

**CONDIVIDERE VALORI  
PER CREARE VALORE**



**Responsabilità Sociale d'Impresa**

COMPENDIO 2015

**FERRERO**

Questa copertina è stata stampata su carta realizzata con sottoprodotti di lavorazione della nocciola che sostituiscono fino al 15% della cellulosa proveniente da albero.

# **CONDIVIDERE VALORI PER CREARE VALORE**

**Responsabilità Sociale d'Impresa**  
COMPENDIO DEL RAPPORTO 2015

**FERRERO**

La redazione della versione integrale del rapporto 2015 e del presente compendio è stata curata dall'Ufficio Affari Istituzionali, Pubbliche Relazioni e Comunicazione Corporate del Gruppo Ferrero (e-mail: [csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com)).

La versione integrale del rapporto 2015 di responsabilità sociale d'impresa, pubblicata sul sito internet all'indirizzo [www.ferrerocsr.com](http://www.ferrerocsr.com), è redatta in conformità alle linee guida "G4 Sustainability Reporting Guidelines" (2013) e al "Food Processing Sector Disclosures" (2014), entrambi pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione "In accordance" – Core.

Tale versione integrale è stata sottoposta:

- al GRI Content Index Service, e il GRI ha confermato l'accuratezza del G4 Content Index;
- a revisione da parte di Deloitte & Touche S.p.A., che ha emesso la "relazione della società di revisione" in data 9 settembre 2016.




Sono stati, inoltre, tenuti in considerazione i seguenti riferimenti:

- "Dieci Principi" del Global Compact delle Nazioni Unite (UNGC);
- ISO (International Standard Organisation) 26000:2010 "Guida alla responsabilità sociale";
- "Linee Guida dell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE) destinate alle Imprese Multinazionali".



# Indice

---

Lettera del CEO	4
La responsabilità sociale Ferrero	6
Gli stakeholder del Gruppo Ferrero e analisi di materialità	8
Gli obiettivi del Gruppo Ferrero entro il 2020	10
 <b>Il Gruppo</b>	12
 <b>Le Persone</b>	14
 <b>Il Pianeta</b>	20

## Lettera del CEO

---

*I valori solidi, la passione e l'impegno che guidano da sempre l'operato di tutti i collaboratori del Gruppo Ferrero nonché la costante e rinnovata fiducia dei nostri consumatori ci hanno permesso di chiudere con successo anche l'esercizio commerciale 2014/2015, con un fatturato consolidato pari a 9.542 milioni di Euro, in crescita del +13,4% rispetto al periodo precedente.*

*Tale crescita è stata frutto dello straordinario dinamismo nello sviluppo dei nuovi mercati, dove Ferrero ha registrato risultati ancora più significativi se li si inserisce in un contesto internazionale le cui difficoltà persistono. Quindi il Gruppo conferma e in alcuni casi migliora gli eccezionali risultati delle vendite degli scorsi esercizi in Asia, Medio Oriente, Stati Uniti, Canada, Messico e Australia. Ottimi i risultati anche nei mercati europei quali Regno Unito, Polonia e Germania.*

*Nel 2014/2015 il Gruppo Ferrero ha effettuato nuovi investimenti, pari al 5,8% delle vendite, per il potenziamento delle attività industriali e produttive, principalmente in Italia, Cina, Germania, Polonia, India e Brasile. Sono 22 gli stabilimenti produttivi su cui oggi Ferrero può contare.*

*Il Gruppo ha inoltre continuato a rafforzare la propria presenza nel mercato delle nocciole, per garantire e migliorare la qualità di una materia prima fondamentale e assicurare un gusto d'eccezione ai propri prodotti. In particolare, Ferrero ha completato l'acquisizione in Turchia del gruppo Oltan, operatore leader nel mercato della fornitura, lavorazione e vendita di nocciole. Quest'acquisizione rafforza il nostro impegno di responsabilità sociale nelle pratiche di agricoltura sostenibile, già attive in Turchia grazie a un programma dedicato, il "Ferrero Farming Values" (FFV).*

*Inoltre, ad agosto 2015, il Gruppo Ferrero ha completato l'acquisizione di Thorntons Plc, storica società inglese fondata nel 1911 e operante nel Regno Unito nella produzione e nella commercializzazione dei prodotti dolciari a base di cioccolato. Ferrero e Thorntons hanno alle spalle una forte tradizione familiare e una vocazione a deliziare i propri consumatori con prodotti di altissima qualità.*

*A rafforzare il nostro orgoglio è un altro importante risultato: al 31 agosto 2015, il totale dei collaboratori interni ed esterni al Gruppo Ferrero ha raggiunto 40.721 Donne e Uomini.*



Da maggio ad ottobre 2015, il Gruppo Ferrero ha inoltre preso parte a Expo Milano 2015, portando all'esposizione universale un assaggio della nostra filosofia, che si specchia pienamente nel motto della manifestazione "Nutrire il pianeta, energia per la vita".

Infatti, anche in Expo, Ferrero ha presentato i propri valori, il proprio impegno verso la qualità, l'innovazione costante, la comunicazione trasparente e la cura delle persone che hanno fatto e fanno parte della storia del Gruppo. Essere un Gruppo globale non ci impedisce di agire localmente mantenendo così il forte legame con le Persone e il territorio in cui operiamo. Ciò è dimostrato, oltre che dall'impegno per la performance economica e per la condivisione di valore con un numero sempre più alto di Persone, da un profondo senso di responsabilità che si concretizza in una particolare attenzione alla mitigazione del cambiamento climatico: a settembre 2014, il Gruppo Ferrero ha sottoscritto durante l'Onu Climate Summit 2014 la New York Declaration on Forests, accordo che prevede come obiettivo il dimezzare la deforestazione entro il 2020 e a bloccarla definitivamente entro il 2030.

Oltre a ciò, nel selezionare le nostre materie prime, rafforziamo costantemente gli stringenti criteri, per noi imperativi, dell'eccellenza nella qualità, del rispetto dei diritti umani, della sostenibilità ambientale e del benessere animale, per noi categorici nel selezionare le materie prime. Da novembre 2015 Ferrero è tra i membri del Palm Oil Innovation Group (POIG); ciò rappresenta un ulteriore passo avanti nel cammino per garantire la sostenibilità della catena di approvvigionamento dell'olio di palma in linea con la stessa ambizione innovativa che nel novembre 2013 ha portato Ferrero a lanciare la propria Palm Oil Charter - in collaborazione con i suoi fornitori - per affrontare le cause principali della deforestazione e creare un equilibrio tra salvaguardia dell'ambiente, bisogni della comunità, benefici e fattibilità economica.

Prosegue, poi, la condivisione di valore nel promuovere stili di vita attivi tra le giovani generazioni e le loro famiglie attraverso il programma globale Kinder+Sport "Joy of moving", che incoraggia la pratica sportiva e contribuisce a diffondere la gioia di muoversi tra i bambini di tutto il Mondo.

Il Gruppo continua a crescere ed espandersi e lo fa impegnandosi a dedicare ogni attenzione e dedizione al soddisfacimento delle esigenze del consumatore, mantenendo qualità e freschezza eccellenti e sforzandosi a dare il massimo per garantire che i valori della "Ferrerità", o ciò che amiamo definire il "modo di lavorare di Ferrero", siano sempre applicati.

