der Strategie für die soziale unternehmerische Verantwortung, „**Werte teilen, um Wert zu schaffen**“.

Umgesetzt wird diese Strategie tagtäglich durch unseren Einsatz für die Verbraucher, der sich in höchster Produktqualität, Innovation und transparenter Kommunikation ausdrückt. Für Ferrero ist die Schaffung eines geteilten Wertes ein Vorgang, der alle Teile der Lieferkette betrifft: es beginnt bei der Fürsorge für die Menschen, die die Geschichte der Gruppe geschrieben haben und schreiben, und setzt sich in der Unterstützung der lokalen Gemeinschaften fort, der Förderung eines aktiven Lebensstils bei Kindern und Jugendlichen sowie deren Familien, der starken Verpflichtung zu nachhaltigen landwirtschaftlichen Praktiken und dem Schutz der Umwelt.

Wir bestätigen daher alle Verpflichtungen unserer Strategie zur sozialen unternehmerischen Verantwortung, die sich auf zwei große strategische Bereiche erstreckt: Mensch und Planet.



DIE MENSCHEN

Für Ferrero ist Kundenorientierung nicht nur ein Wert, sondern wird jeden Tag gelebt, basierend auf einem starken Verantwortungsgefühl, das über geschäftliche Ziele hinausgeht. Zum Tragen kommt diese Verantwortung durch Ferreros Strategie für Ernährung, durch kontinuierliche Innovation, Qualität und Frische seiner Produkte, Lebensmittelsicherheit sowie transparente und verantwortungsvolle Kommunikation. Außerdem widmet Ferrero seinen derzeitigen und ehemaligen Mitarbeitern und den Menschen in den Gemeinschaften, in denen das Unternehmen tätig ist, unablässig große Aufmerksamkeit. Dies äußert sich in Aktivitäten und Initiativen wie der Fondazione Ferrero und dem Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero (Sozialunternehmen Michele Ferrero), die in Afrika und Asien aktiv sind. Außerdem engagiert sich die Ferrero-Gruppe weiterhin für die Förderung eines aktiven Lebensstils und wendet sich mit dem globalen Kinder+Sport-Programm „Joy of moving“ an Kinder, Jugendliche und deren Familien.

DER PLANET

Die Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf die gesamte Lieferkette zu überwachen und zu verbessern, hat für die Ferrero-Gruppe Priorität. Dabei ist dem Unternehmen besonders wichtig, seine wichtigsten Rohstoffe verantwortungsvoll zu beschaffen. Außerdem setzt sich die Gruppe dafür ein, umweltschonend zu produzieren, indem sie die besten verfügbaren Technologien anwendet, Energie, Materialien und natürliche Ressourcen effizient nutzt und verantwortungsvoll und angemessen mit den Wasserressourcen umgeht. Ferrero nimmt seine Verantwortung an und führt sein starkes Engagement fort, um die Umweltauswirkungen von der Rohstoffgewinnung bis zur Produktionsstätte über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg zu minimieren.

Um ihre Richtlinien zur sozialen Verantwortung (CSR-Richtlinien) zu definieren und durchzuführen, hat die Ferrero-Gruppe ein eigenes Büro eröffnet, das speziell für CSR zuständig ist (Mailadresse: csr@ferrero.com) und dem Vizepräsidenten der Gruppe, Botschafter Francesco Paolo Fulci, unterstellt ist.

Die Stakeholder der Ferrero-Gruppe und die Wesentlichkeitsanalyse

Mit Anwendung der neuen G4 Sustainability Reporting Guidelines hat die Ferrero-Gruppe 2015 die Analyse der relevanten Nachhaltigkeitsthemen durch ein internes Verfahren zur Feststellung der Wesentlichkeit aktualisiert: insbesondere wurde bewertet, welche Bedeutung verschiedene Nachhaltigkeitsthemen haben, die die Möglichkeiten der Ferrero-Gruppe beeinflussen, Wert zu schaffen, bzw. die, die Stakeholder für relevant halten.

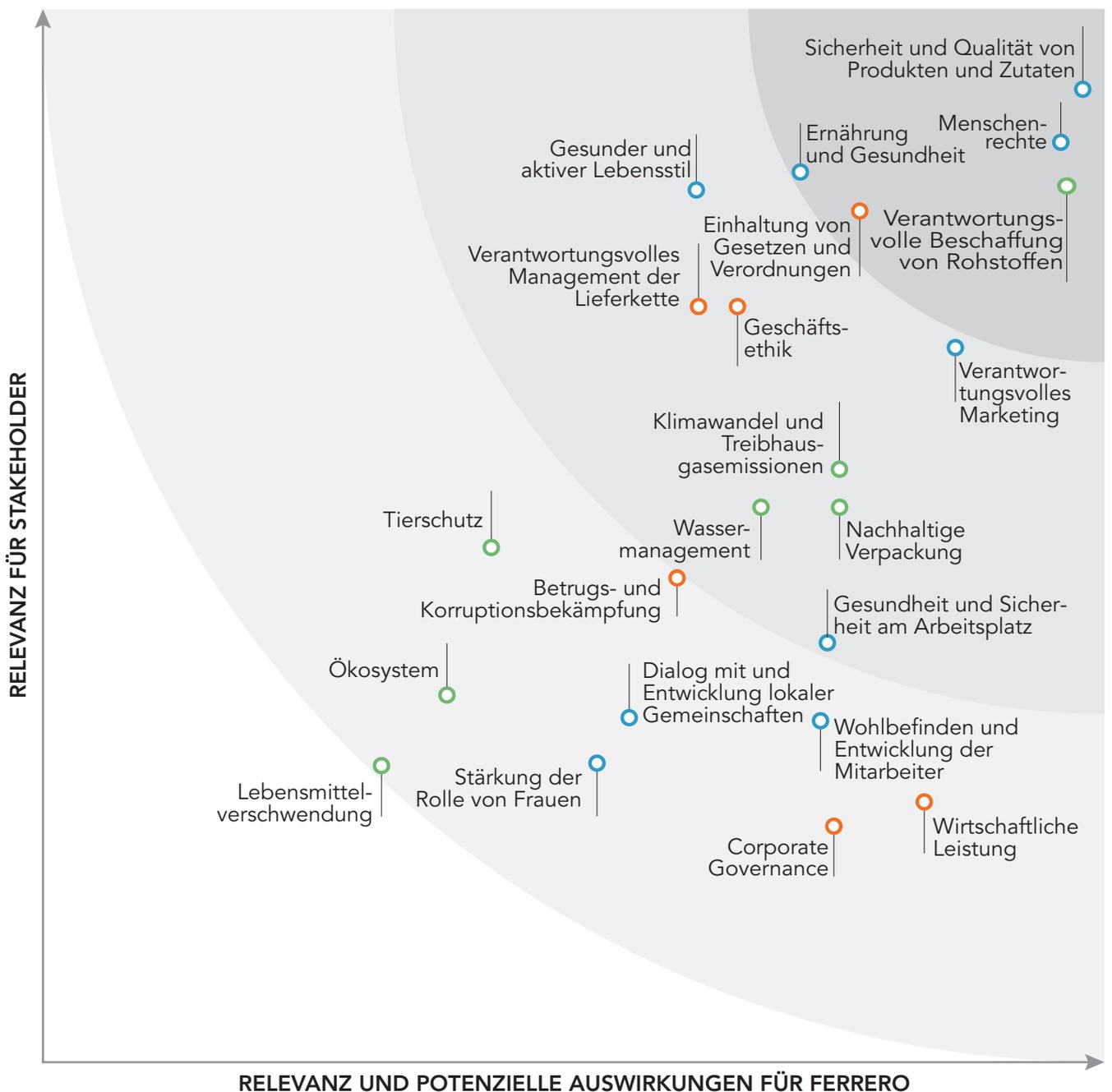
STAKEHOLDER MAPPING



Für die Erstellung des CSR-Berichtes und dieser Kurzversion wurden die **Liste der internen und externen Stakeholder** (Stakeholder Mapping) sowie die untenstehende **Wesentlichkeitsmatrix der relevanten Themen** aktualisiert.

