

CONDIVIDERE VALORI PER CREARE VALORE

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA



FERRERO

RAPPORTO 2011

Ferrero

Ferrero CSR Office

187, Chaussée de la Hulpe

1170 Bruxelles

Belgium

csr@ferrero.com

www.ferrero.com

In copertina: coltivatrice di una cooperativa che produce fave di cacao per Ferrero in Africa occidentale, nell'ambito dei progetti descritti nella sezione "Pratiche agricole sostenibili".

CONDIVIDERE VALORI PER CREARE VALORE

Responsabilità sociale d'impresa

Rapporto 2011



FERRERO.



Maria Franca, Michele e Giovanni Ferrero

RAPPORTO SULLA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

In Ferrero, nell'anno appena trascorso, abbiamo affrontato molte sfide.

Grazie alla passione e all'impegno degli uomini e delle donne Ferrero ed alla rafforzata fiducia dei nostri consumatori, le vendite sono aumentate del 9.1% rispetto all'anno precedente e la produzione di oltre il 4%. Alla fine del 2010, le emissioni di CO₂ erano già diminuite del 14% e il consumo di energia primaria del 7%. Tali risultati sono in linea con il nostro obiettivo di ridurre le emissioni di CO₂ del 40% entro il 2020.

Ciò significa che il nostro modello di business ci consente di crescere e di investire nelle comunità dove operiamo, riducendo al tempo stesso il nostro impatto ambientale. In questo consiste la sostenibilità!

Applicheremo lo stesso modello ai nostri due nuovi stabilimenti in Messico e Turchia, operativi dal 2013.

Il nostro approccio alla sostenibilità è supportato dalla strategia per la responsabilità sociale d'impresa denominata "Condividere valori per creare valore". Il nostro modo di creare valore non si basa solo su solidi ed immutati valori ma implica la responsabilità di condividerli con i nostri interlocutori: all'interno del Gruppo, con i consumatori e le famiglie, nelle comunità dove operiamo, nei confronti delle organizzazioni con le quali lavoriamo.

La condivisione dei valori aziendali - quali la passione per l'eccellenza, la lealtà, il rispetto, la responsabilità e l'integrità - ci permette di realizzare la nostra missione: soddisfare le aspettative dei consumatori.

Si tratta di valori solidi per una responsabilità condivisa, a livello globale e a livello locale. Noi ci definiamo "GLOCAL".

Globale perché siamo presenti sui mercati di tutto il mondo e perché i nostri principi, piani ed obiettivi si applicano ovunque nello stesso modo.

Locale per la passione per le nostre radici e perché siamo orgogliosi di investire nelle persone e nelle comunità locali.

Così facendo, assumiamo anche responsabilità locali attraverso impegni globali. Ed è questo l'approccio con il quale abbiamo costruito i nostri tre pilastri CSR:

Valorizzare le comunità locali

Nei mercati più maturi, sviluppiamo attività sociali e culturali, principalmente attraverso la **Fondazione Ferrero**. Sotto la guida di mia madre, **Maria Franca**, la Fondazione si prende cura anche dei dipendenti in quiescenza dell'azienda, secondo un apposito e minuzioso programma.

Nei paesi emergenti, operiamo attraverso le **"Imprese Sociali" Ferrero attualmente in India, Sud Africa e Camerun**, fortemente sostenute da mio padre Michele e dal mio beneamato e compianto fratello Pietro. L'intento delle Imprese Sociali è quello di promuovere lo sviluppo direttamente "sul campo", localmente.

Uno stile di vita sano

La strategia Ferrero per la nutrizione si basa su tre capisaldi: il concetto di una dieta equilibrata, l'offerta di porzioni ridotte – dal momento che qualunque consumo eccessivo può essere dannoso – e l'incoraggiamento ad una regolare attività fisica.

Educazione alimentare, piuttosto che maggiore legislazione alimentare, è ciò che serve!

Pratiche agricole sostenibili

Ferrero si impegna a raggiungere il 100% di cacao, caffè, olio di palma e nocciole certificati come tracciabili e sostenibili prima del 2020 e a migliorare le condizioni di vita dei coltivatori in alcune delle aree più povere del mondo. Ciò permetterà, nel lungo periodo, di incrementare la produttività delle attuali piantagioni e di potenziare la loro capacità di far fronte al cambiamento climatico.

Con l'obiettivo di condividere il **Codice di Condotta Commerciale** con tutti gli interlocutori interni ed esterni al Gruppo, siamo passati all'attuazione del **Piano ABCDE (A Business Code Dialogue Engagement)** che sarà completato entro il 2013. Ciò ci permette di affrontare una questione trasversale: garantire la sostenibilità lungo tutta la catena del valore.

La nostra strategia CSR è descritta nel presente rapporto, con i dieci obiettivi Ferrero per il 2020, i risultati già raggiunti, le sfide che affrontiamo ed i possibili margini di miglioramento basati su un attento monitoraggio.

Nel rapporto CSR, vi sono anche i dati sulla sostenibilità di uno dei nostri prodotti di maggiore successo: **Nutella**.

Buona lettura!



Giovanni Ferrero
Chief Executive Officer

giugno 2012



FERRERO.

PREMESSA METODOLOGICA

A proposito di questo rapporto di responsabilità sociale d'impresa

Questo terzo rapporto ha l'obiettivo di illustrare la strategia di responsabilità sociale e di sostenibilità del Gruppo Ferrero e le relative iniziative, sviluppate in tutto il mondo, riferite al periodo 1° settembre 2010 - 31 agosto 2011. Altri rapporti seguiranno annualmente. In vista degli obiettivi prefissati per il 2013 e nel lungo periodo per il 2020, le tematiche di questa terza edizione sono state selezionate in base al loro livello di rilevanza per il Gruppo attraverso appositi incontri con le principali parti interessate e in base ai principi della norma ISO (International Standard Organisation) 26000:2010 "Guida alla responsabilità sociale".

La redazione è stata curata dall'Ufficio CSR del Gruppo Ferrero (e-mail: csr@ferrero.com), in conformità alle linee-guida "Sustainability Reporting Guidelines" (versione 3.1, 2011) e al "Food Processing Sector Supplement" entrambi definiti dal GRI (Global Reporting Initiative). Questa terza edizione condensa in una forma più snella le informazioni già presenti nelle precedenti versioni. Per tutte le parti più descrittive si rinvia quindi ai primi due rapporti CSR, disponibili via internet (www.ferrero.com/responsabilita-sociale) pubblicati nel giugno 2010 e nel giugno 2011. Nell'anno in esame sono avvenuti alcuni cambiamenti significativi nell'assetto del Gruppo, ma non di rilevanza tale da impattare la comparabilità con i precedenti rapporti CSR e non sono state intraprese operazioni straordinarie. Il livello di applicazione del presente rapporto in base alle linee-guida GRI è A+, come confermato dalla verifica GRI. La revisione del presente rapporto è stata affidata a Deloitte.

Al rapporto di responsabilità sociale è stata data diffusione anche via internet all'indirizzo www.ferrero.com.



INDICE

	Pag.
Lettera del CEO	2
<hr/>	
1. Introduzione	6
Obiettivi per il 2020	6
I nostri prodotti	8
Ferrero nel mondo	10
La struttura organizzativa del Gruppo	12
La responsabilità sociale d'impresa	14
Premi e riconoscimenti	24
<hr/>	
2. Valorizzare le comunità locali	29
- La Fondazione Ferrero	30
- Le "Imprese Sociali" Ferrero	42
<hr/>	
3. Gli uomini e le donne Ferrero	51
<hr/>	
4. Per uno stile di vita sano	73
<hr/>	
5. Pratiche agricole sostenibili	85
<hr/>	
6. Minimizzare l'impatto ambientale	101
<hr/>	
Appendice I - Focus: Ferrero in Belgio	124
Appendice II - Focus: Ferrero in Francia	129
Appendice III - Focus: Nutella	137
<hr/>	
Revisione indipendente a cura di Deloitte	141
Indicatori GRI	143



I NOSTRI OBIETTIVI PER IL 2020

OBIETTIVI

RIFERIMENTI

PER I DIRITTI UMANI

- | | |
|---|-------------------------------|
| <p>1 Potenziamento delle attività della “Fondazione Ferrero” e delle “Imprese Sociali” Ferrero</p> | <p>Raggiunto e aggiornato</p> |
| <p>2 Condivisione del Codice di Condotta Commerciale lungo la catena del valore (Piano ABCDE)</p> | <p>Entro il 2013</p> |

PER L'AMBIENTE

- | | |
|--|---|
| <p>3 Sviluppo di una capacità di autoproduzione energetica pari al fabbisogno di tutti i nostri stabilimenti produttivi in Europa; 30% di energia autoprodotta da fonti rinnovabili</p> <p>Analogo piano d'azione a livello mondiale</p> | <p>Entro il 2013</p> <p>Entro il 2020</p> |
| <p>4 Riduzione del 40% delle emissioni di CO₂ derivanti dalle attività produttive (rispetto al 2007)</p> <p>Riduzione del 30% delle emissioni di gas effetto serra (tonnellate di CO₂ equivalenti), nelle attività di trasporto e stoccaggio (rispetto al 2009)</p> | <p>Entro il 2020</p> <p>Entro il 2020</p> |
| <p>5 Riduzione del 20% del consumo idrico per unità di prodotto negli stabilimenti produttivi (rispetto al 2009)</p> | <p>Entro il 2020</p> |
| <p>6 Utilizzo negli imballaggi di materiali derivanti da risorse rinnovabili (+10%, rispetto al 2009)</p> <p>100% di carta e cartone vergine da filiera sostenibile certificata</p> | <p>Entro il 2020</p> <p>Entro il 2014</p> |



OBIETTIVI

RIFERIMENTI

PER LE MATERIE PRIME

<p>7 100% di cacao certificato come sostenibile</p> <p>100% di olio di palma e caffè certificati come sostenibili</p>	<p>Entro il 2020</p> <p>Entro il 2015</p>
<p>8 Implementazione del piano sulla tracciabilità per il 100% delle nocciole</p>	<p>Entro il 2020</p>
<p>9 100% delle uova da galline a terra nel rispetto del benessere animale</p>	<p>Entro il 2014</p>

PER UNO STILE DI VITA SANO

<p>10 Sostenere Kinder+Sport, il nostro programma per lo sport</p>	<p>Entro il 2013</p>
--	-----------------------------



I NOSTRI PRODOTTI



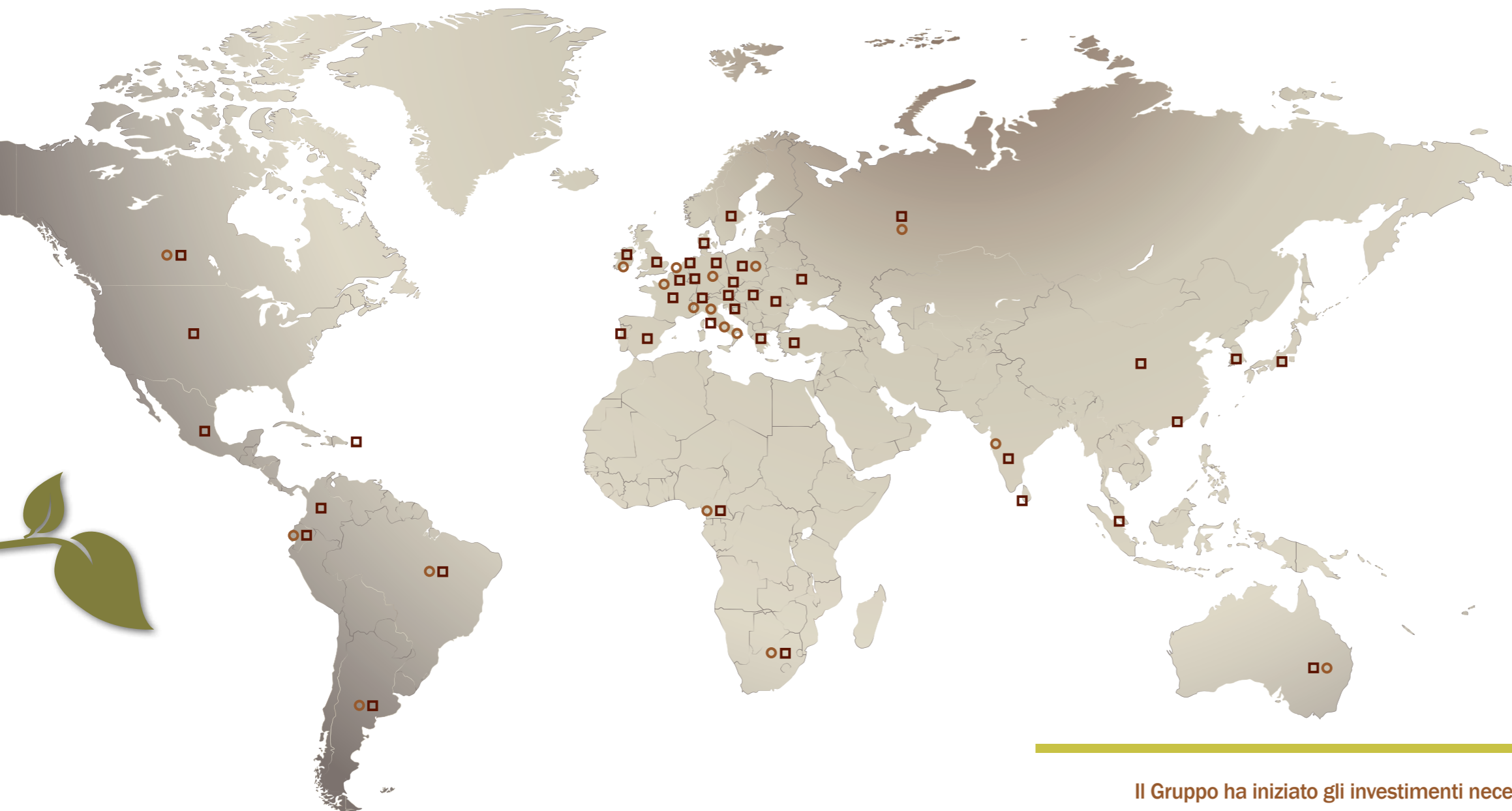
GRUPPO FERRERO

TOTALE PRODOTTI	2009-2010	2010-2011
In quintali	10.270.000	10.708.000

FERRERO INTERNATIONAL

FATTURATO NETTO	2009-2010	2010-2011
€/000	6.616.988	7.218.024

FERRERO.



FERRERO NEL MONDO

■ Per essere vicini ai nostri consumatori in tutto il mondo: 41 sedi e presidi operativi

ARGENTINA
AUSTRALIA
AUSTRIA
BELGIO
BRASILE
CAMERUN
CANADA
CINA
COLOMBIA
COREA DEL SUD
CROAZIA

DANIMARCA
ECUADOR
FRANCIA
GERMANIA
GIAPPONE
GRECIA
HONG KONG
INDIA
IRLANDA
ITALIA
LUSSEMBURGO

MESSICO
OLANDA
POLONIA
PORTOGALLO
PORTORICO
REGNO UNITO
REP. CECA
ROMANIA
RUSSIA
SINGAPORE
SPAGNA

SRI LANKA
STATI UNITI
SUD AFRICA
SVEZIA
SVIZZERA
TURCHIA
UCRAINA
UNGHERIA

○ I nostri 18 stabilimenti produttivi

ITALIA Alba	1946
GERMANIA Stadtallendorf	1956
FRANCIA Villers-Ecalles	1960
ITALIA Pozzuolo Martesana	1965
AUSTRALIA Lithgow	1974
IRLANDA Cork	1975
ECUADOR Quito	1975
ITALIA Balvano	1985
ITALIA S. Angelo dei Lombardi	1985
BELGIO Arlon	1989
POLONIA Belsk	1992
ARGENTINA La Pastora	1992
BRASILE Pocos de Caldas	1994
CANADA Brantford	2006
CAMERUN Yaoundé*	2006
INDIA Baramati*	2007
SUD AFRICA Johannesburg*	2007
RUSSIA Vladimir	2009

*Impresa Sociale Ferrero

Il Gruppo ha iniziato gli investimenti necessari per l'apertura di due nuovi stabilimenti in:

- Messico (San José Iturbide, Guanajuato)
- Turchia (Manisa)

Per la prima volta in questa terza edizione, insieme ai dati globali di Gruppo su tutte le tematiche rilevanti per la CSR, abbiamo dedicato un approfondimento alla nostra presenza in Belgio e in Francia, tramite l'applicazione di alcuni parametri GRI (si vedano le appendici alla fine del rapporto).

GLI UOMINI E LE DONNE FERRERO

ORGANICO MEDIO DI GRUPPO	2009-2010	2010-2011
N. persone	21.736	21.913

MATERIE PRIME

Il totale delle materie prime agricole e materie prime imballaggi utilizzate dal Gruppo nell'anno 2010 corrisponde a 1.347.165 tonnellate.



LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA E DI GOVERNANCE DEL GRUPPO

La struttura organizzativa e di governance del Gruppo, dal 1946 ad oggi, si è evoluta nel tempo, accompagnandone l'espansione mondiale. I punti cardinali che ne contraddistinguono la storia e la crescita sono: **la continuità nella proprietà familiare e la conquista di nuovi mercati, anche mediante la creazione di nuovi stabilimenti, accompagnate dall'alta qualità e dalla costante innovazione dei prodotti.**

Al 31 agosto 2011, il Gruppo risulta composto da oltre 70 società controllate dalla capogruppo Ferrero International s.a., con sede a Lussemburgo (Findel Business Center, Rue de Trèves L-2632), con la forma legale di una società di diritto lussemburghese (per la lista delle sedi, dei presidi operativi e degli stabilimenti, si veda la parte introduttiva del presente rapporto).

Tra le novità emerse in questo esercizio, segnaliamo la decisione di investire in due nuovi impianti produttivi in Turchia e in Messico.

Ferrero International adotta un modello tradizionale di “corporate governance”, nell'ambito del quale l'**Assemblea** e il **Consiglio di Amministrazione (CDA)** hanno un ruolo centrale. Il Presidente del CDA non ha un ruolo esecutivo, ma d'indirizzo ed il CDA include anche membri non appartenenti alla famiglia Ferrero, tra cui il Vicepresidente. I membri esecutivi del CDA, scelti per le loro qualifiche e competenze, sono sempre sottoposti ad una valutazione meritocratica.

Il CDA si avvale dell'attività del “**Group Leadership Team**”, un comitato direzionale istituito nel 2011, composto dai responsabili delle principali funzioni aziendali, che svolge un ruolo di supporto nei processi decisionali e nell'implementazione delle strategie aziendali, definite dal CDA.

Oltre ad avvalersi dell'attività di comitati gestionali, il **CDA** ha istituito una rete di comitati di “audit”, operanti sia a livello locale, presso le principali controllate, che a livello di capogruppo, composti in maggioranza da professionisti esterni al Gruppo. Tali comitati svolgono una funzione consultiva e propositiva per il **CDA** in materia di sistema di controllo interno; con il loro ausilio, il **CDA** definisce le linee di indirizzo miranti a rafforzare l'efficacia del sistema di controllo interno, anche tramite il costante riferimento alle migliori pratiche internazionali.

Il “**Comitato Audit**” di Ferrero International ha, fra i suoi compiti, il monitoraggio sul processo di formazione e revisione del bilancio individuale e consolidato del Gruppo, nonché la supervisione sull'efficacia e sull'efficienza dell'attività dei revisori (“auditor”) esterni e della funzione di controllo interno (“internal audit”).

Il “**Comitato Carriere e Remunerazione**” che ha come scopo la determinazione della politica retributiva e dei piani di carriera dei “top manager”, è attualmente in fase di revisione.



Per quanto riguarda l'organizzazione della produzione dolciaria, il Gruppo Ferrero gestisce direttamente tutti i processi "core", ovvero d'importanza centrale, e in particolare:

- ▣ **le attività di ricerca e sviluppo di prodotti, processi e tecniche di produzione, compresi i giocattoli;**
- ▣ **la progettazione di impianti/macchinari d'importanza strategica (circa il 50%);**
- ▣ **le attività di produzione e trasformazione;**
- ▣ **le attività di marketing strategico, istituzionali e di sviluppo.**

Inoltre, sono in corso specifiche iniziative di integrazione verticale, in particolare:

- ▣ **sulla filiera di produzione agricola di nocciole, con l'obiettivo di sviluppare ulteriori piantagioni proprie al fine di soddisfare parte della domanda dell'azienda;**
- ▣ **lo sviluppo di attività di produzione e commercializzazione dell'energia, in modo da coprire in parte i fabbisogni del Gruppo con investimenti in impianti di generazione ad alta efficienza o da energie rinnovabili.**

Le seguenti operazioni sono affidate a terzi ("outsourcing"):

- ▣ **confezionamenti particolari/promozionali per una quota pari a circa il 25-30% dei volumi di produzione del Gruppo;**
- ▣ **attività commerciali/di distribuzione in alcuni paesi e/o per prodotti specifici per una quota pari a circa il 10-15%;**
- ▣ **alcuni servizi amministrativo-contabili.**



LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Ai fini della determinazione e gestione della politica di Gruppo in materia di responsabilità sociale (CSR), il Gruppo si avvale di un apposito ufficio CSR (e-mail: csr@ferrero.com) e sono stati costituiti alcuni comitati, co-ordinati dal Vice-Presidente di Gruppo (per la loro descrizione si reinvia alle precedenti edizioni del rapporto CSR, disponibili via internet). Tali strutture CSR hanno continuato un percorso di riflessione sui temi più rilevanti di responsabilità sociale, selezionati sulla base dei principi e valori del Gruppo, coinvolgendo le parti interessate ("stakeholder") e condividendo obiettivi e strategie.

