

# **WERTE TEILEN, UM WERT ZU SCHAFFEN**

---

**FERRERO-GRUPPE**  
SOZIALE VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS  
KURZBERICHT 2017

**FERRERO**



Über diesen Report	IFC
Brief unseres Executive Chairman	1
Auf einen Blick	2
Soziale Verantwortung bei Ferrero	4
Wesentlichkeitsanalyse	6
Stakeholder Mapping	7
Unsere Nachhaltigkeitsziele	8

## UNSERE KONSUMENTEN

Ernährung	12
Innovation	12
Qualität	14
Verantwortungsvolle Kommunikation	15
kinder Surprise Company	15

## UNSERE MITARBEITER & UNSERE GEMEINSCHAFT

Ferrero-Mitarbeiter	18
Die Fondazione Ferrero	19
Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero	20
kinder+Sport	21

## UNSERE WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Kreieren	24
Auswählen	26
Handeln	31
Lagern und liefern	32
Konsument	32

## ÜBER DIESEN BERICHT

Diese Kurzversion erklärt die Strategie der sozialen Verantwortung der Ferrero-Gruppe sowie unsere Aktivitäten weltweit im Geschäftsjahr 2016/2017 (vom 1. September 2016 bis zum 31. August 2017). In dieser Kurzversion werden die gleichen Themen behandelt wie in der vollständigen Version; sie wurden nach ihrer Relevanz für unsere Gruppe und unsere Stakeholder ausgewählt.

Diese Kurzversion wurde von der Abteilung Corporate Communications and Sustainability erstellt ([csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com)).

Der vollständige CSR-Bericht, auf dem diese Kurzversion basiert, wurde von PricewaterhouseCoopers einer begrenzten Prüfung („limited assurance engagement“) unterzogen.

Die Kurzversion ist auch online unter [www.ferrerocsr.com](http://www.ferrerocsr.com) zugänglich. Dort finden Sie neben der aktuellen Ausgabe auch die vergangenen acht CSR-Reports. Wir werden auch in Zukunft auf jährlicher Basis Reports publizieren.



Die früheren CSR-Berichte finden Sie unter: [www.ferrerocsr.com](http://www.ferrerocsr.com)



# BRIEF UNSERES EXECUTIVE CHAIRMAN



**Unsere Leidenschaft, Produkte höchster Qualität zu kreieren, bestimmt tagtäglich unser Handeln. Dies fängt bei der Beschaffung der allerbesten Rohstoffe an, die nicht nur im Hinblick auf ihre ausgezeichnete Produktqualität die „allerbesten“ sind, sondern auch im Sinne strenger Nachhaltigkeitskriterien. Diese Kriterien wenden wir in Partnerschaft mit einer Vielzahl von Interessensgruppen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg an.“**

**Giovanni Ferrero**  
Executive Chairman – Ferrero-Gruppe

Wir blicken zurück auf ein sehr erfolgreiches Jahr. Es steht außer Frage, dass dies ein Jahr der Transformation bei Ferrero war, einzigartig in der Geschichte des Unternehmens: Zunächst haben wir ein neues Corporate-Governance-Modell eingeführt, das zur Ernennung von Lapo Civiletti zum neuen CEO von Ferrero geführt hat. Unter seiner starken Führung konnten wir die Zielerreichung für das Gruppenbudget und die PS3-Geschäftsziele sicherstellen.

Darüber hinaus haben wir einen neuen strategischen Planungsprozess entwickelt, um ambitionierte und überzeugende langfristige Ziele sowie couragierte Mittel- bis Langfriststrategien aufzustellen.

Der Planungszyklus, den wir beginnen, ist ebenso historisch. Während wir weiterhin unsere Werte bewahren, unser Erbe nutzen und unseren Vertrag über das Engagement mit unseren Interessensgruppen uneingeschränkt respektieren, brechen wir gewachsene Strukturen auf: Wir migrieren vom Schokoladenmarkt zum Sweet Packaged Foods (SPF) Markt. Was sich jedoch nicht ändert, ist die Art und Weise, wie *Ferrero die Dinge handhabt*.

Für uns bei Ferrero werden Engagement, Authentizität und Loyalität gegenüber unseren Konsumenten, die zu Produkten von höchster Qualität führen, immer unser Handeln bestimmen. Dies hat bereits zu ausgezeichneten Ergebnissen für die Ferrero-Gruppe geführt, was der konsolidierte Umsatz von 10,5 Milliarden im Geschäftsjahr 2016/2017 belegt – eine Steigerung von 1,5% gegenüber dem Vorjahr.

Unsere Leidenschaft, Produkte höchster Qualität zu kreieren, bestimmt tagtäglich unser Handeln. Dies fängt bei der Beschaffung der allerbesten Rohstoffe an, die nicht nur im Hinblick auf ihre ausgezeichnete Produktqualität die „allerbesten“ sind, sondern auch im Sinne strenger Nachhaltigkeitskriterien. Diese Kriterien wenden wir in

Partnerschaft mit einer Vielzahl von Interessensgruppen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg an

Unsere Mitarbeiter und die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, stehen ebenfalls im Fokus unserer Leidenschaft und im Zentrum unseres Wertesystems. Dieses System führt zur Stärkung unserer Mitarbeiter, die für Ferrero und die Communities in unserer Lieferkette gearbeitet haben und dies auch weiterhin tun. Dies bedeutet auch Kontinuität wichtiger Initiativen wie der Fondazione Ferrero, des Michele Ferrero Entrepreneurial Project sowie des Programms Kinder + Sport. Besonders stolz bin ich darauf, dass dieses letztgenannte Programm im vergangenen Jahr einen wichtigen Meilenstein erreicht hat, indem es Kindern und Jugendlichen in 30 Ländern Freude an Bewegung vermittelt hat.

Die Ferrero-Gruppe hat auch für die kommenden Jahre große Ambitionen. Sie alle sind geprägt von unserem absoluten Respekt für Mensch und Planet.

Dieser Bericht ist ein Beleg für unsere erneute Unterstützung des Global Compact der Vereinten Nationen, der weltweit größten Initiative zur Nachhaltigkeit von Unternehmen.

Abschließend möchte ich jeder einzelnen Ferrero-Mitarbeiterin und jedem einzelnen Ferrero-Mitarbeiter – also allen Ferrerianern, wie wir uns selbst nennen – für ihre kontinuierliche Unterstützung, ihr Engagement und ihre aktive Beteiligung, mit uns auf diese einzigartige Reise zu gehen, danken.

**Giovanni Ferrero**  
Executive Chairman – Ferrero-Gruppe

# AUF EINEN BLICK

Unser Ansatz zur sozialen Verantwortung von Unternehmen konzentriert sich vor allem darauf, den Verbrauchern innovative Produkte von höchster Qualität und Frische anzubieten und für diese sorgfältig ausgewählte Rohstoffe zu verwenden.

## FERRERO WELTWEIT

Unsere Produkte sind in mehr als **170** Ländern erhältlich und werden dort direkt oder über autorisierte Einzelhändler verkauft. Die Ferrero-Gruppe ist in folgenden **55** Ländern und Gebieten vertreten:

Argentinien	Mexiko
Australien	Monaco
Belgien	Niederlande
Brasilien	Norwegen
Bulgarien	Österreich
Chile	Polen
China	Portugal
Dänemark	Puerto Rico
Deutschland	Rumänien
Ecuador	Russland
Finnland	Schweden
Frankreich	Schweiz
Georgien	Serbien
Griechenland	Singapur
Hongkong	Slowakei
Indien	Spanien
Indonesien	Sri Lanka
Irland	Südafrika
Israel	Südkorea
Italien	Taiwan
Japan	Tschechische Republik
Kamerun	Türkei
Kanada	Ukraine
Kasachstan	Ungarn
Kolumbien	Vereinigte Arabische
Kroatien	Emirate
Luxemburg	Vereinigtes Königreich
Malaysia	Vereinigte Staaten



Weitere Informationen erhalten Sie auf:  
[www.ferreroocr.com](http://www.ferreroocr.com)



Geografische Verteilung des konsolidierten Nettoumsatzes im Geschäftsjahr 2016/2017

1. Italien	14%
2. Restliches Europa	59%
3. Außerhalb Europas	27%

## WICHTIGE ZAHLEN

Gesamtproduktion (Tonnen)

