

CONDIVIDERE VALORI PER CREARE VALORE

GRUPPO FERRERO
RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA
COMPENDIO 2017



Il Rapporto	Frontespizio
Lettera del Presidente Esecutivo	1
Il Gruppo in sintesi	3
Responsabilità sociale Ferrero	6
Analisi di materialità	8
Mappatura degli Stakeholder	9
I nostri obiettivi di sostenibilità	10

I CONSUMATORI

La Nutrizione	14
L'Innovazione	14
La Qualità	16
La Comunicazione responsabile	17
Kinder Surprise Company	17

LA NOSTRA GENTE E LA NOSTRA COMUNITÀ

Le donne e gli uomini Ferrero	20
La Fondazione Ferrero	21
Il progetto Imprenditoriale Michele Ferrero	22
Kinder + Sport	23

LA NOSTRA CATENA DEL VALORE

Creare	26
Scegliere	27
Fare	32
Stoccare e spedire	34
Voi	34

IL RAPPORTO

Il presente rapporto di sintesi illustra la strategia della responsabilità sociale d'impresa del Gruppo Ferrero e le attività svolte a livello globale nel corso dell'esercizio 2016/2017 (dal 1 settembre 2016 al 31 agosto 2017). Le tematiche affrontate nel presente rapporto di sintesi corrispondono a quelle trattate nel rapporto completo, selezionate attraverso un processo di materialità sulla base del relativo livello di importanza per il Gruppo e per i nostri stakeholder.

La redazione della versione integrale del rapporto 2017 e del presente compendio è curata dal dipartimento Corporate Communications and Sustainability del Gruppo Ferrero (email: csr@ferrero.com)

Il rapporto completo su cui si basa il presente compendio è stato oggetto di un esame limitato ("limited assurance engagement") da parte di PricewaterhouseCoopers.

Il presente rapporto di sintesi è anche accessibile online all'indirizzo www.ferrerocsr.com, ove è possibile trovare anche i nostri otto rapporti CSR completi, attuali e pregressi. Continueremo a pubblicare i nostri rapporti su base annuale.



I precedenti rapporti sono disponibili online su: www.ferrerocsr.com

LETTERA DEL PRESIDENTE ESECUTIVO



La passione che mettiamo nel creare prodotti della migliore qualità definisce le nostre attività quotidiane, sempre mirate a scoprire le materie prime migliori. "Migliori" non soltanto in virtù dell'eccellenza del prodotto, ma anche secondo i rigorosi criteri di sostenibilità che, insieme ad un gran numero di stakeholder, applichiamo lungo tutta la catena del valore"

Giovanni Ferrero
Presidente Esecutivo – Gruppo Ferrero

Abbiamo appena concluso un anno di grandi risultati. E' indubbio che sia stato uno degli anni di maggiore trasformazione che Ferrero abbia mai vissuto nella sua storia: per prima cosa, abbiamo introdotto un nuovo modello di governance, che ha portato alla nomina del nuovo CEO del Gruppo nella persona del Sig. Civiletti, al fine di garantire, sotto la sua guida ferma e risoluta, il rispetto del budget commerciale del Gruppo e il raggiungimento dei risultati di business PS3.

Inoltre, abbiamo messo a punto un nuovo processo di pianificazione strategica per fissare obiettivi a lungo termine chiari e ambiziosi, nonché strategie a medio e lungo termine coraggiose e orientate ai risultati.

Il ciclo di pianificazione che stiamo iniziando è anch'esso storico. Senza rinunciare ai nostri valori, a riconoscere il nostro patrimonio e a rispettare pienamente il contratto con gli stakeholder, stiamo scrivendo un nuovo capitolo, migrando dal chocolate confectionary per affermarci sul mercato del "fuori pasto dolce" SPF (sweet packaged food). Quello che non cambia, tuttavia, è il modo Ferrero di fare le cose.

In Ferrero, le nostre azioni sono sempre guidate dall'impegno, dall'autenticità e dalla dedizione verso il consumatore, consentendoci così di realizzare prodotti della più alta qualità. Gli stessi fattori che ci hanno permesso di raggiungere risultati importanti per il Gruppo, come si evince dal fatturato consolidato di 10,5 miliardi di euro raggiunto nell'esercizio 2016/17, con un incremento del 1,5% rispetto all'anno precedente.

La nostra passione nel creare prodotti della migliore qualità definisce le nostre attività quotidiane, sempre mirate a scoprire le materie prime migliori. "Migliori" non soltanto in virtù dell'eccellenza del prodotto, ma anche secondo i rigorosi criteri di sostenibilità che, insieme ad un gran numero di stakeholder, applichiamo lungo tutta la catena del valore.

Le nostre persone e le comunità in cui operiamo sono anch'esse al centro del nostro impegno e al cuore del nostro sistema di condivisione dei valori. Tale sistema si traduce nello sviluppo delle persone che hanno lavorato e continuano a lavorare per Ferrero e delle comunità della nostra supply chain. Ciò significa anche la continuità di importanti iniziative, quali la Fondazione Ferrero, il Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero e il programma Kinder+ Sport. Quel che mi rende particolarmente orgoglioso è che l'anno passato quest'ultimo programma abbia raggiunto un traguardo importante, diffondendo la gioia di muoversi tra i bambini e i giovani di 30 paesi.

Inoltre, il Gruppo Ferrero nutre grandi ambizioni per gli anni che verranno. Tutte improntate al rispetto assoluto delle Persone e del Pianeta.

Il presente Rapporto testimonia il nostro rinnovato sostegno al Global Compact delle Nazioni Unite, la più grande iniziativa mondiale in fatto di sostenibilità d'impresa.

Infine, vorrei ringraziare tutti i dipendenti Ferrero, o Ferreriani, come siamo soliti chiamarci, per il loro continuo supporto, impegno e attiva partecipazione al nostro specialissimo percorso.

Giovanni Ferrero
Presidente Esecutivo – Gruppo Ferrero

IL GRUPPO IN SINTESI

Il nostro approccio alla responsabilità sociale d'impresa mette al primo posto l'obiettivo di offrire ai consumatori di tutto il mondo prodotti innovativi della migliore qualità e della massima freschezza, realizzati con materie prime selezionate con cura.

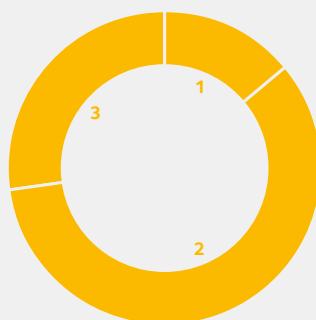
FERRERO NEL MONDO

I prodotti Ferrero sono presenti e commercializzati, direttamente o tramite rivenditori autorizzati, in più di 170 paesi. Il Gruppo è presente in 55 diversi paesi e territori:

Argentina	Kazakistan
Australia	Lussemburgo
Austria	Malesia
Belgio	Messico
Brasile	Monaco
Bulgaria	Olanda
Camerun	Norvegia
Canada	Polonia
Cile	Portogallo
Cina	Porto Rico
Colombia	Romania
Croazia	Russia
Rep. Ceca	Serbia
Danimarca	Singapore
Ecuador	Slovacchia
Finlandia	Sudafrica
Francia	Sud Corea
Georgia	Spagna
Germania	Sri Lanka
Grecia	Svezia
Hong Kong	Svizzera
Ungheria	Taiwan
India	Turchia
Indonesia	EAU
Irlanda	Ucraina
Israele	Regno Unito
Italia	Stati Uniti
Giappone	



Per maggiori informazioni visitare:
www.ferreroocr.com



Distribuzione geografica del fatturato netto consolidato per l'esercizio 2016/2017