Il Gruppo Ferrero ha ufficialmente aderito ai **Dieci Principi del Global Compact delle Nazioni Unite**, riguardanti il rispetto dei diritti umani, le pratiche di lavoro, la tutela dell'ambiente e il contrasto alla corruzione, che sono parte integrante della strategia Ferrero. Ogni anno, il Gruppo renderà noti gli impegni assunti in tal senso.

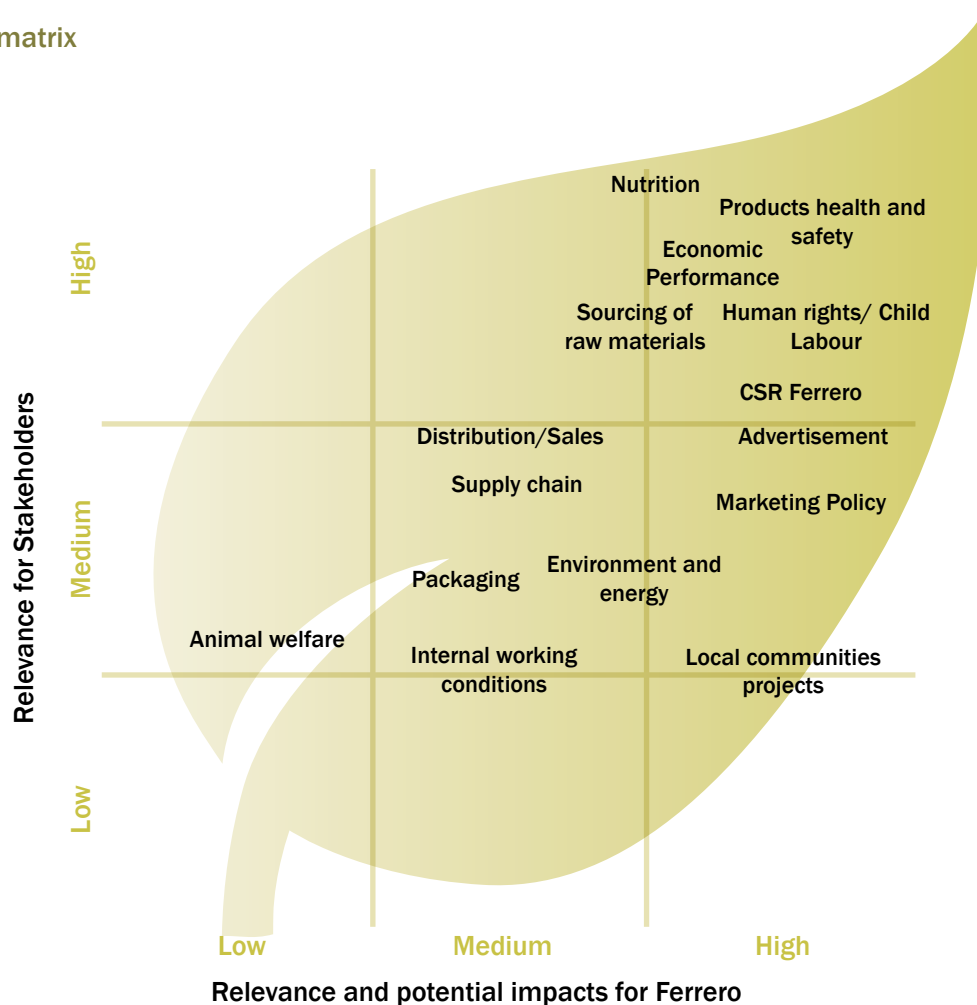
Per la redazione del presente rapporto, le numerose realtà nazionali del Gruppo sono state coinvolte in un'attività di aggiornamento della mappatura degli interlocutori interni ed esterni ("stakeholder") e dell'analisi di materialità delle tematiche rilevanti, di cui di seguito riportiamo i risultati.

Stakeholder mapping



Come già messo in evidenza nelle analisi condotte nel primo rapporto CSR e ulteriormente approfondite nel secondo, risulta palese anche in questa terza edizione, la **centralità del consumatore** tra gli interlocutori di Ferrero e al secondo posto la rilevanza attribuita ai **dipendenti**.

Materiality matrix



Dalla “matrice di materialità” illustrata, risulta che alcune tematiche hanno alta rilevanza sia per Ferrero che per gli interlocutori del Gruppo, e sono: la strategia Ferrero per la nutrizione, la sicurezza alimentare, la “performance” economica, la difesa dei diritti umani, compresa la tematica del lavoro minorile, e l’approvvigionamento delle materie prime. Tali argomenti sono trattati nel presente rapporto con appositi capitoli.

Per quanto riguarda le modalità di coinvolgimento degli interlocutori, il Gruppo Ferrero partecipa attivamente ai dibattiti ed ai gruppi di lavoro delle Associazioni di categoria e settoriali di cui è membro a livello internazionale, europeo e nazionale (si veda la lista che segue). In aggiunta, il Gruppo ha sviluppato un dialogo strutturato con alcune ONG, attive in ambito CSR. Tra le tematiche spesso affrontate, compaiono:

- i temi della nutrizione e della sicurezza dei prodotti. Il primo è spesso oggetto di dibattito nelle Associazioni di categoria e settoriali attive a livello europeo. Le posizioni di Ferrero in tale ambito sono descritte in un apposito capitolo del presente rapporto CSR;
- l’attuazione della responsabilità sociale lungo la catena del valore Ferrero, trattata nel testo che segue dedicato al Piano ABCDE (A Business Code Dialogue Engagement).



PRINCIPALI ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA DI CUI FERRERO È PARTE ATTIVA A LIVELLO INTERNAZIONALE ED EUROPEO

AEF - Advertising Education Forum: organizzazione non profit che fornisce informazioni sulla regolamentazione della pubblicità a livello internazionale, con particolare attenzione alla pubblicità diretta ai bambini (www.aeforum.org).

AIM - European Brands Association: associazione europea che raggruppa le industrie di marca (www.aim.be).

CAOBISCO - European Association of Chocolate, Biscuit & Confectionery Industries: associazione di rappresentanza di circa 2000 aziende dolciarie dell'Unione europea (www.caobisco.com).

FDE - European Federation of Food & Drink Industries: federazione europea che promuove e rappresenta gli interessi del settore alimentare e bevande (www.fooddrinkeurope.eu).

EUFIC - European Food Information Council: organizzazione non profit, sostenuta da aziende del settore alimenti e bevande e dalla Commissione europea, che fornisce informazioni e svolge ricerche sulla sicurezza e la qualità degli alimenti (www.eufic.org).

IFBA - International Food & Beverage Alliance: organizzazione composta dalle principali aziende mondiali del settore alimenti e bevande che condividono l'obiettivo di promuovere una dieta equilibrata e stili di vita sani per i consumatori (www.ifballiance.org).

TIE - Toy Industries Europe: organizzazione che rappresenta gli interessi dei produttori di giocattoli nell'Unione europea (www.tietoy.org).

WFA - World Federation of Advertisers: organizzazione mondiale delle associazioni nazionali e delle imprese del settore pubblicitario (www.wfanet.org).

IL PIANO ABCDE (A Business Code Dialogue Engagement)

Come indicato dal CEO nel giugno 2011 (si reinvia alla lettera in apertura al secondo rapporto CSR disponibile su www.ferrero.com), il Gruppo Ferrero ha iniziato la concreta attuazione del Piano ABCDE (A Business Code Dialogue Engagement) con l'obiettivo di condividere, con tutti gli interlocutori della catena del valore, il Codice di Condotta Commerciale.

Tale Codice (pubblicato nella precedente edizione e disponibile via internet all'indirizzo www.ferrero.com in diverse lingue) si basa sui principi aziendali Ferrero, è conforme al Codice Etico aziendale (entrambi disponibili via internet su www.ferrero.com) ed ai principi di "buone pratiche aziendali" dell'AIM (Associazioni delle Industrie di Marca).



Il Codice di Condotta Commerciale definisce le pratiche Ferrero nei seguenti ambiti:

1. Eccellenza nella qualità e sicurezza dei prodotti
2. Impegno per la tutela dei diritti umani
3. Tutela ambientale e sostenibilità
4. Condizioni dell'ambiente di lavoro
5. Pratiche di integrità commerciale

Nel corso del 2011, come previsto dal Piano ABCDE, il Gruppo ha organizzato specifiche sedute informative al proprio interno coinvolgendo le diverse aree competenti, tra cui i dipartimenti per gli acquisti, le vendite e l'ufficio legale, allo scopo di:

- Realizzare una mappatura di tutti gli interlocutori della catena del valore Ferrero
- Valutare l'importanza e il profilo di rischio in caso di non aderenza o di parziale applicazione del Codice lungo la catena del valore
- Definire le diverse modalità di intervento, incluse operazioni di ispezione e controllo sulla conformità al Codice

da concludere entro il 2013.

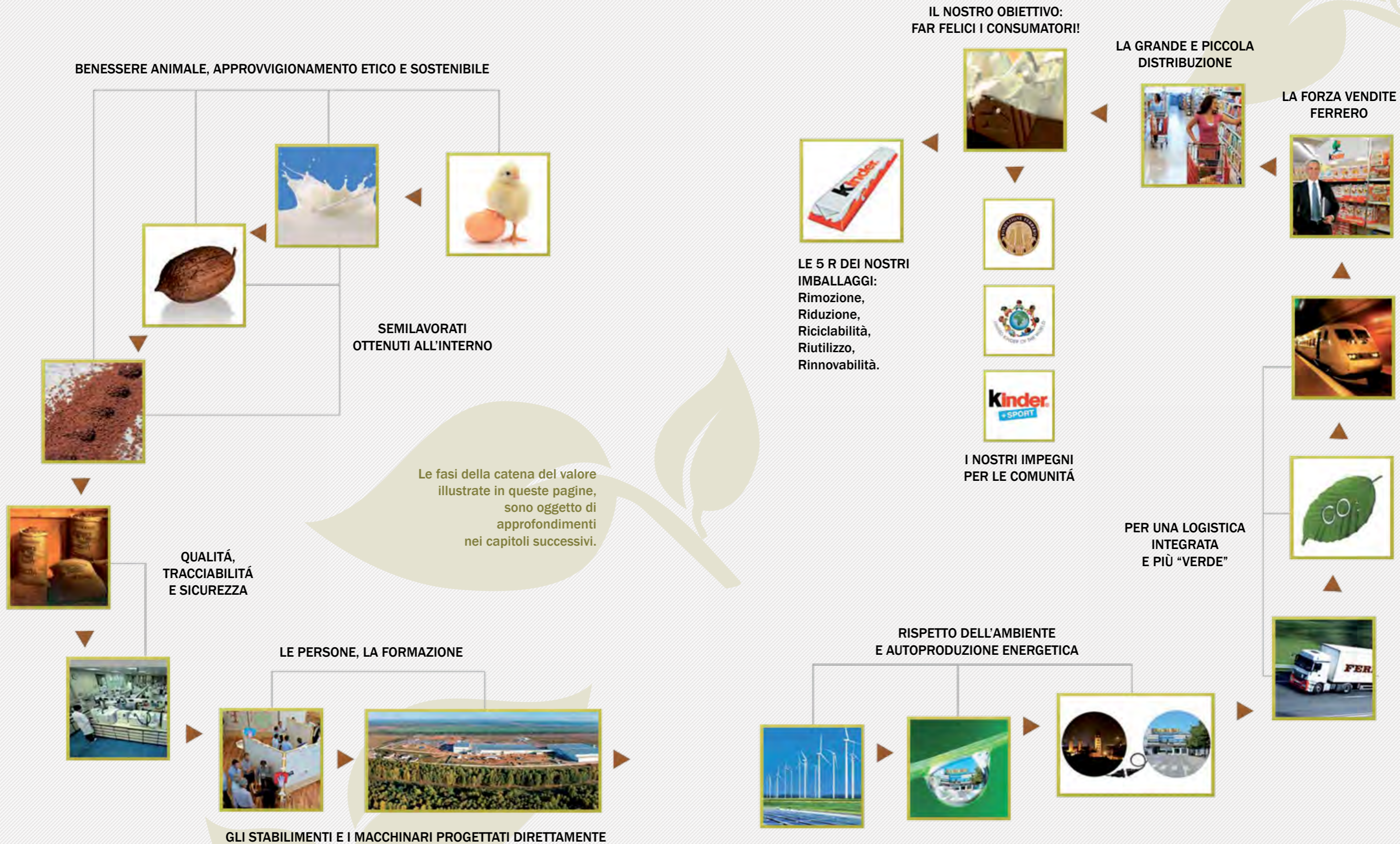
A tali operazioni interne, si sono affiancate attività di diffusione del Codice di Condotta Commerciale, tramite appositi incontri con i principali interlocutori del Gruppo e sono in previsione altre riunioni più mirate in base alle specifiche tematiche affrontate.

La verifica esterna delle attività previste dal Piano ABCDE è stata affidata a Deloitte.

A proposito della catena del valore Ferrero, abbiamo ritenuto utile fornire una rappresentazione grafica nella pagina seguente.

La politica di approvvigionamento Ferrero, basata sul Codice di Condotta Commerciale, è conforme ai principi aziendali, al Codice Etico, al Codice MPG (Magic Production Group) e ai "Ferrero Ethical, Social and Environmental Requirements for Suppliers of Kinder Toys", agli standard internazionali dei sistemi di gestione della qualità e della sicurezza alimentare (ISO, IFS), agli specifici standard per la sostenibilità delle materie prime agricole ed ai vari standard ambientali (ISO ed EMAS). In riferimento all'anno in esame, le attività di audit presso i fornitori sono state effettuate nei seguenti ambiti: sistemi di gestione della qualità e della sicurezza alimentare, specifiche certificazioni delle materie prime agricole, Codice MPG per i giocattoli (per maggiori dettagli, si rinvia agli appositi capitoli del presente rapporto). In aggiunta alle procedure di audit già in essere, prevediamo entro il 2013, attraverso il Piano ABCDE, lo svolgimento di ispezioni presso i fornitori al fine di garantire che gli acquisti di Gruppo siano conformi alle pratiche del Codice di Condotta Commerciale.

LA CATENA DEL VALORE FERRERO: UN PERCORSO DI RESPONSABILITÀ !





Si riportano qui di seguito le percentuali dei fornitori locali calcolati sulla totalità dei fornitori presso i principali stabilimenti europei¹:

Paesi	Fornitori locali
Italia*	93%
Germania	85%
Francia	95%
Polonia*	86%
Belgio	52%

*Il dato considera, oltre agli stabilimenti produttivi, tutte le sedi di Ferrero nel Paese.

Per il maggiori informazioni su Belgio e Francia si rinvia alle appendici alla fine di questo rapporto.

La valutazione di eventuali potenziali impatti significativi degli stabilimenti Ferrero sulle comunità locali è un elemento chiave nelle nostre strategie. Valutiamo regolarmente i nostri impatti potenziali a livello economico, sociale e ambientale e su tale base abbiamo sviluppato le nostre politiche.

Alcuni capitoli di tale rapporto forniscono un monitoraggio accurato in merito all'impatto della nostra presenza sulle comunità locali.

Più in dettaglio la sezione "Valorizzare le comunità locali" prende maggiormente in considerazione gli aspetti etici e sociali. La sezione dedicata alle "Pratiche agricole sostenibili" si concentra sugli aspetti etici, sociali e ambientali, mentre la parte "Minimizzare l'impatto ambientale" si concentra sui nostri stabilimenti.

¹ Il dato è calcolato sul numero di fornitori attivi al 24 maggio 2012 per Italia, Germania e Polonia; al 31 agosto 2011 per la Francia. Il dato del Belgio è calcolato sul valore degli acquisti al 31 agosto 2011. Sono escluse le forniture infragruppo e le forniture centralizzate (quali ad esempio quelle relative alle materie prime e agli imballaggi).

IL VALORE AGGIUNTO FERRERO

Il “Valore Aggiunto” rappresenta il valore economico generato dal Gruppo. In particolare, il “Valore Aggiunto Netto” rappresenta il valore economico generato nel periodo di riferimento, al netto degli ammortamenti e dei costi operativi, questi ultimi inclusivi degli acquisti da fornitori (principalmente, acquisti di materie prime e servizi).

Come evidenziato nel grafico che segue, il “Valore Aggiunto Netto” di Ferrero, per l’anno preso in esame dal presente rapporto CSR, è distribuito in varie forme ai diversi interlocutori interni ed esterni del Gruppo (“stakeholder”).

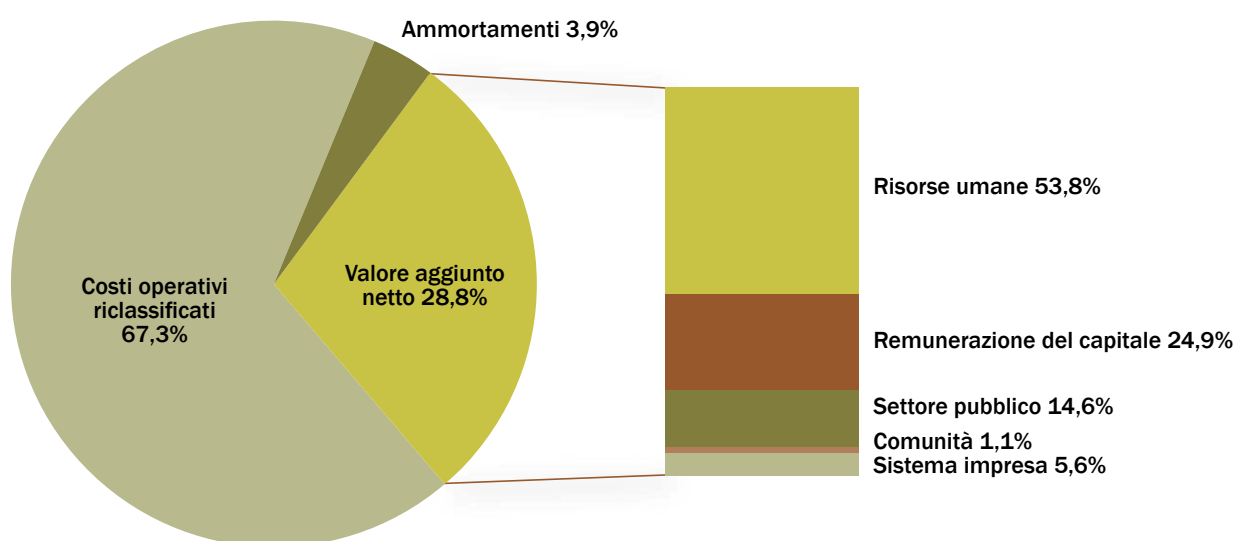
La voce “Risorse umane” comprende ogni forma di retribuzione e remunerazione erogata a fronte dell’attività lavorativa svolta dai dipendenti, inclusi gli oneri di utilità sociale sostenuti dal Gruppo.

Nella voce “Remunerazione del capitale” rientrano la distribuzione di dividendi ed il pagamento di interessi.

La voce “Settore pubblico” rappresenta l’importo dovuto dal Gruppo ad Enti della Pubblica Amministrazione, a titolo di imposte sul reddito e altri tributi direttamente attribuibili al patrimonio aziendale, con esclusione di imposte ed altri oneri accessori della gestione operativa (dazi e oneri doganali).

La voce “Comunità” include liberalità e donazioni, investimenti in progetti a carattere sociale e collaborazioni con Università e Centri di ricerca.

La voce “Sistema Impresa” rappresenta il valore economico trattenuto nel Gruppo, quale differenza tra il valore economico generato e il valore economico distribuito.





CONFORMITÀ A LEGGI E REGOLAMENTI

Nell'anno in esame, non si sono registrate sanzioni significative per non conformità a leggi e regolamenti, né significative penalità a titolo di sanzioni ed ammende per inadempienze ad obblighi in materia ambientale e sociale.

Non si sono inoltre verificati casi significativi di non conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti durante il loro ciclo di vita, né sanzioni significative per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo dei prodotti.

Nell'anno in esame non si sono registrati episodi legati a pratiche discriminatorie che abbiano coinvolto i principali interlocutori interni o esterni, né episodi di corruzione.

In alcune società del Gruppo é effettuato un monitoraggio interno dei rischi relativi alle frodi ed alla corruzione e sono effettuate relative attività formative. Attualmente, i sistemi informativi di Gruppo non consentono di tracciare i dati di dettaglio relativi alla formazione su politiche e procedure anticorruzione; gli stessi saranno peraltro disponibili a partire del 2013/14.

Si segnala inoltre che sulla base delle informazioni ad oggi disponibili, non riceviamo contributi economici dai governi, tali da impattare materialmente sulla nostra posizione. Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno in vista del rapporto CSR 2012, che sarà disponibile a metà 2013.