**+ 0,9 %**

2016/17 **1.277.126**

2015/16 1.265.950

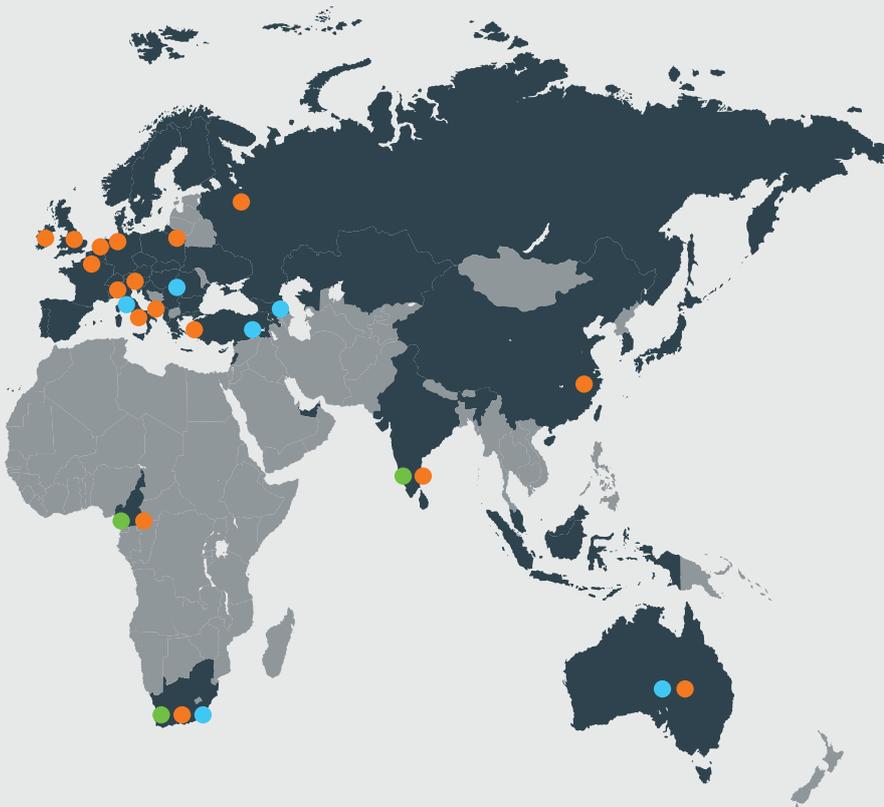
Konsolidierter Nettoumsatz (€/000)

**+1,54 %**

2016/17 **10.485.058**

2015/16 10.325.845

- Produktionsstätte
- Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero
- Ferrero Hazelnut Company



Starkes und kontinuierliches Wachstum, das die hohe Qualität unserer Produkte bestätigt und für die Fähigkeit der Unternehmensgruppe spricht, sich an die Anforderungen der verschiedenen Märkte anzupassen und schnell auf diese zu reagieren sowie dafür, dass die Gruppe und ihre Produkte den aktuellen Bedürfnissen von Verbrauchern weltweit entsprechen.

## 23 PRODUKTIONSSTÄTTEN WELTWEIT

1. Italien – Alba 1946
2. Deutschland – Stadtallendorf 1956
3. Frankreich – Villers-Écalles 1960
4. Italien – Pozzuolo Martesana 1965
5. Australien – Lithgow 1974
6. Irland – Cork 1975
7. Ecuador – Quito 1975
8. Italien – Balvano 1985
9. Italien – S. Angelo Dei Lombardi 1985
10. Belgien – Arlon 1989
11. Polen – Belsk Duzy 1992
12. Argentinien – La Pastora 1992
13. Brasilien – Poços De Caldas 1994
14. Kanada – Brantford 2006
15. Kamerun – Yaoundé\* 2005
16. Südafrika – Walkerville\* 2006
17. Indien – Baramati\* 2007
18. Russland – Vladimir 2009
19. Mexiko – S. José Iturbide 2013
20. Türkei – Manisa 2013
21. China – Hangzhou 2015
22. Vereinigtes Königreich – Alfreton 2015
23. USA – North Canton 2017

\* Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero

Durchschnittlicher Personalbestand der Gruppe

**+3.76%**

2016/17 30.305

2015/16 29.206

## ROHMATERIALIEN

Im Geschäftsjahr 2016/2017 verwendete die Gruppe insgesamt **1.849.430** Tonnen<sup>1</sup> landwirtschaftliche Rohstoffe und Verpackungsrohstoffe.

<sup>1</sup> Diese Zahl beinhaltet die Wassermenge, die für die Rezepturen der Ferrero-Produkte benötigt wird, sowie Rohstoffe für Überraschungen und Hilfsmaterialien für den Produktionsprozess.

## HCO – HAZELNUT COMPANY

6 Landwirtschaftliche Betriebe:

- Chile
- Argentinien
- Georgien
- Südafrika
- Australien
- Serbien

8 Produktionsstätten:

- Chile
- Italien
- Türkei

# 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 wirtschaftlichen Zielen. Diese Einstellung ist Teil der DNA des Unternehmens 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  
1957

Unser Executive Chairman Giovanni Ferrero führt die Gruppe in seinem Sinne weiter:



**Tradition und Innovation sind Teil der Ferrero-DNA. Wenn ich eine Metapher finden müsste, würde ich sagen, Tradition ist wie ein Bogen. Je stärker wir ihn spannen, desto weiter fliegt der Pfeil der Modernität, der Vision und der Innovation.“**

Giovanni Ferrero  
Executive Chairman

Der Begriff soziale unternehmerische Verantwortung hat für die Ferrero-Gruppe schon immer bedeutet, sich für Mensch und Region einzusetzen, das heißt für Mitarbeiter und ehemalige Mitarbeiter, Konsumenten, Familien und lokale Gemeinschaften, in denen wir tätig sind. Dieses Prinzip der sozialen Verantwortung hat die ersten Schritte geprägt, die Ferrero vor mehr als 70 Jahren in Alba gemacht hat und ist bis heute unverändert gültig.

Für uns war die wichtigste 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 unser Nachhaltigkeitsansatz auf der Strategie zur sozialen Verantwortung des Unternehmens: **„Werte teilen, um Wert zu schaffen“.**

Diese Strategie setzen wir tagtäglich um mit unserem Engagement für Verbraucher, das sich in höchster Produktqualität, Innovation und transparenter Kommunikation ausdrückt. Für uns ist die Schaffung eines geteilten Wertes ein Prozess, der alle Teile der Wertschöpfungskette betrifft: er reicht von der Fürsorge für die Menschen, die die Geschichte der Gruppe geschrieben haben und noch schreiben, über die Unterstützung der lokalen Gemeinschaften, die Förderung eines aktiven Lebensstils bei Kindern und Jugendlichen sowie deren Familien, bis hin zu der starken Verpflichtung zu nachhaltigen landwirtschaftlichen Praktiken und dem Schutz der Umwelt.

Wir bestätigen daher alle Verpflichtungen unserer Strategie zur sozialen Verantwortung des Unternehmens, die sich auch weiterhin auf zwei große Bereiche erstreckt: Mensch und Planet.



Um Richtlinien für soziale Verantwortung (CSR-Richtlinien) zu definieren und durchzuführen, hat die Ferrero-Gruppe eine eigene Abteilung eingerichtet, die für den Bereich CSR zuständig ist: [csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com)



## MENSCHEN

Für Ferrero ist Kundenorientierung nicht nur ein abstrakter Wert, sondern täglich gelebte Praxis. Sie basiert auf einem starken Verantwortungsgefühl, das weit über geschäftliche Ziele hinausgeht. Dies zeigt sich durch Ferreros Strategie zu Ernährung, durch kontinuierliche Innovation, Qualität und Frische der Produkte, Lebensmittelsicherheit sowie transparente und verantwortungsvolle Kommunikation.

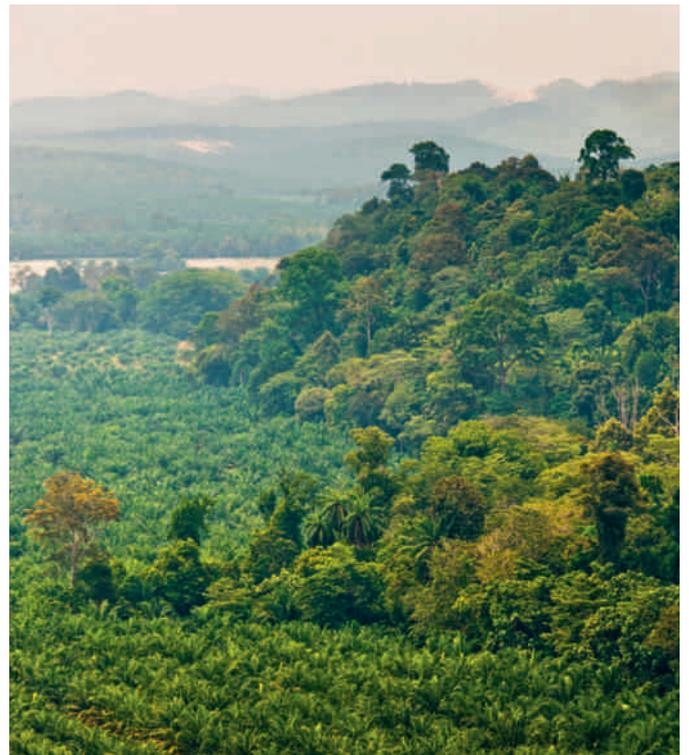
Außerdem widmen wir große Aufmerksamkeit unseren aktuellen und ehemaligen Mitarbeitern sowie den Menschen in den Gemeinschaften, in denen wir tätig sind. Dies äußert sich im Wirken der Fondazione Ferrero und im Rahmen des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero, das in Afrika und Asien aktiv ist. Außerdem setzt unsere Gruppe ihr Engagement zur Förderung eines aktiven Lebensstils fort und wendet sich mit dem globalen kinder+Sport-Programm „Joy of moving“ an Kinder, Jugendliche und deren Familien.



## PLANET

Für unsere Gruppe hat es höchste Priorität, die Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf die gesamte Lieferkette zu überwachen und zu verbessern. Besonders wichtig ist hier die nachhaltige Beschaffung unserer wichtigsten Rohstoffe.