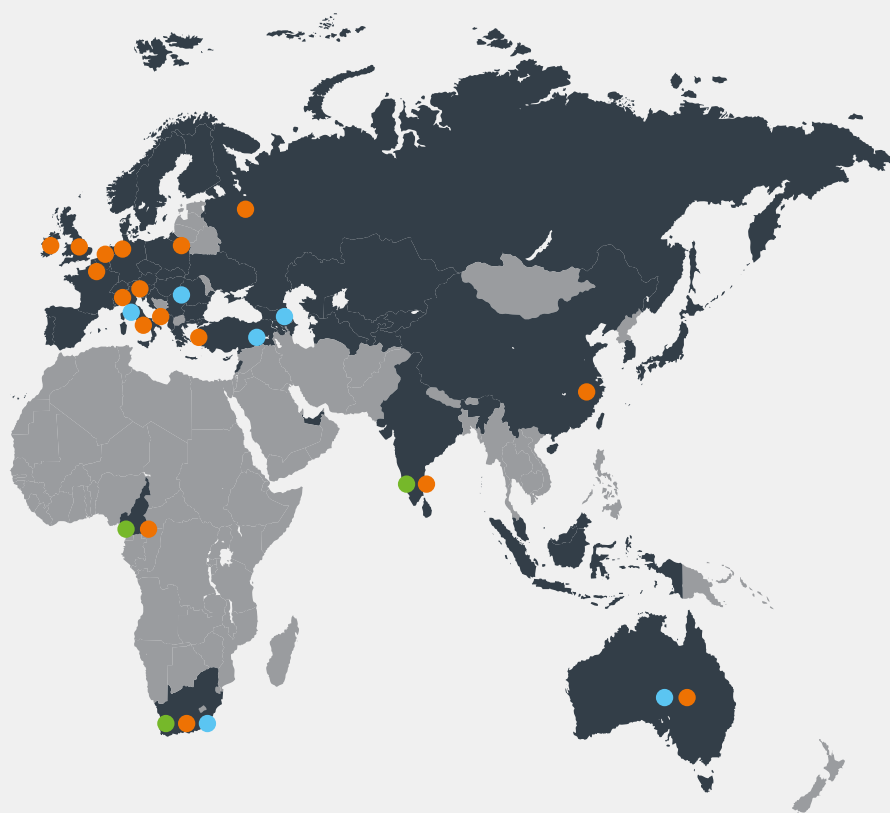
1. Italia	14%
2. Resto d'Europa	59%
3. Fuori Europa	27%

NUMERI CHIAVE

Produzione totale (t)	
+0.9%	
2016/17	1.277.126
2015/16	1.265.950

Fatturato Netto Consolidato (€/000)	
+1.54%	
2016/17	10.485.058
2015/16	10.325.845

- Stabilimento di produzione
- Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero
- Hazelnut Company Ferrero



Una presenza capillare e in continua espansione, che testimonia il successo e la qualità dei prodotti, le capacità adattive e la prontezza di risposta alle richieste dei differenti mercati, così come la capacità del Gruppo e dei suoi prodotti di essere allineati con le necessità quotidiane dei consumatori in tutto il mondo.

23 STABILIMENTI PRODUTTIVI INTERNAZIONALI

1. Italia – Alba 1946
2. Germania – Stadtallendorf 1956
3. Francia – Villers-Écalles 1960
4. Italia – Pozzuolo Martesana 1965
5. Australia – Lithgow 1974
6. Irlanda – Cork 1975
7. Ecuador – Quito 1975
8. Italia – Balvano 1985
9. Italia – S. Angelo Dei Lombardi 1985
10. Belgio – Arlon 1989
11. Polonia – Belsk Duzy 1992
12. Argentina – La Pastora 1992
13. Brasile – Poços De Caldas 1994
14. Canada – Brantford 2006
15. Camerun – Yaoundé* 2005
16. Sud Africa – Walkerville* 2006
17. India – Baramati* 2007
18. Russia – Vladimir 2009
19. Messico – S. José Iturbide 2013
20. Turchia – Manisa 2013
21. Cina – Hangzhou 2015
22. Regno Unito – Alfreton 2015
23. USA – North Canton 2017

* Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero

Organico medio del Gruppo

+3.76%

2016/17 **30.305**

2015/16 29.206

MATERIE PRIME

2016/2017 il Gruppo ha utilizzato un totale di **1.849.430** tonnellate¹ di materie prime agricole e di materie prime per il confezionamento.

1 Il valore include il volume di acqua usata nelle ricette dei prodotti Ferrero, delle materie prime delle sorprese e delle materie ausiliarie usate nei processi di produzione.

HCO – HAZELNUT COMPANY

6 aziende agricole:

Cile
Argentina
Georgia
Sud Africa
Australia
Serbia

8 stabilimenti produttivi:

Cile
Italia
Turchia

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE

Ferrero ha da sempre voluto assumere dei concreti impegni di cura e attenzione verso le Persone e il Pianeta, privilegiando tali aspetti piuttosto che gli obiettivi finanziari. Tale propensione è insita nel DNA aziendale ed è rappresentata emblematicamente in una lettera che Michele Ferrero inviò 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
1957

Il nostro Presidente Esecutivo, Giovanni Ferrero, continua a guidare il Gruppo con la stessa chiarezza di intenti:



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."

Giovanni Ferrero
Presidente Esecutivo

Il termine responsabilità sociale d'impresa per il Gruppo Ferrero significa da sempre prendersi cura delle persone e del territorio, ovvero dei dipendenti ed ex dipendenti, dei consumatori, delle famiglie e delle comunità locali in cui opera. Tali principi di responsabilità sociale hanno guidato Ferrero sin dai suoi primi passi settanta anni fa ad Alba, e sono rimasti invariati sino ad oggi.

Per il Gruppo Ferrero, il bilancio più importante non è mai stato quello depositato ogni anno, bensì quello di responsabilità sociale, che rispecchia il rispetto del Gruppo verso le Persone e il Pianeta.

Il nostro approccio alla sostenibilità si fonda attualmente 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 noi, la creazione di valore condiviso è una pratica che tocca tutte le fasi della catena del valore: va dalla cura delle persone che hanno fatto e continuano a fare la storia del Gruppo, al sostegno alle comunità locali, alla promozione di stili di vita attivi tra i giovani e le loro famiglie, fino 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 su due principali aree tematiche: le Persone e il Pianeta.



Al fine di determinare e gestire la politica del Gruppo in termini di responsabilità sociale d'impresa (CSR), il Gruppo Ferrero si avvale di un ufficio con specifiche responsabilità in ambito CSR:
csr@ferrero.com



LE PERSONE

Per Ferrero, l'attenzione al consumatore non è solo un valore, ma una pratica che realizziamo ogni giorno basandoci su un senso di responsabilità che va ben oltre gli obiettivi commerciali. Tale responsabilità si concretizza attraverso la strategia nutrizionale Ferrero, la continua innovazione, la qualità e la freschezza dei prodotti, la sicurezza alimentare e la comunicazione responsabile e trasparente.

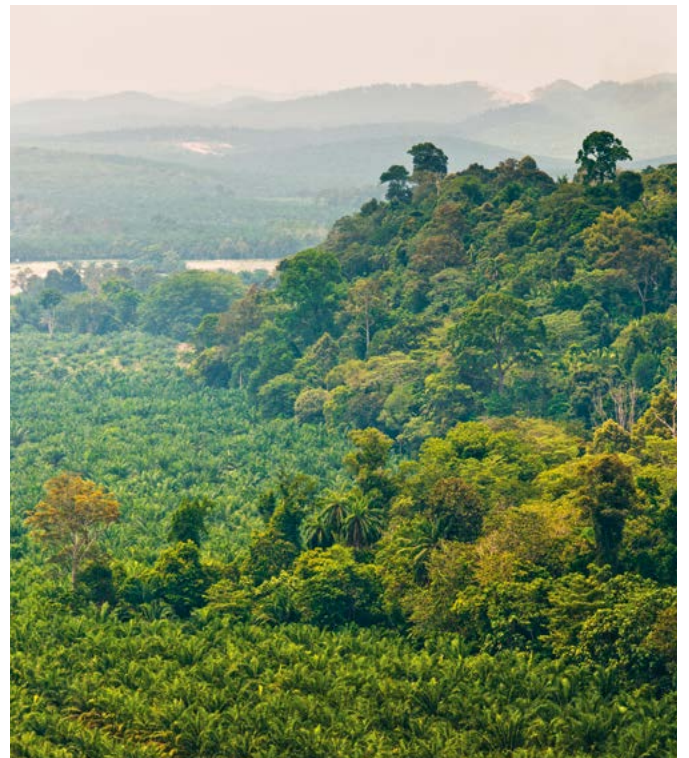
Ferrero inoltre rivolge un'attenzione costante alla vita dei suoi dipendenti ed ex dipendenti e alle persone che vivono nelle comunità in cui opera. Tale impegno è comprovato anche dalle attività della Fondazione Ferrero e del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero attivo in Africa e in Asia. Il Gruppo continua anche 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".