Ferrero rispetta e protegge la riservatezza dei dati personali dei propri dipendenti, consumatori, clienti e altri « stakeholders », con correttezza e secondo le disposizioni legislative vigenti nelle giurisdizioni in cui opera. Poniamo sempre al primo posto la sicurezza: nella selezione, definizione e nell'uso delle procedure, anche informatiche, destinate al trattamento di dati personali e delle informazioni riservate, a tutela dei diritti, delle libertà fondamentali e della dignità della persona interessata. Per maggiori informazioni, si rinvia al Codice Etico di Gruppo.



LA SICUREZZA DEI NOSTRI GIOCATTOLOI SIN DALLA FASE DI PROGETTAZIONE

IL CODICE MPG

Lo stringente “Codice MPG¹” prevede che i “giocattoli Kinder” siano pienamente conformi:

- all’ultima Direttiva sulla sicurezza dei giocattoli 2009/48/CE;
- agli standard europei sulla sicurezza giocattoli (EN71);
- allo standard internazionale ISO 8124 sulla sicurezza giocattoli;
- agli standard nazionali per alcuni aspetti più restrittivi;
- ai progetti di modifica di tali standard, anticipando la conformità delle “sorprese Kinder” a future normative;
- ai requisiti chimici particolarmente severi, mutuati anche da altre normative (es. normative sui cosmetici);
- alle norme ambientali;
- ai requisiti di natura volontaria più restrittivi di quelli previsti dallo standard EN 71 (ad esempio riguardo i limiti massimi di migrazione dei metalli pesanti).

L’applicazione del severo Codice MPG, ci ha consentito di non dover procedere a nessun richiamo di prodotti non idonei. Dall’entrata in vigore della vecchia Direttiva sulla Sicurezza dei Giocattoli nel 1998 e grazie all’applicazione del nostro stringente Codice, **35 miliardi di giocattoli sono stati commercializzati in assoluta e totale sicurezza.**

Oltre al controllo sul giocattolo, realizziamo verifiche periodiche presso i fornitori e i confezionatori europei inerenti tutti gli aspetti legati alla sicurezza sanitaria ed effettuiamo controlli quotidiani, nel caso dei fornitori asiatici, direttamente in loco.

Ferrero, inoltre, incarica enti certificatori esterni di effettuare audit – almeno annuali – del “Sistema di Qualità Ferrero” e allo stesso tempo prelievi di prodotto, sia sul mercato che nei magazzini Ferrero, per verificare la costanza della qualità dei “giocattoli Kinder”.

Il Gruppo Ferrero si è dotato anche di un “Codice di condotta” per gli aspetti etici ed ambientali relativi alla produzione dei giocattoli, vincolante anche per i produttori.

Si tratta del “**Ferrero Ethical Social and Environmental Requirements for Suppliers of Kinder Toys**”, che si ispira ai più avanzati codici etici applicabili al settore. Nel 2008, il Gruppo ha deciso di affidare ad un ente esterno la verifica dello stato di implementazione di tale Codice.

Pertanto, il Gruppo Ferrero ha chiesto al **Gruppo SGS**, leader mondiale della certificazione, di predisporre ed attivare un programma di audit dei produttori dei giocattoli Ferrero con riferimento al rispetto dei principi e ai requisiti del suddetto “Codice di condotta”.

I risultati delle verifiche hanno mostrato che nessuna forma di lavoro minorile viene utilizzata nei poli produttivi.

I produttori di giocattoli utilizzati da Ferrero continuano a fare passi in avanti nell’applicazione di misure correttive per l’ottimizzazione e la corretta applicazione del “Codice di condotta” Ferrero.

Il “Codice di condotta” Ferrero è monitorato annualmente.



¹ Magic Production Group - società del Gruppo Ferrero interamente dedicata ai giocattoli.



PREMI E RICONOSCIMENTI

Aprile 2011

FERRERO PRIMA AZIENDA ITALIANA PER REPUTAZIONE NELLA CLASSIFICA 2011 DELLE MIGLIORI 100 IMPRESE NEL MONDO.

Secondo l'indagine "Global RepTrak™ 100" del Reputation Institute, nel 2011, Ferrero è confermata come l'azienda italiana con la più alta reputazione a livello mondiale, risultando al 22° posto della classifica che vede la leadership della statunitense Google.

L'indagine sulla reputazione è stata realizzata con interviste a 48.000 consumatori in 15 paesi, ai quali nell'aprile 2011, è stato chiesto di esprimersi con giudizi di reputazione su un paniere composto dalle 100 principali aziende a livello globale.

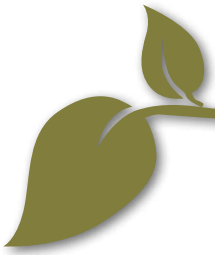
Tra i sette indicatori reputazionali presi in considerazione per la classifica, Ferrero spicca per affidabilità in termini di prodotto ed innovazione, eticità, responsabilità sociale, performance economiche e lavoro.



Settembre 2010 - Agosto 2011

TROFEO NAZIONALE DELL'AZIENDA CITTADINA

Ferrero Francia ha ricevuto il primo "Premio del Trofeo dell'Azienda Cittadina". La cerimonia di consegna si è svolta nella sede del Senato francese, sotto l'alto patronato del Presidente del Senato. Il premio è stato attribuito al programma "Kinder s'engage pour l'enfance".



Giugno 2011

TOP BRAND 2011

Ferrero Germania ha nuovamente ottenuto il premio “Top Brand” attribuito ai prodotti Giotto e Kinder Cioccolato. Il premio è attribuito da “Lebensmittel Zeitung” sulla base del “GfK Consumer Panel” condotto su 30.000 famiglie e viene assegnato ai marchi di maggior successo del settore alimentare.



Novembre 2010

PREMIO FALCK-AZIENDA FAMILIARE 2010

“La famiglia Ferrero è un grande esempio di famiglia imprenditoriale italiana che in pochi decenni è stata capace di conquistare una posizione di leadership mondiale nel proprio settore, quello dolciario, radicandosi in decine di Paesi.” Questa è parte della motivazione con la quale è stato consegnato al Gruppo Ferrero il Premio Alberto Falck-Azienda Familiare 2010.

Il Premio è conferito ogni anno dall’Associazione Italiana delle Aziende Familiari (AIAF), l’associazione che si occupa in maniera specifica delle tematiche riguardanti le aziende familiari di piccole, medie e grandi dimensioni. Ne promuove lo sviluppo, riconoscendone i valori guida dell’etica di impresa, della meritocrazia, della responsabilità sociale e della sostenibilità.



FERRERO.



Ottobre 2010

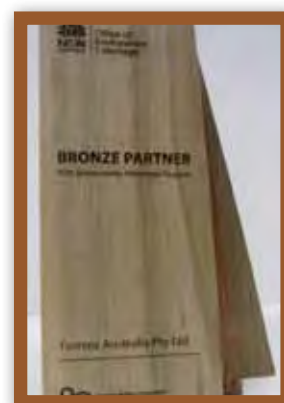
PREMIO PER IL MIGLIOR DESIGN

L'espositore da banco Tic Tac a forma di albero ha ricevuto il "Bronze Award" dall'"Institute's Design of the Times Awards" che promuove l'eccellenza del design e della realizzazione di espositori nei punti vendita. Il premio è stato assegnato a Ferrero USA, in occasione dello "Shopper Marketing Expo", a Chicago.

Giugno 2011

"AWARD FOR BRONZE PARTNER"

Ferrero Australia ha ricevuto l'"Award for Bronze Partner" nel contesto del programma di sostenibilità ambientale del New South Wales. Il premio è stato consegnato dal Ministro per l'Ambiente e dal Ministro per i Beni Culturali australiani per gli obiettivi ambientali raggiunti.



Luglio 2010 - Giugno 2011

PREMIO INTERNAZIONALE "QUALITY CROWN"

Ferrero Sud America ha ricevuto il "Premio Internazionale Quality Crown" dall'organizzazione internazionale "Business Initiative Directions", che opera dal 1986 con l'obiettivo di sviluppare la cultura della qualità nel mondo. Il premio è stato assegnato sulla base dei seguenti criteri: "leadership", gestione aziendale, immagine e prestigio, soddisfazione degli "stakeholder", risultati raggiunti.



Gennaio - Aprile 2011

MIGLIOR PROMOZIONE DEL MERCOSUR

Ferrero Brasile ha ricevuto il premio "Miglior promozione del Mercosur" per la campagna "Promoção Tic Tac canela". Il premio è stato consegnato durante la 12ª edizione del "Festival Iberoamericano della Promozione e degli Eventi" dove sono state presentate oltre 2.500 campagne di comunicazione in 16 paesi.





Maggio 2011

PREMIO “BEST CYLINDER EXECUTION 2010/11”

Ferrero Turchia ha ricevuto il premio “Best Cylinder Execution 2010/2011” per la campagna “La stella della colazione”. Il premio è stato attribuito da “MediaCat”, nato nel 1993 come rivista e oggi divenuto piattaforma di scambio di informazioni su “marketing” e comunicazione. I criteri di selezione sono stati: creatività, unicità ed innovazione.

Maggio 2011

MIGLIOR SQUADRA VENDITA DELLA CATEGORIA “CIOCCOLATO E SNACK”

Si è svolta la 6^a edizione del Premio per la “Miglior Squadra Vendita”, organizzata dalla rivista Storecheck con il titolo: “Cosa pensano i distributori dei propri fornitori?”. La squadra “Field Proximity” di Ferrero Belgio ha vinto il premio come “Miglior squadra vendita per la categoria cioccolato e snack”. I criteri di selezione sono stati: eccellente conoscenza del prodotto, utili consigli per la crescita della categoria, considerazione per i benefici del distributore, messa in pratica dei propri impegni, analisi dei problemi.





VALORIZZARE LE
COMUNITÀ LOCALI



LA FONDAZIONE FERRERO

« **Lavorare, Creare, Donare** » sono i valori guida che caratterizzano la “Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero” e tutto il Gruppo Ferrero.

Nata come Opera Sociale nel 1983, sotto la guida instancabile del suo **Presidente, Signora Maria Franca Ferrero**, la Fondazione opera nei campi del sociale, filantropico, culturale ed artistico, principalmente a favore degli “anziani” Ferrero, ovvero i dipendenti in quiescenza dell’azienda, e dei bambini (per una più ampia descrizione della Fondazione Ferrero, si vedano il primo ed il secondo rapporto CSR ed i capitoli ad essa dedicati oltre al sito www.fondazioneferrero.it).



La sede della Fondazione Ferrero ad Alba

La Fondazione Ferrero non è una “granting Foundation” – non eroga cioè finanziamenti o contributi ad altri enti o istituzioni sociali, culturali o umanitari – bensì una “**acting Foundation**”: una realtà che svolge in proprio numerosi progetti ed attività sociali e culturali (questi ultimi specificatamente legati a personaggi o contesti albesi o piemontesi). Per il loro svolgimento, tali attività necessitano di consistenti risorse finanziarie, erogate a tal fine dal Gruppo Ferrero, senza dividerle in tanti rivoli per altre, sia pur benemerite, iniziative.



Valentina Vezzali, campionessa olimpionica di scherma, con gli “anziani” Ferrero presso la Fondazione

PROGETTI CULTURALI



Fondazione Ferrero, sala Cassiopea, Alba

La Fondazione investe idee e risorse per realizzare progetti culturali che contribuiscono a far progredire il sapere e l'educazione. Particolare importanza viene attribuita alle figure e ai momenti rilevanti della **storia di Alba e più in generale del Piemonte**, con un respiro sempre più internazionale.

La mostra **“Morandi. L'essenza del paesaggio”**, sotto l'alto patronato del Presidente della Repubblica Italiana, è stata promossa dalla Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero, dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo, dalla Regione Piemonte e realizzata con la collaborazione della Fondazione di Studi di Storia dell'Arte Roberto Longhi di Firenze. Si è avvalsa, inoltre, di un comitato scientifico composto, tra gli altri, da Mina Gregori, Antonio Paolucci, Giovanni Romano, Claudio Spadoni, Bruno Toscano.

Allestita dalla Fondazione Ferrero, la mostra è rimasta aperta dal **16 ottobre 2010 al 16 gennaio 2011** ed ha richiamato ad Alba **61.298** visitatori che l'hanno visitata gratuitamente.



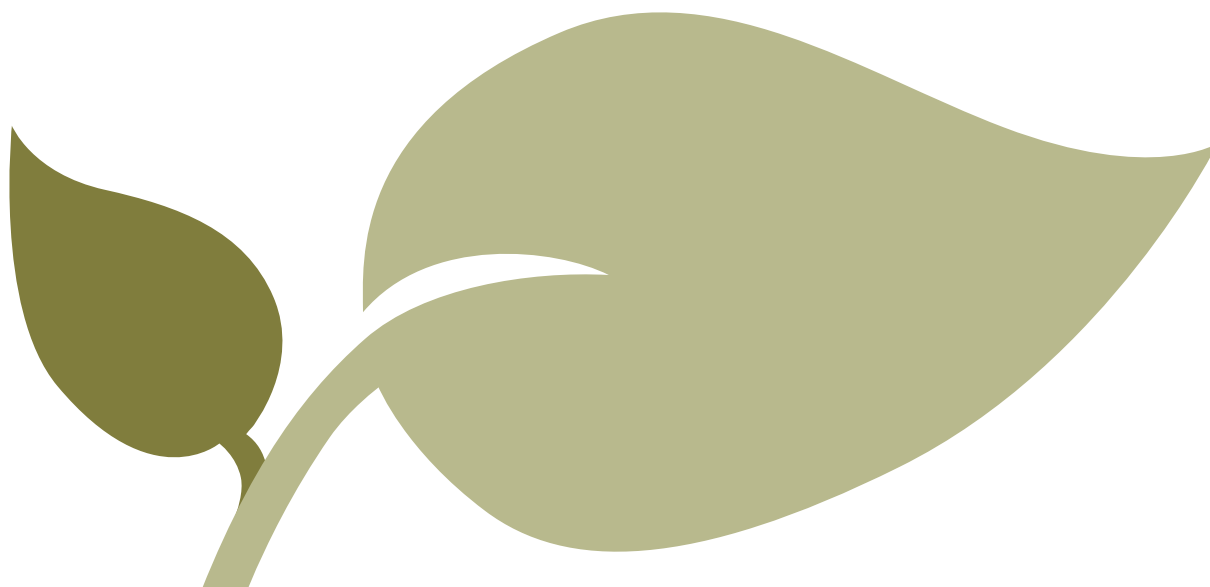
Mostra Morandi, Fondazione Ferrero, Alba

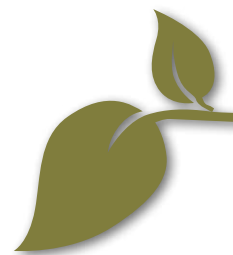


Locandina mostra Morandi

È stata la prima approfondita esposizione mai dedicata ad un tema fondamentale di Giorgio Morandi, quello del paesaggio. La curatrice della mostra, la professoressa Maria Cristina Bandera, ha disposto la scelta di opere di indiscussa qualità, individuate anche a partire dai destinatari ai quali lo stesso Morandi le aveva riservate: Brandi, Briganti, Longhi, Magnani, Ragghianti, Vitali e i suoi più importanti collezionisti.

In tutto sono stati esposti **70 capolavori**, soprattutto dipinti su tela e una ristretta scelta di acquerelli.





*Bambini durante una visita guidata
alla mostra Morandi*

Oltre 7 mila studenti hanno visitato la mostra, giunti da tutto il Piemonte e dalle regioni vicine. Tra questi, **5 mila bambini** hanno partecipato ai percorsi didattici. La visita alla mostra per loro si è trasformata in una divertente lezione, prima negli spazi espositivi e poi nel laboratorio, dove, guidati da operatrici didattiche, hanno potuto sperimentare materiali e tecniche differenti.

I visitatori hanno molto apprezzato anche il catalogo - gradito per i contenuti scientifici, la raffinatezza del formato, le riproduzioni delle opere - rendendo necessarie tre ristampe del volume.

La Fondazione Fitzcarraldo di Torino ha svolto un'analisi dell'impatto socioculturale ed economico generato dall'esposizione albese.

Le informazioni raccolte hanno ricostruito un quadro di estremo interesse, tra cui:

- gli oltre 60 mila ingressi, il doppio della popolazione di Alba, costituiscono un dato significativo se si considera che la città non rientra tra i principali poli di attrazione del turismo specificamente culturale;
- la mostra è risultata essere la prima, per numero di visitatori al giorno sul pittore in Italia negli ultimi dieci anni, e uno degli eventi espositivi più visitati su scala regionale nel biennio 2009-2010;
- la mostra, inoltre, si è dimostrata un significativo fattore di attrazione per il territorio albese, visto che i visitatori sono arrivati in prevalenza da fuori provincia (quasi l'80%, ovvero circa 40 mila persone) e di questi quasi la metà si è recata ad Alba proprio per i dipinti di Morandi. I turisti/visitatori hanno dormito nelle strutture ricettive locali per un totale di circa 5.000 notti.

Sul piano socioculturale, alcuni aspetti meritano attenzione: per realizzare l'evento sono stati coinvolti circa **250 "anziani" della Fondazione Ferrero** con funzioni diverse - come l'assistenza di sala oppure la cura dei servizi al visitatore - per un totale di **8.700 ore**.

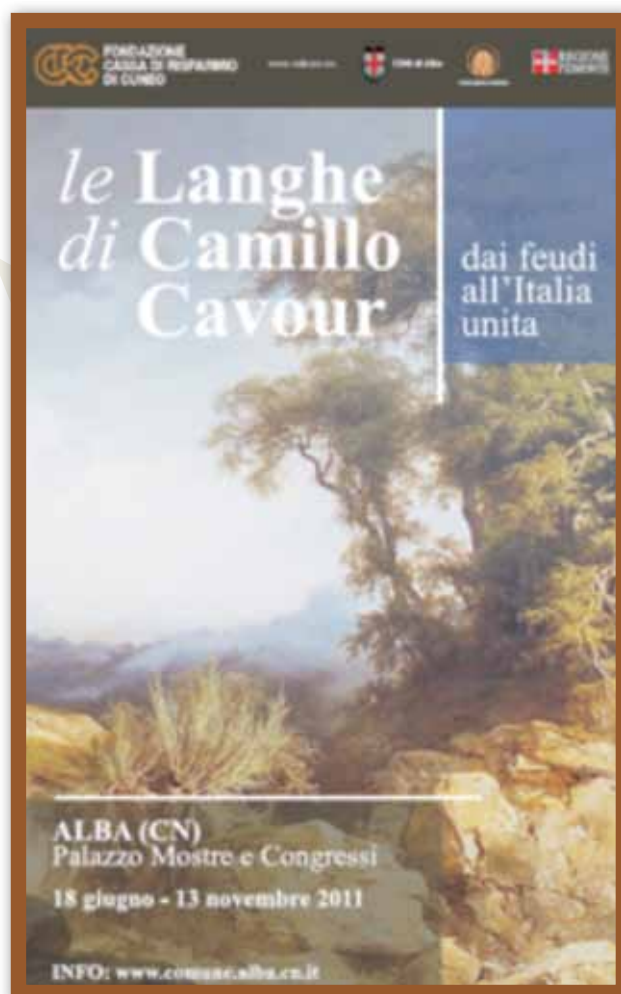


PER IL 150° ANNIVERSARIO DELL'UNITÀ D'ITALIA

Per celebrare il 150° anniversario dell'Unità d'Italia, in collaborazione con la Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo e il Comune di Alba, la Fondazione Ferrero ha contribuito alla realizzazione della mostra **Le Langhe di Camillo Cavour dai feudi all'Italia unita**, allestita al Palazzo Mostre e Congressi di Alba dal 18 giugno al 13 novembre 2011.

Camillo Cavour e le Langhe si conobbero quando il primo non era ancora "il grande tessitore", ma solo il figlio più giovane e irrequieto del marchese di Cavour e le seconde un'area marginale, poco sviluppata e divisa tra Piemonte e Liguria. Nel 1832, il ventiduenne Camillo fu nominato sindaco di Grinzane, un paese di 350 anime dove la sua famiglia possedeva gran parte delle terre. In una situazione quasi feudale, il giovane imparò ad amare l'agricoltura ma anche a conoscere i limiti del sistema di governo sabauda.

La mostra ha ripercorso questa vicenda attraverso **oltre duecento tra opere d'arte e documenti di grande bellezza e valore storico**. Sullo sfondo, la storia dell'Europa ma anche la piccola storia delle Langhe, prima che queste colline si trasformassero radicalmente.



Mostra Le Langhe di Camillo Cavour

Nell'ambito degli **appuntamenti mensili del ciclo di conferenze** sono stati ospiti in Fondazione: il prof. Massimo Fini, direttore scientifico dell'Istituto di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico San Raffaele di Roma e docente di geriatria presso la Scuola di Specializzazione della I e II Università di Roma, protagonista di un affollato incontro dal titolo « **Invecchiare è ancora il solo mezzo che si sia trovato per vivere a lungo... ovvero come invecchiare con successo** »; il regista e sceneggiatore Ferzan Ozpetek che a conclusione della mostra dedicata a Giorgio Morandi ha illustrato il legame tra l'arte del pittore bolognese e il cinema e la fotografia; il dott. Salvatore Camera, medico chirurgo, specialista in chirurgia generale e chirurgia vascolare, che ha raccontato la **Storia dell'ospedale cattolico di Wamba in Kenya**, un luogo dove, da oltre quarant'anni, si promuove la dignità umana in tutte le sue espressioni; il prof. Alberto Piazza, professore ordinario di genetica umana alla facoltà di medicina dell'Università di Torino, che ha animato l'incontro **Genetica Umana. Contro le razze e per la salute**.