Tradizione e innovazione sono due elementi indissolubili del DNA Ferrero. Se dovessi trovare una metafora direi che la tradizione è come un arco. Più riusciamo a tendere indietro la corda, più riusciamo a scagliare in avanti la freccia della modernità, della visione, dell'innovazione. Il Gruppo Ferrero ha una solida, radicata "cultura del fare" che, grazie all'intraprendenza dei suoi uomini, ha generato straordinarie Global Lovebrand, che sono spesso diventate miti generazionali seppur al passo con i tempi.

Il forte senso etico, alla base della nostra cultura imprenditoriale, è la nostra catena del valore: ognuno di noi lavora percorrendo un percorso illuminato dalla passione, dalla dedizione e dalla determinazione che mettiamo nel prodotto, dalla sua realizzazione fino alla spedizione e consegna nei punti vendita dove brilla di luce e scalda il cuore dei consumatori. E più sappiamo tenere viva questa luce lungo tutta la catena del valore, più saremo in grado di occupare sempre un posto unico nel Mondo.

Buona lettura!

Luglio 2016



**Giovanni Ferrero**

Chief Executive Officer  
Ferrero International

# La responsabilità sociale Ferrero

**F**errero ha da sempre voluto assumere dei concreti impegni di cura e attenzione verso le **Persone e il Pianeta**, riconoscendone una valenza non secondaria rispetto agli obiettivi di performance economica. Tale propensione è insita nel DNA aziendale ed è emblematicamente rappresentata in una lettera che Michele Ferrero volle inviare ai dipendenti dell'azienda nel 1957, quando ne assunse la guida:

“ Personalmente mi impegno a dedicare ogni mia attività e tutti i miei intenti a questa nostra azienda, affinché essa abbia a proseguire, alla luce dell'esempio dato da mio padre e da mio zio, nel cammino sinora percorso, assicurandovi che mi riterrò soddisfatto solo quando sarò riuscito, con fatti concreti, a garantire a voi e ai vostri figli un sicuro e sereno avvenire. ”

*Michele Ferrero*

Il termine responsabilità sociale d'impresa per il Gruppo Ferrero ha da sempre rappresentato l'attenzione per le persone e per il territorio, ovvero i dipendenti e gli ex dipendenti, il consumatore, le famiglie e le comunità locali in cui opera. Questi principi di responsabilità sociale hanno guidato i primi passi di Ferrero più di sessantacinque anni fa ad Alba e rimangono immutati oggi.

Infatti, per il Gruppo Ferrero, il più importante bilancio ufficiale non è mai stato quello annualmente depositato, bensì quello di responsabilità sociale, che rispecchia il **rispetto del Gruppo verso le Persone e il Pianeta**.

Oggi, l'approccio alla sostenibilità del Gruppo Ferrero si fonda sulla strategia di responsabilità sociale d'impresa **“Condividere valori per creare valore”**.

Tale strategia è realizzata quotidianamente, attraverso il nostro impegno verso il consumatore che si traduce nella massima qualità dei prodotti, nell'innovazione e nella comunicazione trasparente. Per Ferrero, la creazione di valore condiviso è una pratica che tocca tutte le fasi della catena del valore: passa per la cura delle persone che hanno fatto e continuano a fare la storia del Gruppo, per il sostegno alle comunità locali, per la promozione di stili di vita attivi tra i giovani e le loro famiglie giungendo al forte impegno verso pratiche agricole sostenibili e alla salvaguardia e protezione dell'ambiente.

Confermiamo pertanto tutti gli impegni della nostra strategia di responsabilità sociale d'impresa che continua ad articolarsi sulle due principali aree tematiche: le Persone e il Pianeta.





## PERSONE

Per Ferrero l'attenzione al consumatore non è solo un valore ma una pratica quotidiana che ha il suo fondamento in un senso di responsabilità che va ben oltre gli obiettivi commerciali. Tale responsabilità si concretizza attraverso la strategia Ferrero per la nutrizione, la continua innovazione, la qualità e la freschezza dei prodotti, la sicurezza alimentare e la comunicazione trasparente e responsabile. Inoltre, Ferrero pone una costante attenzione alla vita dei propri dipendenti ed ex dipendenti e alle persone che vivono nelle comunità in cui opera. Tale impegno è dimostrato anche attraverso le attività della Fondazione Ferrero e del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero attivo in Africa e Asia. Inoltre, il Gruppo continua il proprio impegno nell'attività di promozione di stili di vita attivi rivolgendosi ai giovani e alle loro famiglie attraverso il programma globale Kinder+Sport "Joy of moving".

## PIANETA

Monitorare e migliorare l'impatto delle proprie attività lungo tutta la catena di fornitura è una priorità per il Gruppo Ferrero, perseguita attraverso l'approvvigionamento sostenibile delle principali materie prime. Inoltre, il Gruppo si impegna a produrre nel rispetto dell'ambiente, avvalendosi delle migliori tecnologie disponibili, utilizzando l'energia, i materiali e le risorse naturali in modo efficiente e consumando le risorse idriche in modo responsabile e ragionevole. Consapevole di tale responsabilità, Ferrero persegue il forte impegno volto a minimizzare l'impatto ambientale dalle materie prime agli stabilimenti produttivi fino alla logistica, lungo tutta la catena del valore.

Ai fini della determinazione e gestione della politica di Gruppo in materia di responsabilità sociale (CSR), il Gruppo Ferrero si avvale di un ufficio con specifiche responsabilità in ambito CSR (e-mail: [csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com)) che fa capo al Vicepresidente del Gruppo, Amb. Francesco Paolo Fulci.

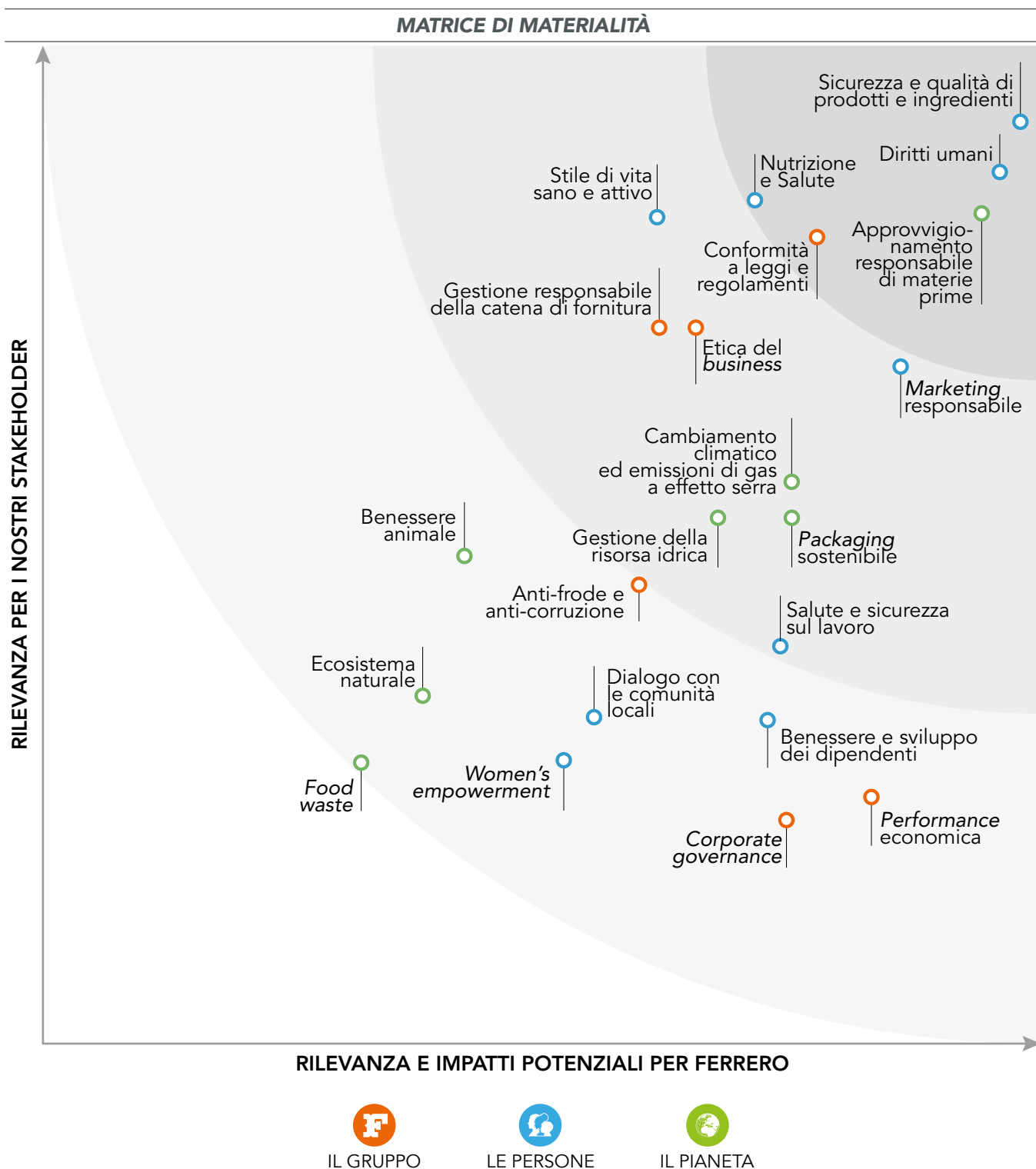
# Gli stakeholder del Gruppo Ferrero e analisi di materialità