IL PIANETA

Monitorare e migliorare l'impatto delle proprie attività lungo tutta la catena di fornitura è una priorità del Gruppo Ferrero, perseguita attraverso l'approvvigionamento sostenibile delle principali materie prime.

Inoltre, il Gruppo si impegna a produrre nel rispetto dell'ambiente, utilizzando le migliori tecnologie disponibili, garantendo un uso efficiente dell'energia, dei materiali e delle risorse naturali 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 lungo tutta la catena del valore, dalle materie prime agli stabilimenti produttivi, fino alla logistica.



ANALISI DI MATERIALITÀ

L'Analisi di Materialità ha lo scopo di individuare e valutare i diversi temi in ambito di sostenibilità che incidono sulla nostra capacità di creare valore del Gruppo e le tematiche ritenute rilevanti dai nostri stakeholder.

L'analisi ha evidenziato 26 temi materiali. L'individuazione delle tematiche ci ha permesso di procedere con un processo di prioritizzazione, basato sulla percezione interna ed esterna.

La rilevanza per i nostri stakeholder esterni è stata determinata tramite un'analisi quantitativa svolta sulla base di migliaia di dati ricavati da numerose fonti: rapporti aziendali, regolamenti obbligatori e su base volontaria (comprese le pubblicazioni delle ONG), news e post sui social media².

L'importanza e i potenziali impatti su Ferrero sono stati misurati mediante l'analisi interna. Nella matrice, gli aspetti più rilevanti per Ferrero e i nostri stakeholder sono posizionati nell'angolo in alto a destra.

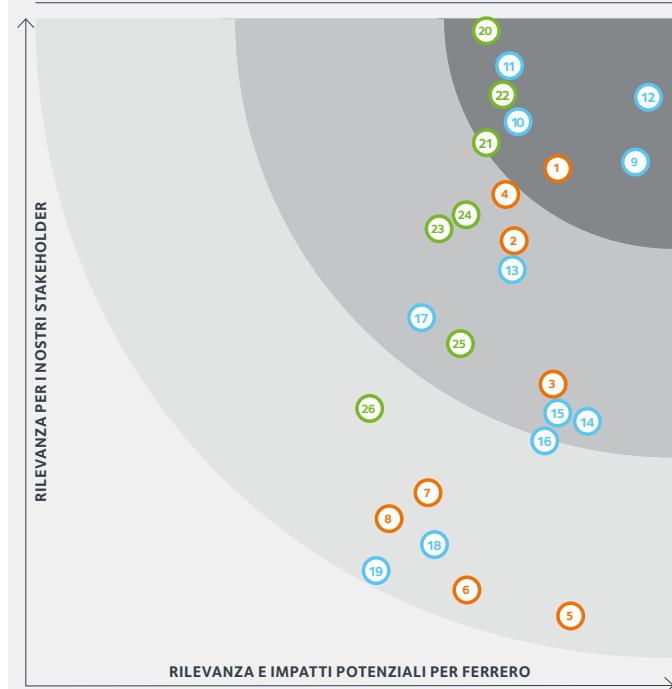
Rispetto agli anni precedenti, alcuni temi relativi all'ambiente hanno assunto un'importanza maggiore, in particolare *Cambiamento climatico e qualità dell'aria*, *Preservazione del capitale naturale e della biodiversità* e *Packaging sostenibile*. La *Nutrizione* si conferma di grande importanza per gli stakeholder esterni e per Ferrero. Si conferma, ancora una volta, sia da un punto di vista interno che esterno, l'importanza fondamentale di predisporre una *Gestione responsabile della catena di fornitura*.

Dal punto di vista interno, si conferma al primo posto tra le priorità del Gruppo la *Sicurezza e Qualità di Prodotti e Ingredienti*, unitamente alla salvaguardia dei *Diritti Umani*. Per il Gruppo, sono considerati di grande importanza i *Diritti dei Consumatori* e il *Marketing Responsabile*.

Si è evidenziata anche l'importanza di altre tematiche ambientali (*Gestione delle Risorse Idriche* e *Gestione dei Rifiuti*) unitamente alla conferma di tematiche cruciali, quali *Trasparenza e Etica e conformità a leggi e regolamenti*.

Si è posta speciale attenzione anche ai nostri dipendenti, avendo individuato temi di grande importanza quali *Salute, Sicurezza e Benessere dei Dipendenti* e *Posto di lavoro equo e inclusivo*.

MATRICE DI MATERIALITÀ



² Fonte: Datamaran Limited



IL GRUPPO

1. Gestione responsabile della catena di fornitura
2. Governance
3. Trasparenza
4. Etica e conformità a leggi e regolamenti
5. Creazione di valore di lungo periodo
6. Innovazione e digitalizzazione
7. Pressione competitiva
8. Eventi geopolitici



LE PERSONE

9. Diritti umani
10. Nutrizione
11. Diritti dei dipendenti
12. Sicurezza e qualità di prodotti e ingredienti



PIANETA

13. Talento e sviluppo
14. Diritti dei consumatori
15. Marketing responsabile
16. Salute, sicurezza e benessere dei dipendenti
17. Posto di lavoro equo e inclusivo
18. Sostegno alle comunità locali
19. Inclusione e accessibilità
20. Cambiamento climatico e qualità dell'aria
21. Packaging sostenibile
22. Preservazione del capitale naturale e della biodiversità
23. Gestione dell'acqua
24. Gestione dei rifiuti
25. Efficienza energetica
26. Benessere degli animali

MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

Ai fini della redazione del rapporto CSR e del presente compendio, è stata confermata la mappatura esterna e interna degli stakeholder, che ribadisce la centralità del consumatore – lo stakeholder più importante per Ferrero.

Partecipiamo attivamente ai gruppi di discussione e di lavoro, nell'ambito delle associazioni commerciali e industriali a cui aderiamo, a livello internazionale, europeo e locale. Inoltre, abbiamo sviluppato un dialogo strutturale con alcune ONG attive anche in ambito CSR.

I diversi altri modi in cui siamo impegnati con gli stakeholder sono illustrati in modo più particolareggiato nel nostro Rapporto completo della Responsabilità Sociale d'Impresa.



I NOSTRI OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ

AMBITO	DESCRIZIONE	PROGRESSO	
	Certificazione di sicurezza alimentare FSSC 22000 per tutti i siti produttivi del Gruppo – esclusi gli stabilimenti del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero – compreso il nuovo stabilimento in Cina	Raggiunto a gennaio 2017	●
	Potenziamento delle attività della Fondazione Ferrero e del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero	Raggiunto e rinnovato	●
	Promozione di iniziative interne a supporto di una “cultura delle diversità”	Impegno rinnovato fino al 2018	●
	Aumento del 5% (rispetto al 31 agosto 2015) delle donne in posizioni manageriali	Entro il 2020	●
	Continuo sostegno e ampliamento del nostro programma per lo sport “Kinder+Sport”, estendendo la presenza a 30 Paesi del mondo e riuscendo a muovere 5 milioni di bambini	Entro agosto 2018	●
	100% di cacao certificato come sostenibile	Entro il 2020	●
	100% di olio di palma sostenibile certificato RSPO come segregato	Raggiunto nel dicembre 2014	●
	100% di zucchero di canna raffinato da fonti di approvvigionamento sostenibili	Entro il 2020	●
	Attuazione del piano sulla tracciabilità per il 100% delle nocciole	Entro il 2020	●
	100% di uova da galline allevate a terra nel rispetto del benessere animale	Raggiunto a settembre 2014 negli stabilimenti EU ed esteso a livello globale entro il 2025.	●

 LE PERSONE

 IL PIANETA

● In linea
● Non in linea



Per maggiori dettagli relativi allo stato di avanzamento degli obiettivi del Gruppo Ferrero entro il 2020, si vedano i successivi capitoli del presente rapporto.