Um Stakeholder einzubeziehen, nimmt die Ferrero-Gruppe aktiv an Debatten teil und engagiert sich in Arbeitsgruppen der Handels- und Industrieverbände, in denen sie Mitglied ist. Außerdem hat die Ferrero-Gruppe mit einigen NGOs, die ebenfalls im Bereich CSR aktiv sind, einen strukturierten Dialog aufgebaut.

WESENTLICHKEITSMATRIX



Die Ziele der Ferrero-Gruppe bis 2020

Bei der sozialen Verantwortung setzt die Ferrero-Gruppe auf solide Werte und das **konstante Engagement**, Wert zu schaffen. Dieses Engagement ist für die Ferrero-Gruppe unabdingbar und unumstößlich und es wird durch **konkrete Ziele, Maßnahmen und Ergebnisse** umgesetzt.

BEREICH	BESCHREIBUNG	STATUS
	FSSC 22000 Zertifizierung Lebensmittelsicherheit für alle Produktionsstandorte der Ferrero-Gruppe	Bis 2016 
	Ausweitung der Aktivitäten der Fondazione Ferrero und des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero (Sozialunternehmen)	Erreicht und verlängert 
	Förderung interner Maßnahmen zur Unterstützung einer „ Diversitätskultur “	Verpflichtung bis 2018 verlängert 
	Erhöhung des Anteils der Frauen in Führungspositionen um 5% (gegenüber 31. August 2015)	Bis 2020 
	Weiterführung und Ausweitung des Programms „ Kinder+Sport “ durch Erweiterung auf 30 Länder und 5 Millionen bewegte Kinder	Bis August 2018 
	100% als nachhaltig zertifizierter Kakao	Bis 2020 
	100% als nachhaltig zertifiziertes, segregiertes Palmöl	Erreicht im Dezember 2014 
	100% raffinierter Rohrzucker aus nachhaltigen Quellen	Bis 2020 
	Umsetzung des Rückverfolgbarkeitsplans für 100% der Haselnüsse	Bis 2020 
	100% der Eier von Hühnern aus Bodenhaltung unter Achtung des Tierwohls	Erreicht im September 2014 
	Selbst erzeugte elektrische Energie deckt 70% (statt 75%) der in allen europäischen Produktionsstätten der Gruppe verbraucht Energie , davon 18% (statt 25%) aus erneuerbaren Energiequellen	Teilweise erreicht im September 2014 

BEREICH	BESCHREIBUNG	STATUS
	Gruppenzertifizierung nach ISO 50001 für die derzeit 17 Produktionsstandorte - ausgenommen der Werke des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero - einschließlich der Energieerzeugungsstandorte	Bis 2020 
	Umsetzung eines globalen Energieaktionsplanes entsprechend lokaler Vorgaben bestehender und zukünftiger Produktionsstätten mit der Zielsetzung, die Emissionen zu verringern	Bis 2020 
	Verringerung der durch Produktionsaktivitäten verursachten CO₂-Emissionen um 40% (gegenüber 2007)	Bis 2020 
	Verringerung der bei Transport und Lagerung erzeugten Treibhausgasemissionen (Tonnen CO ₂ -Äquivalente) um 30% (gegenüber 2009)	Bis 2020 
	Nutzung von Verpackungsmaterialien aus erneuerbaren Quellen (+10% gegenüber 2009)	Bis 2020 
	100% Karton¹ aus Primärfasern aus als nachhaltig zertifizierter Lieferkette	Erreicht im Dezember 2014 
	100% Papier² aus Primärfasern aus als nachhaltig zertifizierter Lieferkette	Verlängert bis 2017 

1. Als „Karton“ gelten Materialien mit einer Masse pro Quadratmeter von mehr als 225 g/m².

2. Als „Papier“ gelten Materialien mit einer Masse pro Quadratmeter von weniger als 225 g/m².


DIE
MENSCHEN


DER
PLANET


IM
PLAN


NICHT IM
PLAN


NEUES
ZIEL



Die Gruppe

78 KONSOLIDIERTE GESELLSCHAFTEN,
GEFÜHRT UNTER FERRERO INTERNATIONAL S.A.

9.541.772 (€/000)
KONSOLIDIRTER NETTOUMSATZ

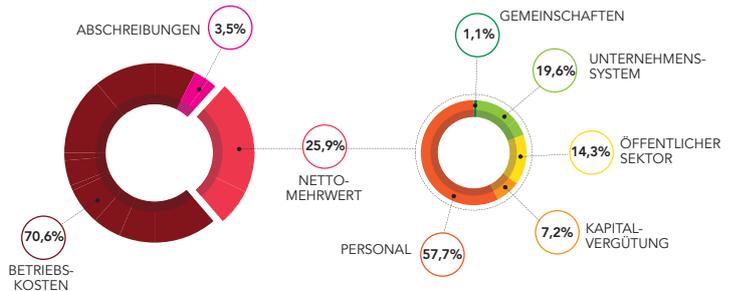
12.078.000 **Doppel-**
zentner
PRODUKTION GESAMT

1.781.339 **Tonnen**
LANDWIRTSCHAFTLICHE ROHSTOFFE¹
UND VERPACKUNGSROHSTOFFE

Ferrero International, das strategische und operative Zentrum der Gruppe, wird seit 1998 nach einem klassischen Modell der „Corporate Governance“ geführt, in dem **Aktionärsversammlung und Verwaltungsrat (CdA)** eine zentrale Rolle spielen. Der Verwaltungsrat wird vom **Group Leadership Team** unterstützt, einem Führungskomitee, das sich aus den Leitern der wichtigsten Unternehmensbereiche zusammensetzt sowie vom **Audit Committee**, das im Hinblick auf das interne Controlling eine Beratungsfunktion für den CdA ausübt und Empfehlungen abgibt.

Außerdem ist Ferrero Teil zahlreicher **europäischer und internationaler Organisationen und Verbände**, die bei Schlüsselthemen wie sozialer, wirtschaftlicher und ökologischer Nachhaltigkeit, Transparenz, Lebensmittelsicherheit und Schutz der Brancheninteressen nach den Richtlinien und Werten der Ferrero-Gruppe handeln.