**N**el 2015, al fine dell'applicazione del nuovo *standard* di rendicontazione G4 *Sustainability Reporting Guidelines*, **il Gruppo ha aggiornato l'analisi dei temi rilevanti** in ambito di sostenibilità attraverso un processo di materialità interno: in particolare, è stata valutata l'importanza dei diversi temi di sostenibilità che influenzano la capacità di creare valore del Gruppo e le tematiche ritenute rilevanti dai propri stakeholder.

## STAKEHOLDER MAPPING







Ai fini della redazione del rapporto CSR e del presente compendio sono quindi state aggiornate la **mappatura degli interlocutori** interni ed esterni (*stakeholder mapping*) e la **matrice di materialità delle tematiche rilevanti**, riportate di seguito. Con gli *stakeholder* individuati il Gruppo Ferrero ha instaurato un dialogo costante, partecipando attivamente ai dibattiti e ai gruppi di lavoro delle associazioni di categoria e settoriali di cui è membro. In aggiunta, il Gruppo ha sviluppato un dialogo strutturato con alcune ONG, attive anche in ambito CSR.



# Gli obiettivi del Gruppo Ferrero entro il 2020

L'approccio del Gruppo Ferrero in materia di responsabilità sociale è guidato da solidi valori e da **un impegno costante** per la creazione di valore. Tali impegni, essenziali e improrogabili per il Gruppo, si realizzano attraverso **obiettivi, azioni e risultati concreti**.

AMBITO	DESCRIZIONE	AVANZAMENTO
	Certificazione di sicurezza alimentare <b>FSSC 22000</b> per tutti i siti produttivi del Gruppo	Entro il 2016 
	Potenziamento delle attività della <b>Fondazione Ferrero</b> e del <b>Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero</b>	Raggiunto e rinnovato 
	Promozione di iniziative interne a supporto di una <b>"cultura delle diversità"</b>	Rinnovato fino al 2018 
	Aumento del <b>5% di donne in posizioni manageriali</b> (rispetto al 31 agosto 2015)	Entro il 2020 
	Continuo sostegno ed espansione del nostro programma per lo sport <b>"Kinder+Sport"</b> , estendendo la presenza a <b>30 Paesi</b> nel Mondo e riuscendo a <b>muovere 5 milioni di bambini</b>	Entro agosto 2018 
 	<b>100% cacao certificato come sostenibile</b>	Entro il 2020 
 	<b>100% olio di palma certificato come sostenibile e segregato</b>	Raggiunto a dicembre 2014 
 	<b>100% zucchero di canna raffinato</b> da fonti di <b>approvvigionamento sostenibili</b>	Entro il 2020 
 	Implementazione del piano sulla <b>tracciabilità</b> per il <b>100% delle nocciole</b>	Entro il 2020 
	<b>100% uova da galline a terra</b> nel rispetto del benessere animale	Raggiunto a settembre 2014 
	Energia elettrica autoprodotta pari al <b>70%</b> (anziché 75%) <b>dell'energia consumata da tutti gli stabilimenti europei</b> , di cui il <b>18%</b> (anziché 25%) <b>da fonte rinnovabile</b>	Raggiunto parzialmente a settembre 2014 



AMBITO	DESCRIZIONE	AVANZAMENTO
	<b>Certificazione ISO 50001 di Gruppo per i 17 attuali siti produttivi</b> – esclusi gli stabilimenti del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero - compresi i siti di generazione energetica	Entro il 2020 
	<b>Implementazione di un piano di azioni energetiche a livello mondiale</b> , compatibile con i vincoli locali degli stabilimenti esistenti e futuri, volto alla riduzione delle emissioni	Entro il 2020 
	<b>Riduzione del 40% delle emissioni di CO<sub>2</sub></b> derivanti dalle attività produttive (rispetto al 2007)	Entro il 2020 
	<b>Riduzione del 30% delle emissioni di gas effetto serra</b> (tonnellate di CO <sub>2eq</sub> ) nelle attività di trasporto e stoccaggio (rispetto al 2009)	Entro il 2020 
	<b>Utilizzo negli imballaggi di materiali derivanti da risorse rinnovabili (+10%</b> rispetto al 2009)	Entro il 2020 
	<b>100% cartone<sup>1</sup> vergine da filiera sostenibile certificata</b>	Raggiunto a dicembre 2014 
	<b>100% carta<sup>2</sup> vergine da filiera sostenibile certificata</b>	Prolungato al 2017 

1. Con il termine cartone si identificano i materiali con grammatura (massa per metro quadro) superiore a 225 g/m<sup>2</sup>.

2. Con il termine carta si identificano i materiali con grammatura (massa per metro quadro) inferiore a 225 g/m<sup>2</sup>.

 LE PERSONE   
  IL PIANETA   
  IN LINEA   
  NON IN LINEA   
  NUOVO OBIETTIVO

**78** SOCIETÀ CONSOLIDATE E  
CONTROLLATE DA FERRERO INTERNATIONAL S.A.

**9.541.772 (€/000)**  
FATTURATO NETTO CONSOLIDATO

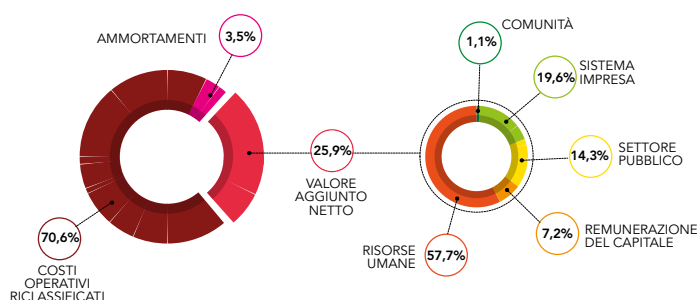
**12.078.000 q**  
TOTALE DI PRODUZIONE

**1.781.339 t**  
MATERIE PRIME AGRICOLE E  
MATERIE PRIME IMBALLAGGI UTILIZZATE<sup>1</sup>

Ferrero International, cuore strategico e operativo del Gruppo, dal 1998 adotta un modello tradizionale di *Corporate Governance*, in cui l'**Assemblea e il Consiglio di Amministrazione** (CdA) hanno un ruolo centrale. Il CdA si avvale del **Group Leadership Team**, comitato direttivo composto dai responsabili delle principali funzioni aziendali, e dell'**Audit Committee**, che svolge una funzione consultiva e propositiva per il CdA in materia di sistema di controllo interno.