AMBITO	DESCRIZIONE	PROGRESSO
	Energia elettrica autoprodotta pari al 70% (anziché 75%) dell'energia consumata da tutti gli stabilimenti europei, di cui il 18% (anziché 25%) da fonti rinnovabili	Raggiunto parzialmente a settembre 2014 ●
	Certificazione ISO 50001 di Gruppo per i 17 siti produttivi attivi nell'agosto 2014 – esclusi gli stabilimenti del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero – compresi i siti di generazione energetica	Entro il 2020 ●
	Applicazione di un piano di azioni energetiche a livello mondiale, compatibile con i vincoli locali degli stabilimenti esistenti e futuri, volto alla riduzione delle emissioni	Entro il 2020 ●
	Riduzione del 40% delle emissioni di CO2 derivanti dalle attività produttive (rispetto al 2007)	Entro il 2020 ●
	Riduzione del 30% delle emissioni di gas effetto serra (tonnellate di CO2eq) derivanti dalle attività di trasporto e stoccaggio (rispetto al 2009)	Entro il 2020 ●
	Utilizzo negli imballaggi di materiali derivanti da risorse rinnovabili (+10% rispetto al 2009).	Entro il 2020 ●
	100% cartone3 vergine da filiera sostenibile certificata	Raggiunto a dicembre 2014 ●
	100% carta4 vergine da filiera sostenibile certificata	Raggiunto a Dicembre 2014 ●



- In linea
- Non in linea

3 Con il termine cartone si identificano i materiali con grammatura (massa per metro quadrato) superiore a 225 g/m².

4 Con il termine carta si identificano i materiali con grammatura (massa per metro quadrato) inferiore a 225 g/m².

I CONSUMATORI

I consumatori sono i nostri stakeholder più importanti e la nostra passione nel soddisfarli è al centro del nostro lavoro quotidiano.

Tutto quel che facciamo, lo facciamo per i consumatori: creare prodotti della migliore qualità, investire in innovazione continua, impegnarsi per la freschezza e la sicurezza dei prodotti alimentari e per la comunicazione responsabile.

In particolare, dedichiamo un'attenzione speciale alle esigenze delle famiglie e dei loro bambini mediante le attività della Kinder Surprise Company.



Per maggiori informazioni visitare:
www.ferrerocsr.com



Prodotti che forniscono 130 calorie/porzione o meno

92.2%



Prodotti finiti testati per la freschezza

1 million



Controlli sull'imballaggio primario e secondario, compresi i test organolettici e i test di rilevamento difetti

1.333.000



Test sui giocattoli in materia di sicurezza e qualità rispetto ai 38 richiesti dai regolamenti internazionali

65

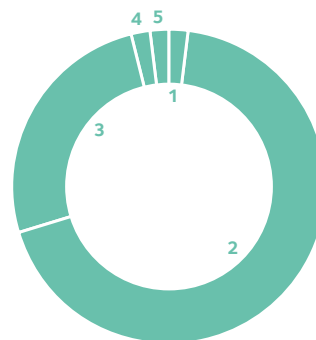
I CONSUMATORI

LA NUTRIZIONE

La nutrizione è un elemento fondamentale della vita: è sia piacere che necessità. Alla base del benessere delle persone c'è una dieta sana e bilanciata e uno degli obiettivi della nostra azienda è aiutare i nostri consumatori a fare scelte corrette in fatto di alimentazione e incoraggiandoli ad adottare una dieta varia e bilanciata.

Commercializziamo alcuni dei prodotti dolciari di maggior successo a livello mondiale, in oltre 170 paesi.

Tutti questi prodotti sono di alta qualità e si possono integrare in una dieta varia e in uno stile di vita attivo. Sosteniamo iniziative in materia di educazione alimentare e offriamo i nostri prodotti porzionati a basso valore calorico.



Suddivisione % delle porzioni dei prodotti Ferrero, in kcal*

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%

* % dei volumi di prodotti commercializzati nel mondo, nel periodo 2016/2017. Fonte interna Ferrero.

L'INNOVAZIONE

Il nostro approccio all'innovazione integra due modelli complementari che si rafforzano reciprocamente. "Product to Science" parte con l'idea di un nuovo prodotto e si rivolge poi alla scienza per concretizzarlo. "Science to Product" esplora le innovazioni in campo scientifico e tecnologico che ispirano nuove idee di prodotto.

Negli ultimi 50 anni abbiamo creato prodotti innovativi che sono diventati, nel tempo, vere icone del settore dei dolci al cioccolato. Oggi, all'interno del Gruppo Ferrero, abbiamo una società di ricerca e tecnologia che si dedica continuamente all'open innovation.







LA QUALITÀ

Il modello di business Ferrero è stato pensato per garantire la massima qualità e freschezza dei prodotti lungo tutta la catena del valore e per evitare qualsiasi spreco. Sin dalle origini, Ferrero ha posto la massima attenzione nella selezione delle materie prime e degli ingredienti.

Infatti, 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.

Circa 670.000

Controlli sulle materie prime, tra analisi chimiche, chimico-fisiche e microbiologiche, oltre ai controlli sui prodotti semi-lavorati e finiti.

18.536

Assaggi effettuati nell'esercizio 2016/2017 sui FERRERO ROCHER in fase di produzione.

LA COMUNICAZIONE RESPONSABILE

Per il Gruppo Ferrero, responsabilità sociale significa anche adottare una serie di sistemi di autoregolamentazione, in particolare riguardo all'etichettatura nutrizionale e alla pubblicità, e partecipando a programmi che promuovono l'esercizio fisico e le buone abitudini alimentari.

In quanto industria attiva a livello globale, applichiamo costantemente il "Modello di comunicazione responsabile su cibi e bevande" adottato dalla Camera di Commercio Internazionale e partecipiamo a diverse altre iniziative nazionali e internazionali studiate per garantire standard elevati di comunicazione.

12 anni

In Europa non pubblicizziamo alcun prodotto alimentare ai bambini di età inferiore ai 12 anni



9.000

Interviste con genitori effettuate nel 2016/2017 in Europa, nei paesi della regione Asia-Pacifico e dell'America Latina allo scopo di scegliere i prototipi più interessanti per le sorprese tra gli 800 proposti ogni anno

KINDER SURPRISE COMPANY

Da oltre 40 anni, i prodotti KINDER Ferrero, sicuri, di alta qualità, innovativi, contribuiscono alla crescita felice dei bambini di tutte le età generando momenti quotidiani di intensa emozione. Dall'idea iniziale al prodotto finito, i piccoli giocattoli KINDER si sono evoluti grazie al contributo continuo delle famiglie in ogni parte del mondo.

Kinder Surprise Company (KSC) è la divisione del Gruppo dedicata alla creazione e produzione dei piccoli giocattoli KINDER, le cui caratteristiche e la giocabilità devono essere sviluppate e ottimizzate specificamente per il formato in miniatura del mondo KINDER. Tutti i giocattoli sorpresa sono creati, studiati e testati con la massima attenzione da un'equipe di specialisti composta da psicologi specializzati nello sviluppo cognitivo, emozionale, relazionale e motorio infantile e tecnici della sicurezza. L'equipe lavora seguendo quattro principi:

- **Miglioramento delle doti naturali dei bambini:** incoraggiando lo sviluppo di specifiche attitudini.
- **Varietà:** sviluppando nuovi modi di giocare, con l'obiettivo di stimolare la crescita olistica dei bambini.
- **Un'esperienza a 360°:** comprensiva di divertimento, valore educativo e l'opzione di giocare su una piattaforma digitale.
- **Universalità:** far divertire i bambini di tutto il mondo, indipendentemente da cultura, sesso o età.

LE NOSTRE PERSONE E LA NOSTRA COMUNITÀ

I nostri valori e la nostra eredità dimostrano quanto grande sia l'attenzione di Ferrero nei confronti delle persone e delle comunità locali con le quali e nelle quali operiamo.