Außerdem setzen wir uns für eine umweltschonende Produktion ein, indem wir die besten verfügbaren Technologien anwenden, Energie, Materialien und natürliche Ressourcen effizient nutzen und verantwortungsvoll und angemessen mit den Wasserressourcen umgehen. Im Bewusstsein dieser Verantwortung engagieren wir uns auch weiterhin in starkem Maße, um unsere Umweltauswirkungen von der Rohstoffgewinnung über die Produktionsstätten bis hin zur Logistik über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg zu minimieren.



# WESENTLICHKEITSANALYSE

Ziel unserer Wesentlichkeitsanalyse ist es, die Bedeutung verschiedener Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren und zu bewerten: Themen, die unsere Fähigkeit beeinflussen, Wert zu schöpfen und solche, die unsere Kooperationspartner relevant sind.

In der Analyse wurden 26 Themen als wesentlich eingestuft. Nach der Auswahl der Themen wurden diese auf Grundlage der internen und externen Wahrnehmung priorisiert.

Die Relevanz für unsere externen Kooperationspartner wurde mithilfe einer quantitativen Analyse gemessen, die auf Basis mehrerer Tausend Datenpunkte aus Unternehmensberichten, obligatorischen und freiwilligen Vorgaben (wie etwa Publikationen von NGOs), Nachrichten und Social Media Posts<sup>1</sup> gemessen wurden.

Die Relevanz und potentiellen Auswirkungen für Ferrero wurden durch eine interne Analyse gemessen.

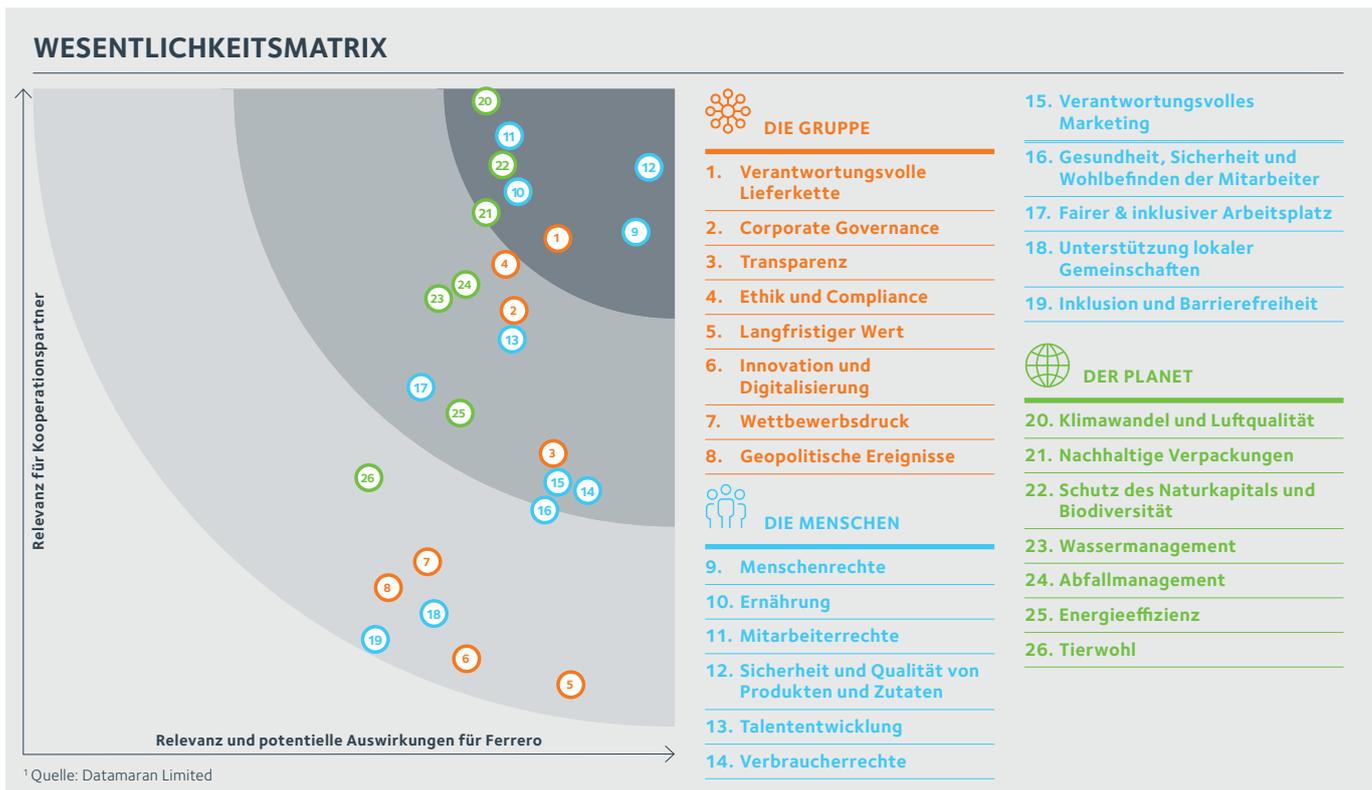
In der Matrix stehen die Aspekte, die für Ferrero und unsere Kooperationspartner am wichtigsten sind, oben rechts.

Im Vergleich zu den Vorjahren haben einige umweltbezogene Themen an Bedeutung gewonnen, insbesondere *Klimaveränderung und Luftqualität*, *Schutz des Naturkapitals und Biodiversität* sowie *nachhaltige Verpackungen*. *Ernährung* bleibt sowohl für externe Kooperationspartner als auch für Ferrero von großer Bedeutung. Sowohl aus interner als auch aus externer Perspektive bestätigten wir noch einmal die wesentliche Bedeutung einer *verantwortungsvollen Lieferkette*.

Aus interner Sicht hat *Sicherheit von Qualität von Produkten und Zutaten* weiterhin die höchste Priorität für unsere Gruppe, zusammen mit dem Schutz der *Menschenrechte*. *Verbraucherrechte* und *verantwortungsvolles Marketing* haben ebenfalls eine große Bedeutung für die Gruppe.

Die Bedeutung anderer Umweltthemen (*Wassermanagement und Abfallmanagement*) wurde ebenfalls hervorgehoben, und auch Themen wie *Transparenz*, *Ethik* und *Compliance* bleiben weiterhin von Bedeutung.

Ein besonderes Augenmerk gilt zudem unseren Mitarbeitern, da wir Themen wie *Gesundheit*, *Sicherheit* und *Wohlbefinden der Mitarbeiter* sowie ein *fairer und inklusiver Arbeitsplatz* als von hoher Bedeutung identifiziert haben.



# STAKEHOLDER MAPPING

Für die Erstellung des CSR-Berichts wurde ein Mapping interner und externer Stakeholder durchgeführt. Das Ergebnis: Die Konsumenten sind nach wie vor die wichtigsten Stakeholder von Ferrero.

Wir beteiligen uns aktiv an Debatten und Arbeitsgruppen von Branchen- und Industrieverbänden, denen wir auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene angehören. Darüber hinaus haben wir einen strukturierten Dialog mit einigen NGOs aus dem Bereich CSR aufgebaut.

Die vielen anderen Wege, über die wir mit den Stakeholdern in Verbindung stehen, werden in der vollständigen Version unseres CSR-Berichtes genauer dargestellt.



# UNSERE NACHHALTIGKEITSZIELE

BEREICH	BESCHREIBUNG	STATUS
	FSSC 2200 Zertifizierung Lebensmittelsicherheit für alle Produktionsstätten der Gruppe – mit Ausnahme der Produktionsstätten des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero – einschließlich des neuen Werks in China	Erreicht im Januar 2017 ●
	Ausweitung der Aktivitäten der Fondazione Ferrero und des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero	Erreicht und erneuert ●
	Unterstützung interner Maßnahmen zur Förderung einer „Diversitätskultur“	Erneuert bis 2018 ●
	Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen um 5% (im Vergleich zum 31. August 2015)	Bis 2020 ●
	Weiterführung und Ausweitung des Programms „kinder+Sport“ durch Erweiterung auf 30 Länder weltweit und 5 Millionen bewegte Kinder	Bis August 2018 ●
	100% als nachhaltig zertifizierter Kakao	Bis 2020 ●
	100% als nachhaltig zertifiziertes, segregiertes RSPO-Palmöl	Erreicht im Dezember 2014 ●
	100% raffinierter Rohrzucker aus nachhaltigen Quellen	Bis 2020 ●
	Implementierung des Rückverfolgbarkeitsplans für 100% der Haselnüsse	Bis 2020 ●
	100% der Eier von Hühnern aus Bodenhaltung, um dem Tierwohl Rechnung zu tragen	Erreicht im September 2014 in EU-Werken und auf globale Ebene ausgeweitet bis 2025. ●



DIE MENSCHEN



DER PLANET

● IM PLAN

● NICHT IM PLAN



Weitere Informationen zum Status der Ziele der Ferrero-Gruppe für 2020 finden Sie in den folgenden Kapiteln des vorliegenden Berichtes.