Ferrero è inoltre parte di numerose **organizzazioni e associazioni europee e internazionali**, che operano secondo le linee guida e i valori del Gruppo in relazione a tematiche chiave quali sostenibilità sociale, economica e ambientale, trasparenza, sicurezza alimentare e tutela degli interessi di categoria.

#### VALORE AGGIUNTO GENERATO E DISTRIBUITO - 2014/2015<sup>2</sup>

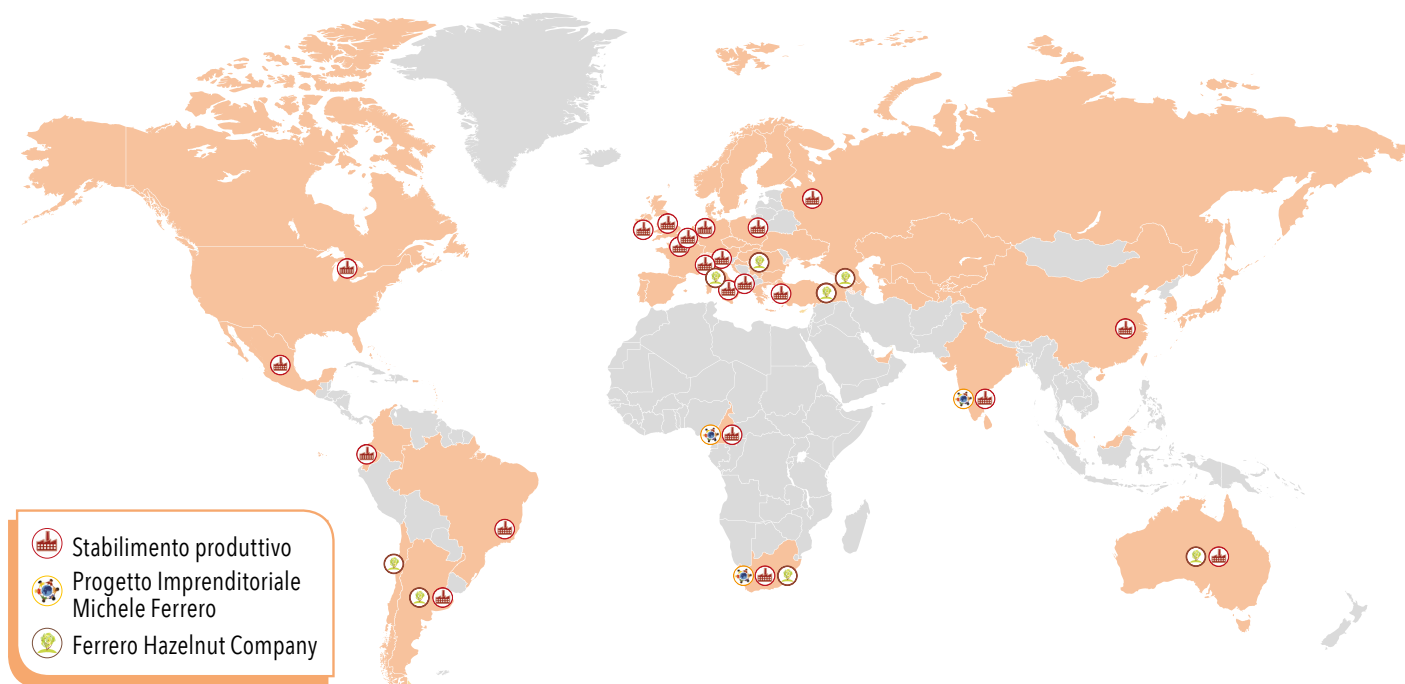


1. Il dato include i quantitativi d'acqua prevista nelle ricette dei prodotti Ferrero, le materie prime per le sorprese e i materiali ausiliari dei processi produttivi.

2. Nel 2014/2015 il "Valore Aggiunto Netto" generato dal Gruppo Ferrero è stato pari a 2.618 milioni di euro.

Il Gruppo

Inoltre dal 2011 il Gruppo Ferrero è impegnato nell'implementazione del Piano ABCDE (*A Business Code Dialogue Engagement*), volto a condividere il Codice di Condotta Commerciale del Gruppo con tutti gli *stakeholder* della catena del valore. Tale Codice si basa sui principi Ferrero, ed è conforme al Codice Etico del Gruppo.



## IL GRUPPO FERRERO È PRESENTE IN 53 PAESI

ARGENTINA	COREA DEL SUD	HONG KONG	POLONIA	SRI LANKA
AUSTRALIA	CROAZIA	INDIA	PORTO RICO	STATI UNITI
AUSTRIA	DANIMARCA	IRLANDA	PORTOGALLO	SUDAFRICA
BELGIO	ECUADOR	ITALIA	REGNO UNITO	SVEZIA
BRASILE	EMIRATI ARABI	KAZAKISTAN	REP. CECA	SVIZZERA
BULGARIA	FINLANDIA	LUSSEMBURGO	ROMANIA	TAIWAN
CAMERUN	FRANCIA	MALESIA	RUSSIA	TURCHIA
CANADA	GEORGIA	MESSICO	SERBIA	UCRAINA
CILE	GERMANIA	MONACO	SINGAPORE	UNGHERIA
CINA	GIAPPONE	NORVEGIA	SLOVACCHIA	
COLOMBIA	GRECIA	PAESI BASSI	SPAGNA	

# 22

STABILIMENTI PRODUTTIVI  
IN 5 CONTINENTI



6 AZIENDE AGRICOLE E  
8 IMPIANTI DI LAVORAZIONE

# 170+

PAESI IN CUI I PRODOTTI  
SONO COMMERCIALIZZATI

PROGETTO IMPRENDITORIALE  
MICHELE FERRERO



ATTIVO IN 3 PAESI



# Le Persone

## 40.721<sup>1</sup>

COLLABORATORI DEL GRUPPO AL 31/08/2015

## 104

NAZIONALITÀ DI PROVENIENZA DEI DIPENDENTI

## 3.500+

EX COLLABORATORI E CONIUGI  
SERVITI DALLA FONDAZIONE

## 4.330

COLLABORATORI DEL PROGETTO IMPRENDITORIALE  
MICHELE FERRERO AL 31/08/2015

## 4,1 milioni

BAMBINI MOSSI<sup>2</sup> CON KINDER+SPORT

Il Gruppo Ferrero è nato ed è cresciuto, generazione dopo generazione, grazie alla **passione delle persone** che ne hanno fatto e ne fanno parte e in virtù della fiducia che i consumatori hanno riposto nei prodotti e nell'azienda.