Ferrero investe in ogni aspetto dello sviluppo umano e professionale dei propri dipendenti, dal momento in cui entrano in azienda fino al momento del pensionamento. E si occupa attivamente della salute, del benessere e della prosperità delle persone che vivono nelle nostre comunità locali in ogni parte del mondo.



Per maggiori informazioni visitare:
www.ferrerocsr.com



**Persone che lavorano per Ferrero
in 55 paesi**

40.000+



**Visite mediche e di assistenza
socio-sanitaria per i pensionati Ferrero
e i loro coniugi, effettuate ad Alba
nel corso del 2017**

1.064



**Livelli occupazionali del Progetto
Imprenditoriale Michele Ferrero**

**quasi
3.000**

Persone



Kinder + Sport

23

Discipline
sportive

4

Milioni di bambini
coinvolti

LA NOSTRE PERSONE E LA NOSTRA COMUNITÀ

CONTINUA

LE DONNE E GLI UOMINI FERRERO

Dal primo giorno fino al pensionamento e oltre, qual che sia stato il ruolo svolto presso di noi, Ferrero aiuta gli uomini e le donne ad esprimere appieno il proprio potenziale personale e professionale.

Ferrero investe nella crescita e nello sviluppo di tutti coloro che entrano nella sua sfera di influenza, mettendo a disposizione opportunità di apprendimento di grande valore con la Ferrero University, la piattaforma online Yourlearning e le Know-How Academies, con al centro la formazione tecnica. Siamo costantemente impegnati a sostenere la “cultura della diversità”, premiare i nostri dipendenti in modo competitivo e riconoscere i loro diritti.

La tutela della salute e della sicurezza sul lavoro è un impegno costante per Ferrero. Ferrero offre ai dipendenti corsi di formazione dedicati alla sicurezza e alla salute che illustrano perfettamente come possono contribuire ad implementare le politiche aziendali.

Nel 2016/17, l'indice di frequenza degli infortuni accaduti durante l'attività lavorativa a personale Ferrero appartenente agli stabilimenti produttivi scende da 9,02 infortuni per milione di ore lavorate a 7,92 (-12% rispetto all'anno precedente). Quest'anno, il nostro Laboratorio su Salute, Sicurezza e Responsabilità Sociale ha elaborato una serie di regole condivise, “Le 10 regole d'oro della sicurezza” e ha messo a punto la strategia di comunicazione adatta a promuovere la salute fisica e mentale dei lavoratori in tutti i nostri stabilimenti.

+525.000

Ore di formazione complessive





LA FONDAZIONE FERRERO

Fondata nel 1983 come Opera Sociale da Michele Ferrero e presieduta tutt'oggi dalla signora Maria Franca Ferrero, la Fondazione ha come obiettivo principale il miglioramento della qualità della vita della persona anziana, coltivando socialità, relazioni, impegno e conoscenze.

La Fondazione opera in campo sociale, filantropico, culturale e artistico 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.

19.943

Partecipazioni al corso di functional training organizzato dalla Fondazione Ferrero



LA NOSTRE PERSONE E LA NOSTRA COMUNITÀ

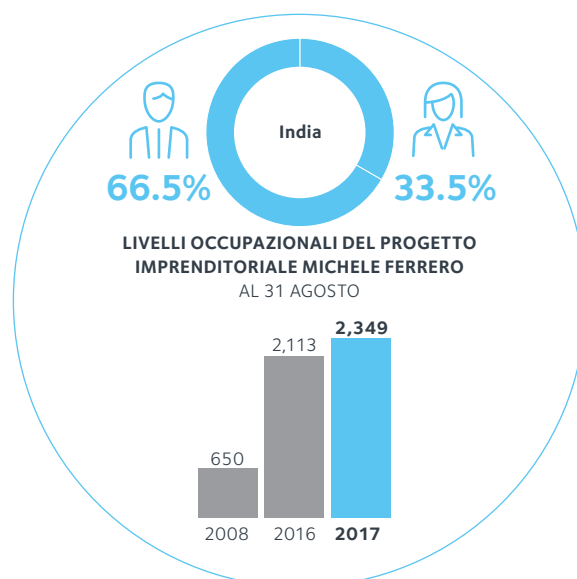
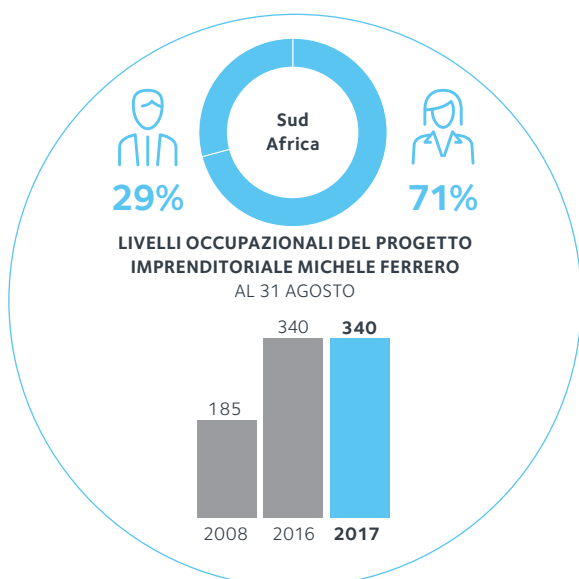
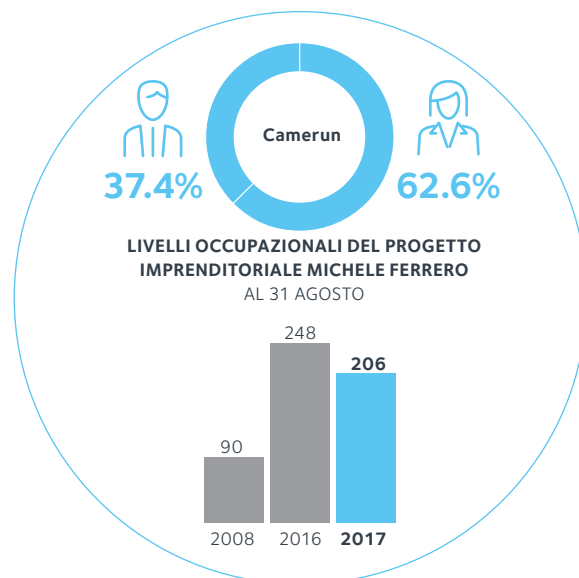
CONTINUA

IL PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO

Il Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero, avviato nel 2005, realizza progetti per lo sviluppo occupazionale e iniziative di carattere sociale e umanitario in Camerun, Sudafrica e India.

I progetti hanno al centro la salvaguardia della salute, la crescita culturale e sociale di bambini e giovani. Molti sono attuati in stretta collaborazione con la Fondazione Ferrero e con partner locali, comprese le autorità istituzionali.

MICHELE FERRERO
ENTREPRENEURIAL PROJECT



KINDER + SPORT

Il programma internazionale di responsabilità sociale Kinder + Sport promuove la pratica quotidiana del movimento e dell'attività fisica tra i bambini e i giovani di tutto il mondo a sostegno della salute e della felicità. Il movimento si è notevolmente sviluppato, organizzando 7.796 eventi in 30 paesi nel corso del 2016/2017.

Il progetto, nel suo dodicesimo anno, si ispira all'innovativo approccio educativo "Joy of Moving", una metodologia basata su molti anni di ricerche accademiche e sperimentazioni sul campo, che ci hanno consentito di comprovare scientificamente un nuovo modo di intendere l'attività motoria, che mira a sviluppare abitudini salutari e divertimento nel movimento corporeo.



RISULTATI DI KINDER + SPORT PER L'ESERCIZIO 2016/2017

4m

di bambini mossi

30

Paesi

132

Federazioni
e associazioni

7.796

Eventi

23

Discipline sportive

€11.8m

di investimenti in totale



LA NOSTRA CATENA DEL VALORE

L'approccio Ferrero per il raggiungimento di una crescita sostenibile percorre tutta la catena del valore, in sei fasi:

- **Creare:** realizzare imballaggi che garantiscano un gusto eccezionale e un'esperienza di prodotto superiore.
- **Selezionare:** cercare gli ingredienti migliori, sostenibilmente.
- **Fare:** gestire le nostre attività in modo efficiente.
- **Stoccare e spedire:** le materie prime ai nostri stabilimenti produttivi e i prodotti finiti ai nostri consumatori, nel modo più efficiente e sostenibile possibile.
- **Voi:** coinvolgere i consumatori nelle iniziative atte a ridurre l'impatto dei prodotti dopo il consumo.