Per quanto riguarda l'**attività musicale**, è proseguita la collaborazione con l'Unione Musicale di Torino e con Italy & Usa Alba Music Festival, rassegna diretta dai musicisti Giuseppe Nova, Jeffrey Silberschlag, Larry E. Vote.



Fondazione Ferrero, esibizione della corale

PROGETTI SOCIALI

Hanno proseguito nelle loro attività culturali, artistiche, motorie e relazionali, i **40 gruppi di attività** della Fondazione, come già descritto nel primo e secondo rapporto CSR.

Esistono circa 40 gruppi di attività, in cui gli anziani possono cimentarsi avvalendosi di laboratori di sartoria, ceramica, fotografia, ricamo, internet, lingue straniere, disegno e pittura, gite ecologiche, corale, nonni e nipoti, cuochi, pasticceria e molti altri ancora.

Oltre 1800 persone hanno partecipato nell'anno in esame ai gruppi di attività; circa **800 persone** frequentano giornalmente la Fondazione; circa **70 "anziani"** fruiscono della Fondazione, per le varie attività descritte.



Corso di attività motoria degli "anziani"



Il laboratorio tecnico degli "anziani" Ferrero



Esibizione teatrale degli "anziani" Ferrero





Gli “anziani” forniscono, inoltre, sostegno e collaborazione ai progetti culturali della Fondazione, divenuti sempre più frequenti e articolati: la realizzazione degli allestimenti, l'accoglienza degli ospiti, i servizi di sorveglianza, la gestione del “bookshop” durante gli eventi espositivi, ecc.



Fondazione Ferrero, Editoria e “bookshop”, Alba.

Un'altra interessante attività della Fondazione, consiste nella redazione della rivista aziendale “**Filodiretto**” che esce quattro volte l'anno e raggiunge oltre ventimila persone in tutto il mondo, tra dipendenti del Gruppo e “anziani”. La rivista viene tradotta in quattro lingue (inglese, tedesco, francese e spagnolo) con la descrizione delle iniziative del Gruppo Ferrero e della Fondazione.

SERVIZI DI ASSISTENZA SANITARIA

Frequenti i momenti di aggiornamento dedicati ad approfondire temi del volontariato, volti a fornire un aiuto concreto a malati e bisognosi. Coloro che frequentano la Fondazione, oltre a praticare corsi di attività motoria, mirata a combattere diverse patologie, usufruiscono di un servizio di assistenza sanitaria di alto livello.

Esiste una rete di collaborazioni con centri medici specialistici tra cui: la Fondazione per la Macula di Genova, l'Istituto per la Ricerca e la Cura del Cancro di Candiolo, l'Istituto Europeo di Oncologia di Milano, l'Istituto Nazionale per lo Studio e la Cura dei Tumori di Napoli, l'Istituto Scientifico Universitario San Raffaele di Milano.



Il gruppo “protezione civile” degli anziani Ferrero in attività



Fondazione Ferrero, il "Nido"

Nei periodi invernali, gli anziani Ferrero, a turno, possono usufruire gratuitamente di alloggi a Bordighera e Ospedaletti (in Liguria) messi a disposizione dal Gruppo. Sono **oltre seicento** gli "anziani" che ogni anno si avvalgono di quest'opportunità per mitigare il rigore invernale.

Proseguono le attività in collaborazione con la **Fondazione "Movimento per il Bambino"** della professa Maria Rita Parsi che ha portato all'elaborazione di un codice di comportamento, la Carta di Alba, per un utilizzo consapevole dei nuovi media da parte dei più piccoli.

Continua inoltre l'**attività del nido aziendale**, funzionante dall'autunno 2009, in grado di ospitare **ottanta bambini**, in età compresa fra i tre mesi e i tre anni, a condizioni particolarmente agevolate per i dipendenti. Una percentuale dei posti è riservata ai bambini di Alba, indicati dal Comune (per maggiori informazioni si veda la parte "Gli uomini e le donne Ferrero" del presente rapporto).

L'“OPERA SOCIALE” FERRERO IN GERMANIA

Sul modello della Fondazione Ferrero, l'Opera Sociale Ferrero accoglie con il suo programma **oltre 420 ex collaboratori**, presso il sito produttivo di Stadtallendorf, dal settembre 2008.

L'Opera Sociale aiuta i pensionati ad organizzare il tempo libero con un effetto benefico sulla loro salute. Salute e benessere non sono intesi solo come assenza della malattia, bensì come l'interazione di diversi fattori: forma fisica, stimoli mentali e appartenenza a una comunità in cui poter essere propositivi e sentirsi utili.



Corso di cucina, Opera Sociale, Stadtallendorf



Corso sulle culture orientali, Opera Sociale, Stadtallendorf

Particolarmente interessante il progetto «Ponte fra le generazioni»: grazie a questa iniziativa, giovani apprendisti Ferrero in ambito commerciale e tecnico hanno la possibilità di interloquire con i membri dell'Opera Sociale sul tema «lavorare alla Ferrero».

Offerte sempre diverse completano la gamma di attività, tutte con l'obiettivo di aiutare ad invecchiare in modo attivo e salutare, nonché di infondere costantemente nuova linfa vitale al motto della Fondazione Ferrero « Lavorare, Creare, Donare ».

In particolare, il programma offre corsi in discipline sportive, attività formative, eventi culturali ed escursioni.

A gennaio 2011: i membri hanno adottato a distanza un bambino in Etiopia e una bambina a Timor Est, per sostenerli nella formazione educativa e per contribuire al miglioramento delle infrastrutture locali.



Opera Sociale, corsi di attività motoria, Stadallendorf

L'Opera Sociale Ferrero in cifre:

▣ totale membri :	424, di cui
▣ dal bacino di assistenza di Stadallendorf:	311
▣ dal bacino di assistenza di Francoforte:	113
partecipanti alle offerte nell'anno in esame:	2.845
numero di offerte / giorni di eventi:	96 / 138
quota si anziani che nell' anno in esame ha usufruito almeno di un'offerta dell'Opera Sociale:	56%
quota degli anziani di Stadallendorf:	67%
quota degli anziani di Francoforte:	31%

PROSSIMI PASSI

Nei prossimi anni si porteranno a compimento alcune collaborazioni e iniziative di studio avviate tra la Fondazione Ferrero di Alba e le Università di Torino, di Pisa, di Siena e con i servizi territoriali dell'Asl locale. Si tratta di progetti tesi a dimostrare, da un punto di vista scientifico, la validità e la reale efficacia delle iniziative proposte agli anziani dalla Fondazione Ferrero. In particolare, si cercherà di quantificare e valutare la positiva influenza che l'attività motoria, le attività creative e socializzanti praticate per sé e a favore di altri hanno sul **rallentamento dei processi di invecchiamento e di decadimento cognitivo della persona anziana**. Concetti attualmente descritti dalla più aggiornata e qualificata letteratura scientifica e che verranno analizzati, in collaborazione con l'Accademia di Medicina di Torino, le università di Torino e di Reggio Emilia, nel mese di **giugno 2012**, durante il convegno internazionale "Stili di vita. Scienza e pratica".

In collaborazione con la Fondazione di Studi di Storia dell'Arte Roberto Longhi di Firenze e con la Soprintendenza per i Beni Storici, Artistici ed Etnoantropologici del Piemonte, la Fondazione Ferrero dedicherà, **nell'autunno 2012**, una mostra antologica al **pittore Carlo Carrà**, uno degli artisti piemontesi più famosi. Come per le precedenti esposizioni, anche in questa occasione il legame tra il pittore e la città di Alba si concretizza attraverso la figura del grande storico dell'arte albeso Roberto Longhi, che diede una lettura fondamentale anche dell'opera di Carlo Carrà.

A quasi vent'anni di distanza dall'ultima grande mostra monografica dedicata all'artista (Carlo Carrà, Roma, Galleria Nazionale d'Arte Moderna, 1994), il progetto espositivo dal taglio antologico in programma alla Fondazione Ferrero prevede una selezione di 60-70 opere di altissima qualità e di grande rilievo, conservate nelle più importanti istituzioni pubbliche nazionali e internazionali, oltre che presso collezionisti privati.

Il biennio 2012-2013 vedrà cadere il 90° anniversario della nascita e il 50° della morte di Beppe Fenoglio. Saranno occasioni celebrate a livello nazionale, e la Fondazione vi parteciperà portando a compimento progetti seguiti sui fronti più diversi: quello letterario, quello audiovisivo e quello teatrale.



Fondazione Ferrero, centro Fenoglio, Alba

Testimonianze di “anziani” presso la Fondazione Ferrero, Alba, giugno 2011

“Al termine dell’attività in Azienda, grazie alla Fondazione, ho scoperto di avere delle mani che sapevano muoversi in modo diverso rispetto al lavoro con il computer. Oggi frequento i corsi di ceramica e disegno, felicissima di questa “nuova vita” ancora tutta da scoprire, perché qui la vita ricomincia a mezza vita!”

“Con la pensione un uomo tende a sentirsi isolato e anche un po’ inutile, invece in Fondazione ci si ritrova fra colleghi e amici e si tiene la mente in “movimento.”

“La Fondazione per noi Anziani Ferrero – come posso dire? – è una seconda famiglia.”



Fondazione Ferrero, mercatino natalizio organizzato dagli anziani Ferrero, Alba



Fondazione Ferrero, anziani al termine di una competizione culinaria, Alba



LE IMPRESE SOCIALI FERRERO

Lo scopo del progetto Imprese Sociali è di estendere l'impegno della Ferrero nel contribuire concretamente al miglioramento delle condizioni di vita e di sviluppo delle popolazioni delle aree più povere del mondo. È un progetto la cui missione basilare si sviluppa attraverso uno spirito e una concezione imprenditoriale, da cui si ricavano le risorse finanziarie per proseguire in misura sempre maggiore la missione stessa.



Giovanni e Michele Ferrero durante la visita all'Impresa Sociale in Sud Africa

La missione delle Imprese Sociali si sviluppa secondo due direttrici:

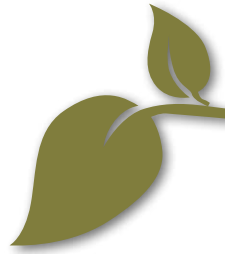
- ▣ Creare posti di lavoro nelle aree meno fortunate del pianeta, formando le persone ed insegnando loro un mestiere e creare quindi le condizioni per un vero sviluppo sostenibile nei Paesi in cui esse operano.
- ▣ Incentivare, mediante specifici progetti sociali, la tutela della salute e la crescita educativa dei bambini nelle aree in cui le Imprese Sociali operano.

Per una più ampia descrizione della missione delle Imprese Sociali Ferrero si rinvia al primo e secondo rapporto CSR Ferrero, consultabili su internet www.ferrero.com.



Foto: Arkeni: sas - Andrea Masciaro e Davide Bonati

Esuberanti e pieni di vita, gli alunni del centro salesiano "Marie Dominique" di Yaoundé in Camerun invadono il cortile per l'intervallo, dopo le lunghe ore trascorse in aula. Oltre all'asilo e alle classi elementari, il centro ospita una scuola di formazione professionale: a molti dei diplomati dei corsi di pasticceria l'Impresa Sociale Ferrero ha offerto una concreta opportunità di impiego.



Le Imprese Sociali sono presenti ad oggi in: in **Camerun (Yaoundé)**, in **India (Baramati, Pune)** e in **Sud Africa (Walkerville, Johannesburg)**.



*Camerun
(Yaoundé)*



*India
(Baramati, Pune)*



*Sud Africa
(Walkerville, Johannesburg)*

Foto: Arkemù sas - Anrirea Mascarino e Davide Bonaiti



PROGRAMMI DI FORMAZIONE PER I DIPENDENTI DELLE IMPRESE SOCIALI FERRERO

Nell'anno in esame, sono stati realizzati in Sud Africa 13 corsi formali (per 427 partecipanti); in India, 7 corsi formali (per 119 partecipanti); in Camerun, 2 corsi formali. Oltre a questi, sono stati realizzati altri corsi "informali", per la formazione al lavoro "on the job".



Foto: Arkenù sas - Andrea Masciarino e Davide Bonatti

**Pushpa 35 anni, capoturno addetta al reparto sorprese
IMPRESA SOCIALE FERRERO
BARAMATI, INDIA**

“Primo maggio 2007: questa è la mia data di assunzione. Sono nell’ Impresa Sociale Ferrero fin dal primo giorno.

Questo lavoro mi ha permesso di ampliare la casa, di pagare le cure ospedaliere per mio padre, di risparmiare, certo. Ma soprattutto mi ha regalato l’orgoglio di veder crescere l’azienda, di farla avanzare anche con la mia fatica, con il mio impegno. A volte ne sono fiera come se fosse mia.”



TECNOLOGIA PRODUTTIVA E MATERIE PRIME IMPIEGATE NELLE IMPRESE SOCIALI FERRERO

La tecnologia che le Imprese Sociali impiegano nei loro centri produttivi è:

- Innovativa ed automatizzata per quanto riguarda la parte alimentare del prodotto, per assicurare la stessa qualità dei prodotti realizzati nel resto del mondo.
- Manuale per quanto riguarda il confezionamento, la realizzazione del “lato sorprese” di Kinder Joy e altre attività accessorie, al fine di offrire lavoro al massimo numero di persone.

In tutte e tre le fabbriche, il Kinder Joy viene realizzato con la tecnologia “easy line”, automatizzata, per la produzione della parte alimentare. La valva contenente la sorpresa viene invece realizzata a mano, inserendo le sorprese nell’involucro plastico.

In India, il confetto Tic Tac viene realizzato con la tecnologia proprietaria Ferrero, automatizzata. La fase di astucciamento è invece semi-manuale.

Le materie prime impiegate dalle Imprese Sociali Ferrero sono prevalentemente di produzione locale, originate da produttori vicini a dove l’Impresa Sociale sceglie di collocarsi e in linea con gli standard qualitativi del Gruppo. Acquistare le materie prime a livello locale costituisce un’ulteriore forma di sostegno alle popolazioni, attraverso la creazione e il mantenimento di posti di lavoro nelle aziende agricole e produttori locali che collaborano con le Imprese Sociali Ferrero.



Foto: Armentis sas - Andrea Moscarino e Davide Bonatti

Nyameko 37 anni, responsabile
controlli qualità
IMPRESA SOCIALE FERRERO
WALKERVILLE, SUD AFRICA

« Conoscete il motto del Sud Africa? Dice “Unità nella diversità”. Per me l’Impresa Sociale Ferrero è così: una grande famiglia in cui ciascuno contribuisce a suo modo, in un clima di collaborazione e crescita. Sono grato ogni giorno a Michele Ferrero per aver creato le Imprese Sociali: vorrei restare a lungo in quest’azienda, perché credo nella sua filosofia, nei suoi prodotti, in quello che fa per la gente. Spero di farla crescere, come lei ha fatto crescere me, che sono partito dalla povertà di Soweto e sono arrivato ad avere, oggi, un lavoro e una vita di cui vado orgoglioso. »

In India, dove le produzioni sono state “verticalizzate” nel mese di giugno 2011, la larga maggioranza di materie prime è già acquistata localmente. Si prevede di “verticalizzare” la produzione in Sud Africa a maggio/giugno 2012: i prodotti saranno realizzati prevalentemente a partire da materie prime locali.



SVILUPPO DELLE IMPRESE SOCIALI FERRERO IN INDIA, IN SUDAFRICA E IN CAMERUN

In India, nel giugno 2011 è stato avviato il nuovo stabilimento a Baramati (Pune), inaugurato poi ufficialmente nell'ottobre 2011. Questo stabilimento permette produzioni "verticalizzate", cioè a partire da materie prime e imballi locali sino al prodotto finito Kinder Joy o Tic Tac. Ad oggi sono impiegate nel nuovo stabilimento circa 1.300 persone. Questa fabbrica alimenta le vendite sia nel sub-continente indiano che in altri paesi dell'Asia. Sono in corso studi per avviare ulteriori produzioni.



Foto: Arkentù sas - Andrea Masciarino e Davide Bonetti

**Benazir 35 anni, addetta al controllo qualità
IMPRESA SOCIALE FERRERO
BARAMATI, INDIA**

"Prima di essere assunta nell' Impresa Sociale Ferrero, non avevo mai lavorato. Ringrazio ogni giorno mio suocero per avermi spinto a tentare! Ora credo di dare un aiuto concreto alla mia famiglia: possiamo mandare a scuola i bambini, mettere qualcosa da parte. Per i prossimi due, tre anni ho un progetto: comprare una casa. Qui siamo in affitto, invece vorrei un posto che sia nostro davvero."

In Sud Africa, nel mese di luglio 2011 abbiamo avviato tre nuove iniziative industriali: la produzione delle "figure cave" Rocher ("Rocherone"), completata a settembre 2011; l'astucciamento del Tic Tac (in corso, con completamento previsto a marzo 2012) ; la produzione verticalizzata del Kinder Joy (in corso, con completamento previsto a maggio 2012) e del Tic Tac (in corso, prevista per giugno 2012).

Foto: Aiteru sas - Andrea Mascarno e Davide Bonatti



“ Sono stata una delle prime operaie a entrare nell’Impresa Sociale Ferrero: ricordo ancora quando abbiamo festeggiato il primo bancale di prodotto! Ora ho un incarico di responsabilità nella gestione del magazzino, mentre mio marito Philip si occupa del trasporto dei dipendenti.

Mandare a scuola i nostri tre figli, aver potuto adottare le mie nipoti che hanno perso i genitori, costruire una bella casa: questi sono per me i frutti più importanti del nostro lavoro. Per il futuro ho un desiderio e una speranza: che questa azienda continui a crescere, perché tante altre persone possano avere le mie stesse opportunità.”

***Violet 35 anni, responsabile di magazzino
IMPRESA SOCIALE FERRERO
WALKERVILLE, SUD AFRICA***



In Camerun, è in corso uno studio per lo sviluppo delle vendite del Kinder Joy nell’area Cemac (unione doganale cui appartiene il Camerun). Nel mese di ottobre 2011 è stato approvato l’investimento per realizzare un “Laboratorio Creme” per produrre e sperimentare sul mercato una nuova linea di prodotti Ferrero. Questo Laboratorio ha avviato la sua attività nel gennaio 2012.



INIZIATIVE SOCIALI «UNITED KINDER OF THE WORLD» IN SUDAFRICA, CAMERUN, INDIA E SRI-LANKA

Nel corso del periodo 2008-2010, le Imprese Sociali hanno sostenuto i seguenti progetti, già descritti nella loro interezza nel secondo rapporto CSR (disponibile su internet all'indirizzo www.ferrero.com):

- In Sud Africa, il progetto “Love Matters”, una serie di “workshops” settimanali dedicati ai giovani per educarli ad uno stile di vita sano, con particolare attenzione al tema della salute e della prevenzione dell’AIDS.
- In Camerun, il potenziamento del reparto pediatrico dell’Ospedale St. Martin De Porres di Yaoundè.
- In India, il “Centro di accoglienza Don Bosco” rivolto ai bambini abbandonati delle strade di Mumbai, dando loro un’educazione professionale nelle scuole dei missionari. Ci è stato inoltre possibile dare un contributo al centro “Un tetto a Mumbai”, che accoglie ed aiuta nell’educazione le bambine provenienti da famiglie molto povere.

“Alle porte dello “slum” di Jamrushi Nagar, dai finestrini aperti di un vecchio autobus esce un coro di piccole voci che contano insieme: “Twenty one, twenty two, twenty three...”. Sono i giovanissimi alunni di una classe molto speciale: l’associazione “Un tetto a Mumbai”, di cui l’Impresa Sociale Ferrero sostiene i progetti. La classe è stata ricavata all’interno di un autobus in disuso, per offrire ai bambini dello “slum” un luogo sicuro e tranquillo, dove giocare ed imparare”.



Foto: Arkeni sas - Andrea Masciarro e Davide Bonati

In Sri-Lanka abbiamo avviato un piccolo sostegno al centro “La Casa dei bambini di Clarendon”, un orfanotrofio che accoglie circa 70 bambine e ragazze (da 3 a 18 anni) gestito dalle Suore di Maria Immacolata a Mount Lavinia, vicino a Colombo. La struttura che ospita le ragazze è stata completamente rinnovata.

STATO DI AVANZAMENTO DEGLI OBIETTIVI DICHIARATI NEI RAPPORTI CSR PRECEDENTI

Gli obiettivi per il 2013 sono:

- ▣ Completamento del nuovo stabilimento in India, con la creazione di oltre 1.000 posti di lavoro complessivi;

Raggiunto nel giugno 2011.

- ▣ Diversificazione della nostra produzione in Sud Africa;

Sono state avviate le nuove produzioni, come indicato nei paragrafi precedenti.

- ▣ Proseguimento del programma di integrazione culturale e professionale (corsi di "Ferrerità") dei nostri dipendenti in Camerun, Sud Africa e India;

Già realizzato, per l'India e il Sud Africa. Nel corso del 2011/12 il programma sarà esteso anche al Camerun.