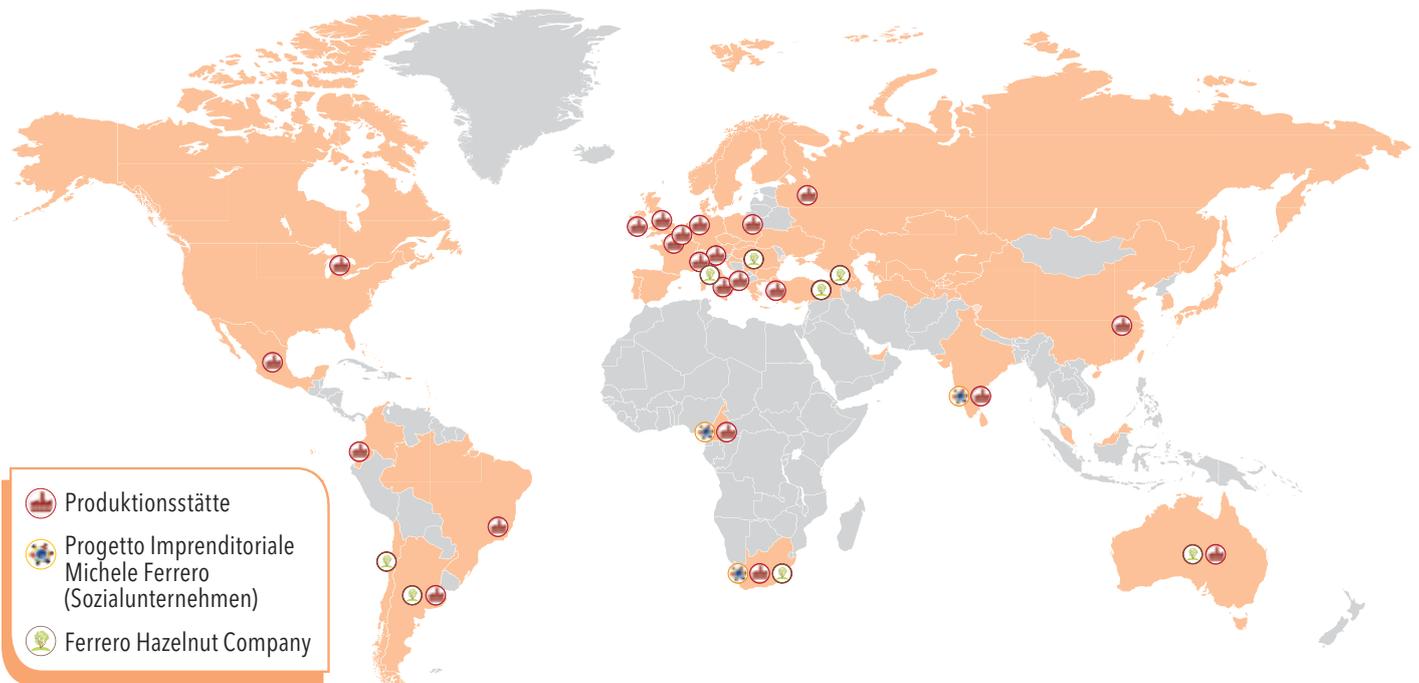
ERZEUGTER UND AUSGESCHÜTTETER MEHRWERT GJ 2014/2015²



1. Diese Zahl beinhaltet auch die für die Rezepturen der Ferrero-Produkte erforderliche Wassermenge, Rohstoffe für Überraschungen sowie Hilfsmaterialien für Produktionsprozesse.

2. Im Geschäftsjahr 2014/2015 generierte die Ferrero-Gruppe einen Nettomehrwert von 2.618 Millionen Euro.

Seit 2011 setzt die Ferrero-Gruppe außerdem den ABCDE-Plan um (A Business Code Dialogue Engagement), der darauf abzielt, allen Stakeholdern entlang der Wertschöpfungskette den Code of Business Conduct vorzustellen. Der Code of Business Conduct basiert auf den Unternehmensprinzipien von Ferrero und entspricht dem Ethikkodex der Gruppe.



DIE FERRERO-GRUPPE IST IN 53 LÄNDERN VERTRETEN

ARGENTINIEN	FRANKREICH	KOLUMBIEN	PUERTO RICO	SÜDKOREA
AUSTRALIEN	GEORGIEN	KROATIEN	RUMÄNIEN	TAIWAN
BELGIEN	GRIECHENLAND	LUXEMBURG	RUSSLAND	TSCHECHISCHE REPUBLIK
BRASILIEN	HONGKONG	MALAYSIA	SCHWEDEN	TÜRKEI
BULGARIEN	INDIEN	MEXIKO	SCHWEIZ	UKRAINE
CHILE	IRLAND	MONACO	SERBIEN	UNGARN
CHINA	ITALIEN	NIEDERLANDE	SINGAPUR	USA
DÄNEMARK	JAPAN	NORWEGEN	SLOWAKEI	VEREINIGTE ARABISCHE EMIRATE
DEUTSCHLAND	KAMERUN	ÖSTERREICH	SPANIEN	VEREINIGTES KÖNIGREICH
ECUADOR	KANADA	POLEN	SRI LANKA	
FINNLAND	KASACHSTAN	PORTUGAL	SÜDAFRIKA	

22

WERKE AUF
5 KONTINENTEN



HCO - 6 LANDWIRTSCHAFTLICHE
UNTERNEHMEN UND
8 VERARBEITUNGSBETRIEBE

170+

IN MEHR ALS 170 LÄNDERN WERDEN
FERRERO-PRODUKTE VERTRIEBEN

MICHELE FERRERO
ENTREPRENEURIAL PROJECT



IN 3 LÄNDERN
AKTIV



Die Menschen

40.721¹

MITARBEITER DER GRUPPE ZUM 31.08.2015

104 NATIONALITÄTEN

3.500+

EHEMALIGE MITARBEITER UND DEREN EHEPARTNER WERDEN VON DER FONDAZIONE FERRERO BETREUT

4.330

ZAHL DER MITARBEITER DES PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO ZUM 31.08.2015

4,1 Millionen

KINDER² WURDEN DURCH KINDER+SPORT IN BEWEGUNG GEBRACHT

Die Ferrero-Gruppe verdankt ihre Entstehung und ihr Wachstum von Generation zu Generation der **Leidenschaft der Menschen**, die ein Teil von ihr waren und sind, sowie dem Vertrauen, das die Konsumenten unseren Produkten entgegenbringen.