La sostenibilità è divenuta una componente essenziale e noi operiamo all'insegna della visione Ferrero "Condividere Valori per Creare Valore". Da parte nostra, stabiliamo rapporti commerciali di lungo termine con i produttori e i fornitori di materie prime, sulla base di un comune impegno sui valori della sostenibilità, del dialogo e della trasparenza.



Per maggiori informazioni visitare:
www.ferrerocr.com



Olio del frutto di palma
certificato RSPO dal 2015

100%



Cacao certificato come
sostenibile al 100% entro il 2020

70%



Aumento del rendimento per le
coltivazioni che partecipano al
programma per le nocciole Ferrero
Farming Values (FFV)

20-25%



Strategia di confezionamento:
Rinnovare, Riciclare, Riutilizzare,
Rimuovere, Ridurre

5R

Ogni prodotto presenta caratteristiche di imballaggio specifiche, quali la protezione dalla luce, la contaminazione olfattiva e l'umidità, oltre alla protezione meccanica, al periodo di validità e alla porzionatura. In Ferrero affrontiamo queste sfide dall'inizio, spinti dal desiderio di soddisfare le attese dei consumatori.

Alla ricerca di soluzioni, collaborano squadre dedicate che seguono i nostri tre principi per il confezionamento di imballaggi:

- Garantire la freschezza e l'integrità del prodotto in porzioni delle giuste dimensioni.
- Utilizzare materiali che garantiscano la sicurezza e l'attuazione della strategia 5R nel confezionamento degli imballaggi.
- Garantire che non siano disattesi i valori aziendali, grazie all'uso esclusivo di forme e materiali speciali conformi.



Le decisioni in materia di imballaggi si basano sempre su un'esatta comprensione dei problemi da risolvere caso per caso

I 5R

Integrare le 5R nel nostro approccio di ecodesign

Nello sviluppare e programmare gli imballaggi, Ferrero adotta la "Strategia 5R", al fine di ottenere risultati ottimali in fatto di qualità e freschezza, minimizzando la quantità di rifiuti prodotti.

I principi sono 5R considerati fondamentali da Ferrero e guidano la progettazione degli imballaggi sotto l'aspetto dell'ecodesign.



RINNOVARE

Uso di materiali provenienti da fonti rinnovabili (evitando la catena alimentare)



RICICLARE

Uso di materiali riciclabili e di materiali ad alto grado di recupero, ove sia tecnicamente, legalmente e qualitativamente possibile



RIUTILIZZARE

Sviluppo e implementazione di soluzioni che si possano impiegare per altri usi o reintrodurre nel ciclo produttivo



RIMUOVERE

Diminuzione del numero degli elementi costitutivi degli imballaggi



RIDURRE

Riduzione dei materiali usati mediante alleggerimento, riduzione degli imballaggi eccessivi, ottimizzazione del design

LA SFIDA DELL'IMBALLAGGIO

Come garantire sapore e esperienza del prodotto ottimali: le nostre sfide



SELEZIONARE

LE PRATICHE AGRICOLE SOSTENIBILI FERRERO

Per approvvigionarci delle materie prime migliori sul mercato, abbiamo approfondito lo studio degli ingredienti che utilizziamo: dalle origini ai processi di trasformazione.

Oggi più che mai, la sostenibilità è diventata una componente chiave della cultura della provenienza e della trasformazione dei alimenti. In Ferrero, la nostra strategia di impresa è **“Condividere Valori per Creare Valore”** e in tale ottica abbiamo sempre scelto di stabilire rapporti commerciali di lungo termine con i produttori e i fornitori di materie prime, sulla base del dialogo e della trasparenza.

Secondo questa visione, il valore non si crea solo dall'impegno di stabilire questi di valori fondamentali, ma implica anche la responsabilità di condividere tali valori con tutti gli stakeholder interni ed esterni al Gruppo.

In particolare, prestiamo attenzione alle condizioni che caratterizzano la produzione delle materie prime delle nostre catene di fornitura e chiediamo ai nostri fornitori e collaboratori di aderire al Codice di Condotta Commerciale del Gruppo e di uniformarsi ai nostri alti e non negoziabili standard. In ultima analisi, tutto

ciò servirà a rafforzare la collaborazione tra tutti i partecipanti alla catena di fornitura e ad accrescere la trasparenza.

Sappiamo che le materie prime si producono in aree rurali e che lo sviluppo dell'agricoltura è il vero motore che consente di migliorare le condizioni dei coltivatori, dei braccianti e delle loro famiglie. Per tale motivo, siamo fautori delle buone pratiche agricole e sociali basate su norme internazionalmente riconosciute.

Al fine di realizzare l'obiettivo di catene di fornitura sostenibili, abbiamo lanciato il programma Ferrero Farming Values (FFV) nell'ambito del Ferrero Agricultural Commitment to Sustainability (F-ACTS).

Ognuno dei programmi FFV persegue obiettivi specifici fondati su 3 pilastri: sviluppo di progetti e partnership dedicati; adozione di norme e certificazioni; impegni istituzionali e collettivi. Nello specifico, a fronte della complessità dell'approvvigionamento a livello globale, il Gruppo Ferrero riconosce che i singoli attori non possono trasformare, da soli, una filiera produttiva consolidata in una filiera sostenibile. I tre pilastri devono quindi operare in sinergia per completarsi vicendevolmente. Questo approccio, inoltre, è integrato da una serie di azioni e iniziative.

Al fine di realizzare l'obiettivo di catene di fornitura sostenibili, abbiamo lanciato il programma Ferrero Farming Values (FFV) nell'ambito del Ferrero Agricultural Commitment to Sustainability (F-ACTS).



Lavoriamo seguendo la visione **“Condividere Valori per Creare Valore”**

L'APPROCCIO DEI 3 PILASTRI



Tutti gli stakeholder della catena di fornitura del valore devono lavorare insieme per realizzare una catena di fornitura sostenibile

I 3 PILASTRI



PROGRAMS	OBJECTIVES
FERRERO FARMING VALUES CACAO	Entro il 2020 100% certificato sostenibile
FERRERO FARMING VALUES OLIO DI PALMA	Dal gennaio 2015 100% sostenibile certificato RSPO come segregato
FERRERO FARMING VALUES NOCCIOLE	Entro il 2020 100% tracciabili
FERRERO FARMING VALUES ZUCCHERO DI CANNA	Entro il 2020 100% certificato sostenibile
FERRERO FARMING VALUES UOVA	Entro il 2025 100% di uova da galline allevate a terra (100% raggiunto nel settembre 2014 per gli stabilimenti EU)
FERRERO FARMING VALUES LATTE	Perseguire rigorosi standard di qualità e monitorare gli indici di sostenibilità

SELEZIONARE

CONTINUA

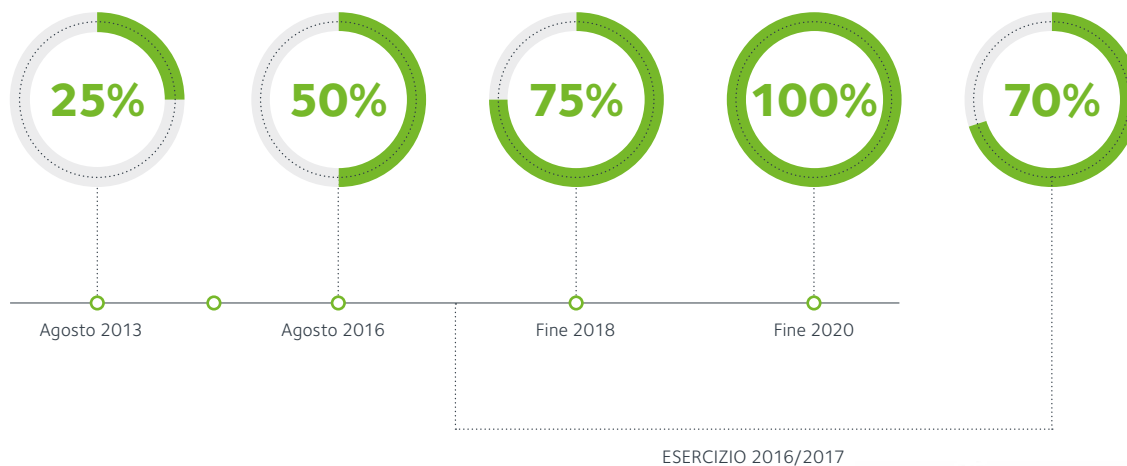
IL CACAO

Al fine di salvaguardare il futuro del settore del cacao, Ferrero è impegnata a sostenere e migliorare la sostenibilità della coltivazione del cacao attraverso l'attuazione del programma Ferrero Farming Values Cocoa.