- ▣ Sostegno ai tre progetti sociali annuali in Sud Africa, Camerun ed India sempre nei settori della salute e dell'educazione dei bambini;

In Sud Africa, abbiamo avviato un progetto per ristrutturare una scuola pubblica nell'area di Walkerville (zona povera e rurale, dove è sita la nostra fabbrica). Questa scuola è frequentata da oltre 400 bambini, e ha bisogno di restauri edili, riscaldamento per le aule, servizi igienici, mobilio, attrezzature e impianti sportivi, nonché di essere predisposta all'accoglienza anche di bambini portatori di handicap. Il progetto sarà completato entro fine giugno 2012, e farà parte del programma governativo relativo al restauro, in tutto il Sud Africa, di 94 scuole pubbliche, come dono per il 94-mo compleanno di Nelson Mandela.

In India e in Camerun siamo in fase esplorativa per identificare, insieme alle autorità locali, i bisogni prioritari della comunità locale sui temi dell'educazione e della tutela della salute dei bambini. Una volta identificate le priorità, avvieremo gli opportuni progetti sociali, che saranno completati entro il 2013, seguendo le nostre linee-guida.

- ▣ Valutazione della fattibilità di iniziative sociali e imprenditoriali a favore delle popolazioni di altre zone e aree depresse del pianeta.

Abbiamo avviato il progetto per la costituzione delle Imprese Sociali in Messico e Turchia, con conclusione prevista nel corso del 2013.



Foto: Arkeni sas - Andrea Mascarino e Davide Bonati

**Latika 25 anni,
operatrice di linea
IMPRESA SOCIALE FERRERO
BARAMATI, INDIA**

“Ho iniziato a lavorare quando Pradhmesh ha compiuto due anni. L’ho fatto per lui, per mio figlio. Quando ho visto il cartello di ricerca di personale davanti allo stabilimento, ho capito che l’Impresa Sociale Ferrero mi stava offrendo un’opportunità. Sono felice che mio marito mi abbia sostenuta in questa scelta, perché oggi sento di costruire con il mio lavoro il futuro di Pradhmesh: voglio che abbia la possibilità studiare, di diventare, un giorno, dottore o ingegnere.”

INIZIATIVA “FACE TO FACE”

Nell’ambito delle finalità educative dei soggiorni estivi dei figli dei dipendenti Ferrero viene proposta una riflessione sull’uguaglianza e la differenza, si tratta del progetto “Face to Face”, attivo dal 2009. Dal 2010, il progetto si avvale della collaborazione delle Imprese Sociali Ferrero: insieme ai giovani partecipanti, i protagonisti delle attività proposte sono i figli dei dipendenti degli stabilimenti delle Imprese Sociali. L’obiettivo del progetto è di aiutare a conoscere e rispettare le differenze, mettendo in rilievo le analogie pur senza negare le diversità.



GLI UOMINI E LE
DONNE FERRERO



GLI UOMINI E LE DONNE FERRERO

“Senza il Vostro apporto generoso e capace i risultati del Gruppo non sarebbero stati possibili: a Voi ed al Vostro spirito costruttivo, alla Vostra dedizione, va tutto il mio apprezzamento ed il mio grazie.”

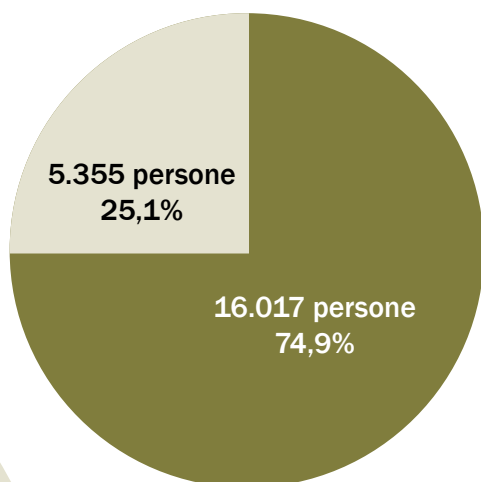
Dal messaggio augurale di Michele Ferrero, Natale 2010

UNA FORTE PRESENZA EUROPEA

Il Gruppo Ferrero mantiene una forte presenza in Europa¹ del proprio personale e delle proprie attività, pur a fronte di un leggero incremento della presenza extra europea (dal 25% nel 2009/10 al 27,5% nel 2010/11). L'organico puntuale al 31 agosto 2011 è pari a 22.400 persone.

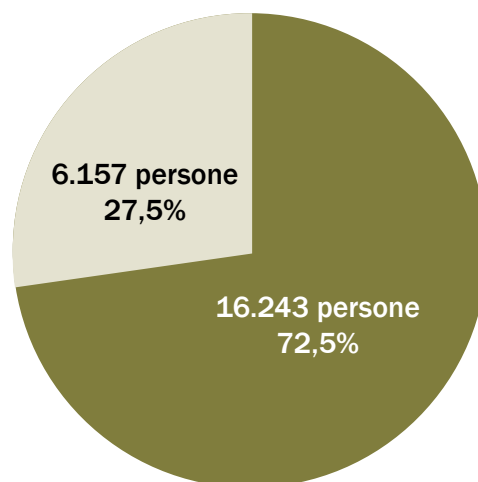
Organico puntuale del Gruppo al 31 Agosto per area geografica

2009/10

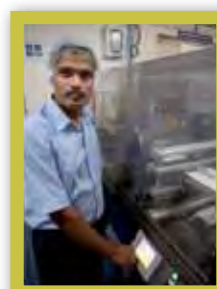


■ Europa
■ extra-Europa

2010/11



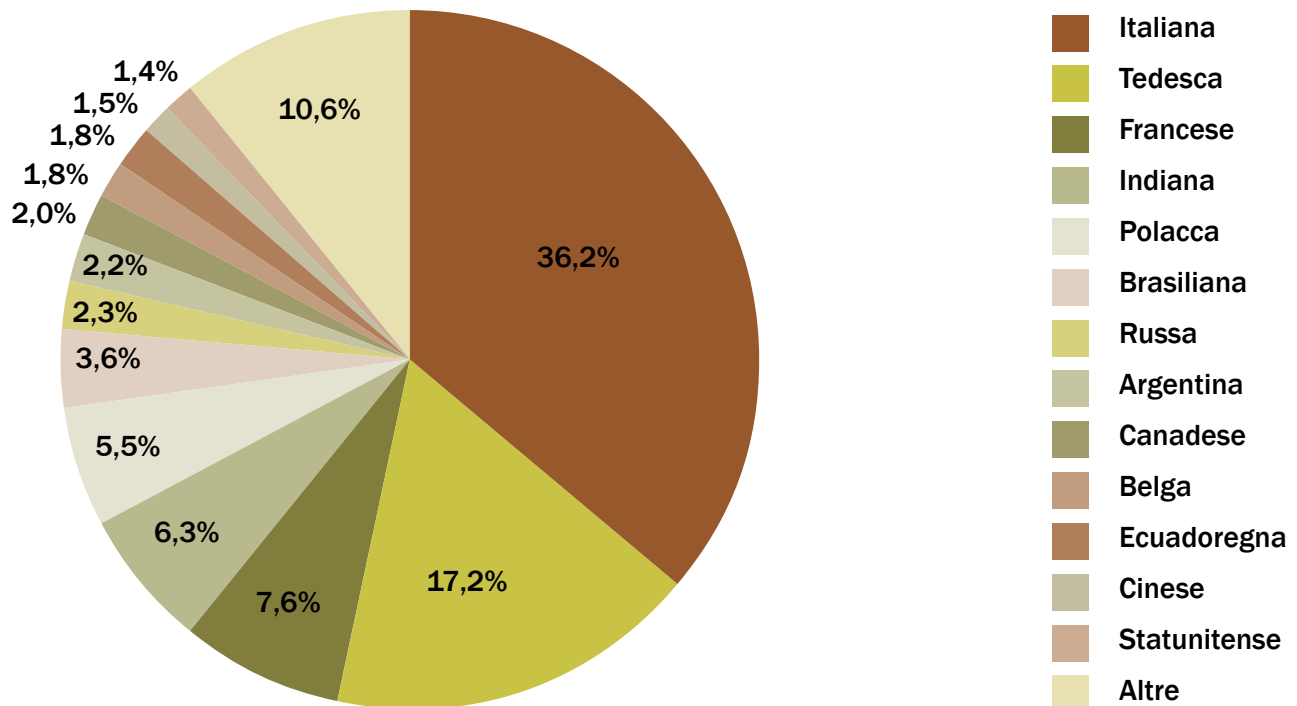
■ Europa
■ extra-Europa



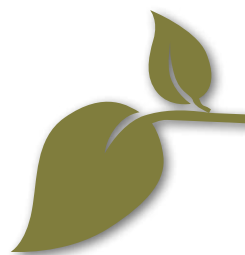
¹ Per Europa si intende i 27 Paesi membri dell'UE.

Di seguito sono riportate le nazionalità che compongono l'organico puntuale del Gruppo al 31.08.2011.

Nazionalità dei dipendenti del Gruppo al 31.08.2011



A soli quattro anni dall'apertura dell'Impresa Sociale Ferrero in India, la nazionalità indiana è diventata la quarta in ordine di importanza e la prima extra europea. Le prime tre nazionalità corrispondono all'andamento storico degli insediamenti produttivi dell'azienda in Europa (Italia, Germania, Francia).





LE PERSONE FERRERO IN NUMERI

Organico puntuale del Gruppo

Organico puntuale* n. dipendenti	al 31/08/2010	al 31/08/2011
Totale	21.372	22.400
Di cui donne	43%	43,6%

*L'organico puntuale considera esclusivamente le risorse attive in tale data.

L'organico puntuale al 31/8/2011 è in incremento rispetto al precedente esercizio in ragione dell'aumento sia dei contratti a tempo indeterminato che di quelli a termine stagionali.

La particolare natura dei prodotti Ferrero, prevalentemente a base di cioccolato, condiziona fortemente l'andamento della domanda di mercato, che registra picchi elevati in particolari periodi dell'anno ed in concomitanza con le ricorrenze festive; questo fa sì che circa il 70% della produzione sia concentrata in 7/8 mesi l'anno (stagione invernale); tale situazione rende necessario il ricorso da parte di Ferrero all'utilizzo di contratti a termine stagionali.

Organico di Gruppo per tipologia di contratto

Tipologia di contratto	al 31/08/2010		al 31/08/2011	
	n. dipendenti	%	n. dipendenti	%
Tempo determinato*	4.283	20%	4.658	20,8%
Tempo indeterminato	17.089	80%	17.742	79,2%
Totale	21.372	100%	22.400	100%

*Nel 2010/11: 5% di contratti a termine, 2% apprendistato, 14% stagionali. Nel 2009/10: 6% di contratti a termine, 11% stagionali (non indicato il dato degli apprendisti).

Part-time/Full-time %	al 31/08/2010	al 31/08/2011
Part-time	7%	7%
Full-time	93%	93%

È utile aggiungere che nelle sedi italiane è diffuso l'utilizzo del part-time verticale della durata di 8 mesi l'anno, che permette di bilanciare esigenze aziendali stagionali con quelle extra-lavorative dei dipendenti.



Organico di Gruppo per inquadramento

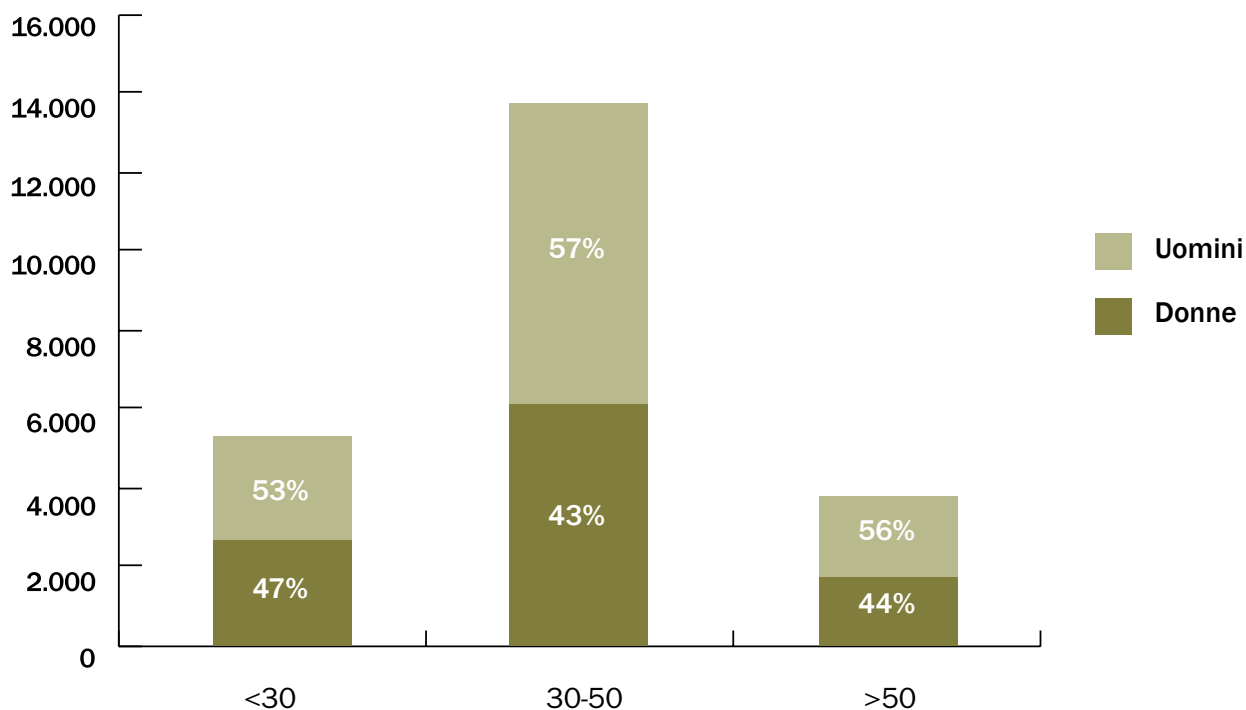
Inquadramento	al 31/08/2010		al 31/08/2011	
	n. dipendenti	%	n. dipendenti	%
Operai	12.791	60,0%	13.429	60,0%
Impiegati	6.035	28,0%	6.333	28,2%
Middle manager	1.725	8,0%	1.826	8,2%
Senior manager	821	4,0%	812	3,6%
Totale	21.372	100%	22.400	100%

I “senior manager” ricoprono in azienda un ruolo caratterizzato da un elevato grado di professionalità, autonomia e potere decisionale e contribuiscono all’orientamento e allo sviluppo della strategia aziendale.

FASCE DI ETÀ

Di seguito è riportata la ripartizione per fasce di età dell’organico di Gruppo.

Organico di Gruppo per fasce di età e genere al 31.08.2011*



* Il dettaglio per genere non comprende: India, Camerun e Sud Africa Imsofer (Imprese Sociali Ferrero) per motivi legati all’implementazione del sistema informativo.



Organico di Gruppo per fasce di età

Fasce di età	al 31/08/2010	al 31/08/2011
	%	%
<30	19,0%	22,4%
30 - 50	64,0%	60,6%
> 50	17,0%	17,0%
Totale	21.372	22.400

Nell'anno in esame si evidenzia la crescita dei lavoratori al di sotto dei 30 anni, dato riconducibile anche all'aumento dei contratti stagionali, che rappresentano il primo ingresso nelle aree di produzione. I membri dei comitati descritti nel paragrafo "La struttura organizzativa e di governance del Gruppo", che corrispondono a 78 senior manager, appartengono per il 55% alla fascia di età "oltre i 60", per il 35% alla fascia di età "tra i 50 e i 60" e per il 10% alla fascia di età "tra i 40 e i 50" tra cui il CEO di Gruppo. In tali comitati la presenza femminile corrisponde a due donne, tra cui il Presidente del Consiglio di Amministrazione.

PRESENZA FEMMINILE E MASCHILE

L'occupazione femminile nel Gruppo è in graduale crescita (dal 43% del 2009/10 al 43,6% del 2010/11), in particolare nelle figure impiegate e dei responsabili intermedi.

al 31/08/2011	Totale	Uomini	Donne
	n. dipendenti	%	%
<i>Area geografica</i>			
Europa	16.243	58,5%	41,5%
extra-Europa	6.157	50,9%	49,1%
<i>Inquadramento</i>			
Operai	13.429	52,4%	47,6%
Impiegati	6.333	56,8%	43,2%
Middle manager	1.826	70,8%	29,2%
Senior manager	812	88,4%	11,6%
<i>Tipologia di contratto</i>			
Tempo indeterminato	17.742	60,4%	39,6%
Tempo determinato	4.658	41,5%	58,5%
<i>Part-time/Full-time</i>			
Part-time	1.655	19,2%	80,8%
Full-time	20.745	59,4%	40,6%
Organico totale	22.400	56,4%	43,6%

L'impegno assunto dal Gruppo nell'ottica di un progressivo aumento sul lungo periodo della componente femminile, trova riscontri nel dato relativo alle nuove assunzioni (di cui circa il 50% sono donne), descritto nel paragrafo successivo.

TURNOVER DEL PERSONALE

Di seguito sono riportati i dati relativi al turnover maschile e femminile sull'organico totale per area geografica e fasce di età. I dati in uscita, corrispondono a pensionamenti, dimissioni volontarie o scadenza del termine del contratto, mentre i dati relativi alle entrate, corrispondono alle nuove assunzioni nel Gruppo.

Si precisa che nel corso dell'esercizio 2010/11 il Gruppo Ferrero ha proceduto a 2.321 nuove assunzioni, di cui 1.195 uomini (51,4%) e 1.126 donne (48,6%).

Turnover in uscita e in entrata per fasce di età - Europa

Europa	Turnover in uscita			Turnover in entrata			
	2010/11	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30		56	69	125	338	345	683
30 - 50		87	140	227	121	160	281
>50		72	121	193	11	5	16
Totale		215	330	545	470	510	980
%		3,19%	3,47%	3,36%	6,98%	5,36%	6,03%

Turnover in uscita e in entrata per fasce di età - extra-Europa

extra-Europa	Turnover in uscita			Turnover in entrata			
	2010/11	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30		177	166	343	322	315	637
30 - 50		204	255	459	280	308	588
>50		15	19	34	54	62	116
Totale		396	440	836	656	685	1.341
%		13,10%	14,04%	13,58%	21,71%	21,85%	21,78%

Turnover in uscita e in entrata per fasce di età - Gruppo

Gruppo	Turnover in uscita			Turnover in entrata			
	2010/11	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30		233	235	468	660	660	1.320
30 - 50		291	395	686	401	468	869
>50		87	140	227	65	67	132
Totale		611	770	1.381	1.126	1.195	2.321
%		6,26%	6,09%	6,17%	11,54%	9,45%	10,36%



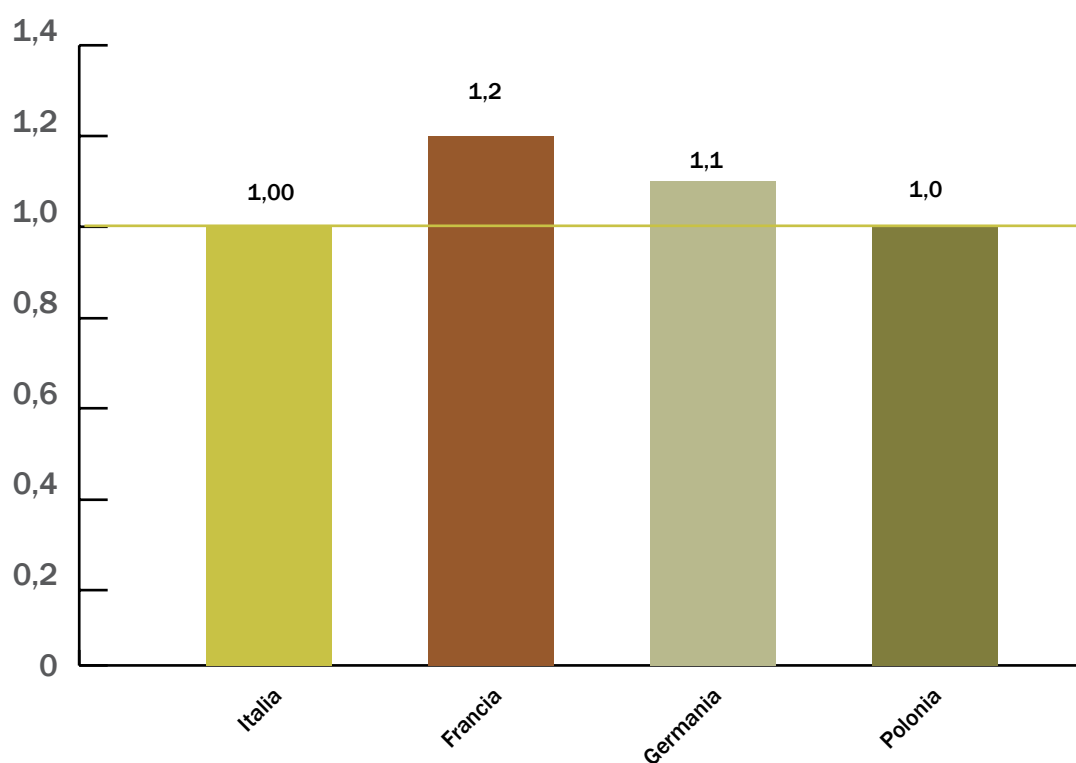
I dati relativi al ritorno al lavoro dopo il periodo di congedo parentale, relativi alle donne e agli uomini Ferrero, saranno disponibili entro il 2014/15.