BEREICH	BESCHREIBUNG	STATUS	
	Selbst erzeugte elektrische Energie deckt 70% (statt 75%) der in allen europäischen Produktionsstätten verbrauchten Energie ab, davon 18% (statt 25%) aus erneuerbaren Quellen	Teilweise erreicht im September 2014	●
	Gruppenzertifizierung nach ISO 50001 für die 17 im August 2014 bestehenden Produktionsstandorte – mit Ausnahme der Produktionsstätten des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero – einschließlich der Energieerzeugungsbetriebe	Bis 2020	●
	Weltweite Umsetzung eines Energieaktionsplans in Übereinstimmung mit den lokalen Vorgaben bestehender und zukünftiger Produktionsstätten mit Blick auf einer Verringerung der Emissionen	Bis 2020	●
	Verringerung der durch Produktionsaktivitäten verursachten CO <sub>2</sub> -Emissionen um 40% (gegenüber 2007)	Bis 2020	●
	Verringerung der Treibhausgasemissionen um 30% (Tonnen CO <sub>2</sub> eq) bei Transport und Lagerung (gegenüber 2009)	Bis 2020	●
	Nutzung von Verpackungsmaterialien aus erneuerbaren Quellen (+10% gegenüber 2009)	Bis 2020	●
	100% Karton <sup>3</sup> aus Primärfasern aus als nachhaltig zertifizierter Lieferkette	Erreicht im Dezember 2014	●
	100% Papier <sup>4</sup> aus Primärfasern aus als nachhaltig zertifizierter Lieferkette	Erreicht im Dezember 2017	●

 **DIE MENSCHEN**

 **DER PLANET**

● **IM PLAN**  
● **NICHT IM PLAN**

3 Als „Karton“ gelten Materialien mit einem Flächengewicht (Masse pro Quadratmeter) von mehr als 225g/m<sup>2</sup>.

4 Als „Papier“ gelten Materialien mit einem Flächengewicht (Masse pro Quadratmeter) von weniger als 225g/m<sup>2</sup>.

# UNSERE KONSUMENTEN

Die Konsumenten sind unsere wichtigsten Kooperationspartner. Sie zufriedenzustellen ist der Kern unserer täglichen Arbeit und unsere Leidenschaft.

Alles was wir tun, tun wir für die Konsumenten: wir produzieren Produkte höchster Qualität, investieren in kontinuierliche Innovationen, wir verpflichten uns zu Frische, Lebensmittelsicherheit und verantwortungsvoller Kommunikation. Wir widmen unsere Aufmerksamkeit den Bedürfnissen von Eltern und ihren Kindern, durch die Aktivitäten der Kinder Surprise Company.



Weitere Informationen finden Sie hier:  
[www.ferrerocsr.com](http://www.ferrerocsr.com)



Produkte mit maximal  
130 kcal/Portion

92,2%



Auf Frische getestete Fertigprodukte

1 Million



Zahl der Kontrollen an Primär- und  
Sekundärverpackungen

1.333.000

einschließlich sensorischer Tests  
und Überprüfungen auf Mängel



Sicherheits- und Qualitätstests von  
Ferrero-Spielzeugen im Vergleich zu  
den vorgeschriebenen 38

65

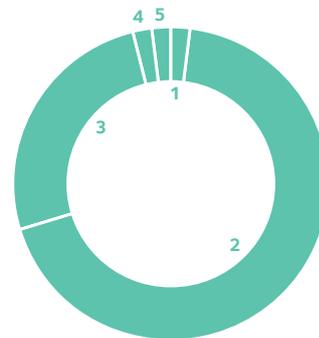
# UNSERE KONSUMENTEN

## ERNÄHRUNG

Ernährung ist ein wesentliches Element unseres Lebens: sowohl Genuss als auch Notwendigkeit. Eine gesunde und ausgewogene Ernährung ist die Grundlage dafür, sich wohlfühlen zu können. Daher besteht eines unserer Ziele als Unternehmen darin, unseren Konsumenten dabei zu helfen, korrekte Entscheidungen im Umgang mit Lebensmitteln zu treffen und sie zu einer abwechslungsreichen und ausgewogenen Ernährung zu ermutigen.

Wir vermarkten in mehr als 170 Ländern einige der beliebtesten Süßwaren der Welt.

Alle diese Produkte sind von hoher Qualität und lassen sich in eine abwechslungsreiche Ernährung und einen aktiven, gesunden Lebensstil integrieren. Wir unterstützen Bildungsinitiativen zu gesunder Ernährung und bieten unsere Produkte in Portionen mit geringer Kalorienzahl an.



Mengenverteilung der Ferrero-Produkte nach Energiezufuhr pro Portion, bezogen auf das Gesamtvolumen\*

1. ≤10 kcal	2,2%
2. >10 – ≤100 kcal	68,2%
3. >100 – ≤150 kcal	25,8%
4. >150 – ≤200 kcal	2,0%
5. >200 kcal	1,7%

\* Prozentsatz der weltweit vertriebenen Produkte für den Zeitraum 2016/2017. Quelle: Ferrero intern.

## INNOVATION

Das Modell „Product to Science“ beginnt mit der Idee für ein neues Produkt, auf deren Basis dann nach dem wissenschaftlichen Ansatz gesucht wird, mit dem diese Innovation umgesetzt werden kann. Das „Science to Product“ hingegen basiert auf der kontinuierlichen Erforschung neuer Ideen und Innovationen aus der Welt der Wissenschaft und Technologie, die Ferrero neue Ideen und Produktkonzepte liefern.

In den vergangenen 50 Jahren haben wir innovative Produkte kreiert, die im Laufe der Zeit zu echten Ikonen wurden. Heute haben wir in der Ferrero-Gruppe eine eigene Forschungs- und Technologiesellschaft, deren Aufgabe kontinuierliche, offene Innovationen sind.





# UNSERE KONSUMENTEN



## QUALITÄT

Unser Grundsatz ist es, unseren Kunden bestmögliche Qualität zu bieten. Unser Geschäftsmodell sorgt für ein exzellentes sensorisches Verzehrerlebnis, maximale Frische der Produkte in der gesamten Beschaffungskette hinweg und eine Produktions-, Produkt- und Verpackungsgestaltung, die führenden ökologischen Standards entspricht.

Unser Qualitätsmanagementsystem garantiert eine weltweite Qualitätssicherung über eine zentrale Qualitätsabteilung, die von den Rohstoffen bis zum Markt die gesamte Beschaffungskette kontrolliert und mit den lokalen Qualitätsabteilungen zusammenarbeitet.

**Etwa 670.000**

Rohstoffkontrollen, darunter chemische, chemisch-physikalische und mikrobiologische Analysen, zusätzlich zu den Kontrollen der Halfertig- und Fertigprodukte

**18.536**

Geschmackstests wurden im GJ 2016/2017 weltweit während der Produktionsphase bei Ferrero Rocher durchgeführt

## VERANTWORTUNGSVOLLE KOMMUNIKATION

Bei unserer Produktkommunikation gehen wir über die gesetzlichen Vorgaben hinaus und haben viele Selbstverpflichtungen übernommen, insbesondere zur Nährwertkennzeichnung und Werbung. Darüber hinaus beteiligt sich das Unternehmen an Programmen zur Förderung von Bewegung und zur Verbesserung von Ernährungsgewohnheiten.

Als weltweit agierender Marktteilnehmer unserer Branche wenden wir den „Framework for responsible food and beverage communication“ der internationalen Handelskammer ICC (International Chamber of Commerce) an und wir beteiligen uns an einer Reihe anderer nationaler und internationaler Initiativen, um hohe Standards zu gewährleisten.

## 12 JAHRE

In Europa bewerben wir keine Lebensmittelprodukte gegenüber Kindern unter diesem Alter



## 9.000

Interviews in ganz Europa, im asiatisch-pazifischen Raum und in Lateinamerika im GJ 2016/2017, um unter den jährlich 800 Neuvorschlägen die besten herauszusuchen.

## KINDER SURPRISE COMPANY

Seit mehr als 40 Jahren tragen unsere sicheren, qualitativ hochwertigen, innovativen kinder®-Produkte dazu bei, dass Kinder aller Altersgruppen glücklich aufwachsen, indem sie für kleine Momente intensiver Emotionen sorgen. Bei allen Entwicklungsschritten der kinder®-Spielzeuge, von der Idee bis zum fertigen Produkt, werden weltweit Eltern einbezogen.

Die Kinder Surprise Company (KSC) widmet sich allen kinder®-Eiern und -Saisonprodukten. Alle Überraschungen werden mit größter Sorgfalt von einem Team von Fachleuten, zu dem auch Kinderpsychologen und Sicherheitsexperten gehören, entworfen und getestet. Dieses Team arbeitet nach den folgenden vier Prinzipien:

- **Verbesserung der Fähigkeiten des Kindes:** Förderung der Entwicklung bestimmter Fähigkeiten bei Kindern.
- **Vielfalt:** Entwicklung neuer Arten des Spiels, die auf ganzheitliche Weise die Entwicklung des Kindes fördern sollen.
- **360°-Spielerlebnis:** deckt alles ab: Spaß, Lehrreiches und Spielbarkeit, auch in der digitalen Welt.
- **Universeller Charakter:** Kinder auf der ganzen Welt aus unterschiedlichen Kulturen, unterschiedlichen Geschlechts und unterschiedlichen Alters begeistern.

# UNSERE MITARBEITER & UNSERE GEMEINSCHAFT

Unsere Werte und Prinzipien zeigen, wie wichtig uns unsere Mitarbeiter sind, wie auch die lokalen Gemeinschaften, in denen wir präsent sind.

Wir investieren in alle Facetten der persönlichen und professionellen Entwicklung unserer Mitarbeiter, und zwar von dem Tag, an dem sie zu uns kommen, bis zu ihrer Pensionierung und darüber hinaus.