L'impegno Ferrero nei confronti delle Persone si esprime e si riconosce nella **catena del valore dei prodotti**, un autentico percorso di responsabilità e sostenibilità, che ha inizio con la formulazione di ricette nutrizionalmente equilibrate e un'accorta selezione delle materie prime, sino a terminare con una comunicazione corretta nei confronti dei consumatori e dei più piccoli.

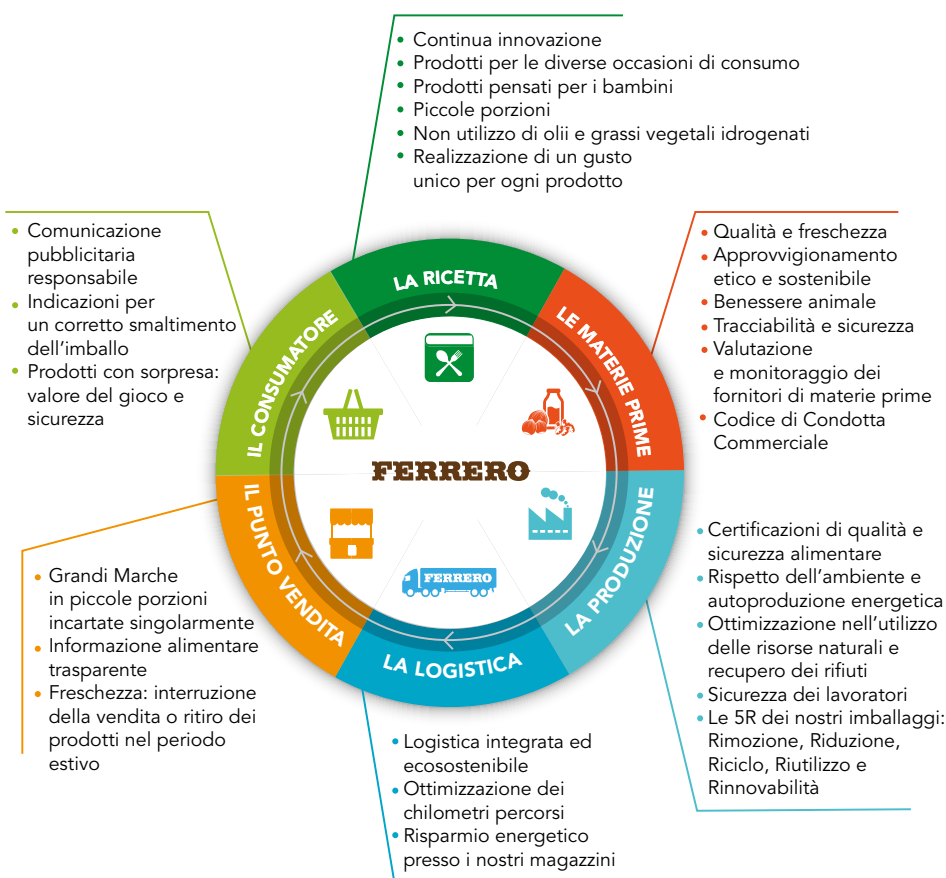
Le Persone sono da sempre al centro della strategia di Gruppo e costituiscono un **valore aggiunto insostituibile** cui è riservata un'attenzione speciale, concretizzata in progetti e iniziative dedicate.

*1. Il dato comprende i collaboratori esterni Ferrero, tra cui i lavoratori interinali, gli agenti di vendita, gli stage formativi e altri rapporti di collaborazione diretta, con esclusione dei contratti di servizi.*

*2. Numero di bambini che partecipano attivamente ai programmi ed eventi supportati da Kinder+Sport.*



## LA CATENA DEL VALORE DEI NOSTRI PRODOTTI: UN PERCORSO DI RESPONSABILITÀ



## I NOSTRI CONSUMATORI

Ferrero ha messo in pratica ogni giorno **la passione e l'impegno nella soddisfazione del Consumatore**, ponendolo al centro del proprio lavoro quotidiano.

**NUTRIZIONE** - Ferrero ha sviluppato una strategia che si può definire unica poiché si fonda su una peculiare tipologia di prodotti dolciari la cui base è rappresentata da materie prime nobili che non solo contribuiscono, attraverso la loro naturale composizione, alla fornitura di energia, ma anche alla tipologia e quantità di micronutrienti che sono indispensabili per la salute. I piccoli formati e le ricette dei prodotti Ferrero permettono l'adozione di modelli alimentari basati su un frazionamento dell'apporto calorico giornaliero in diversi episodi, supportati dall'adozione di etichette nutrizionali chiare e complete. Il Gruppo contribuisce inoltre a **promuovere buone abitudini alimentari** attraverso un forte impegno nella ricerca scientifica.

# 80%

DEI PRODOTTI FERRERO  
È IN PORZIONI  
INFERIORI ALLE 130 KCAL

# <100 kcal

APPORTO CALORICO  
MEDIO PER PORZIONE

QUALITÀ E FRESCHEZZA - Il modello di *business* Ferrero è costruito per **garantire la massima qualità e freschezza dei prodotti** lungo tutta la catena del valore e per evitare ogni spreco. Sin dalle origini, Ferrero ha posto la massima attenzione nella selezione delle materie prime e degli ingredienti.

Sono proprio la qualità e la freschezza di questi ultimi a determinare le caratteristiche organolettiche peculiari dei prodotti. L'eccellenza dei prodotti e la loro sicurezza sono garantite da un sistema di procedure interne verificate tramite ispezioni integrate e sistematiche effettuate dalla Direzione centrale di Qualità presso gli stabilimenti e lungo tutta la catena logistica, oltre che da un elevato tasso di innovazione.

### 18 STABILIMENTI CERTIFICATI SECONDO GLI STANDARD DI SICUREZZA ALIMENTARE FSSC 22000 A INIZIO 2016

COMUNICAZIONE RESPONSABILE - Per il Gruppo Ferrero responsabilità sociale significa anche sottoscrivere una serie di sistemi di **autoregolamentazione, in particolare sull'etichezzatura nutrizionale e sulla pubblicità**. Gli impegni in questa materia sono costantemente **monitorati da enti terzi indipendenti**, che confermano tassi di conformità elevati.

Il Gruppo si impegna a rispondere al meglio all'esigenza del consumatore di ricevere comunicazioni veritiere e accurate, nel tentativo di **aiutare i consumatori a fare scelte adeguate** in relazione all'alimentazione e allo stile di vita.

KINDER SURPRISE COMPANY - Da oltre 40 anni, i prodotti KINDER® Ferrero hanno contribuito alla **crescita felice dei bambini di tutte le età** generando momenti quotidiani di intensa emozione.

In tutto questo tempo il processo di creazione delle sorprese si è evoluto, pur mantenendo lo stesso impegno per creare prodotti sicuri e innovativi e cercando di migliorare tutto il tempo. *Kinder Surprise Company* (KSC) è la Divisione del Gruppo Ferrero dedicata alla creazione e produzione dei piccoli giocattoli KINDER® le cui caratteristiche e giocabilità devono essere sviluppate e ottimizzate specificamente per il formato in miniatura del mondo KINDER®.