TRATTAMENTI RETRIBUTIVI

Ferrero rispetta presso tutte le realtà aziendali gli standard salariali fissati dalla legge e dalla contrattazione collettiva nazionale, ove presente. Inoltre nelle principali realtà sono sottoscritti accordi integrativi aziendali finalizzati a definire trattamenti aziendali di miglior favore, ovvero premi di risultato, secondo le prassi locali.

Il grafico sottostante riporta alcuni esempi, per le sedi più significative, del rapporto tra la retribuzione minima e i salari minimi previsti dalle legislazioni dei singoli Paesi.

Rapporto tra lo stipendio base e il minimo legale al 31.08.2011*



*Lo stipendio base è rappresentato dalla retribuzione annua lorda minima del personale neoassunto come operatore di produzione. Il dato non tiene conto di retribuzione per straordinario, premi di produzione o premi individuali.

Le retribuzioni aziendali sono determinate sulla base di politiche retributive che tengono conto del ruolo, dell'esperienza e della valutazione della prestazione, senza distinzioni in base al genere.

Di seguito è riportato il rapporto² tra la retribuzione media dei dipendenti di sesso maschile e femminile con riferimento ad alcuni dei principali Paesi del Gruppo. Sulla base del sistema di raccolta dei dati retributivi a livello di Gruppo, in fase di completamento entro il 2014/15, si è in grado ad oggi di fornire tali dati solo relativamente a: Italia, Germania, Francia e Polonia, che rappresentano circa il 60% dell'organico totale del Gruppo.

Rapporto retribuzione media per genere e inquadramento al 31.08.2011

LIVELLO	Rapporto retribuzione donne vs uomini
Francia	
Operai	93,5
Impiegati	101,6
Middle manager	84,7
Senior manager	83,5
Germania	
Operai	76,7
Impiegati	82,2
Middle manager	90,5
Senior manager	85,9
Italia	
Operai	91,5
Impiegati	93,6
Middle manager	94,7
Senior manager	72,1
Polonia	
Operai	68,8
Impiegati	90,5
Middle manager	113,8
Senior manager	55,4

Nel dato medio riportato, alcune situazioni di disparità sono determinate dal maggior numero di uomini storicamente assunti, che determina attualmente una maggiore anzianità maschile e conseguentemente una maggiore retribuzione media. Ciò è particolarmente evidente nel dato relativo ai "senior manager".

I "middle manager" e i "senior manager" del Gruppo sono coinvolti ogni anno in un processo di valutazione della performance individuale, al fine di monitorare i risultati raggiunti a fronte del raggiungimento degli obiettivi assegnati ed i comportamenti organizzativi. A seguito di tale processo sono inoltre individuate le competenze da potenziare nell'ottica di un percorso di sviluppo.

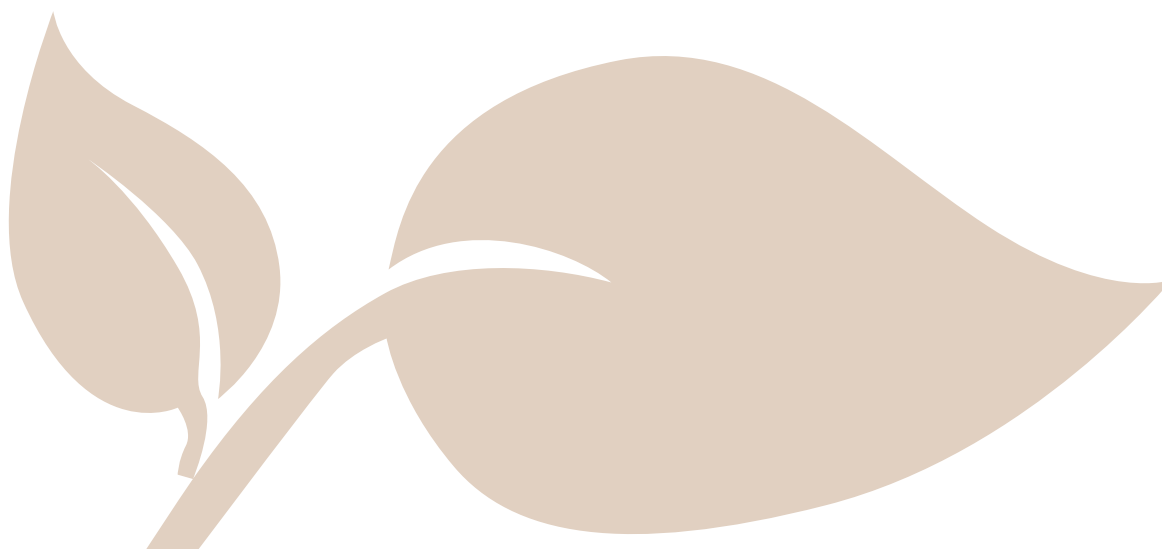
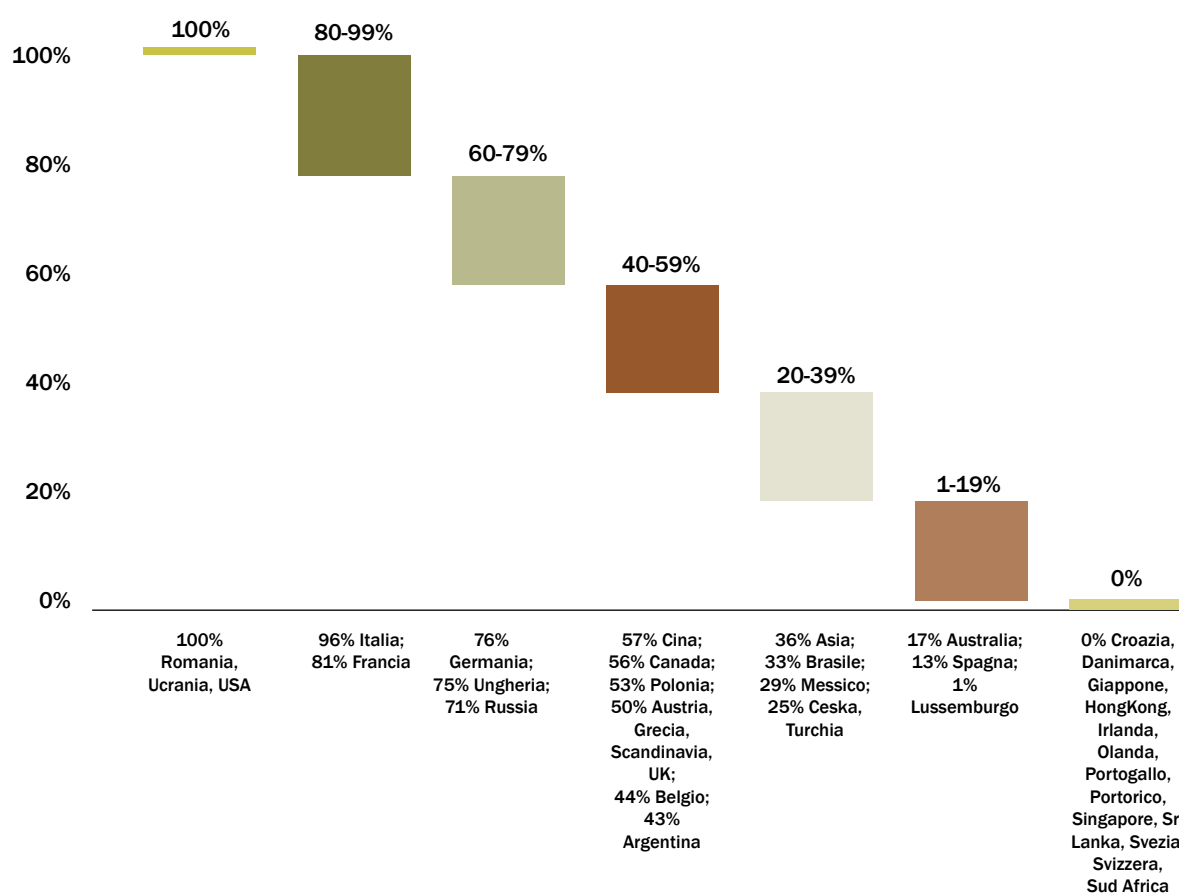
² Tale rapporto è calcolato utilizzando la seguente formula: retribuzione media uomini : 100 = retribuzione media donne : x.



ASSUNZIONI LOCALI

Si riporta di seguito la percentuale di “senior manager” assunti localmente, ovvero con nazionalità del Paese di assunzione. Il dato fa riferimento agli 812 “senior manager” del Gruppo. Occorre tenere in considerazione che in taluni Paesi minori, la presenza di “senior manager” è pari ad 1 o 2 unità. Nei Paesi non riportati non sono presenti “senior manager”.

Percentuale di “senior manager” assunti localmente al 31.08.2011



RELAZIONI INDUSTRIALI

La Ferrero mantiene al suo interno un clima fortemente positivo nel campo delle relazioni industriali (con dipendenti, sindacati e confederazioni) finalizzate al confronto costruttivo ed alla definizione di accordi di reciproca soddisfazione.

La contrattazione aziendale si occupa prevalentemente di regolamentare l'organizzazione del lavoro (es. orari di lavoro, turni), i premi di produttività ed il "welfare aziendale", anche nell'ottica di migliorare il bilanciamento tra il tempo lavorativo ed il tempo "sociale" a favore dei dipendenti; non si è riscontrata ad oggi l'esigenza di regolamentare le modalità di partecipazione dei lavoratori per situazioni di ristrutturazione o di riorganizzazione aziendale. Il periodo minimo di preavviso applicato dal Gruppo, in caso di cambiamenti operativi significativi, è conforme agli accordi collettivi nazionali o regionali, che vanno da un minimo di 15 giorni ad un massimo di 6 mesi.

La sola iniziativa di sciopero si è registrata in Francia, nello stabilimento di Villers-Ecalles dal 12 a 15 aprile 2011 ad opera dell'organizzazione sindacale "Force Ouvrière", senza il sostegno delle altre sigle sindacali. A seguito dell'annuale trattativa per l'adeguamento delle retribuzioni, lo sciopero mirava ad ottenere incrementi salariali ed il ripristino di istituti eliminati per legge. La trattativa si è conclusa con un accordo fra l'azienda e le diverse organizzazioni di rappresentanza dei lavoratori.

L'ATTIVITÀ DEL COMITATO AZIENDALE EUROPEO - CAE - FERRERO

Lo scorso 13 aprile 2011 è stato rinnovato l'accordo istitutivo del CAE Ferrero, anche al fine di adeguarlo alla nuova regolamentazione dei Comitati Aziendali Europei introdotta dalla Direttiva 2009/38/CE; tuttavia, gran parte delle novità introdotte dalla nuova direttiva, quali ad esempio la presenza dei rappresentanti sindacali aziendali e di un esperto alle riunioni del Comitato e la formazione congiunta, erano già stati anticipati dal Comitato Aziendale Europeo Ferrero.

Il rafforzamento dell'interazione tra i livelli di rappresentanza nazionali (e locali) dei lavoratori e quello europeo rappresentato dal CAE costituisce uno dei principi fondanti la nuova regolamentazione comunitaria, al fine di garantire un'informazione e consultazione continua tra i due livelli, favorendo lo scambio delle conoscenze e la formulazione di pareri condivisi da portare al confronto.

Al fine di rispondere in modo efficace a tale esigenza di interazione, nell'autunno del 2010, è stato avviato un progetto di formazione congiunta, che ha ricevuto il sostegno della Commissione Europea e che ha previsto la realizzazione di sei seminari nazionali ed uno finale europeo. I seminari nazionali sono iniziati a gennaio 2011 e si sono tenuti in ciascun paese dove è ubicata una sede aziendale (il 13 gennaio ad Arlon, il 27 gennaio a Belsk, il 10 febbraio a Villers-Ecalles, il 24 febbraio a Cork, il 10 marzo a Stadtallendorf, il 18 marzo ad Alba); dal 13 al 15 aprile 2011 si è svolto il seminario conclusivo a Dresda.

I seminari nazionali hanno coinvolto i rappresentanti del CAE e le rappresentanze dei lavoratori, per ciascun paese, ed hanno rappresentato un momento di informazione sulle basi legali e le ragioni di funzionamento dei comitati europei; sono stati ricostruiti gli oltre quindici anni di funzionamento del CAE Ferrero e sono inoltre stati approfonditi i temi della flessibilità degli orari e dei contratti di lavoro, quale esempio della metodologia di raccolta e confronto in corso nel CAE.

Ad oggi il CAE è espressione di circa il 72% dei lavoratori del Gruppo nel mondo e della quasi totalità di quelli operanti sul territorio europeo.



Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione dei piani pensionistici

Il Gruppo definisce piani pensionistici a contribuzione definita per tutti i dipendenti delle proprie Società. Qualora un dipendente termini il proprio rapporto prima di aver completato tale piano di contribuzione, i contributi pagabili dal Gruppo sono ridotti per un ammontare di contribuzione proporzionale. L'unico obbligo che rimane in capo al Gruppo, con riferimento ai piani pensionistici, è quello di erogare i contributi maturati.

Alcuni gruppi di dipendenti ricevono indennità di liquidazione in accordo con le leggi applicabili nei singoli Paesi in cui opera il Gruppo. L'ammontare dei benefici pensionistici spettanti sono determinati sulla base di valutazioni attuariali e coperti attraverso specifici fondi e accantonamenti registrati a bilancio.

Gli importi dovuti ai dipendenti sono determinati a fine anno e rappresentano il valore attuale dei debiti del Gruppo verso i dipendenti, al netto degli anticipi erogati.

A TUTELA DELLA SALUTE E SICUREZZA

Il Gruppo Ferrero considera la tutela della salute e dell'integrità psico-fisica dei propri dipendenti come una priorità assoluta.

Le iniziative a tutela della salute e sicurezza dei lavoratori non vengono viste quali azioni a sé stanti, accessorie all'attività lavorativa, ma bensì strettamente integrate a quest'ultima.

Per questo motivo il Gruppo si impegna ad identificare ed eliminare le situazioni di rischio che si possono presentare nella propria attività ed a migliorare, ove possibile, le condizioni degli ambienti di lavoro e dei relativi livelli di sicurezza.

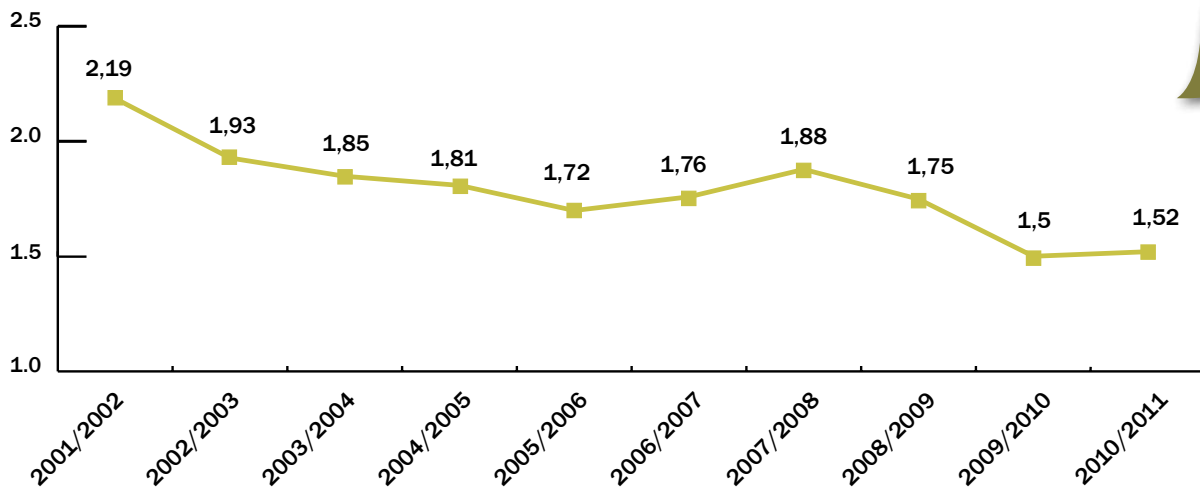
Oltre alle costanti attività di formazione e consultazione sui temi della salute, sicurezza e della prevenzione, rivolte sia ai responsabili ai vari livelli che ai lavoratori, al fine di sensibilizzare ciascuno sul proprio ruolo e sulle proprie responsabilità in materia, sono state intraprese numerose iniziative in materia.

In occasione del rinnovo della contrattazione aziendale, in Italia Ferrero ha istituito una Commissione Sicurezza sul Lavoro che ha deciso di programmare una "settimana per la sicurezza sul lavoro" e di prevedere un concorso a libera partecipazione fra i dipendenti per lo sviluppo di soluzioni dirette al miglioramento delle condizioni di sicurezza nei luoghi di lavoro.

I due grafici che seguono, mettono in evidenza rispettivamente l'indice di frequenza e l'indice di gravità degli infortuni considerando gli stabilimenti del Gruppo di: Alba, Pozzuolo Martesana, Balvano, Sant'Angelo dei Lombardi, Stadtallendorf, Villers-Ecalles, Cork, Arlon, Belsk, Quito, Lightow, La Pastora, Pocos de Caldas, Bradford, Vladimir, al 31 agosto.

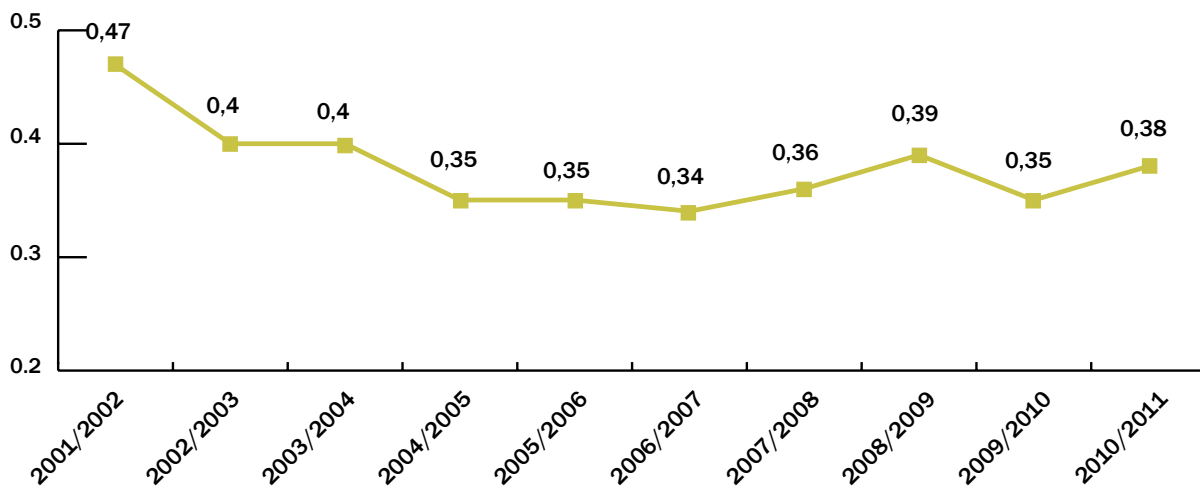


Indice di frequenza degli infortuni di Gruppo*



* L'indice di frequenza degli infortuni rappresenta, nel periodo considerato, il numero totale di infortuni per 100.000 ore lavorate

Indice di gravità degli infortuni di Gruppo*



* L'indice di gravità degli infortuni rappresenta, nel periodo considerato, il numero totale di assenze dovute a infortuni per 1.000 ore lavorate.



Anno	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
Indice di Frequenza (100.000 ore)	2,19	1,93	1,85	1,81	1,72	1,76	1,88	1,75	1,5	1,52
Indice di Gravità (1.000 ore)	0,47	0,4	0,4	0,35	0,35	0,34	0,36	0,39	0,35	0,38

Rispetto a quanto pubblicato nel precedente rapporto CSR, i dati si riferiscono agli infortuni verificatisi a livello di Gruppo (e non solo degli stabilimenti europei), e per uniformità sono ora riferiti al 31 agosto.

I dati relativi all'assenteismo e ai giorni di malattia, suddivisi per genere e area geografica saranno disponibili entro il 2014/15.

FORMAZIONE E SVILUPPO

Il Laboratorio dell'Apprendimento Ferrero, o Learning LAB, si occupa della formazione manageriale e "corporate", a cui si affianca la formazione tecnico-professionale realizzata nelle diverse sedi aziendali (descritta di seguito in questo capitolo).

Nell'anno in esame, il Laboratorio ha attuato importanti progetti formativi rivolti prevalentemente alla popolazione manageriale, accogliendo oltre 4.070 partecipazioni, per un totale di 174 eventi formativi, e di 1.281 giornate di formazione. Sulla base dei sistemi informativi di Gruppo attualmente in essere sono state tracciate, nell'anno in esame, 346.338 ore di formazione. Il dato completo relativo alle ore di formazione, totali e pro-capite, per inquadramento e genere, sarà disponibile a partire dal 2013/14.

Attività di formazione del Ferrero Learning LAB

Anno	Numero sessioni	Numero partecipanti	Tipologia di progetti formativi
2006/2007	58	965	20
2007/2008	91	1.433	21
2008/2009	100	1.500	23
2009/2010	157	2.707	25
2010/2011	174	4.070	28

La preziosa collaborazione degli esperti Ferrero si è realizzata attraverso il coinvolgimento di 111 manager provenienti dalle diverse società del Gruppo.