Und wir unterstützen die Gesundheit, das Wohlbefinden und den Wohlstand derer, die weltweit in unseren lokalen Gemeinschaften leben.



Weitere Informationen erhalten Sie auf:  
[www.ferrerocsr.com](http://www.ferrerocsr.com)



Mitarbeiter von Ferrero in 55 Ländern  
mehr als

40.000



Besuche des medizinischen und  
sozialen Hausdienstes bei ehemaligen  
Ferrero-Mitarbeitern und deren  
Ehepartnern in Alba im Jahr 2017

1.064



Mitarbeiterzahl des Progetto  
Imprenditoriale Michele Ferrero

fast  
3.000

Personen



kinder+Sport

23 4

Sportdisziplinen

Millionen bewegte  
Kinder

# UNSERE MITARBEITER & UNSERE GEMEINSCHAFT

FORTSETZUNG

## FERRERO-MITARBEITER

Von dem Tag, an dem sie zu uns kommen bis zu ihrer Pensionierung und darüber hinaus helfen wir unseren Mitarbeitern, ihr berufliches und privates Potenzial zu entwickeln – unabhängig davon, welche Position sie bei uns bekleiden.

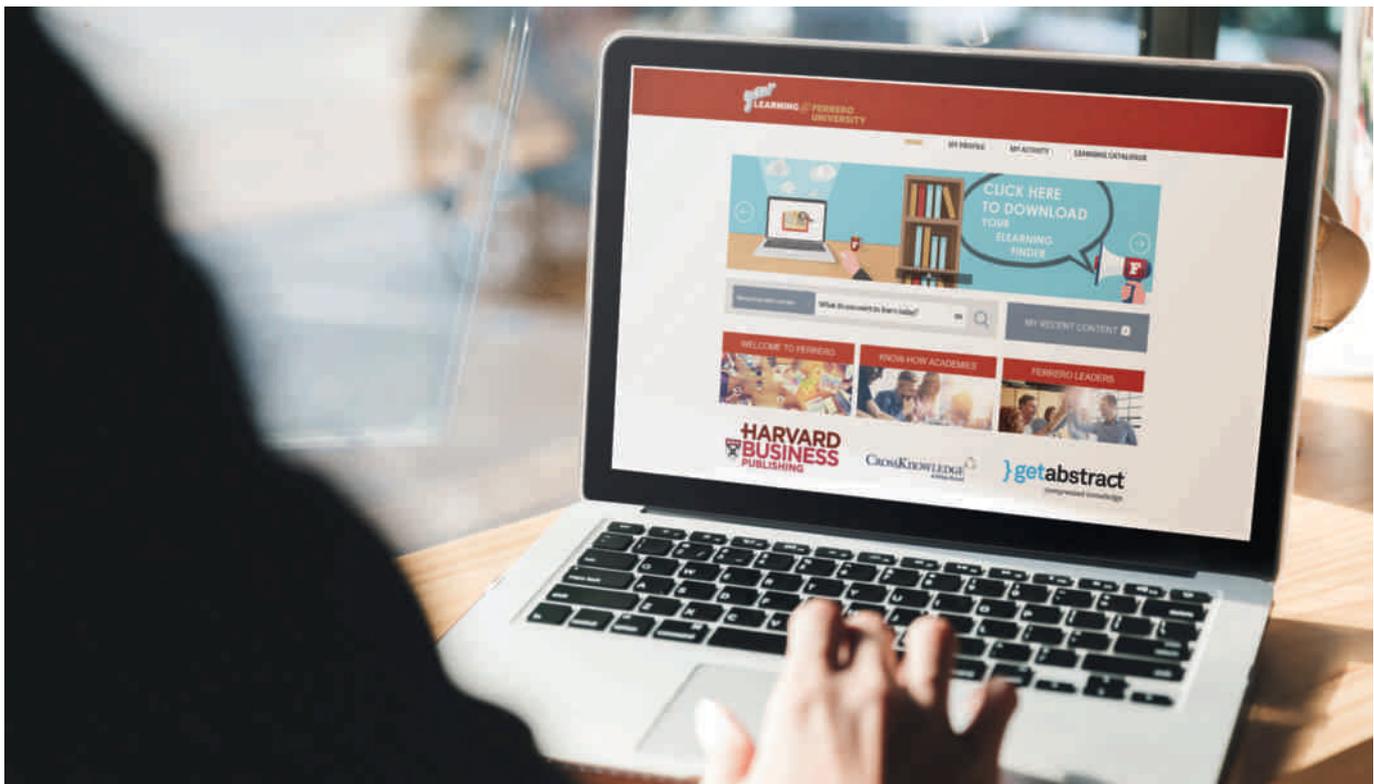
Wir investieren in das Wachstum und die Entwicklung unserer Mitarbeiter, indem wir ihnen über die Ferrero University eine Vielfalt von Bildungsangeboten bieten. Dazu gehören unsere Onlineplattform YourLearning und unsere Know-How Academies, die spezifische Fachschulungen anbieten. Wir unterstützen mit großem Engagement eine „Diversitätskultur“, bieten unseren Mitarbeitern eine wettbewerbsfähige Vergütung und erkennen ihre Rechte an.

Der Schutz von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz sind für Ferrero von zentraler Bedeutung. Wir schulen unsere Mitarbeitern in den Bereichen Gesundheit und Sicherheit, damit sie in der Lage sind, einen Beitrag zur Umsetzung unserer Richtlinien zu leisten.

Im Geschäftsjahr 2016/2017 sank die Häufigkeit der Arbeitsunfälle von Mitarbeitern an unseren Produktionsstandorten von 9,02 Unfällen pro Million Arbeitsstunden auf 7,92 (-12% gegenüber dem Vorjahr). In diesem Jahr erstellte das Labor für Gesundheit, Sicherheit und Soziale Verantwortung eine Reihe gemeinsamer Regeln, die „10 goldenen Sicherheitsregeln“ sowie eine entsprechende Kommunikationsstrategie auf, um die physische und psychische Gesundheit der Arbeiter in allen unseren Werken zu fördern.

Weiterbildungs-/Schulungsstunden insgesamt

mehr als  
**525.000**





## DIE FONDAZIONE FERRERO

Die Fondazione Ferrero wurde von Michele Ferrero ins Leben gerufen, der sie 1983 als soziales Unternehmen gründete, um ältere Mitarbeiter und deren Familien bei ihrer Pensionierung zu unterstützen.

Heute unterstützt die Fondazione Ferrero, die von Maria Franca Ferrero persönlich geleitet wird, die physischen, geistigen, emotionalen und sozialen Aspekte des „positiven Alterns“. Viele ehemalige Mitarbeiter und deren Familien profitieren von Leistungen wie medizinischer Unterstützung, gemeinsamem Lernen und kulturellen Aktivitäten, die oft auch Kinder und Jugendliche einbeziehen.

19.943

Teilnahmen am Kurs für funktionales Training der Fondazione Ferrero



# UNSERE MITARBEITER & UNSERE GEMEINSCHAFT

FORTSETZUNG

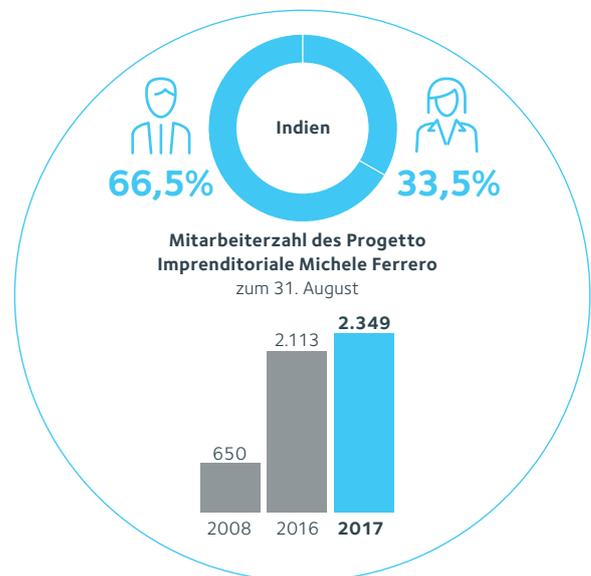
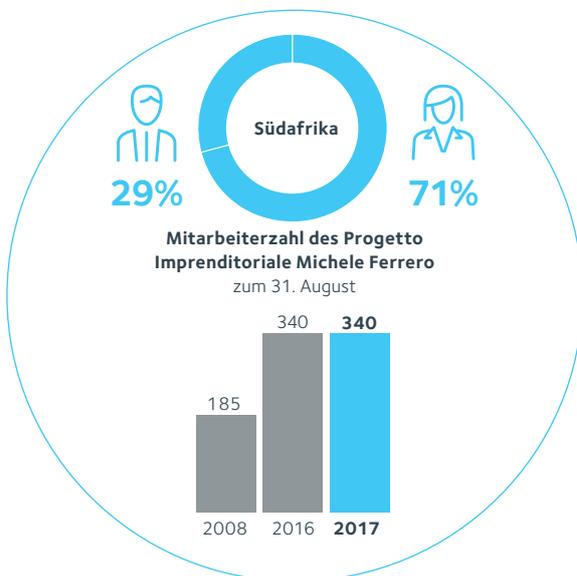
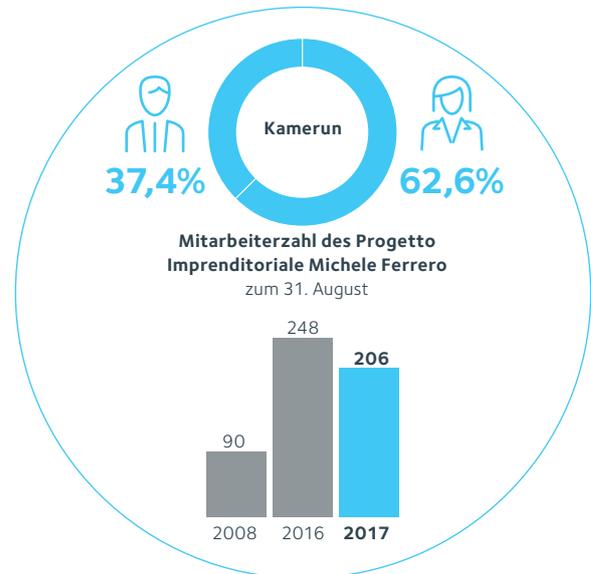
## DAS PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO

Seit seiner Gründung im Jahr 2005 unterstützt das Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero die Schaffung von Arbeitsplätzen sowie soziale und humanitäre Projekte in lokalen Gemeinschaften in Kamerun, Südafrika und Indien.