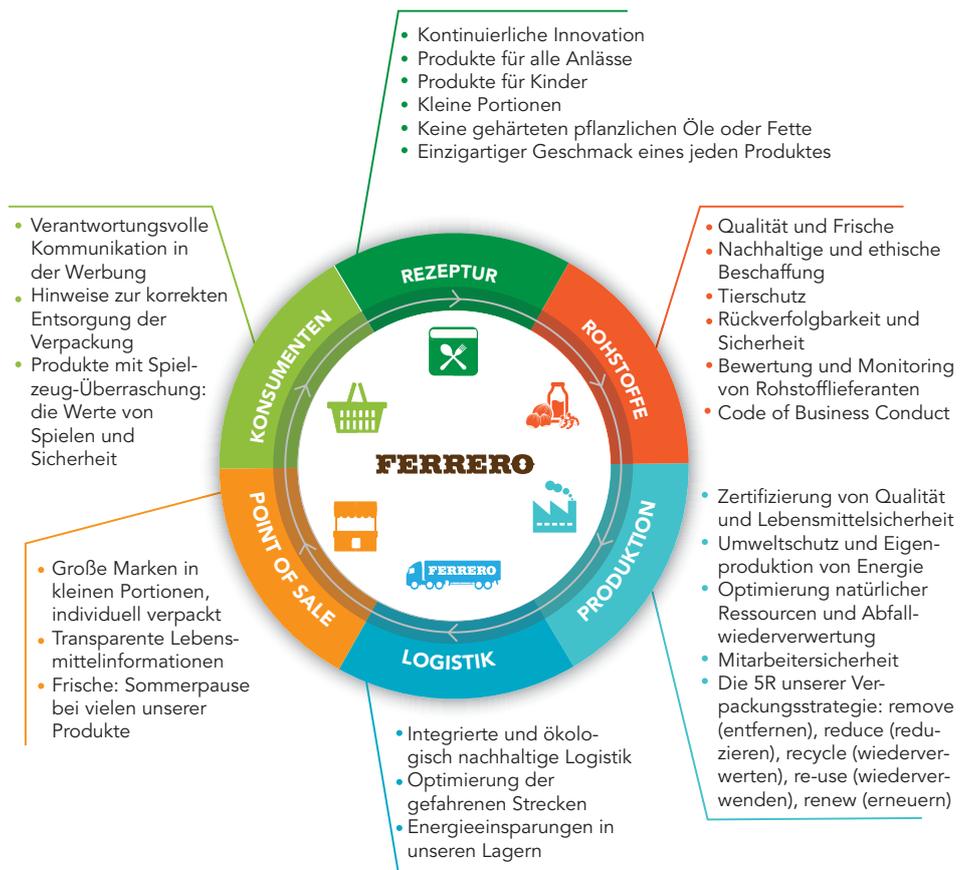
Das Engagement von Ferrero für die Menschen spiegelt sich in der Wertschöpfungskette **seiner Produkte** wider, die von Verantwortung und Nachhaltigkeit geprägt ist, angefangen bei ernährungsphysiologisch ausgewogenen Rezepturen über die Auswahl der Rohstoffe bis hin einer zutreffenden Kommunikation an die Konsumenten und deren Kinder.

Menschen stellen einen **einzigartigen Mehrwert** für die Ferrero-Gruppe dar und stehen daher seit jeher im Mittelpunkt der Unternehmensstrategie; dieselbe Aufmerksamkeit findet sich in der Umsetzung einer Reihe von Initiativen und Maßnahmen, die verschiedene Bereiche einbeziehen.

1. Diese Zahl schließt auch externe Ferrero-Mitarbeiter ein, wie etwa Mitarbeiter mit Zeitverträgen oder Außendienstmitarbeiter, Praktikanten und Mitarbeiter in anderen direkten Beschäftigungsverhältnissen, mit Ausnahme von Dienstleistungsverträgen.

2. Zahl der Kinder, die aktiv an den von Kinder+Sport unterstützten Programmen und Veranstaltungen teilnahmen.

DIE WERTSCHÖPFUNGSKETTE UNSERER PRODUKTE: EINE VERANTWORTUNGSVOLLE AUFGABE



UNSERE KONSUMENTEN

Ferrero will jeden Tag **mit Leidenschaft und Engagement seine Konsumenten zufriedenstellen** und stellt sie daher in den Mittelpunkt seines täglichen Handelns.

ERNÄHRUNG – Ferrero hat eine Strategie entwickelt, die man als einzigartig bezeichnen kann, denn sie beruht auf einer besonderen Art von Süßwarenprodukt. Einem Produkt, das durch hochwertige Rohstoffe charakterisiert ist, die durch ihre natürliche Zusammensetzung nicht nur dazu beitragen, Energie zu liefern, sondern auch die Art und Menge von Mikronährstoffen, die für die Gesundheit wesentlich sind. Aufgrund der kleinen Packungsgrößen und der Rezepturen der Ferrero-Produkte können Ernährungsmodelle angewandt werden, bei denen die tägliche Kalorienzufuhr auf mehrere Mahlzeiten verteilt ist. Dies wird auch durch eine klare, umfassende Nährwertkennzeichnung unterstützt. Außerdem engagiert sich die Ferrero-Gruppe im Bereich der wissenschaftlichen Forschung, um gute Ernährungsgewohnheiten zu fördern.

80%

DER FERRERO-PRODUKTE SIND IN PORTIONEN UNTER 130 KCAL ERHÄLTICH

<100 kcal

DURCHSCHNITTLICHE KALORIENZUFUHR PRO PORTION

QUALITÄT UND FRISCHE – Das Ferrero-Geschäftsmodell ist darauf ausgerichtet, **maximale Qualität und Frische der Produkte** über die gesamte Beschaffungskette hinweg sicherzustellen und Abfälle jeder Art zu minimieren. Seit jeher legt Ferrero dabei größte Aufmerksamkeit auf die Auswahl der Rohstoffe und Zutaten, deren Qualität und Frische die besonderen sensorischen Eigenschaften der Produkte bestimmen. Exzellenz und Produktsicherheit der Produkte werden durch ein System interner Verfahrensweisen garantiert, die durch systematische Audits überprüft werden, die die zentrale Qualitätsabteilung in den Werken und der gesamten Beschaffungskette durchführt, sowie zusätzlich durch eine hohe Innovationsrate.

18 WERKE WAREN ANFANG 2016 NACH DEN LEBENSMITTEL-SICHERHEITSSTANDARDS FSSC 22000 ZERTIFIZIERT.

VERANTWORTUNGSVOLLE KOMMUNIKATION – Für die Ferrero-Gruppe bedeutet soziale Verantwortung auch, sich eine Reihe von **Selbstverpflichtungen aufzuerlegen, insbesondere zu Nährwertkennzeichnung und Werbung**. Die Verpflichtungen in diesem Bereich werden kontinuierlich durch **unabhängige externe Organisationen überwacht**, die eine hohe Konformitätsrate bestätigen.

Die Ferrero-Gruppe will dem Bedürfnis der Konsumenten nach einer wahrheitsgemäßen und genauen Kommunikation bestmöglich gerecht werden, und so dazu **beizutragen, dass Konsumenten** im Hinblick auf Ernährung und Lebensstil **angemessene Entscheidungen treffen können**.

KINDER SURPRISE COMPANY – Seit mehr als 40 Jahren tragen die KINDER® Produkte von Ferrero mit dazu bei, dass **Kinder aller Altersgruppen glücklich aufwachsen können**, denn sie schaffen kleine Momente intensiver Emotionen. Im Laufe dieser Zeit hat sich der Kurationsprozess für die Überraschungen weiterentwickelt. Dabei ist die Verpflichtung gleichgeblieben, sichere, innovative Produkte zu schaffen und diese immer weiter verbessern zu wollen.