Le aree di intervento formativo sono riconducibili a tre macro ambiti:

- istituzionale e manageriale (Corporate University);
- formazione professionale aree "Industrial Commercial" e "Management Services";
- formazione professionale area "Industrial Operations".

Formazione Istituzionale

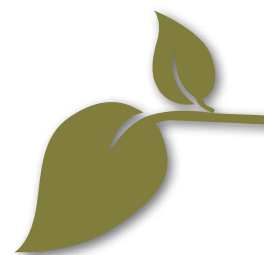
- ▣ **“Capire Ferrero”**: il programma coinvolge i neo laureati, assunti nel Gruppo entro i primi due anni di anzianità aziendale, prevede una durata di 7 settimane, si è svolta in 5 edizioni ed ha coinvolto 59 neo laureati da tutto il mondo.
- ▣ **“Ferrero Academy”**: il programma formativo, dedicato ai neo dirigenti del Gruppo, prevede un approfondimento dei processi strategici, operativi e delle pratiche di business. Le due edizioni hanno coinvolto 45 “senior manager” da tutto il mondo ed una “faculty” interna di oltre 20 “top manager”.
- ▣ **“Nutrizione”**: il programma si è svolto in due edizioni in lingua inglese e italiano. È attualmente in atto una riprogettazione dei contenuti strategici, accessibile on-line da ogni figura professionale coinvolta.
- ▣ **“Ferrerità”**: il seminario si è svolto in 8 edizioni in : Italia, Messico, Polonia, India, Singapore, Australia, Canada, coinvolgendo oltre 570 persone nel mondo; erogato anche attraverso la preziosa testimonianza di esperti Ferrero.

Formazione Manageriale

La formazione manageriale di Gruppo ha coinvolto in particolare la realtà italiana, tedesca, spagnola e dell'Europa dell'est, alcuni mercati emergenti e tutti gli stabilimenti europei, con una media di 3,7 giornate pro-capite. Tali iniziative sono state rivolte alla crescita manageriale ed in particolare allo sviluppo delle seguenti abilità:

- ▣ “Self Effectiveness”
- ▣ “Presentation skills”
- ▣ “Problem Solving”
- ▣ Gestione delle Risorse Umane
- ▣ Gestione Risorse Umane - Advanced
- ▣ “Negotiationskills”
- ▣ Fondamentali di “Project management”
- ▣ “Team Management”

Il Learning Lab ha infine messo in campo e coordinato iniziative e programmi formativi rivolti al “change management, coaching, mentoring, tutoring”, raggiungendo molte realtà del Gruppo e coinvolgendo 165 “senior manager” del Gruppo.





Formazione e sviluppo delle aree “Commercial” e “Management Services”

“Commercial”

Il progetto **Ferrero Sales Academy** è in fase di progressiva implementazione nei Paesi del Gruppo. Ferrero Learning Lab segue e supporta i Paesi in ogni fase del processo: dalla pianificazione degli interventi formativi all'identificazione e certificazione dei “trainer” interni che erogheranno le attività formative.

L'approccio “Train-the-Trainer” (formazione formatori) adottato per la Ferrero Sales Academy prevede la formazione di “trainer” locali (60 nel 2010/11) selezionati all'interno della struttura commerciale. Il corso, della durata di cinque giorni, si basa su un approccio fortemente interattivo e alterna contenuti metodologici del ruolo del “Formatore” e di gestione delle dinamiche di aula, a sessioni di erogazione dei contenuti tecnici.

“Management Services”

Il Ferrero Learning Lab ha realizzato:

- per la Funzione IT, il programma X-Generation;
- per la Funzione Finance, i programmi FX-Academy e Finance Young Graduate Program (FYGP).

In particolare il “Finance Young Graduate Program” ha come obiettivo lo sviluppo di professionisti “Finance” con forti competenze tecniche e manageriali e una profonda conoscenza dei prodotti e dei processi aziendali. Il programma, della durata di tre anni, è costituito da sessioni in aula alternate a periodi di formazione sul lavoro nell'area Finanza dei diversi dipartimenti delle aziende (Controllo Commerciale, Operations, Management Services, dipartimenti Finance Centrale). Nell'ottobre 2010 è terminata la prima edizione del programma con l'assegnazione di posizioni organizzative definitive, scelte in base alle esigenze delle aziende e alle competenze individuali.

Formazione e sviluppo dell'area “Industrial Operations”

“Library Operations” Ferrero

La “Library Operations” dal 2007 ha l'obiettivo di raccogliere, sistematizzare e diffondere il ‘Sapere’ e il ‘Sapere fare’ del mondo industriale Ferrero. Il programma è in continua evoluzione sia in termini di numero di corsi fruibili, sia di paesi coinvolti. Nel 2010/11 il Learning Lab ha messo a punto due nuovi moduli formativi (per un totale di 28 corsi a catalogo) e ha organizzato sessioni formative dedicate alla formazione di trainer interni. Inoltre alcuni moduli della Library sono stati messi a disposizione anche degli stabilimenti in Russia, Sud Africa e India al fine di condividere le competenze tecniche, i comportamenti e i linguaggi comuni in Gruppo, in approccio sempre più globale. Infine diverse sono state le iniziative rivolte al supporto al cambiamento degli stabilimenti europei ed extra europei, oltre a programmi dedicati allo sviluppo delle competenze nelle aree “Packaging” e “Supply Chain”.

Centro di Ricerca e Sviluppo

Il percorso formativo è mirato ad una sempre maggiore integrazione organizzativa tra persone, funzioni, processi di lavoro e competenze nell'ambito della Società di ricerca e sviluppo di Gruppo (Soremartec). In particolare, il percorso è finalizzato a valorizzare ed accrescere le conoscenze tecnico-specialistiche di ogni professionista e a rafforzare l'offerta formativa attraverso un percorso costruito da e con una "faculty" interna rappresentata da oltre 40 formatori. Il Centro Ricerca e Sviluppo in Italia ha erogato 1.160 giornate di formazione, incrementando del 70% la partecipazione dei dipendenti a momenti formativi. Sono stati coinvolti 350 dipendenti che hanno potuto approfondire temi quali "Nutrizione", "Legislazione alimentare", "Packaging", "Marketing Ferrero", "Scenari".

Intercultura

Ferrero ha partecipato anche per l'anno scolastico 2010/11 al programma Intercultura, attraverso l'erogazione di 2 borse di studio per i figli dei dipendenti per l'Italia, 2 in Francia, 3 in Germania.

FORMAZIONE TECNICO-PROFESSIONALE

Oltre ai progetti coordinati dal Laboratorio di formazione, sono realizzate importanti iniziative presso le sedi locali (sia industriali, che commerciali) del Gruppo, finalizzate soprattutto allo sviluppo delle competenze tecnico-professionali. Tra le principali iniziative si segnalano corsi di gestione delle risorse umane, sicurezza alimentare, sicurezza industriale, gestione della produzione, manutenzione impianti, salute e sicurezza sul lavoro, applicativi informatici e lingue.

Sono di seguito riportate le ore di formazione, totali e pro-capite, per operai ed impiegati degli stabilimenti del Gruppo. Attualmente i sistemi informativi di Gruppo non consentono di tracciare i dati di dettaglio per tutte le sedi, che saranno disponibili a partire del 2013/14.

Ore medie annue di formazione per gli stabilimenti nel 2010/11

Paese	Ore totali	Ore pro-capite
Argentina	3.075	8
Australia*	169	2
Belgio	3.855	11
Brasile	1.202	8
Canada**	6.075	13,5
Ecuador	5.732	13
Francia	4.619	13,3
Germania	35.501	10,5
Irlanda	6.317	30
Italia	31.232	8
Polonia	12.922	13
Russia	1.197	7,5

* Il dato non include la formazione sul posto di lavoro.

** Il dato si riferisce al solo personale operaio.



MASTER “MICHELE FERRERO”

Il 5 Marzo 2012, presso la Sala dei Principi del Rettorato dell'Università di Torino, si è svolta la **cerimonia di consegna dei diplomi e dei premi della terza edizione del Master, intitolato a Michele Ferrero, in Scienza e Tecnologia dell'Alimentazione e Nutrizione Umana, svoltasi nel 2010/11.**

Il Master è economicamente sostenuto dalla Fondazione Ferrero ed è realizzato grazie alla collaborazione dell'Università di Torino e delle Facoltà di Agraria, Economia, Farmacia, Medicina, Scienze, Medicina Veterinaria e Scienza della Formazione.

Nella docenza del Master e dei diversi seminari monotematici organizzati al suo interno, sono intervenuti anche illustri professori da altre importanti università italiane e straniere e diversi dirigenti Ferrero che hanno affiancato i docenti universitari sia nell'insegnamento che nella preparazione degli elaborati finali.

Per la preparazione della tesina sperimentale dedicato agli “Aspetti chimici, tecnologici e nutrizionali dei lipidi”, gli studenti hanno effettuato uno stage di tre mesi nelle diverse realtà tecniche e produttive, italiane ed estere, della Ferrero.

Alla cerimonia di premiazione degli studenti è intervenuto anche il Prof. Bier con una “Lectio magistralis” dal titolo “Sugar: A politically incorrect pediatrician's view”. Il Prof. Bier è docente in pediatria, direttore del “USDA Children's Nutrition Research Center” e direttore di programma del “NIH General Clinical Research Center” presso il “Baylor College of Medicine” in Texas, USA.

Nell'autunno del 2012 inizierà la quarta edizione del master (2012/13).

PRINCIPALI INIZIATIVE A FAVORE DEI DIPENDENTI

L'Accordo Integrativo Ferrero Italia

L'Accordo Aziendale Integrativo di Ferrero Italia, che è stato siglato lo scorso 21 luglio 2011, in continuità con l'accordo del 2006, prevede una serie di strumenti e sperimentazioni organizzativi che operano principalmente su due ambiti:

■ Conciliazione vita – lavoro

L'Accordo si caratterizza per la previsione di misure finalizzate ad una maggiore conciliazione tra tempi di lavoro e tempi sociali, per i lavoratori genitori e per i lavoratori con necessità di cura ed assistenza.

Vanno in questa direzione: il riconoscimento del part-time a favore delle madri e dei padri lavoratori fino ai 3 anni di vita del bambino (ed a favore di lavoratori con gravi problemi di salute o che debbano accudire familiari malati), l'esonero dal turno notturno per le lavoratrici madri oltre i termini di legge ed il riconoscimento di due mezza giornate di permesso retribuito per accompagnare i figli a visite mediche.

▣ “Welfare” aziendale

Sono stati messi in campo anche una serie di strumenti ispirati a principi di welfare aziendale, tra cui: il riconoscimento di un servizio gratuito di assistenza medica-pediatrica a favore dei figli dei dipendenti fino a 14 anni grazie a convenzioni con professionisti del territorio; l’attivazione di soggiorni estivi; la possibilità di effettuare tirocini formativi presso una delle sedi europee del Gruppo, per i figli dei dipendenti scelti sulla base di criteri meritocratici.

In tale direzione si ricorda anche: il riconoscimento di un’indennità a causa di morte pari a 3 annualità di retribuzione lorda, erogata a favore degli eredi legittimi del lavoratore deceduto in costanza di rapporto; l’erogazione di un sussidio di studio a favore dei figli dei dipendenti iscritti all’università, quale contributo alla copertura delle tasse universitarie del primo anno; l’attivazione di una serie di convenzioni con aziende fornitrici di beni e servizi di utilità generale (es. energia, telefonia, banche) dirette ad ottenere tariffe agevolate a favore dei dipendenti.

È inoltre perseguito lo sviluppo nelle diverse realtà del Gruppo di servizi e iniziative a favore dei dipendenti e delle loro famiglie.

A titolo esemplificativo sono di seguito riportate alcune delle iniziative più significative nell’ambito delle realtà extra-europee e dirette a sopperire alla mancanza di servizi sociali in taluni paesi.

Sud-Africa: nel Marzo 2011 è stata aperta, presso lo stabilimento, un’infermeria per l’erogazione gratuita di cure mediche e farmaci a favore dei dipendenti; è inoltre attivo un servizio di assistenza psicologica a favore dei lavoratori che lo richiedono per motivi personali.

Stati Uniti: Ferrero contribuisce a un’assicurazione alle spese dentistiche dei propri dipendenti e inoltre fornisce un’assicurazione sulla vita, il cui costo è interamente sostenuto dall’Azienda.

Russia: Ferrero garantisce una copertura assicurativa contro infortuni e disabilità ai propri dipendenti, a copertura di anche uno dei più stretti congiunti.

Brasile, Argentina e Colombia: ai dipendenti è offerto, tra le varie iniziative, un piano di assistenza medica e dentistica, l’assicurazione vita e infortuni, un contributo per l’asilo per le lavoratrici madri.

Le iniziative sopra illustrate si applicano indistintamente a tutti i dipendenti, a prescindere dalla tipologia contrattuale impiegata, compresi i lavoratori part-time e a tempo determinato.



II NIDO AZIENDALE

Continua l'attività del nido aziendale, istituito ad Alba nel 2009, in grado di ospitare ottanta bambini, in età compresa fra i tre mesi e i tre anni, a condizioni particolarmente agevolate per i dipendenti. Una percentuale dei posti è riservata ai bambini di Alba, indicati dal Comune.

Nell'anno scolastico 2010-2011, i piccoli ospiti delle quattro sezioni dell'asilo erano così suddivisi:

- ▣ ovetti 3-12-mesi: 9 bambini
- ▣ pulcini 13-17 mesi: 18 bambini
- ▣ pettirossi 18-25 mesi: 22 bambini
- ▣ rondinelle 16-36 mesi: 21 bambini

Le attività dell'asilo si concentrano sul tema della stagionalità, dello scorrere del tempo e di tutte le sue trasformazioni, nella natura ma anche nella vita del bambino. Partendo dall'osservazione dei cambiamenti climatici, i bambini sperimentano l'alternarsi delle stagioni colorando con la frutta e la verdura a disposizione, giocando e manipolando le foglie che cambiano, o le primizie che maturano nell'orto che loro stessi coltivano.

Con i progetti educativi sperimentati al Nido si cerca di creare un contesto che permetta ai bimbi di esercitare le loro possibilità di fare, esplorare, conoscere e relazionare.

Fare, giocare con il corpo e con le mani, mettere in moto tutti i sensi e le possibilità percettive, aiuta i bambini a gestire se stessi, a relazionarsi con gli altri, a progredire sul piano dell'autonomia favorendo anche la maturazione della propria identità.

Una particolare attenzione viene riservata ai rapporti con la famiglia attraverso colloqui individuali con i genitori, assemblee, incontri di sezione, momenti di formazione.

Ad avere la precedenza in ogni attività educativa sono i ritmi di crescita dei bambini, non quelli rigidi del mondo adulto. Attraverso progetti sempre nuovi e originali, il nido Ferrero si conferma come luogo di vita, di crescita e di apprendimento. Le attenzioni sono volte ad assicurare un'adeguata crescita sul piano emotivo-affettivo, corporeo, cognitivo ed etico-sociale.

A proposito delle colonie aziendali, i figli dei dipendenti italiani, in età compresa dai 6 ai 12 anni, possono scegliere tra due tipologie di soggiorni: montano e marino.



DIVERSAMENTE ABILI

Oltre a far fronte agli obblighi legislativi sulle assunzioni dei diversamente abili presenti in alcuni paesi europei, tra i quali Italia, Germania, Francia e Spagna, si moltiplicano all'interno del Gruppo varie iniziative a favore di associazioni attive in tale ambito, di cui elenchiamo le principali.

In Italia, Ferrero sostiene alcune iniziative che coinvolgono diversamente abili attraverso la partnership con l'Associazione Sportabili di Alba, un'associazione di volontariato che organizza attività sportive e ricreative per tutti i tipi di disabilità. L'Associazione coinvolge 350 tesserati, di cui 80 under 18 ed organizza 5 o 6 eventi all'anno per un totale di circa 2.000 persone coinvolte.

Ferrero Francia collabora con le seguenti associazioni:

- Cap Emploi: network nazionale specializzato nell'inserimento di persone diversamente abili nel mondo del lavoro.
- Handisup: Associazione che aiuta studenti delle scuole superiori e laureati con disabilità a proseguire gli studi e trovare lavoro.
- ADAPT: Associazione storica creata nel 1929 che lavora per favorire l'integrazione sociale e professionale dei diversamente abili.
- ALPC: Associazione Nazionale per la promozione e lo sviluppo della lingua francese che supporta le persone affette da sordità. Ferrero ha fornito finanziamenti per l'organizzazione di un corso di una settimana per bambini e adolescenti non udenti.
- COC Judo: Associazione che educa i bambini con disabilità alle arti marziali e ad altre attività come il teatro e la pittura.
- Loisirs Pluriels: Associazione che organizza vacanze a bambini e adolescenti diversamente abili.

In Belgio, per il confezionamento di prodotti stagionali o legati a particolari occasioni, Ferrero collabora da anni con due aziende che utilizzano lavoratori diversamente abili denominate E.T.A. (Entreprise Travail Adapté). Anche la società che si occupa della cura del verde vi rientra.

In Spagna, Ferrero ha sostenuto, attraverso donazioni, associazioni e fondazioni impegnate nell'integrazione e nell'assistenza di persone diversamente abili.

Negli Stati Uniti, Ferrero sostiene il "Children's Specialized Hospital", un ospedale per la riabilitazione vicino alla sede Ferrero a Somerset nel New Jersey, che cura i bambini affetti da lesioni cerebrali traumatiche, lesioni alla spina dorsale e autismo. Nel 2011, i dipendenti Ferrero hanno aiutato a finanziare l'acquisto di due attrezzature speciali per i bambini diversamente abili.

In Australia, Ferrero collabora con "Brainwave", un'associazione a sostegno dei bambini affetti da malattie cerebrali e delle loro famiglie. Nel corso del 2011, Ferrero ha effettuato diverse donazioni a favore dei bambini colpiti da tali malattie. Un gruppo di dipendenti Ferrero dell'ufficio di Sydney ha prestato volontariato per l'inaugurazione del "Sydney Camp Brainwave", un campo per lo svago e il divertimento dei bambini dell'associazione e le loro famiglie.

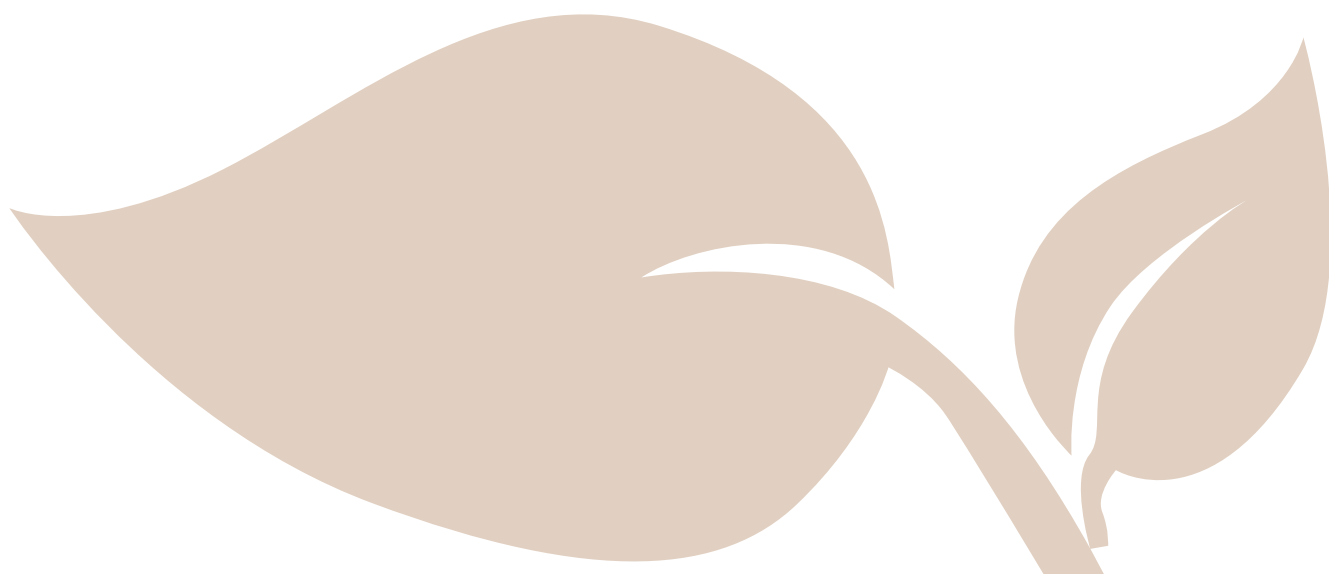
Anche in Colombia ed Ecuador, Ferrero è costantemente impegnata in iniziative a favore dei bambini diversamente abili. In particolare nel corso del 2011 Ferrero ha effettuato donazioni ad associazioni e fondazioni raggiungendo oltre 180 bambini destinatari.