Ziel dieser Projekte ist es, Gesundheit, Bildung und soziale Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu fördern. Viele werden in enger Zusammenarbeit mit der Fondazione Ferrero und lokalen Partnern, darunter auch lokalen Behörden, durchgeführt.



**MICHELE FERRERO**  
ENTREPRENEURIAL PROJECT



## KINDER + SPORT

Unser internationales Projekt für soziale Verantwortung kinder+Sport Joy of Moving rückt die Bedeutung von körperlicher Bewegung und täglicher körperlicher Aktivität bei Kindern und Jugendlichen auf der ganzen Welt in den Fokus. Damit möchte das Unternehmen einen Beitrag dazu leisten, um zu einem gesunden und glücklichen Leben beizutragen. Mit 7.796 Veranstaltungen in 30 Ländern im GJ 2016/2017 ist das Projekt äußerst erfolgreich.

Das Projekt läuft bereits seit 12 Jahren und basiert auf dem innovativen Pädagogikkonzept „Joy of Moving“, das über mehrere Jahre hinweg erforscht und getestet wurde und einen neuen wissenschaftlich belegten Ansatz zum Thema körperliche Aktivität liefert. Ein Ansatz, der das Ziel verfolgt, gesunde Gewohnheiten und Freude an Bewegung zu entwickeln.



### KINDER+SPORT ERGEBNISSE

2016/2017

**4 Mio.**

Bewegte Kinder

**30**

Länder

**132**

Verbände und Vereine

**7.796**

Veranstaltungen

**23**

Sportarten

**€11.8 Mio.**

Gesamtinvestitionen



# UNSERE WERTSCHÖPFUNG

Der Ansatz, mit dem wir nachhaltiges Wachstum erreichen wollen, bezieht sich auf unsere gesamte Wertschöpfungskette, die wir in folgende Phasen unterteilen:

- **Kreieren:** Entwickeln von Verpackungen, die ausgezeichneten Geschmack und ein herausragendes Produkterlebnis gewährleisten.
- **Auswählen:** Beschaffen der besten Zutaten – nachhaltig.  
**Handeln:** Effizientes Ausüben unserer Geschäftstätigkeit.
- **Lagern und liefern:** Lagern und transportieren der Rohstoffe zu den Fabriken sowie der fertigen Produkte zu unseren Kunden und zwar so effizient und nachhaltig wie möglich.
- **Konsument:** Einbeziehen unserer Konsumenten, um die Umweltauswirkungen unserer Produkte nach deren Verzehr zu minimieren.

Nachhaltigkeit ist heute ein wichtiger Aspekt, und unserer Arbeit liegt die Vision zugrunde: „**Werte teilen, um Wert zu schaffen**“. Wir bauen direkte, nachhaltige geschäftliche Beziehungen zu Rohstoffherstellern und -lieferanten auf, die auf einem gemeinsamen Engagement für nachhaltige Werte, Dialog und Transparenz beruhen.



Weitere Informationen erhalten Sie auf:  
[www.ferrerocsr.com](http://www.ferrerocsr.com)

# WERTKETTE



RSPO-zertifiziertes Palmöl seit 2015

100%



Zertifiziert nachhaltiger Kakao,  
100% soll 2020 erreicht werden

70%



Ertragssteigerung der  
Haselnusspflanzungen, die an  
den FFV-Aktivitäten teilnehmen

20-25%



Verpackungsstrategie: Renew,  
Recycle, Reuse, Remove, Reduce

5Rs

# KREIEREN

Jedes Produkt bringt dabei ganz besonderen Herausforderungen mit sich, wie etwa Schutz vor Lichteinwirkung, Gerüchen, Feuchtigkeit, der mechanische Schutz sowie die richtige Haltbarkeit und die beste Portionierung für den Verzehr. Wir berücksichtigen diese Herausforderungen von Anfang an, denn wir wollen die Erwartungen unserer Konsumenten erfüllen.

Spezielle Teams entwickeln Lösungen von der Idee bis zur Umsetzung und folgen dabei unseren drei Prinzipien für das Verpackungsdesign:

- Gewährleistung von Frische und Intaktheit in der richtigen Portion.
- Verwendung von Materialien und Anwendung der 5R-Strategie beim Verpackungsdesign.
- Sicherstellung der Kohärenz mit unseren Markenwerten durch besondere Formen und Materialien.



**Unsere Entscheidungen zu Verpackungsszenarien beruhen immer auf einem guten Verständnis der damit zusammenhängenden Herausforderungen**

## DIE 5R

### Einbindung der 5R in unseren Ecodesign-Ansatz

Bei der Entwicklung und Planung unserer Verpackungen wenden wir die sogenannten „5R-Strategie“ an, deren Ziel es ist, bestmögliche Qualität und Frische zu gewährleisten und gleichzeitig die produzierte Abfallmenge so gering wie möglich zu halten.

Die 5R sind die von Ferrero als grundlegend festgelegten Prinzipien, die das Design unserer Verpackungen im Hinblick auf ein möglichst umweltverträgliches Design leiten.



## HERAUSFORDERUNG VERPACKUNG

Wie wir großartigen Geschmack und ein großartiges Produkterlebnis garantieren: unsere Herausforderungen



## NACHHALTIGE LANDWIRTSCHAFTLICHE PRAKTIKEN VON FERRERO

Um die besten auf dem Markt verfügbaren Rohstoffe zu beschaffen, haben wir ein umfassendes Verständnis von und Wissen über unserer Rohstoffe, ihre Herkunft und ihre Verarbeitung entwickelt.

Mehr als jemals zuvor ist Nachhaltigkeit heute ein entscheidender Faktor dieser Wissenskultur. Unserer Arbeit liegt das Credo **„Werte teilen, um Wert zu schaffen“** zugrunde. Außerdem haben wir es schon immer bevorzugt direkte, langfristige geschäftliche Beziehungen mit Rohstoffherzeugern und Lieferanten aufzubauen, die auf Dialog und Transparenz beruhen.

Diesem Credo entsprechend, wird Wert nicht alleine dadurch geschaffen, sich zu einem Wertekanon zu verpflichten. Vielmehr beinhaltet es auch die Verantwortung, diese Werte mit allen Kooperationspartnern innerhalb und außerhalb der Ferrero-Gruppe zu teilen.

Am Herzen liegen uns insbesondere die Bedingungen, unter denen die Rohstoffe unserer Lieferkette erzeugt werden. Wir verpflichten alle Lieferanten und Mitarbeiter, unseren Code of Business Conduct sowie unsere nicht verhandelbaren hohen Standards

einzuhalten. Letztendlich wird dies die Partnerschaft zwischen allen an unsere Lieferkette Beteiligten stärken und die Transparenz erhöhen.

Wir wissen, dass die Rohstoffe in ländlichen Gegenden produziert werden und dass die Entwicklung des ländlichen Raumes der wichtigste Schlüsselfaktor zur Unterstützung der Bauern, Arbeiter und ihrer Familien ist. Deshalb fördern wir gute landwirtschaftliche und soziale Praktiken in den Erzeugerländern nach international anerkannten Standards.

Um unser Ziel nachhaltiger Lieferketten zu erreichen, haben wir unter dem Dach des Ferrero Agricultural Commitment to Sustainability (F-ACTS) das Programm Ferrero Farming Values eingeführt.

Jedes maßgeschneiderte FFV-Programm verfolgt spezifische Ziele, die auf 3 Pfeilern beruhen: Umsetzung spezieller Projekte und Partnerschaften, Einführung von Standards und Zertifizierungen sowie institutionelles und kollektives Engagement. Angesichts der Komplexität der globalen Beschaffungsaktivitäten sind wir uns dessen bewusst, dass ein einzelner Akteur eine bestehende Lieferkette nicht alleine in eine nachhaltige verwandeln kann. Die drei Pfeiler wirken zusammen und nicht isoliert voneinander, sie ergänzen sich gegenseitig: der 3-Pfeiler-Ansatz wird durch eine ganze Reihe von Aktionen und Initiativen umgesetzt.