Die Kinder Surprise Company (KSC) ist ein Unternehmensbereich der Ferrero-Gruppe, der sich der Entwicklung und Kreation der kleinen KINDER® Spielzeuge widmet, deren Merkmale und Spielbarkeit speziell für das Miniaturformat der KINDER® Welt entwickelt und optimiert werden müssen.

IN EUROPA RICHTET FERRERO KEINE WERBUNG FÜR LEBENSMITTELPRODUKTE AN KINDER UNTER 12 JAHREN.

DURCHGEFÜHRT WERDEN 65 SICHERHEITS- UND QUALITÄTSTESTS STATT DER NUR 38, DIE IM RAHMEN INTERNATIONALER VORSCHRIFTEN GEFORDERT WERDEN.

DIE FONDAZIONE FERRERO

Die Fondazione Ferrero wurde 1983 als soziale Einrichtung von Michele Ferrero gegründet und verfolgt unter der Leitung ihrer unermüdlichen Präsidentin Maria Franca Ferrero hauptsächlich das Ziel, die **Lebensqualität älterer Menschen durch Geselligkeit, Engagement und Wissen zu verbessern**. Sie engagiert sich für soziale, mildtätige, kulturelle und künstlerische Projekte, vor allem zu-



FONDAZIONE FERRERO
ONLUS

gunsten von ehemaligen Ferrero-Mitarbeitern und von Kindern. Dies geschieht durch zahlreiche soziale und kulturelle Projekte, soziale Unterstützung, einen Kindergarten und Kooperationen mit Universitäten. Nach dem Vorbild der Fondazione, deren Motto „Arbeiten, Aufbauen, Zurückgeben“ lautet, wurden auch in Deutschland und Frankreich solche Organisationen eingerichtet.

40

AKTIVITÄTSGRUPPEN

580

ÄRZTLICHE UNTERSUCHUNGEN IN 2015

20.000

EXEMPLARE DER FERRERO-ZEITSCHRIFT FILODIRETTO VERTEILT

DIE MENSCHEN BEI FERRERO



3. Diese Zahl schließt auch externe Ferrero-Mitarbeiter ein, wie etwa Mitarbeiter mit Zeitverträgen oder Außendienstmitarbeiter, Praktikanten und Mitarbeiter in anderen direkten Beschäftigungsverhältnissen, mit Ausnahme von Dienstleistungsverträgen

4. Die Gesamtzahl am 31. August 2015 beinhaltet 4.317 Beschäftigte der im Geschäftsjahr 2014/2015 gekauften Unternehmen (Oltan Group und Thorntons Plc). Die in diesem Kapitel detailliert aufgeführten Zahlen beziehen sich auf den Personalstand von 28.928 Mitarbeitern zum 31. August 2015, bei dem die Mitarbeiter dieser Gesellschaften nicht berücksichtigt sind.

Zum 31. August 2015 hatte die Ferrero-Gruppe 33.219 Mitarbeiter, 26 Mitarbeiter von Ferrero Industrial Services G.E.I.E. und Fondazione Pira, Pietro e Giovanni Ferrero und 7.476 externe Mitarbeiter³, also insgesamt **40.721 Personen⁴ und damit 19% mehr als im Vorjahr**. Vertreten sind 104 Nationalitäten. Damit bestätigt die Ferrero-Gruppe das Wachstum außerhalb Europas (36,9%) und die Konstanz des Frauenanteils (42,4%). Ferrero unterstützt und schützt außerdem die Sicherheit und Gesundheit seiner Mitarbeiter, seiner Vertragspartner, Besucher und all derer, die im Kontakt mit dem Unternehmen sind. Darüber hinaus investiert Ferrero in die Weiterbildung seiner Mitarbeiter. Zu diesem Zweck unterhält Ferrero das Learning Lab mit seinen 4 Ausbildungsblöcken und vielfältigen Initiativen an den einzelnen Standorten.

42,4%

FRAUEN

71,8%

DER MITARBEITER MIT UNBEFRISTETEM VERTRAG

394.957

WEITERBILDUNGSSTUNDEN AN DER FERRERO UNIVERSITY

PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO



Kamerun (Yaoundé)



Südafrika (Walkerville/Midvaal Gauteng)



Indien (Baramati/Pune, Maharashtra)

Der unternehmerische und philanthropische Geist, der schon immer charakteristisch für die Ferrero-Gruppe war, war die Inspiration für die Gründung der Imprese Sociali Ferrero. Michele Ferrero hatte vor etwa zehn Jahren die Idee und realisierte diese, zunächst in Kamerun und später auch in Südafrika und Indien. Sie sind in jeder Hinsicht richtige Unternehmen. Sie sind also darauf ausgerichtet, Gewinn zu erzielen. Dennoch **liegt ihnen eine soziale Idee zugrunde**, denn sie sollen in den weniger begünstigten Regionen der Schwellenländer **Arbeitsplätze schaffen**. Überdies werden **Initiativen mit sozialem und humanitärem Charakter** durchgeführt, die Gesundheit, Bildung und soziale Weiterentwicklung von Kindern und Jugendlichen in den entsprechenden Ländern fördern sollen.

Die Imprese Sociali Ferrero (Sozialunternehmen) wurden in „**Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero**“ umbenannt, in Gedenken an Michele Ferrero, den „Cavaliere del Lavoro“ („Ritter der Arbeit“), dem sie in jeder Phase ihrer Entwicklung sehr am Herzen lagen und der sie nach Kräften unterstützt hat.

MICHELE FERRERO
ENTREPRENEURIAL PROJECT



KINDER+SPORT



Lebensqualität und einen aktiven Lebensstil zu fördern, ist eine der wichtigsten Aufgaben der Ferrero-Gruppe. Seit 10 Jahren ist Kinder+Sport das zugehörige Programm: Es **will die Ausübung von Sport** fördern und dazu beitragen, Kindern aus aller Welt **Spaß an Bewegung zu vermitteln**, um sie so von klein auf an einen aktiven Lebensstil heranzuführen. Eine verantwortungsvolle Aufgabe, die **in 25 Ländern umgesetzt** wird und in deren Rahmen 2015 das „Joy of Moving Manifest“ entwickelt wurde, das auf der Expo Milano 2015 präsentiert wurde. Die erzielten Ergebnisse zeigen **spürbare Fortschritte bei den Langfristzielen des Projektes** (avisiert für 2017/2018): Beispielsweise wurde Kinder+Sport 2014/2015 in vier weiteren Ländern ausgerollt, 4,1 Millionen Kinder haben 23 verschiedene Sportarten unter Einbeziehung von 126 Sportvereinen und -verbänden ausgeübt.