IN EUROPA FERRERO NON PUBBLICIZZA ALCUN PRODOTTO AI BAMBINI DI ETÀ INFERIORE AI 12 ANNI

65 TEST SUI GIOCATTOLE IN MATERIA DI SICUREZZA E QUALITÀ RISPETTO AI 38 RICHIESTI DAI REGOLAMENTI INTERNAZIONALI

## LA FONDAZIONE FERRERO

Nata nel 1983 come Opera Sociale da un'idea di Michele Ferrero e sotto la guida instancabile del suo Presidente, la signora Maria Franca Ferrero, la Fondazione ha quale obiettivo primario il **miglioramento della qualità della vita della persona anziana, coltivando socialità, relazioni, impegno, conoscenze**. Opera in campo sociale, filantropico, culturale e artistico, principalmente



FONDAZIONE FERRERO  
ONLUS

a favore degli "anziani" Ferrero, ovvero i dipendenti in quiescenza dell'azienda, e dei bambini, attraverso numerosi progetti sociali e culturali, assistenza socio-sanitaria, un asilo nido e collaborazioni universitarie. Sul modello della Fondazione Ferrero, e ispirate al suo motto "Lavorare, Creare, Donare", sono nate due Opere Sociali in Germania e Francia.

40

GRUPPI DI ATTIVITÀ

580

VISITE MEDICHE  
SVOLTE NEL 2015

20.000

COPIE DISTRIBUITE DELLA  
RIVISTA FILODIRETTO

## LE DONNE E GLI UOMINI FERRERO



Al 31 agosto 2015, il Gruppo è formato da 33.219 dipendenti, a cui si aggiungono 26 dipendenti di Ferrero Industrial Services G.E.I.E e Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero e 7.476 collaboratori<sup>3</sup>, per un totale di **40.721<sup>4</sup> persone, in aumento del 19% rispetto all'anno precedente**, appartenenti a 104 diverse nazionalità. Si confermano l'incremento della presenza extraeuropea (36,9%) e la consistenza dell'occupazione femminile (42,4%). Inoltre Ferrero sostiene e tutela la sicurezza e la salute dei dipendenti, degli appaltatori, dei visitatori e di ogni soggetto che entra nella propria sfera di influenza e investe inoltre nella formazione professionale, istituzionale e manageriale dei dipendenti: a tale scopo opera la neonata Ferrero University - attraverso i 4 Learning Pillars - e si realizzano numerose iniziative presso le sedi locali.

3. Il dato comprende i collaboratori esterni Ferrero, tra cui i lavoratori interinali, gli agenti di vendita, gli stage formativi e altri rapporti di collaborazione diretta, con esclusione dei contratti di servizi.

4. Il totale al 31 agosto 2015 include 4.317 persone impiegate nelle società acquisite nel corso del 2014/2015 (Oltan Group e Thorntons Plc). Si precisa che il dettaglio dei dati riportati di seguito sono relativi all'organico puntuale al 31 agosto 2015, pari a 28.928, che esclude i dipendenti di tali società.

42,4%

DONNE

71,8%

DEI DIPENDENTI A TEMPO  
INDETERMINATO

394.957

ORE DI FORMAZIONE DELLA  
FERRERO UNIVERSITY

## IL PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO



Lo spirito imprenditoriale e filantropico, da sempre cifra del Gruppo, ha ispirato la nascita delle Imprese Sociali Ferrero, ideate e avviate circa dieci anni fa da Michele Ferrero in Camerun e, successivamente, in Sudafrica e in India. Si tratta di imprese commerciali a tutti gli effetti: **la realizzazione di profitti**, tuttavia, **si riflette in uno spirito "sociale"** che mira a **creare posti di lavoro** nelle aree meno favorite dei Paesi emergenti. La realizzazione di **progetti e iniziative di carattere sociale e umanitario**, inoltre, mira a tutelare la salute e la crescita educativa e sociale dei bambini e dei ragazzi in quei Paesi.

L'iniziativa delle Imprese Sociali Ferrero è stata ribattezzata **"Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero"**, proprio in memoria del Cavaliere del Lavoro Michele Ferrero, che le aveva fortemente volute e sostenute in ogni fase del loro sviluppo.

# PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO





## KINDER+SPORT



Promuovere la qualità della vita e stili di vita attivi è una delle missioni del Gruppo e Kinder+Sport, da 10 anni, è il programma dedicato: **incoraggia la pratica sportiva** e mira a **diffondere la gioia di muoversi** tra i bambini di tutto il mondo, avvicinandoli ad abitudini di vita attive sin da piccoli. Un percorso di responsabilità **presente in 25 Paesi**, che nel 2015 ha sviluppato il “Manifesto Joy of Moving”, presentato a Expo Milano 2015. I risultati evidenziano un **sensibile progresso in coerenza con gli obiettivi del progetto** (fissati per il 2017/2018): ad esempio, Kinder+Sport nel 2014/2015 ha raggiunto 4 nuovi Paesi e mosso 4,1 milioni di bambini, con 23 diversi sport praticati, coinvolgendo 126 federazioni e associazioni sportive.

# 3.105

EVENTI ORGANIZZATI

# 25

PAESI ATTIVI

# 10,6 Mio €

INVESTIMENTI



# Il Pianeta

## 100%

OLIO DI PALMA SOSTENIBILE CERTIFICATO  
RSPO COME SEGREGATO DA GENNAIO 2015

## oltre 22%

POTENZA INSTALLATA DI AUTOPRODUZIONE  
DERIVANTE DA FONTI RINNOVABILI

## 36%

MATERIALE RICICLATO NEGLI IMBALLAGGI

## 91,6%

RIFIUTI RECUPERATI

Per Ferrero l'attenzione e il rispetto del Pianeta sono tra i pilastri fondanti della strategia di responsabilità sociale: per questo il Gruppo si impegna a coniugare una forte motivazione alla crescita con **un'elevata attenzione alla sostenibilità**. Tale impegno si realizza attraverso una serie di scelte responsabili, finalizzate sia all'approvvigionamento sostenibile delle materie prime che alla riduzione dell'impatto ambientale lungo tutta la filiera, attraverso **due progetti principali**:

### F-ACTS



F-ACTS - Ferrero Agricultural Commitment to Sustainability, ovvero "le

pratiche agricole sostenibili Ferrero", è un programma che incarna l'impegno del Gruppo Ferrero per l'**approvvigionamento di materie prime da filiere sostenibili**. L'obiettivo è migliorare le condizioni delle aree rurali, delle comunità locali e il rispetto per l'ambiente, attraverso progetti e *partnership*, l'adozione di *standard* e certificazioni e impegni istituzionali e collettivi.

FERRERO  
ENVIRONMENTAL  
RESPONSIBILITY

### FER Way

Il progetto FER-Way - *Ferrero Environmental Responsibility Way*, dal suo lancio nel 2013/2014, sviluppa un approccio a lungo termine volto alla **buona gestione della sostenibilità ambientale**. Il Gruppo è infatti fermamente convinto che la transizione verso un'economia di tipo circolare sia l'unico modo per garantire una crescita economica sostenibile e rispettosa. Il progetto FER-Way è basato su quattro azioni: Misurare, Educare, Progettare e Collaborare.



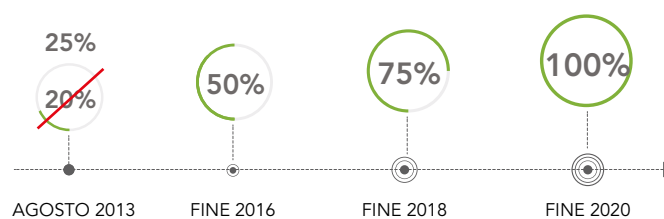
## F-ACTS

Per implementare i progetti di sostenibilità delle filiere agricole, Ferrero ha lanciato, nell'ambito del F-ACTS, i programmi **Ferrero Farming Values** (FFVs) in relazione alle proprie materie prime principali.