**Um unser Ziel nachhaltiger Lieferketten zu erreichen, haben wir unter dem Dach des Ferrero Agricultural Commitment to Sustainability (F-ACTS) das Programm Ferrero Farming Values eingeführt.**



Unserer Arbeit liegt das Credo zugrunde **„Werte teilen, um Wert zu schaffen“**.

## UNSER 3-PFEILER-ANSATZ



Alle Kooperationspartner der Wertschöpfungskette müssen zusammenarbeiten, um das Ziel einer nachhaltigen Lieferkette zu erreichen.

### DIE 3 PFEILER



PROGRAMMS	OBJECTIVES
 <b>KAKAO</b>	<b>Bis 2020</b> 100% als nachhaltig zertifiziert
 <b>PALMÖL</b>	<b>Seit Januar 2015</b> 100% als nachhaltig zertifiziertes, segregiertes RSPO-Palmöl
 <b>HASELNÜSSE</b>	<b>Bis 2020</b> 100% rückverfolgbar
 <b>ROHRZUCKER</b>	<b>Bis 2020</b> 100% als nachhaltig zertifiziert
 <b>EIER</b>	<b>Bis 2025</b> 100% der Eier aus Bodenhaltung (100% für Werke in der EU bereits im September 2014 erreicht)
 <b>MILCH</b>	Einhaltung strenger Qualitätsstandards und Kontrolle der Nachhaltigkeitskennzahlen

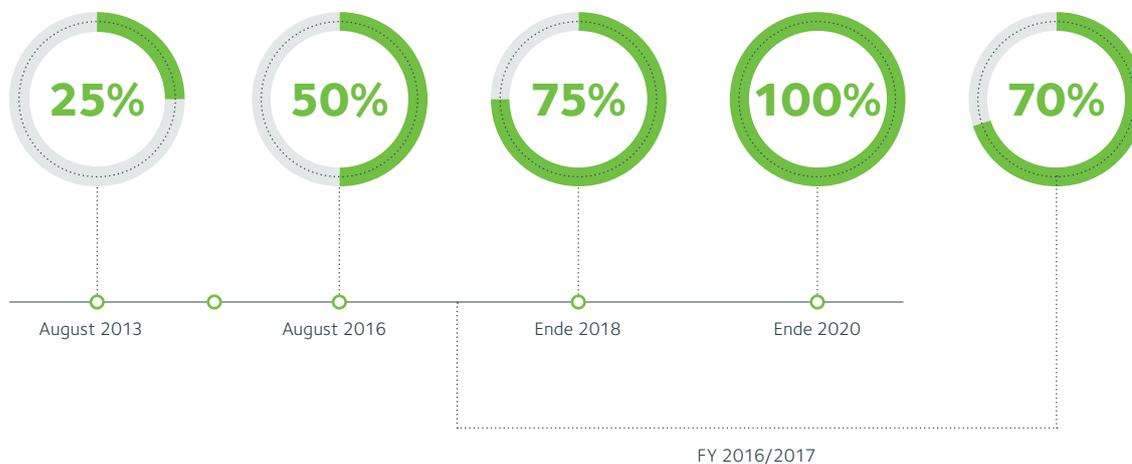
## KAKAO

Um die Zukunft des Kakaosektors zu sichern, verpflichten wir uns, durch die Umsetzung des Ferrero Farming Values Cocoa Programme die Nachhaltigkeit im Kakaoanbau zu unterstützen und zu verbessern.

Der Ansatz dieses Programms basiert auf drei wesentlichen Pfeilern: Zertifizierung, institutionelles Engagement und Projektpartnerschaften. Wir haben uns verpflichtet, bis Ende 2020 100 % zertifizierte Kakaobohnen zu beschaffen. Im Geschäftsjahr 2016/17 verbrauchten wir mehr als 130.000 Tonnen Kakaobohnen, von denen bereits 70% als nachhaltig zertifiziert wurden.



## ZEITPLAN FÜR DIE KAKAOZERTIFIZIERUNG



## PALMÖL

Wir haben uns verpflichtet, eine führende Rolle bei der Gestaltung eines nachhaltigen Palmölsektors zu spielen. Das kommt der Umwelt und den Gemeinschaften zugute, die in den Palmölerzeugerländern leben und arbeiten.

Es ist tief in unserer Firmenkultur verankert, langfristige Partnerschaften mit allen Akteuren der Lieferkette zu stärken und ein hohes Maß an Transparenz zu erreichen. 2015 waren wir eines der ersten Unternehmen weltweit, das 100% zertifiziertes, segregiertes RSPO-Palmöl eingekauft hat.



## HASELNÜSSE

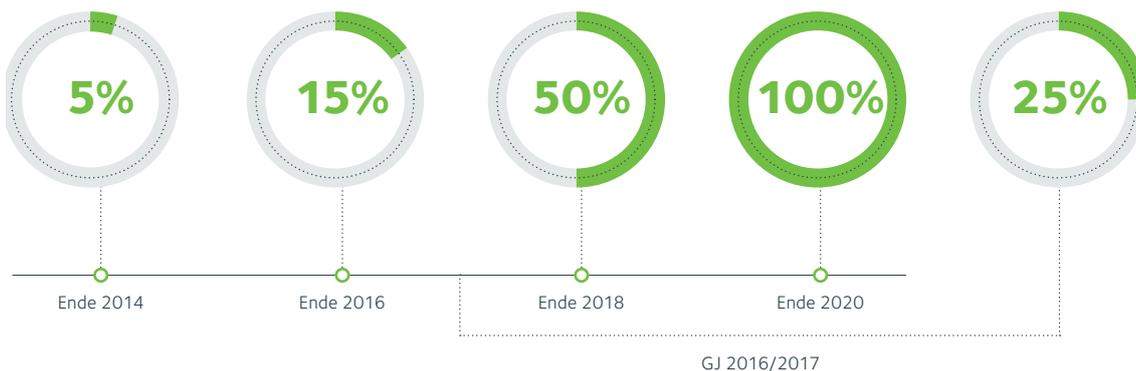
Haselnüsse waren schon immer eine wichtige Zutat unserer Hauptprodukte. Im Laufe der Jahre haben wir über die gesamte Haselnusslieferkette hinweg daran gearbeitet, die Entwicklung qualitativ hochwertiger, nachhaltig angebauter Haselnüsse zu fördern.

Vor Kurzem haben wir aufgrund des Ausbaus der Aktivitäten im Zusammenhang mit der Haselnuss-Wertschöpfungskette die Hazelnut Company gegründet. Dieser Unternehmensbereich der Ferrero-Gruppe kümmert sich um alle unsere Haselnussaktivitäten. Vom Anbau in den verschiedenen Regionen über die Beschaffung auf verschiedenen Märkten bis hin zur Verarbeitung unserer Produkte. Eine der strategischen Prioritäten der Hazelnut Company ist es, eine Lieferkette aufrechtzuerhalten, die von Anfang bis zum Ende effizient und nachhaltig ist. Diese Priorisierung hat verschiedene Aktivitäten auf unterschiedlichen Ebenen in Gang gesetzt.

Aufgrund der Bedeutung der Türkei als Haselnussproduzent unterhalten wir dort ein Projekt der ‚Ferrero Farming Values‘, um die Erträge und Qualität in den bestehenden Haselnusspflanzungen zu erhöhen, um die Bedingungen für die Bauern zu verbessern und eine bessere, nachhaltigere Zukunft aufzubauen.



## BESCHAFFUNGSZEITPLAN FÜR NACHHALTIGE HASELNÜSSE

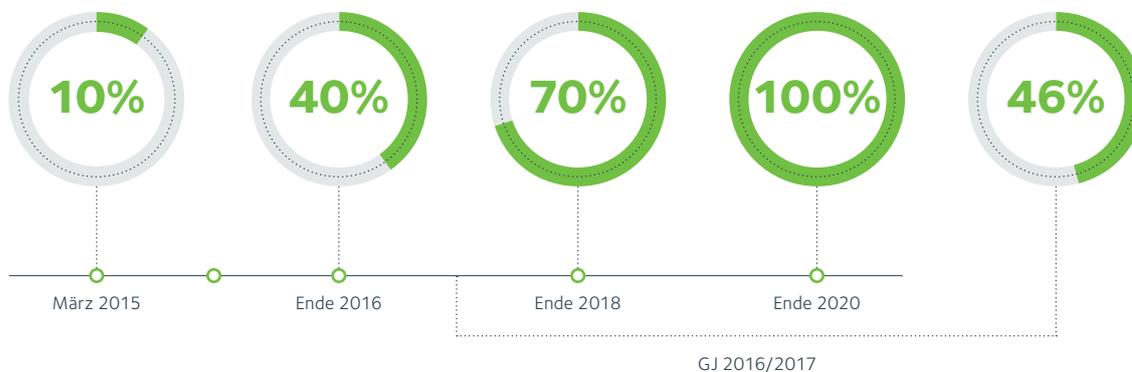


## ZUCKER

**Wir haben die vertrauensvolle Beziehungen zu zahlreichen landwirtschaftlichen Kooperativen und Zuckerherstellern gepflegt und gestärkt.**

Seit Jahrzehnten arbeiten wir mit Lieferanten zusammen, die Zucker von ausgezeichneter Qualität liefern. Um auch diesen Rohstoff aus weiteren, zuckerproduzierenden Ländern zu beschaffen, nutzen unsere Beschaffungs- und Qualitätssicherungsteams ein Standardverfahren zur Auswahl neuer Lieferanten. So können durch ein internes Auditing-System garantieren, dass der Rohstoff immer unseren hohen Qualitätskriterien entspricht. Wir haben uns verpflichtet, bis 2020 100% nachhaltigen raffinierten Zucker zu kaufen.