3.105

Veranstaltungen

25

beteiligte Länder

10,6 Mio €

Investitionen

Der Planet



100%

ALS NACHHALTIG ZERTIFIZIERTES, SEGREGIERTES RSPO-PALMÖL SEIT JANUAR 2015

MEHR ALS 22%

DER EINGESETZTEN, EIGENPRODUZIERTEN LEISTUNG AUS ANLAGEN, DIE MIT ERNEUERBAREN ENERGIEQUELLEN BETRIEBEN WERDEN

36%

RECYCELTES MATERIAL BEI VERPACKUNGEN

91,6%

WIEDERVERWERTETE ABFÄLLE

Respekt und Schutz des Planeten gehören für Ferrero zu den grundlegenden Pfeilern der Strategie sozialer unternehmerischer Verantwortung: Aus diesem Grund zielt die Ferrero-Gruppe darauf ab, das Streben nach Wachstum mit **großem Respekt für die Nachhaltigkeit** zu verbinden. Konsequenz sind eine Reihe verantwortungsvoller Entscheidungen, die auf die nachhaltige Beschaffung von Rohstoffen abzielen sowie auf die Verringerung der Umweltauswirkungen in der gesamten Beschaffungskette; die **beiden wichtigsten Projekte** sind dabei:



F-ACTS – Ferrero Agricultural Commitment to Sustainability, also die nachhaltigen landwirtschaftlichen Praktiken von Ferrero, ist ein Programm, das das Engagement der Ferrero-Gruppe für die Beschaffung von Rohstoffen aus nachhaltigen Beschaffungsketten verkörpert. Hauptziel ist es, die Bedingungen in den ländlichen Gebieten und in den lokalen Gemeinschaften sowie den Umweltschutz zu verbessern, und zwar durch Projekte und Partnerschaften, die Einführung von Standards und Zertifizierungen sowie durch institutionelles und kollektives Engagement.

FERRERO
ENVIRONMENTAL
RESPONSIBILITY



Das Projekt FER-Way – Ferrero Environmental Responsibility Way, wurde im Jahr 2013/2014 eingeführt und setzt auf einen langfristigen Ansatz, der auf den **guten Umgang mit ökologischer Nachhaltigkeit** abzielt. In der Tat ist die Ferrero-Gruppe fest davon überzeugt, dass der Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft die einzige Möglichkeit ist, nachhaltiges und rücksichtsvolles wirtschaftliches Wachstum sicherzustellen. Das Projekt FER-Way basiert auf vier Aktionen: Messen, Planen, Schulen und Kooperieren.

F-ACTS

Zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsprojekte in den landwirtschaftlichen Produktionsketten hat Ferrero unter dem Dach von F-ACTS Programme für seine wichtigsten Rohstoffe eingeführt. Diese Programme tragen den Namen **Ferrero Farming Values (FFV)**.

Kakao



Im Geschäftsjahr 2014/2015 hat die Ferrero-Gruppe das Ziel erreicht, **44 % seines Kakao als nachhaltig zertifiziert** zu beziehen. Dies wurde erreicht durch Lieferungen landwirtschaftlicher Betriebe, die nach UTZ Certified, Rainforest Alliance und Fairtrade zertifiziert sind. Ferrero **arbeitet kontinuierlich mit NGOs und Anbaubetrieben zusammen**. Ziel ist es, landwirtschaftliche, soziale, ökologische und wirtschaftliche Probleme im Zusammenhang mit dem Kakaoanbau anzugehen, um Kinderarbeit zu bekämpfen und die Weiterbildung der Bauern zu ermöglichen.



Palmfruchtöl

Seit 2005 arbeitet die Ferrero-Gruppe auf die verantwortungsvolle Beschaffung von Palmöl hin. Seit diesem Zeitpunkt wird im Rahmen der Gruppenstrategie in die Zertifizierung durch den Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) investiert. Bereits seit Januar 2015 verwendet Ferrero **zu 100% als nachhaltig zertifiziertes, segregiertes RSPO-Palmöl**. Außerdem verpflichtet sich die Ferrero-Gruppe, die Rückverfolgbarkeit zu perfektionieren und den Schutz des Planeten, der Arbeiter und der lokalen Gemeinschaften sicherzustellen, auch durch die Ferrero Palmöl-Charta und die Partnerschaft mit TFT.



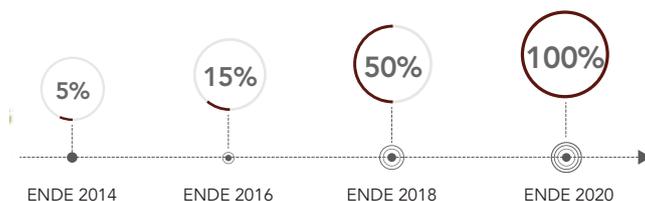
Haselnüsse



Ende 2015 erreichte die Ferrero-Gruppe, in Übereinstimmung mit dem festgelegten Zeitplan, die **vollständige Rückverfolgbarkeit von mehr als 5% der Haselnusslieferungen**. Die Rückverfolgbarkeit ist grundlegend, um die Qualitätsstandards von Produktion und Produkten sicherzustellen. Das Nachhaltigkeitsengagement wird auch über das **FFV Hazelnut Production Programme** verfolgt. Das FFVh ist



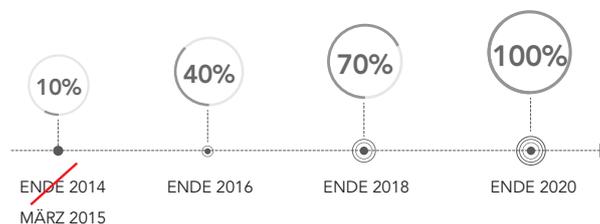
heute in der Türkei aktiv und zielt auf eine Verbesserung der Bedingungen für Arbeiter und ihre Familien ab. Es bietet Schulungen und technische Unterstützung und schützt Kinder und ihr Recht auf Bildung. Im Geschäftsjahr 2014/2015 unterstützte Ferrero weiterhin die öffentlich-private Partnerschaft mit Caobisco und ILO (International Labour Organization).





Rohrzucker

Ferrero hat seine **vertrauensvollen Beziehungen** zu zahlreichen landwirtschaftlichen Kooperativen und Zuckerherstellern weiter gepflegt und verstärkt. Ziel ist die Beschaffung von **100% GMO-freiem** Zucker mit der Erreichung des Zwischenziels, bis August 2015 mehr als **20% des Rohrzuckers zertifiziert nachhaltig** zu beschaffen. Der Zucker wird von Bonsucro zertifiziert, einer weltweit anerkannten Organisation, die die Nachhaltigkeit im Zuckerrohrsektor voranbringt. Die Anstrengungen der Ferrero-Gruppe richten sich auf die Verringerung der ökologischen und sozialen Auswirkungen, den Schutz der Biodiversität, das Ökosystem, Menschenrechte und Arbeitsbedingungen sowie die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften durch die strenge Auswahl der Lieferanten.



Eier



Dank des kontinuierlichen Engagements und der Kooperation mit Lieferanten hat die Ferrero-Gruppe wie geplant 2014 ihr Ziel erreicht, für alle Werke in der EU **100% der Eier aus Bodenhaltung** zu beschaffen. Außerdem beabsichtigt Ferrero, auch für die Türkei und Mexiko, wo dies keine übliche Haltungsform ist, eine Strategie für die Beschaffung von Eiern aus Bodenhaltung zu entwickeln, um das Ziel zu erreichen, dass auf **globaler Ebene** 100% aller Eier aus Bodenhaltung stammen.