### Cacao



Nel 2014/2015, il Gruppo ha raggiunto il **44% di cacao certificato sostenibile**, attraverso la fornitura da aziende agricole certificate *UTZ Certified*, *Rainforest Alliance Certified* e *Fairtrade*. Ferrero **collabora costantemente con organizzazioni non profit e di coltivatori** per affrontare problematiche agricole, sociali, ambientali ed economiche legate alla coltura del cacao e realizza progetti locali per combattere il lavoro minorile e favorire la formazione dei coltivatori.



## Olio del frutto di palma

Il Gruppo, sin dal 2005, ha lavorato per un approvvigionamento responsabile dell'olio del frutto di palma, anno in cui si è scelto di investire nella certificazione *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO). Dal gennaio 2015, Ferrero utilizza esclusivamente **olio del frutto di palma 100% sostenibile certificato RSPO come segregato**. Il Gruppo si impegna inoltre a perfezionare la tracciabilità e assicurare il rispetto del pianeta, dei lavoratori e delle comunità locali, anche attraverso la *Ferrero Palm Oil Charter* e la *partnership* con TFT.

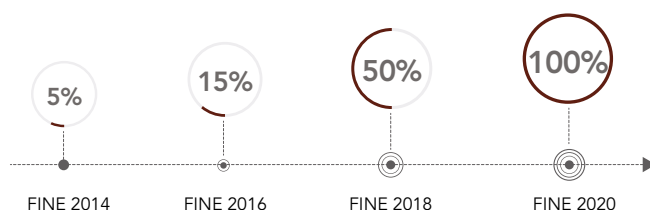


## Nocciole



Al termine del 2015, in linea con la roadmap definita, il Gruppo ha ottenuto la **completa tracciabilità di oltre il 5% della fornitura di nocciole**. La tracciabilità è fondamentale per assicurare gli standard qualitativi della produzione e dei prodotti. L'impegno per il raggiungimento della sostenibilità nel settore si realizza anche attraverso il **FFV Hazelnut Production Program**: oggi attivo in Turchia, FFVh

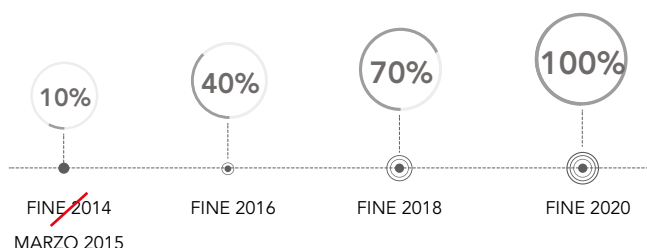
mira a migliorare le condizioni dei lavoratori e delle loro famiglie, con progetti di formazione e supporto tecnico, tutelando i bambini e il diritto all'educazione. Nel 2014/2015, Ferrero ha continuato a sostenere e a partecipare alla *partnership* pubblico-privata con Caobisco e ILO (*International Labour Organization*).



## Zucchero di canna



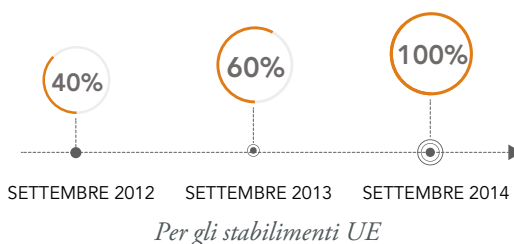
Ferrero si è impegnata a consolidare le relazioni di fiducia con le numerose cooperative agricole e i produttori di zucchero, ad assicurare un approvvigionamento **100% non OGM**, e al **raggiungimento dell'obiettivo intermedio di più del 20% di zucchero di canna certificato come sostenibile** entro agosto 2015. Lo zucchero è certificato da *Bonsucro*, organizzazione riconosciuta a livello mondiale per la promozione della sostenibilità nel settore. Gli sforzi del Gruppo sono mirati alla riduzione degli impatti ambientali e sociali, alla tutela della biodiversità, l'ecosistema, i diritti umani e le condizioni di lavoro e alla conformità normativa, attraverso una selezione accorta dei fornitori.



## Uova



Grazie al continuo impegno e alla collaborazione con i fornitori, il Gruppo ha raggiunto, nel 2014 e in linea con quanto previsto, l'obiettivo del **100% dell'approvvigionamento di uova provenienti da galline allevate a terra** per tutti gli stabilimenti dell'Unione europea. Ferrero intende inoltre sviluppare una strategia di approvvigionamento di uova da galline allevate a terra anche in Turchia e Messico, dove questo tipo di allevamento non è consuetudine, per raggiungere l'obiettivo del 100% di uova provenienti da galline allevate a terra a **livello globale**.



## Latte



Le relazioni a lungo termine instaurate con i produttori di latte accuratamente selezionati hanno permesso di **garantire e migliorare la qualità e la freschezza** del latte acquistato, rispettando *standard* rigorosi a livello globale e rafforzando le proprie "catene di approvvigionamento controllate e corte". Ferrero è in grado di creare un **sistema di tracciabilità razionalizzato**, che va oltre la normativa, per fornire un quadro chiaro del percorso dalla fattoria al prodotto. Nel 2015 il Gruppo ha inoltre implementato il MQP - *Milk Quality Project* - su 11 fornitori strategici che rappresentano oltre il 90% del latte approvvigionato in Europa, per migliorare il benessere animale e ridurre l'impatto ambientale.



HCo - FERRERO HAZELNUT COMPANY



Oggi Ferrero agisce lungo tutta la filiera della nocciola, dal campo alle fasi di lavorazione e di *processing* industriali, fino alla vendita di semilavorati, realizzando un esempio di **filiera agroalimentare completamente integrata**. Tale gestione ha portato a fine 2014 alla nascita di **Ferrero Hazelnut Company** (HCo), che raggruppa in un'unica struttura tutti gli attori della filiera colturale e, al 31 agosto 2015, conta oltre 3.000 dipendenti. La nascita di HCo ha ridefinito e allargato il perimetro di azione del Gruppo, oggi di diritto tra i maggiori *player* al mondo nel settore delle nocciole.

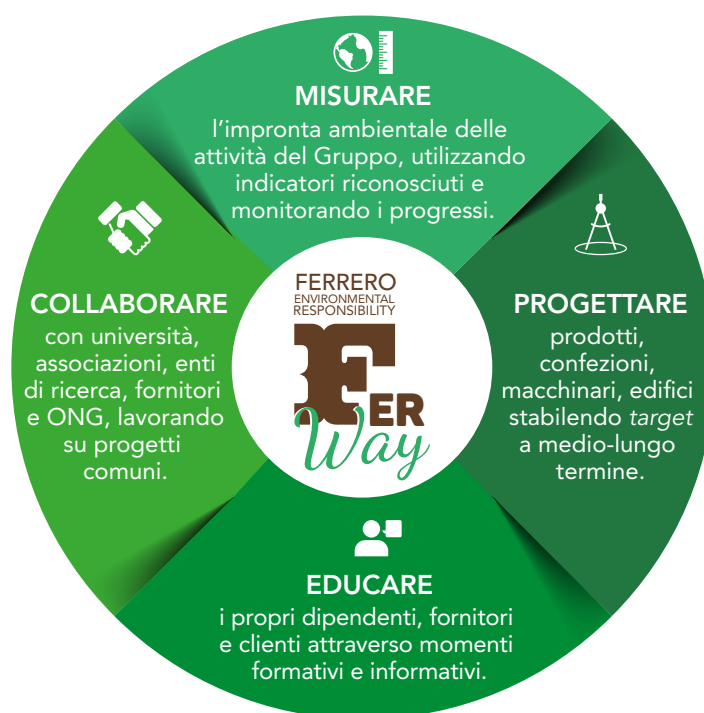
Ferrero Hazelnut Company (HCo), è rappresentata da sei aziende agricole Ferrero (in Cile, Argentina, Georgia, Sudafrica, Australia e Serbia), e otto impianti di lavorazione (situati in Italia, Cile e Turchia).