### ZEITPLAN FÜR DIE ZUCKERBESCHAFFUNG



## MILCH UND EIER

**Über viele Jahre hinweg haben wir langfristige Beziehungen zu sorgfältig ausgewählten Milcherzeugern auf lokaler Ebene aufgebaut und gepflegt.**

Diese Herangehensweise ermöglichte eine beidseitige Kooperation, um Frische und Qualität zu garantieren und zu verbessern. Dabei gelten für alle unsere Milchlieferanten weltweit dieselben Standards. Wir nutzen diese Beziehungen, um unsere „kurzen und kontrollierten Lieferketten“ weiter auszubauen. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf den Nachhaltigkeitsaktivitäten der Lieferanten in Bezug auf Tierwohl und ökologischer Verantwortung.

Wir haben eine integrierte Eierlieferkette (die Lieferanten haben die Kontrolle über den Lebenszyklus ihrer Tiere sowie über die Futtermittelzusammensetzung). Und wir verpflichten uns, für unsere globale Lieferkette Eier aus Bodenhaltung zu beschaffen. Unser Ziel, 100% Eier aus Bodenhaltung zu verwenden, haben wir in der EU 2014 erreicht; und auch wenn unsere Eierlieferketten in Europa 95% aller von uns weltweit verwendeten Eier abdecken, werden wir unsere Verpflichtung aufrechterhalten, ab 2025 weltweit nur Eier und Eiprodukte aus Bodenhaltung zu beziehen.



### EIER AUS BODENHALTUNG



# HANDELN

## ZERTIFIZIERUNGEN

### 1. ZERTIFIZIERUNG NACH ISO 14001 UND 50001

Wir verpflichten uns zur Umsetzung und Aufrechterhaltung unseres Umwelt- und Energiemanagementsystems in Übereinstimmung mit den Standards ISO 14001 und ISO 50001 in unseren Produktionsstätten und Lagern. Ende des GJ 2016/2017 waren 18 Werke und sieben Lager nach ISO 14001 zertifiziert, sieben Werke erreichten eine ISO-50001-Zertifizierung.

### 2. ENERGIESPAREN

In den vergangenen Jahren haben wir uns auf die Entwicklung von Werken konzentriert, die durch Kraft-Wärme-Kopplung oder Kraft-Wärme-Kälte-Kopplung Strom und Wärme erzeugen. Außerdem nutzen wir, wann immer möglich, erneuerbare Quellen. Ende 2016/2017 verfügten wir über 11 Kraft-Wärme-Kopplungs- bzw. Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungsanlagen, die – sofern möglich – als hocheffizient eingestuft wurden.

### 3. ABFALLVERMEIDUNG

Wir fördern die umfassende Wiederverwendung und Rückgewinnung von Materialien oder – sofern Wiederverwendung oder Rückgewinnung nicht möglich sind – eine Abfallentsorgung mit den geringsten ökologischen Auswirkungen, wobei eine Deponie nur dann infrage kommt, wenn es keine andere Möglichkeit gibt.

### 4. WASSERMANAGEMENT

2016/2017 initiierten wir eine Reihe von Maßnahmen zur Verringerung des Wasserverbrauchs, darunter auch Initiativen zur Verbesserung der Kühlkreisläufe, Effizienzoptimierung von Formwaschmaschinen, Reduzierung des Wasserverlustes in unseren Systemen und die Förderung der Wiederverwendung von Regenwasser.

### 5. CO<sub>2</sub> - EMISSION

Seit 2009 messen wir jährlich unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz und verpflichten uns, deren Grenzen nach und nach zu erweitern, um die Auswirkung der gesamten Lieferkette unserer Produkte zu identifizieren und als emissionsarmes Unternehmen zu wachsen.

Wir verwenden den Ansatz des Life Cycle Thinking (LCT), der die verschiedenen Lebensphasen der Produkte und deren Hauptauswirkungen auf die Umwelt berücksichtigt, auch die Phasen, die nicht direkt von uns kontrolliert werden.



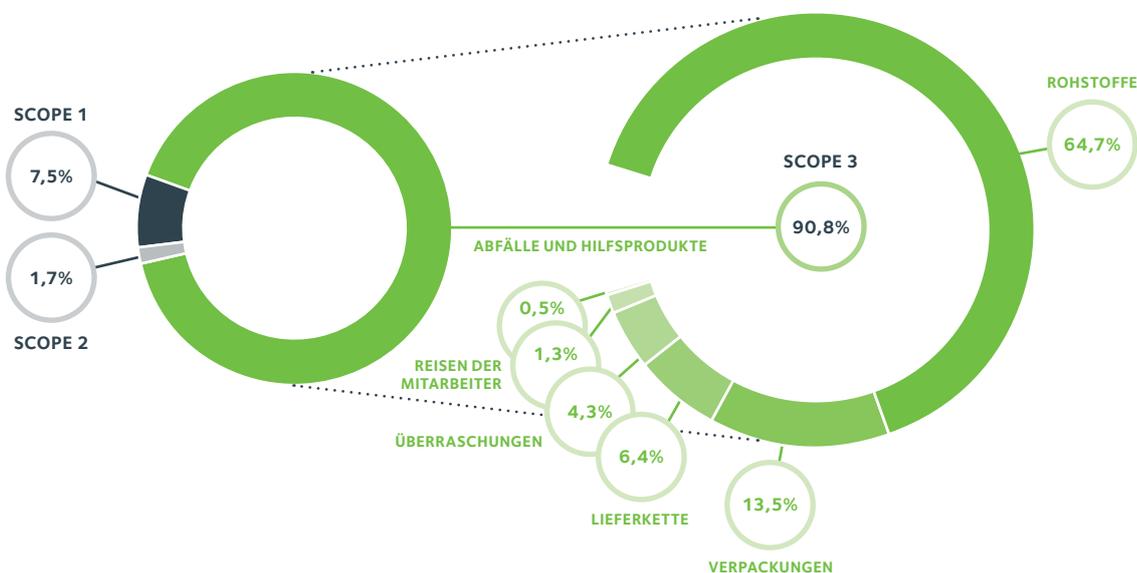
Abfallrückgewinnung

95%



Wir verwenden den Ansatz des Life Cycle Thinking (LCT), der die verschiedenen Lebensphasen der Produkte und deren Hauptauswirkungen auf die Umwelt berücksichtigt

## CO<sub>2</sub> EMISSIONEN



# LAGERN UND LIEFERN



Unsere Abteilung Supply Chain ist verantwortlich für Lagerung, Versand und Transport vieler verschiedener Materialien, etwa von Rohstoffen und Verpackungen zu unserem Werken und von Fertigprodukten zu unseren Kunden.

Wir tun dies so, dass unsere Umweltauswirkungen verringert werden.

Durch die Erhöhung der Menge gemeinsamer und wiederverwendbarer Paletten haben wir den Deponieabfall um 18 Tonnen verringert und 1.000 m<sup>3</sup> weniger Wasser verbraucht.

Durch den Austausch der Beleuchtung in unserem Lager in Monastir sparen wir 12,5 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr.

Den Einsatz erdgasbetriebener Lkw für Inlandtransporte in Italien steigerten wir um 23%.



**Zunahme des Einsatzes erdgasbetriebener Lkw für Inlandtransporte in Italien im Geschäftsjahr 2016/2017**

**+23%**

# KONSUMENT

Wie können die Konsumenten uns dabei helfen sicherzustellen, dass die Verpackungen nicht weggeworfen, sondern recycelt werden?

Indem sie uns helfen, diese korrekt und in Übereinstimmung mit den lokalen Abfallentsorgungsvorschriften zu entsorgen.

## MACHEN SIE DEN UNTERSCHIED UND TRENNEN SIE UNTERSCHIEDLICHE ABFALLARTEN

Einige Beispiele

**NUTELLA®**



**Verwenden Sie das Glas wieder\*!** Sehen wir mal, wie das geht: lassen Sie sich inspirieren und teilen Sie Ihre Ideen mit uns!



[www.nutella.com/de/de/diy](http://www.nutella.com/de/de/diy)

Entsorgen Sie es über Ihr lokales Entsorgungssystem: Helfen Sie uns, es richtig zu entsorgen!

## KINDER BUENO



Sehr leichte Verpackung: Damit wir das nicht umsonst getan haben, werfen Sie sie in die richtige Tonne!

Für unsere Snacks werden keine Verbundfolien verwendet, sondern Kunststofffolien mit einer Art Aluminiumüberzug<sup>3</sup>, deshalb ist dieses Material als Kunststoffverpackung gekennzeichnet.

<sup>3</sup> Hier handelt es sich um eine sogenannte metallisierte Folie, bei der mithilfe eines speziellen Verfahrens Aluminiummoleküle auf eine Kunststoffolie aufgesprüht werden, um mit sehr wenigen Atomen dieses Materials denselben Schutz zu garantieren, statt mit Aluminiumfolie ein komplexes Verbundmaterial herzustellen

\* Wiederverwendungsvorschlag





Printed on FSC™ certified paper