Milch



Durch die langfristigen Beziehungen mit sorgfältig ausgewählten Milchproduzenten ist es möglich, die Qualität und Frische der gekauften Milch zu garantieren und zu verbessern und dabei auf globaler Ebene strenge Standards einzuhalten und die eigenen „kurzen und kontrollierten Lieferketten“ zu stärken. Ferrero ist in der Lage, ein **effizientes Rückverfolgbarkeitssystem** zu schaffen, das über die geltenden Vorschriften hinausgeht, um einen klaren Überblick über den Weg des Rohstoffes vom Bauernhof bis hin zum Endprodukt zu liefern. 2015 implementierte die Ferrero-Gruppe außerdem das „**Milk Quality Project**“ (MQP) für elf strategische Lieferanten, die mehr als 90% der in den europäischen Werken verwendeten Milch liefern, um das Tierwohl zu verbessern und die Umweltauswirkungen zu verringern.

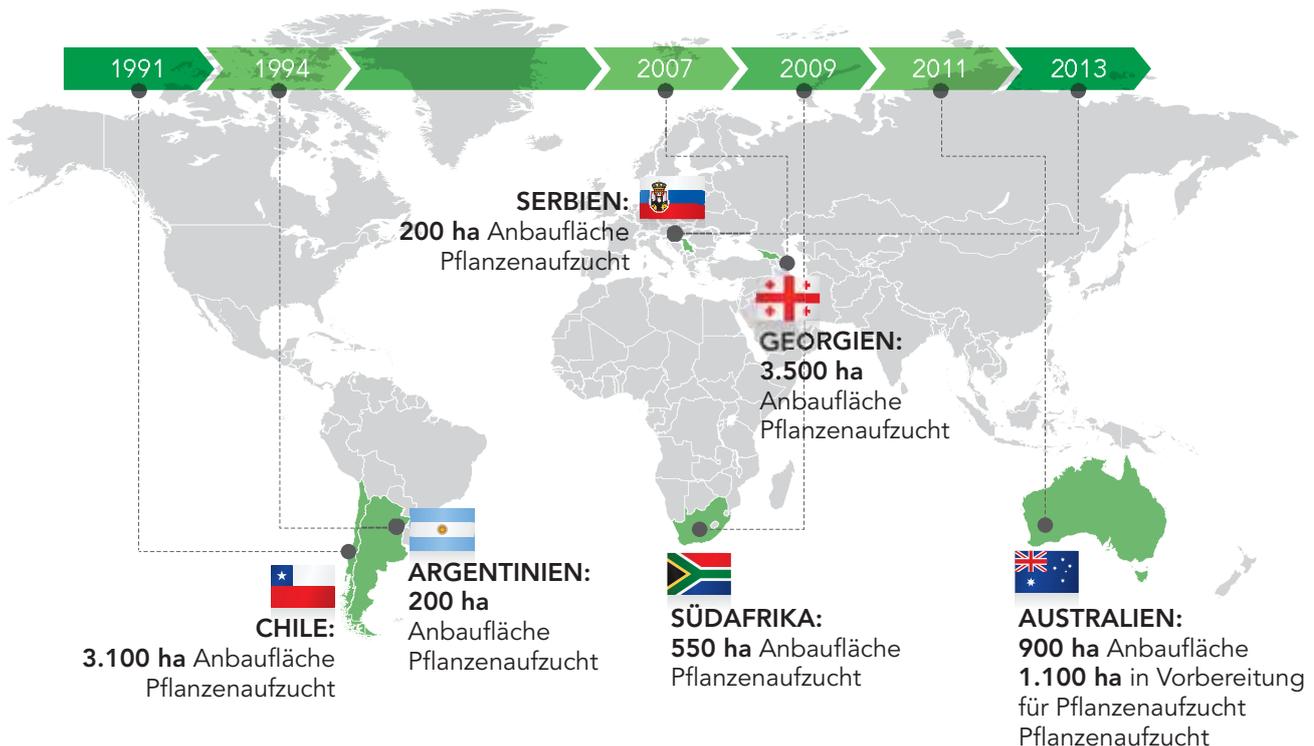
FERRERO HAZELNUT COMPANY



Ferreros Aktivitäten erstrecken sich nun über die gesamte Haselnuss-Lieferkette, vom Feld über die industrielle Verarbeitung bis hin zum Verkauf von Halbfertigprodukten. Damit wird eine **vollkommen integrierte Lebensmittellieferkette** in der Praxis angewendet. Ende 2014 wurde aufgrund dieses Managementansatzes die **Ferrero Hazelnut Company (HCo)** gegründet, die alle Akteure der Haselnuss-Lieferkette in eine einzige Organisation einbindet und zum 31. August 2015 mehr als 3.000 Mitarbeiter hatte. Durch die Gründung der HCo hat sich der Handlungsspielraum der Ferrero-Gruppe neu definiert und erweitert. Heute gilt die Ferrero-Gruppe zu Recht als einer der wichtigsten Akteure im Haselnusssektor.

Die Ferrero Hazelnut Company (HCo) wird repräsentiert durch sechs landwirtschaftliche Ferrero-Betriebe (in Chile, Argentinien, Georgien, Südafrika, Australien und Serbien) und acht Verarbeitungsbetriebe (in Italien, Chile und der Türkei).

FERREROS LANDWIRTSCHAFTLICHE BETRIEBE

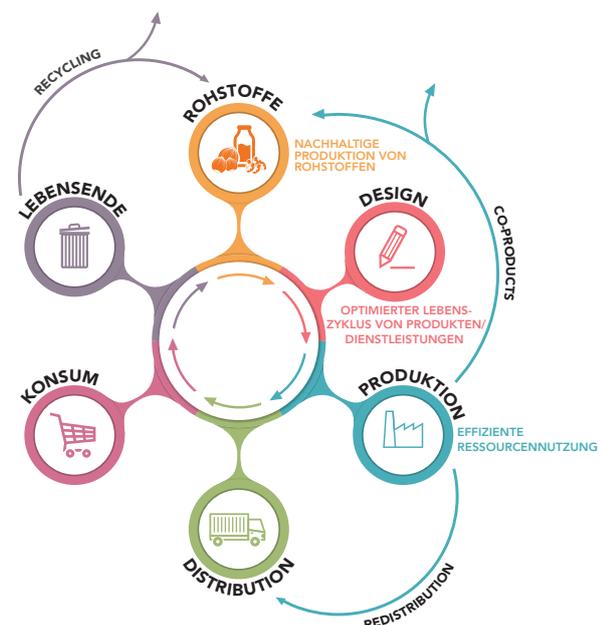


MINIMIERUNG DER UMWELTAUSWIRKUNGEN

Seit der Einführung des Projekts **FER-Way** im Geschäftsjahr 2013/2014, das auf den korrekten Umgang mit ökologischer Nachhaltigkeit abzielt, hat die Ferrero-Gruppe besonderes Augenmerk auf die **Messung der Auswirkungen der gesamten Lieferkette ihrer Produkte** gelegt. Dieses Projekt basiert auf dem Ansatz des Life Cycle Thinking (LCT), der die verschiedenen Lebensphasen der Produkte und deren Hauptauswirkungen auf die Umwelt berücksichtigt. Er bewertet auch die Phasen, die sich der direkten Kontrolle der Ferrero-Gruppe entziehen und basiert auf 4 grundlegenden Aktionsfeldern:

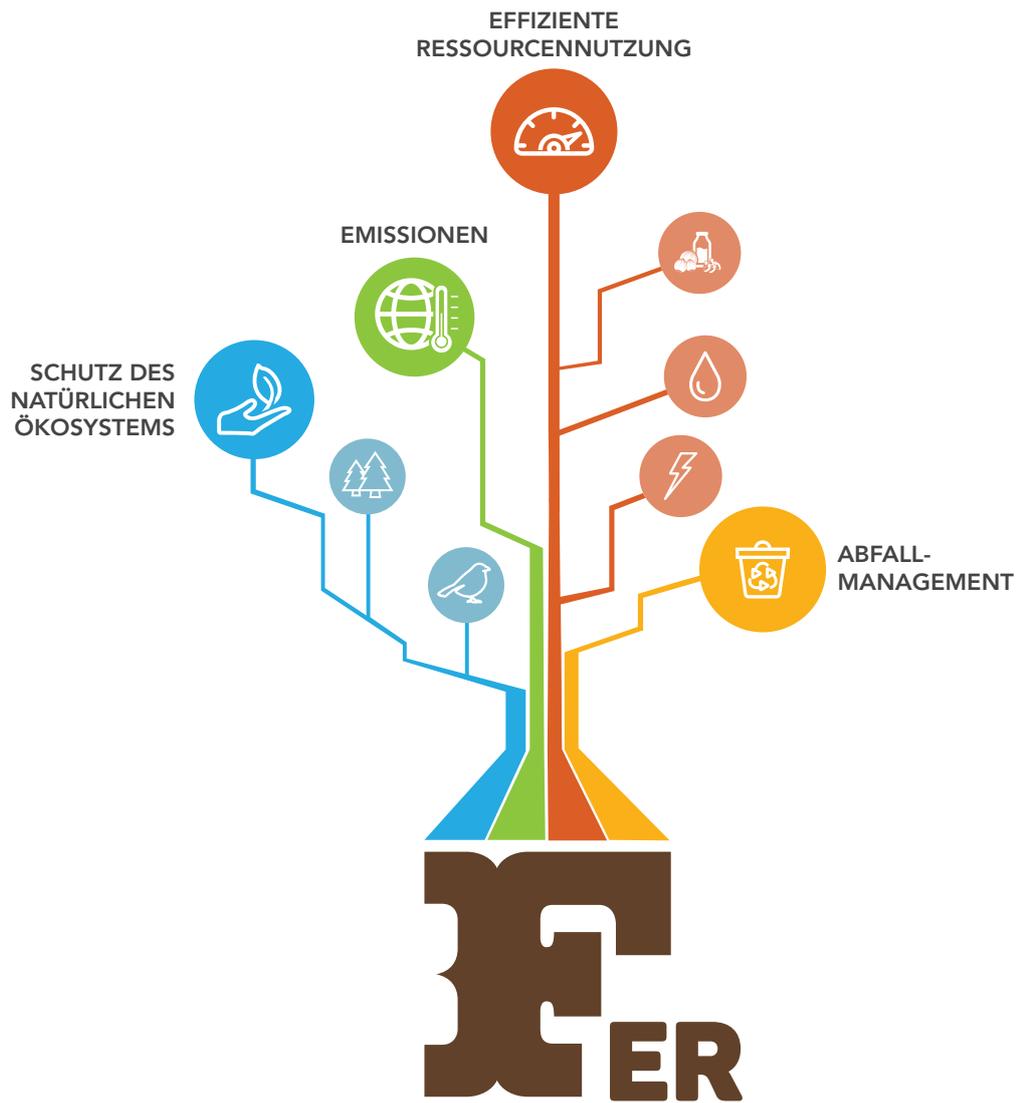


Außerdem unterstützt Ferrero über das Projekt FER-Way die Entwicklung einer **Kreislaufwirtschaft**, also einer Wirtschaft, die sich selbst erneuert und das traditionelle Modell des linearen Konsums ablösen wird. Dazu hat die Ferrero-Gruppe begonnen, den Umgang mit einigen ihrer wichtigsten Ressourcen, nämlich Lebensmittelrohstoffen, Energie und Verpackungsmaterialien, zu überdenken: als Zyklen statt wie bisher als konventionelle, lineare Beschaffungsketten.



FERRERO4FUTURE (FERRERO FOR FUTURE)

Im Rahmen des Projektes FER-Way wurde der **Ferrero4Future** Framework geschaffen: vier Aktionsfelder, in denen die Ferrero-Gruppe auf eine nachhaltigere Zukunft hinarbeitet.



1. Effiziente Ressourcennutzung



Ressourcen sind ein wertvolles Gut für Ferrero und daher ist es wichtig, sie **verantwortungsvoll zu nutzen**. Ressourcen wie Verpackungen, Wasser und Energie stehen nur in begrenzter Menge zur Verfügung. Daher arbeitet Ferrero darauf hin, ihre Nutzung in der gesamten Produktionskette seiner Produkte zu verringern.

2. Emissionen



Die Ferrero-Gruppe will als Unternehmen wachsen, aber bei niedrigen Emissionen. Um ihre Auswirkungen zu verringern, **misst und kontrolliert sie ihre CO₂-Bilanz**. Sie setzt dabei auf technologische Innovation und Zusammenarbeit und achtet dabei nicht nur auf die Auswirkungen ihrer eigenen Geschäftstätigkeit, sondern auf die der gesamten Wertschöpfungskette.

3. Abfallmanagement



Gemäß der Gruppenrichtlinie zur **allgemeinen Verringerung von Abfällen und einer besseren Handhabung der Produktionskette** nach den Leitlinien der Europäischen Union zur Erhöhung der Abfallrückgewinnung, beziehen sich die Maßnahmen der Ferrero-Gruppe in den Produktionsstätten auf zwei Bereiche: auf die Verringerung der absoluten Zahl der Abfallmenge und die Abfallrückgewinnungskennzahl, die bei 91,6% liegt.

4. Schutz des natürlichen Ökosystems



Die Geschäftstätigkeit der Ferrero-Gruppe kann, als Teil des weltweiten Ökosystems, direkt oder durch die Lieferkette Auswirkungen haben. Es ist daher sehr wichtig, die betroffenen Teile des Ökosystems – wenn diese identifiziert wurden – **aktiv zu erhalten**. Für ein Lebensmittelunternehmen wie Ferrero sind hier natürlich **Biodiversität, Abholzung und Bodennutzung besonders wichtige Aspekte**.

FERRERO

Ferrero CSR Office
P.le Pietro Ferrero, 1
12051 Alba (CN)

Italy

csr@ferrero.com
www.ferrerocr.com

Printed on FSC paper