LE AZIENDE AGRICOLE FERRERO



## MINIMIZZARE L'IMPATTO AMBIENTALE

Dal 2013/2014 con il lancio del progetto **FER-Way**, volto alla buona gestione della sostenibilità ambientale, il Gruppo ha individuato una priorità nel **misurare l'impatto dell'intera supply chain dei suoi prodotti**. Tale progetto si basa sull'approccio del *Life Cycle Thinking* (LCT) che considera le differenti fasi di vita dei prodotti e i loro principali impatti sull'ambiente, valutando anche le fasi non sotto il diretto controllo del Gruppo, e si basa su 4 azioni fondamentali.

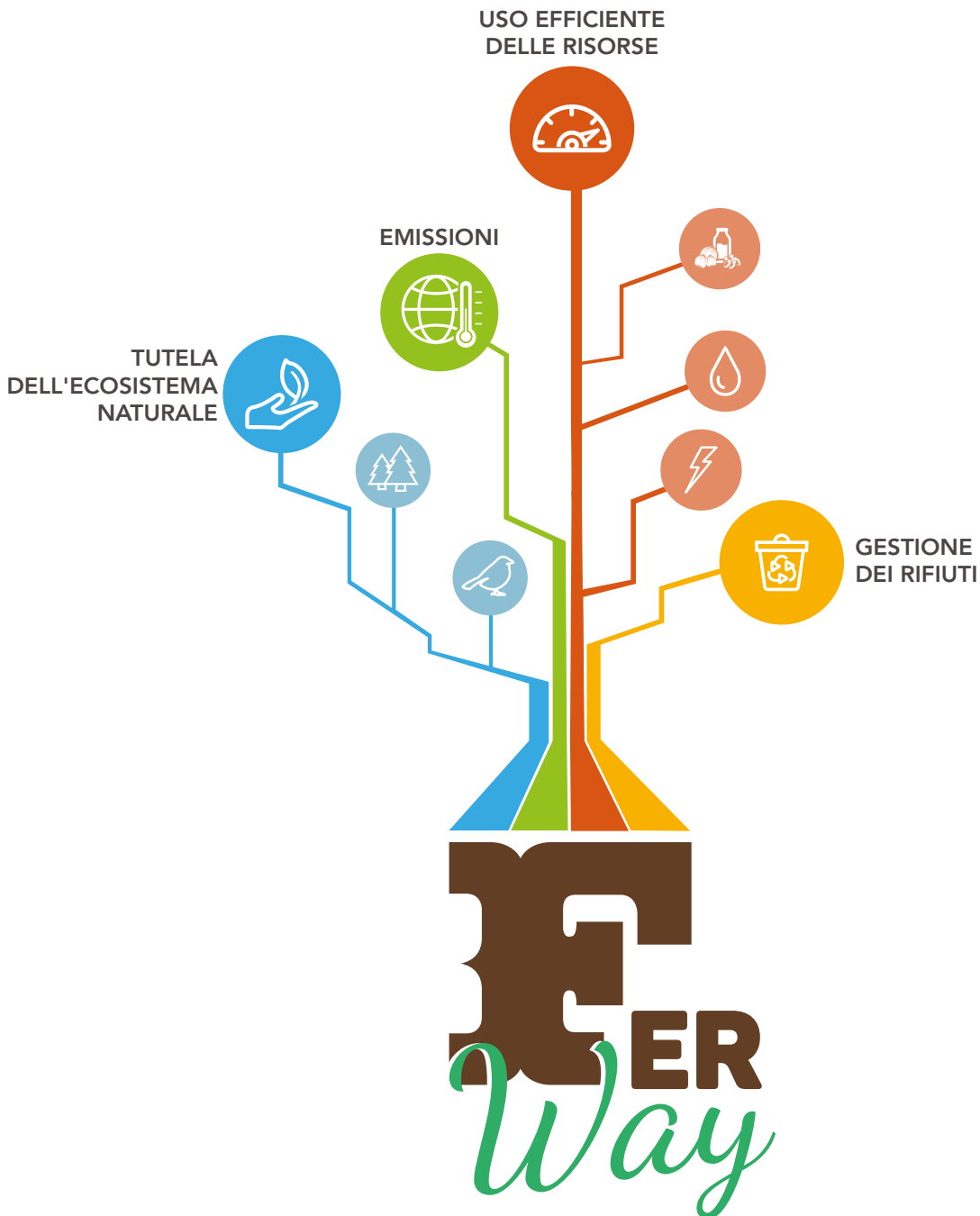


Ferrero inoltre, attraverso il progetto FER-Way, supporta e sostiene lo sviluppo di un'**economia circolare**, ovvero un modello di economia progettata per auto-rigenerarsi, che va sostituendo il classico modello di consumo lineare. Per fare ciò, il Gruppo ha iniziato a ripensare la gestione di alcune delle principali risorse utilizzate, nello specifico materie prime alimentari, energia e materiali di imballaggio, come "cicli" piuttosto che come convenzionali catene di approvvigionamento lineare.



## FERRERO4FUTURE (FERRERO FOR FUTURE)

Nell'ambito del progetto FER-Way è stato creato il *Framework Ferrero4Future*, che prevede quattro aree di azione su cui il Gruppo sta lavorando al fine di proiettarsi in un futuro più sostenibile.



## 1. Uso efficiente delle risorse



Le risorse sono un bene prezioso per Ferrero e come tali **vogliamo utilizzarle responsabilmente**. Risorse quali materie prime agricole, imballaggi, acqua ed energia sono disponibili solo in quantità limitate. Per tale ragione Ferrero sta lavorando per ridurre l'uso lungo la catena di produzione dei propri prodotti.

## 2. Emissioni



Il Gruppo vuole crescere come un *business* a basse emissioni, per questo per ridurre il proprio impatto **misura e gestisce la propria Carbon footprint**, puntando sull'innovazione tecnologica e la collaborazione e focalizzandosi non solo sull'impatto del proprio *business* ma su quello dell'intera *value chain*.

## 3. Gestione dei rifiuti



In linea con la politica del Gruppo di **riduzione generale degli sprechi e di migliore gestione della filiera produttiva**, e in coerenza con gli orientamenti dell'Unione europea d'incremento della quantità di rifiuti recuperati, le due principali aree di intervento degli stabilimenti produttivi del Gruppo sul tema rifiuti riguardano la riduzione della loro produzione in termini assoluti e l'indice di recupero, quest'ultimo pari al 91,6%.

## 4. Tutela dell'ecosistema naturale



L'attività del Gruppo Ferrero, in quanto parte dell'ecosistema globale, può generare impatti attraverso le sue attività dirette o lungo la catena di fornitura. È perciò molto importante, una volta individuati gli elementi dell'ecosistema che ne vengono coinvolti, **agire sulla loro conservazione**. In particolare per un'azienda alimentare come Ferrero, **biodiversità, deforestazione e uso del suolo sono certamente aspetti chiave**.

**FERRERO**

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

**Italia**

[csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com)  
[www.ferrerocr.com](http://www.ferrerocr.com)

Stampato su carta FSC