L'approccio di tale programma si basa su tre pilastri fondamentali: Certificazione, Impegno istituzionale e Progetti in partnership. Ferrero si è impegnata a rifornirsi del 100% di fave di cacao certificate entro la fine del 2020. Nel 2016/2017, abbiamo utilizzato più di 130.000 tonnellate di fave di cacao, di cui il 70% certificato come cacao sostenibile



ROADMAP DELLA CERTIFICAZIONE DEL CACAO



L'OLIO DI PALMA

Ferrero è impegnata a svolgere un ruolo significativo nel guidare la trasformazione sostenibile del settore dell'olio di palma, a beneficio dell'ambiente e delle comunità che vivono e lavorano nei paesi produttori.

È profondamente radicata in Ferrero la cultura che prevede rapporti a lungo termine con tutti gli attori della catena di fornitura e il conseguimento di un alto livello di trasparenza. Nel 2015, Ferrero è diventata una delle prime aziende globali ad approvvigionarsi di olio di palma certificato RSPO come segregato al 100%.



LE NOCCIOLE

La nocciola è da sempre un ingrediente essenziale dei principali prodotti del Gruppo.

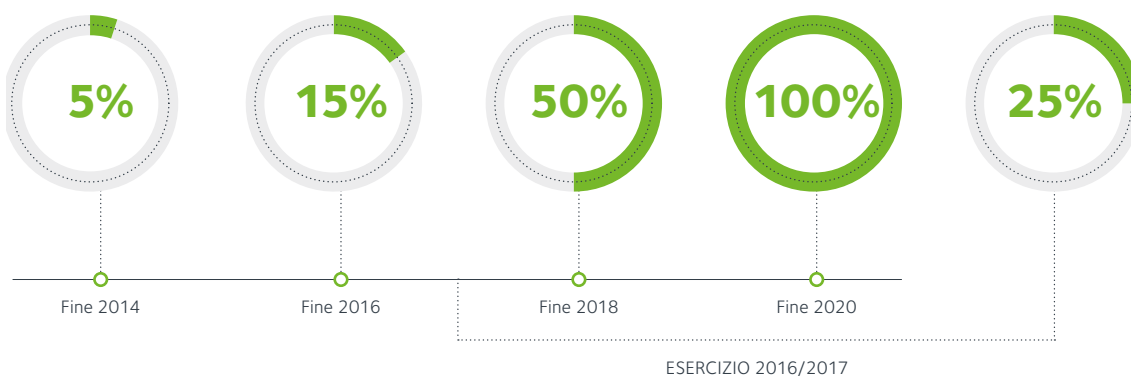
Nel corso degli anni, Ferrero ha operato per incoraggiare la coltivazione sostenibile di nocciole di alta qualità lungo l'intera catena di fornitura.

Di recente, in risposta all'espansione delle attività collegate alla catena del valore della nocciola, Ferrero ha deciso di creare la Hazelnut Company, una divisione Ferrero che si occupa di tutte le attività connesse con la nocciola, dalla coltivazione in diversi paesi e dall'approvvigionamento in diversi mercati fino alla lavorazione dei vari prodotti. Una delle priorità strategiche della Hazelnut Company è il mantenimento di una catena di fornitura end to end efficiente e sostenibile.

A fronte dell'importanza della Turchia come paese produttore di nocciole, Ferrero ha varato un programma "Ferrero Farming Values" in quel paese, allo scopo di aumentare la resa e la qualità dei noccioleti esistenti, migliorare le condizioni di vita dei coltivatori e costruire un futuro migliore e più sostenibile.



ROADMAP DELLA TRACCIABILITÀ DELL'APPROVVIGIONAMENTO DI NOCCIOLE



SELEZIONARE

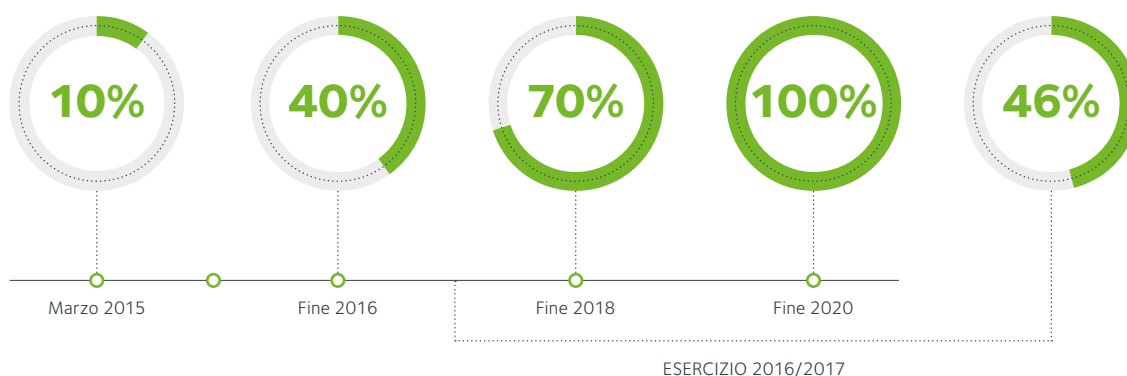
CONTINUA

LO ZUCCHERO

Ferrero ha stabilito rapporti solidi, basati sulla fiducia, con molte cooperative agricole e molti produttori di zucchero.

Da decenni collaboriamo con coltivatori e produttori che ci forniscono grandi quantità di zucchero. Per favorire lo sviluppo di approvvigionamenti da altri paesi produttori di zucchero, le nostre squadre per l'approvvigionamento e la qualità hanno messo in atto una procedura di base per la selezione dei nuovi fornitori. Questo ci permette di garantire che lo zucchero grezzo soddisfi sempre i nostri criteri di alta qualità, tramite procedure di audit interni. Ferrero si è impegnata ad utilizzare zucchero raffinato sostenibile al 100% entro il 2020.

ROADMAP DI APPROVVIGIONAMENTO DELLO ZUCCHERO



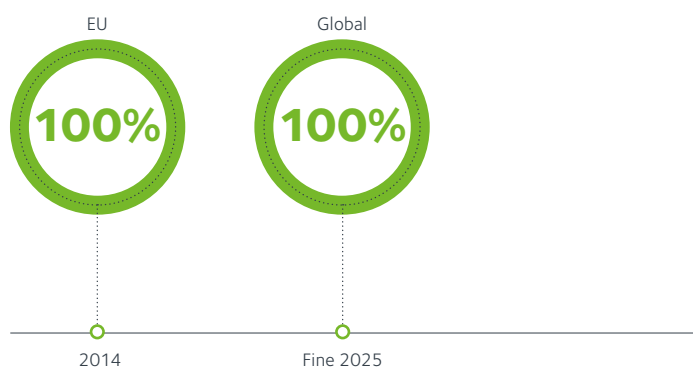
LATTE E UOVA

Da molti anni Ferrero mantiene rapporti a lungo termine con produttori di latte, scelti con cura nelle diverse località.

Questo tipo di approccio ha promosso la collaborazione reciproca per garantire e migliorare freschezza e qualità secondo gli standard comuni a tutti i fornitori di latte del Gruppo. Ferrero utilizza tali rapporti per rafforzare le "catene di fornitura controllate, a corto raggio" con particolare attenzione alle attività dei fornitori legati alla sostenibilità sotto il profilo del benessere degli animali e della responsabilità ambientale.

La catena di fornitura delle uova è integrata (i fornitori controllano il ciclo di vita degli animali e la composizione dell'alimentazione). E Ferrero si impegna ad acquistare uova da galline allevate a terra per la propria catena di fornitura globale. Nel 2014, abbiamo raggiunto l'obiettivo di utilizzare il 100% di uova da galline allevate a terra in Europa; e nonostante le nostre catene europee di fornitura di uova rappresentino il 95% di tutte le uova utilizzate globalmente, Ferrero conferma l'impegno a rifornirsi esclusivamente di uova e di ingredienti a base di uova da galline allevate a terra entro il 2025.

ROADMAP DELLA FORNITURA DI UOVA DA GALLINE ALLEVATE A TERRA



LE CERTIFICAZIONI

1. CERTIFICAZIONI ISO 14001 E 50001

Ferrero è impegnata a implementare e mantenere il proprio sistema di Gestione dell'Ambiente e dell'Energia ai sensi delle certificazioni ISO 14001 e ISO 50001 negli stabilimenti produttivi e nei magazzini del Gruppo. Alla fine dell'esercizio 2016/2017, risultavano certificati ISO 14001 diciotto stabilimenti e sette magazzini, mentre sette stabilimenti avevano ottenuto la certificazione ISO 50001.

2. RISPARMIO ENERGETICO

Negli ultimi anni, ci siamo orientati sullo sviluppo di stabilimenti capaci di produrre elettricità e calore da cogenerazione o trigenerazione. Ove possibile, Ferrero utilizza anche fonti rinnovabili. Ad agosto 2017, Ferrero gestiva 11 impianti di cogenerazione/trigenerazione classificati, ove applicabile, come impianti ad alta efficienza.

3. EVITARE GLI SPRECHI

Ferrero promuove il più possibile il riutilizzo e il recupero dei materiali e qualora non siano tecnicamente possibili né il riutilizzo né il recupero, lo smaltimento avviene secondo il metodo atto a produrre il minor impatto ambientale, con la discarica come ultima opzione.

4. GESTIONE DELLE RISORSE IDRICHE

Nel corso del 2016/2017, Ferrero ha proposto una serie di iniziative per ridurre il consumo di acqua, tra cui il miglioramento dei circuiti di raffreddamento, l'ottimizzazione dei sistemi di lavaggio stampi, l'eliminazione delle perdite dalle reti di distribuzione dell'acqua e progetti di raccolta e utilizzo delle acque piovane.

5. EMISSIONI DI CO₂

Fin dal 2009, Ferrero misura annualmente le emissioni di anidride carbonica, con l'impegno ad ampliare gradualmente i nostri confini, al fine di individuare l'impatto dell'intera catena di fornitura dei nostri prodotti e per presentarsi come azienda a basso livello di emissioni. Ferrero adotta l'approccio Life Cycle Thinking (LCT), che considera i diversi stadi di vita e i principali impatti ambientali del prodotto, prendendo in conto anche le fasi che non sono sotto il controllo diretto dell'azienda.



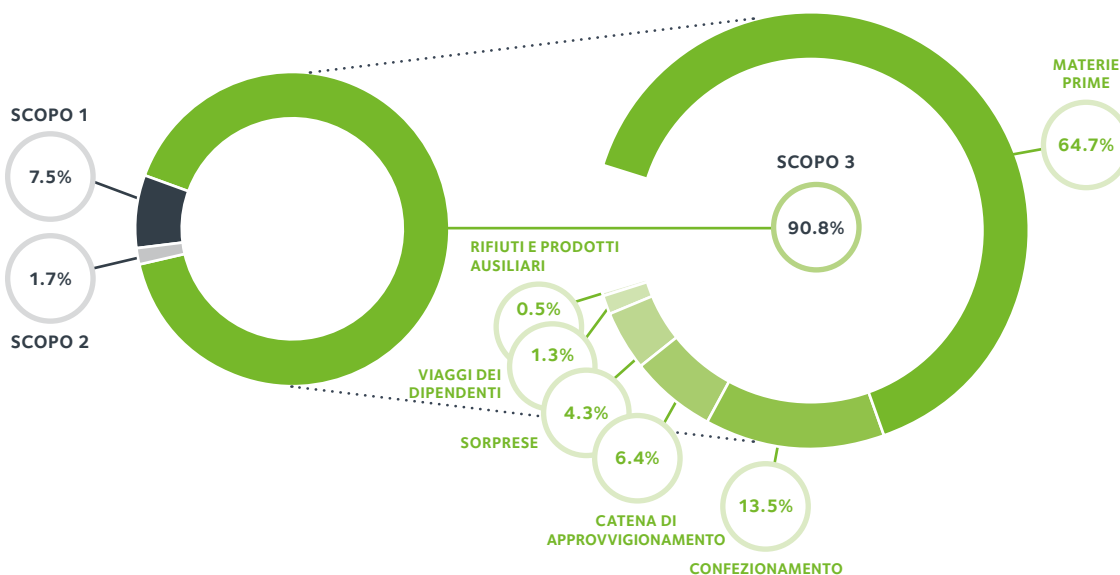
Recupero dei rifiuti

95%



Ferrero adotta l'approccio Life Cycle Thinking (LCT), che considera i diversi stadi di vita e i principali impatti ambientali del prodotto

EMISSIONI DI CO₂



STOCCARE E SPEDIRE



Il nostro dipartimento di Supply Chain è responsabile dell'immagazzinaggio, della spedizione e del trasporto di molti materiali, comprese le materie prime e gli imballaggi destinati agli stabilimenti produttivi e i prodotti finiti destinati ai consumatori.

Per far questo, Ferrero utilizza tecniche che permettono di ridurre l'impatto ambientale.

Aumentando il volume dei pallet condivisi e riutilizzabili, Ferrero ha ridotto la quantità di rifiuti smaltiti in discarica di 18 tonnellate e ha ridotto il consumo idrico di 1.000m³.

Grazie al nuovo sistema di illuminazione del magazzino di Monastir, si risparmiano 12,5 tonnellate di CO₂/anno. Si è inoltre aumentato del 23% l'uso di camion a gas naturale per il trasporto domestico in Italia.



Aumentato del 23%
l'uso di camion a gas naturale per il trasporto domestico in Italia nel corso del 2016/2017

+23%

VOI

In che modo i consumatori possono aiutarci a garantire che l'imballaggio non sia buttato via e venga invece riciclato?

Aiutandoci a smaltire gli imballaggi in modo corretto, nel rispetto delle istruzioni locali sulla raccolta rifiuti.

FARE LA DIFFERENZA E DIFFERENZIARE

Qualche esempio

NUTELLA



RIUTILIZZATE* il vasetto! Vediamo come: pensateci e fateci sapere quel che avete pensato!



www.nutella.com/de/de/diy

Gestite i vasetti secondo il sistema locale di raccolta: aiutateci a deporli nel cassonetto giusto!

KINDER BUENO



Imballaggio molto leggero: non rendete inutili i nostri sforzi, deponete l'incarto in un cassonetto!

Le nostre merendine non utilizzano pellicole in composito, ma in plastica con un tipo di verniciatura in alluminio³, ragione per cui il materiale è etichettato come imballaggio in plastica.

3 si tratta della cosiddetta pellicola metallizzata, ottenuta con un procedimento speciale che permette di "spruzzare" molecole di alluminio sulla pellicola di plastica onde garantire la stessa protezione con un numero molto ridotto di atomi di materiale, invece di usare uno strato di alluminio per creare una pellicola multimateriale complessa.

* suggerimenti di riutilizzo secondario



TPer ulteriori informazioni sulla Responsabilità Sociale d'Impresa e sulla sostenibilità in Ferrero:

Rapporto completo 2017 sulla Responsabilità Sociale d'Impresa:
<https://www.ferrerocsr.com/our-csr-reports/>

Sito aziendale:
<https://www.ferrero.com/> | <https://www.ferrerocsr.com/>

Contatto team CSR:
csr@ferrero.com