PROSSIMI PASSI - ENTRO 2015

In continuità con i progetti già avviati e secondo gli obiettivi fissati nel precedente rapporto CSR, prediligeremo i seguenti ambiti:

- Iniziative per la diffusione della **“Cultura della Diversity”**, tra cui corsi di formazione manageriale finalizzati a sviluppare, a titolo esemplificativo, i temi della interculturalità, della valorizzazione delle differenze della gestione dei lavoratori anziani;
- Iniziative per favorire la collocazione professionale dei **lavoratori diversamente abili**, tra cui progetti di formazione con scuole del territorio e progetti di partnership con operatori terzi che impiegano tali soggetti;
- Rafforzamento dei progetti già in essere per l'**inserimento lavorativo dei giovani**, anche attraverso iniziative in partnership con Master o Università per favorire l'accesso ai corsi a studenti meritevoli;
- Iniziative nell'ambito dell'organizzazione del lavoro finalizzate a **favorire i percorsi di studio** dei lavoratori-studenti;
- Sviluppo di una **politica di “welfare” di Gruppo** che definisca obiettivi comuni salvaguardando le specificità locali;
- Estensione delle iniziative volontarie in ambito di **salute e sicurezza sul lavoro**, finalizzate alla diffusione della cultura della sicurezza e orientate ad una maggiore partecipazione dei lavoratori.





PER UNO STILE
DI VITA SANO

UNO STILE DI VITA SANO

Ferrero offre prodotti d'arte pasticceria, che rispettano e mantengono la tradizione artigianale, tra i più rinomati al mondo.

In tema di nutrizione e produzione alimentare, assumono per noi massima rilevanza tre principi:

- ▣ Non esistono cibi buoni o cattivi, bensì abitudini alimentari e diete buone o cattive;
- ▣ Le nostre sono grandi marche offerte in piccole porzioni;
- ▣ Resta fondamentale un regolare esercizio fisico.

In altre parole, uno stile di vita sano prevede: il nutrirsi in modo diversificato, in quantità moderata, con un contestuale e regolare esercizio di attività fisica.

In tale contesto, la promozione dei prodotti Ferrero si basa anche sul rafforzamento dell'abitudine di consumo della prima colazione e sul non utilizzo di grassi idrogenati e di conservanti. I prodotti Ferrero, infatti, non contengono acidi grassi trans (TFA) derivanti dai grassi idrogenati.

I prodotti della linea Kinder, ad esempio, continuano ad essere offerti con porzioni singole di un peso tra 12,5 e 43 grammi, tra i più piccoli della loro categoria.

Per incoraggiare i consumatori ad assumere uno stile di vita sano, serve più educazione alimentare e non ulteriore legislazione!



PIATTAFORMA EUROPEA PER LA DIETA, L'ATTIVITÀ FISICA E LA SALUTE

In linea con gli obiettivi della "Piattaforma Europea per la dieta, l'attività fisica e la salute", la promozione dei prodotti Ferrero fa quindi riferimento:

- ▣ Alla corretta indicazione della fornitura calorica per singolo atto di consumo e alla indicazione del contenuto calorico e nutrizionale per 100 gr di prodotto;
- ▣ Alla promozione della cultura alimentare anche attraverso la fornitura di agili strumenti di supporto;
- ▣ All'apposizione sul retro pacco di tabelle nutrizionali non equivocate che consentano la valutazione del contenuto per singolo incarto e per 100 gr degli ingredienti;
- ▣ All'adozione di un "consapevole e responsabile codice di condotta interno" che determina i modi e gli obiettivi delle pubblicità.

In tale ottica proseguono e hanno fornito i primi risultati i test di mercato che potranno consentire:

- ▣ Un'ulteriore evoluzione verso il contenimento delle porzioni di snack Kinder;
- ▣ Formulazioni di praline con riduzione delle calorie per "bite" pari almeno al 30%.

Rispetto a quanto anticipato nel secondo rapporto CSR, è stato completato lo studio prospettico ad oggi di maggiore durata (1 anno) relativo alla valutazione dei positivi effetti della prima colazione.



Ferrero non utilizza i grassi idrogenati e quindi i suoi prodotti non contengono gli acidi grassi trans (TFA). Ferrero, inoltre, ricorre a dolcificanti sintetici solo in gruppi merceologici specifici (sugar free), sempre privilegiando il ricorso a componenti naturali. Rientra nella nostra strategia, l'offerta di piccole porzioni; ciò evita il ricorso alla riduzione dei contenuti di zucchero e di grassi dei nostri prodotti. Ferrero, infine, ha sempre perseguito lo sviluppo di prodotti contenenti fibre, vitamine e minerali apportati naturalmente dalle materie prime, senza dover ricorrere ad un'aggiunta ad hoc e non utilizza additivi conservanti.

I NOSTRI OBIETTIVI PER IL 2015

- Rafforzare il nostro coinvolgimento nelle iniziative europee e nazionali che promuovono atteggiamenti virtuosi relativi al binomio alimentazione e salute;
- Evidenziare la neutralità metabolica di componenti ingredientistiche tipiche dei prodotti dolciari, quando usate nelle corrette quantità e nella qualità.

POLITICA PER LA FRESCHEZZA DEI PRODOTTI FERRERO

Il modello di business Ferrero è costruito per garantire sempre la freschezza dei prodotti e per evitare al massimo gli sprechi. Seguiamo il ciclo di vita del prodotto, sino al momento del consumo, compreso l'impatto degli imballaggi.

Eseguiamo un costante monitoraggio presso i rivenditori e ritiriamo, a prezzi di mercato, i prodotti che non presentino le migliori condizioni al tatto, alla vista e all'olfatto, anche se la data di scadenza non è ancora stata raggiunta. Ciò avviene in particolare in condizioni di clima caldo, come in estate, quando la produzione dei prodotti termosensibili viene sospesa.

La nostra gestione degli stock privilegia costantemente la freschezza dei prodotti rispetto ai volumi consegnati ai rivenditori. Il nostro consumatore deve sempre poter trovare prodotti freschi sugli scaffali!

GUSTO PER LA QUALITÀ

Il "sacco conosciuto": così definiamo le nostre materie prime quando approdano negli stabilimenti, se corrispondono agli stringenti criteri Ferrero di tracciabilità, sicurezza e qualità.

Un apposito protocollo interno infatti, definisce la frequenza dei controlli e le analisi organolettiche, chimico-fisiche e microbiologiche da eseguire sui campioni prelevati direttamente in accettazione negli stabilimenti.

Con l'obiettivo di integrare al meglio i dati di Gruppo relativi al processo di qualità e per rafforzare una gestione centralizzata di tale processo, utilizziamo un nostro apposito sistema globale integrato.

Il sistema SAP-QM (Quality Management), che garantisce l'integrazione all'interno del Gruppo Ferrero dei dati relativi al processo di Qualità e la sua gestione centralizzata, è operativo nel 70% degli stabilimenti Ferrero nel mondo.

Il confronto e la raccolta dei dati di qualità avviene quindi in modo sempre più globale e coordinato.

Anche in base al nuovo Codice di Condotta Commerciale, svolgiamo controlli e operazioni di audit direttamente presso i nostri fornitori e sulle relative analisi che sono tenuti ad eseguire sul materiale fornito.



La sicurezza industriale e alimentare in Ferrero è garantita sia da un sistema di procedure interne, costantemente revisionate e aggiornate, sia mediante certificazioni a cura di Enti esterni indipendenti.

Tutti i fornitori di Ferrero nel mondo sono selezionati e valutati a livello di Gruppo dalla “Qualità Centrale” con criteri univoci, anche attraverso una piattaforma elettronica che collega tutti i fornitori con i competenti uffici del Gruppo.

LA QUALITÀ DEI NOSTRI STABILIMENTI E LE RELATIVE CERTIFICAZIONI

Le tabelle seguenti riportano lo stato delle certificazioni dei nostri stabilimenti e relativi obiettivi. In particolare, nella prima tabella sono indicati gli stabilimenti che dispongono di una certificazione ISO 9001:2008 di Gruppo, ovvero con un unico manuale ISO e procedure valide per tutto il Gruppo.

Stabilimenti con ISO di Gruppo	ISO 9002:1994	ISO 9001:2000	ISO 9001:2008	ISO 22000	ISO 17025	IFS, COSTCO, HACCP	FSSC 22000	
	Dal	Dal	Dal	Dal	Dal	Dal	Dal	
Alba	1999	2003	2008 di Gruppo		2006	2007		
Arlon	1996	2003				2006		
Balvano	1996	2004						
Belsk	2001	2003				2006		
Cork	1994	2004				2011		
Pozzuolo	1998	2002						
S. Angelo	1999	2004				2011		
Stadtallendorf	1994	2003				2007	2006	Prevista 2012
Villers-Ecalles	1997	2003			2011			Prevista 2012
Vladimir			Dal 2010 è di Gruppo			2010		
Brantford			Dal 2011; previsto dal 2012 di Gruppo			2008		

Stabilimenti	ISO 9002:1994	ISO 9001:2000	ISO 9001:2008	ISO 22000	ISO 17025	IFS, COSTCO, HACCP	FSSC 22000
	Dal	Dal	Dal	Dal	Dal	Dal	Dal
La Pastora	2000	2003	2010	2008			2011
Lithgow	1999	2002	2010				2011
Poços de Caldas	1999	2002	2010	2007			
Quito	1999	2000	2010			2010	

Tutti gli stabilimenti del Gruppo predispongono e mettono in pratica un piano HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), obbligatorio nell'Unione Europea.

Come indicato in tabella, gli stabilimenti Ferrero certificati da enti terzi indipendenti, secondo standard di sistemi di gestione della sicurezza alimentare, sono attualmente 13, con un incremento di 4 unità rispetto allo scorso anno. Questi 13 stabilimenti sono: Alba, Arlon, Belsk, Cork, Stadtallendorf (con certificazione IFS-International Food Standard), Poços de Caldas, La Pastora, Lithgow e Villers-Ecalles (con certificazione FSSC [Food Safety System Certification] 22000 o ISO 22000); Brantford, Vladimir, S. Angelo e Quito (con sistema HACCP certificato da terzi oppure standard proprietari quali COSTCO certificati da enti terzi; COSTCO è una catena di distribuzione nord-americana che possiede un proprio standard qualitativo).

Evidenziamo questa attività di certificazione specifica di sicurezza alimentare, in quanto la norma ISO 9001 si applica a tutto il settore manifatturiero e non è fortemente focalizzata sugli aspetti di sicurezza alimentare.

ULTIME NOVITÀ DELL'ASSICURAZIONE QUALITÀ

- Il Portale Intranet Ferrero che racchiude la parte della Qualità è stato esteso ad altre funzioni aziendali, in modo che la cultura della Qualità abbia la necessaria diffusione capillare.
- La Procedura di Valutazione del Rischio sulle materie prime d'acquisto è stata ulteriormente implementata attraverso l'applicazione della metodologia di Risk Assessment, nell'ambito della procedura HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points).
- Sempre nel 2011, circa 210 ispettori hanno valutato la Qualità Percepita dei prodotti in 420.000 punti vendita nel mondo.
- Sempre maggiore importanza rivestono le certificazioni etiche "Halal" e "Kosher". In alcune aree del mondo tali certificazioni sono da considerarsi necessarie per accedere ai relativi mercati ed in altre aree sono sempre più richieste da parte dei consumatori. Gli stabilimenti del Gruppo che riforniscono di prodotti tali aree hanno già conseguito le relative certificazioni.

CASI DI NON CONFORMITÀ

a ISO 9001:2008: Certificazione del sistema di qualità Ferrero

Nel 2010 - 2011, negli stabilimenti del Gruppo sono stati eseguiti 10 audit da parte di Certificatori esterni: non sono state riscontrate « Non Conformità Maggiori », ma solo un ridotto numero di « Non Conformità minori ».

b IFS: International Food Standard

Nel 2010-2011, le verifiche condotte sulla "certificazione di prodotto", presso gli stabilimenti di Alba, Arlon, Belsk, Cork e Stadtallendorf hanno evidenziato un livello di corrispondenza pari a 98,06/100.



OBIETTIVI PER IL 2015 E 2020

Si confermano i seguenti quattro obiettivi già indicati nel precedente rapporto CSR:

1. Implementare un centro unico di raccolta reclami dal mercato, dove confluiscano, in modo univoco e strutturato, tutte le segnalazioni dei consumatori, costituendo una banca dati mondiale, entro il 2015.
2. Estendere la certificazione di sicurezza alimentare ISO 22000 – FSSC a tutti gli stabilimenti del gruppo entro il 2015.
3. Ottenere, a livello mondiale una certificazione ISO con unico manuale e procedure validi per tutto il gruppo Ferrero: in tal modo, i nostri stabilimenti nel mondo costituiranno i reparti di un unico “stabilimento virtuale globale”, entro il 2020.
4. Raggiungere l’integrazione degli “audit di sicurezza alimentare” per tutti i co-packer (conti lavoro) e i magazzini della “Supply Chain”, in modo da avere una copertura completa entro il 2020.

GLI ASSAGGI FERRERO

Affinché i prodotti rispettino gli elevati standard di gusto Ferrero, sono proseguiti anche nel 2011, i classici test di laboratorio e le analisi sensoriali, da noi definite “assaggio”, finalizzate ad esprimere un giudizio compiuto sull’aspetto estetico, sull’odore e sul gusto del prodotto.

Le attività di analisi includono:

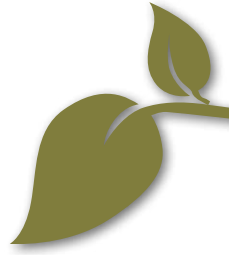
1. gli assaggi delle materie prime, di cui si tiene conto nella fase di accettazione;
2. gli assaggi di linea sui semilavorati e prodotti finiti, di cui si tiene conto nella fase di produzione;
3. gli assaggi di “direzione”;
4. i test a tela di ragno “spider web”.

Annualmente nel Gruppo sono effettuati oltre 400 mila assaggi, con una media mensile di 33.900 test e un panel di 1.700 assaggiatori. Gli assaggi “di Direzione” sono effettuati settimanalmente dai responsabili delle unità produttive, con lo scopo principale di diffondere all’interno del Gruppo la “cultura dell’assaggio”.





EDUCAZIONE ALIMENTARE ATTRAVERSO IL COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ



KINDER+SPORT

Kinder+Sport è il progetto sviluppato da Ferrero per promuovere uno stile di vita sano attraverso la diffusione dello sport come pratica quotidiana, soprattutto fra le giovani generazioni.

Di seguito si riportano alcuni dati interni relativi alle attività di Kinder + Sport, inerenti al 2010-2011:

- 17 paesi coinvolti (extra EU: Cina e Russia).
- 3 nuovi paesi contattati grazie alla partnership con ISF (Malta, Brasile e Portorico).
- oltre 7 milioni di ragazzi coinvolti negli eventi.
- oltre 14 sport praticati tra cui: Pallavolo, Basket, Atletica, Golf, Vela, Scherma, Tennis, Sci, Pallanuoto, Orienteering e Nuoto.
- 19 campioni testimoni per la promozione degli eventi sportivi e di uno stile di vita sano tra cui: Valentina Vezzali (Scherma), Andrew Howe (Atletica), Alessandra Sensini (Vela), Ludmila Formanova (Atletica), Tomáš Dvorák (Decathlon).
- 22 federazioni nazionali sponsorizzate tra cui la federazione italiana di Pallavolo, la federazione italiana di Tennis, le federazioni di Atletica spagnola e portoghese, la federazione di Pallavolo polacca, la federazione di Tennis belga e la federazione di Calcio lussemburghese.
- 2 comitati olimpici (CONI - Italia, DOSB - Germania).

Nel dettaglio Kinder+Sport nel 2010/2011 ha contribuito a finanziare diverse attività nei paesi coinvolti tra cui quelle indicate di seguito:

- In collaborazione con la Federazione di Pallavolo in Italia: “1,2,3 Minivolley” e “Volley”, attività e tornei nelle scuole di pallavolo, organizzazione “summer camps”, “Kinderiadi”.
- In collaborazione con la Federazione di Atletica in Italia: “K+S Cup” (Campionati Nazionali Cadetti, Juniores, Assoluti), giochi sportivi studenteschi.
- In collaborazione con la Federazione di Scherma di Italia: progetto «a scuola di scherma».
- In collaborazione con la Federazione di Tennis in Italia: torneo nazionale che ha coinvolto ragazzi tra i 9 e i 16 anni.
- In collaborazione con le Federazioni di Pallavolo in Spagna e Portogallo: programma educativo “Pequevoley” in Spagna e “Giravolei” in Portogallo con 3.500 centri coinvolti.
- In collaborazione con le Federazioni di Atletica e sport nautici in Spagna e Portogallo: programma educativo con 600 centri coinvolti in Spagna e 4.000 in Portogallo, sponsor ufficiale della Federazione Sport Nautici e supporto attività sportiva nei centri.
- In collaborazione con la Federazione di Pallacanestro francese: festa della pallacanestro «mini» destinata ai bambini dai 6 ai 12 anni.
- In collaborazione con la Hiking Association francese: organizzazione di 30 escursioni a cui hanno partecipato circa 32.000 persone tra bambini e adulti.



- Partnership con il DOSB (Comitato olimpico) Germania: organizzazione del “K+S Sportabzeichen – Tour” con eventi in 10 città.
- Kinderiada e Teacher`s project in Rep. Ceca e Slovacca: organizzazione di gare di atletica con 648 team provenienti da tutta la nazione; strumento per insegnanti comprensivo di manuale e attrezzi per promuovere la pratica sportiva nelle scuole superiori.
- In collaborazione con la federazione di Pallavolo ed il patrocinio del ministero dell`istruzione in Polonia: promozione dello sport nelle scuole elementari con distribuzione di strumenti didattici e materiale informativo.
- In collaborazione con la Federazione di sci tirolese: “regional Ski Schools” e sponsorizzazione della “regional kids Racing Series”.
- In collaborazione con la scuola di vela Lugano: attività e gare di vela con i ragazzi.
- In collaborazione con la Federazione di Waterpolo in Ungheria: sponsor per sviluppo eventi pallanuoto.
- In collaborazione con la Federazione di tennis belga VTV & AFT Kids: programmi di avvicinamento allo sport per insegnare il tennis ai più piccoli (VTV - recruitment), “Bienvenue au Club: Tennis Discovery days” (AFT - recruitment), “Kinder Tour: tennis competition” (AFT + VTV).
- In collaborazione con la Federazione di calcio lussemburghese: organizzazione di diversi eventi giovanili e della giornata nazionale del calcio.
- Youth Sport Games in Croazia e School League in Slovenia: organizzazione di diversi eventi sportivi in estate; organizzazione di tornei di palla prigioniera nelle scuole.
- Russian Winter Junior Sporting Competition sotto il patrocinio della Federazione di atletica russa (IAAF Programme of World Indoor Championships).
- Shanghai Master Tennis Cup: porte aperte ai bambini il primo giorno dell`evento dove hanno avuto modo di visitare la struttura e partecipare ad un allenamento sui campi.

Pertanto l`investimento annuo Kinder+Sport, correlato alle attività sopra citate, ammonta a quasi 7 milioni di euro.

Dal 2008 Ferrero è l`unico partner all`interno delle categorie “Food, confectionery e tea beverages” di I.S.F. (International School Sport Federation) con il progetto Kinder+Sport e supporta i campionati studenteschi internazionali organizzati in varie nazioni, per diverse discipline sportive.

I.S.F. è una federazione la cui “missione” è promuovere lo sport (ed i valori correlati) nelle scuole, attraverso l`organizzazione di competizioni in diverse discipline sportive.

È presente e attiva in 76 paesi nei 5 continenti e, attraverso le relazioni con i suoi enti affiliati (Ministeri della pubblica istruzione, federazioni sportive nazionali ed internazionali, etc), raggiunge circa 400 milioni di ragazzi tra i 14 ed i 17 anni.

L`I.S.F. collabora attivamente con le autorità, con le federazioni e con le organizzazioni che condividono i suoi stessi obiettivi.

Durante il 2011 Kinder+Sport in qualità di sponsor di I.S.F. era presente ai campionati Mondiali di Orienteering in Italia, di Tennis in Francia, di Floorball in Rep. Ceca, di Atletica in Polonia, di Nuoto a Malta, di Calcio in Brasile, di Beachvolley in Portorico e di Basket in Cina. Complessivamente hanno partecipato alle attività oltre 4.000 ragazzi provenienti da tutto il mondo.



MONITORAGGIO DEGLI EFFETTI DEL PROGETTO KINDER + SPORT

Con l'obiettivo di misurare gli effetti di medio/lungo termine (5 anni) sui bambini delle scuole coinvolte dal progetto Kinder +Sport-Mini Volley, è stata avviata una ricerca, nel 2008/2009, in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione italiano, l'Istituto di Medicina dello Sport di Torino, la Federazione di Pallavolo, il CONI ed alcune istituzioni locali. L'investimento totale Ferrero per questa ricerca è di 250.000 € nel periodo 2009/2013. Per l'anno scolastico 2010-2011, è stato incrementato il numero di classi monitorate, per un totale di 798 ragazzi. I risultati completi della ricerca saranno disponibili nell'anno scolastico 2014-2015, tuttavia, il primo dato indica come i soggetti coinvolti nel progetto Kinder +Sport dimostrano di possedere migliori capacità coordinative e di rapidità rispetto ai pari età non coinvolti.

PROGETTO EPODE

Nel 2011, in coerenza con gli obiettivi stabiliti nel precedente rapporto CSR, Ferrero ha confermato il proprio sostegno al Progetto EPODE (acronimo francese che sta per "Insieme per prevenire l'obesità infantile - www.epode.fr) in 4 paesi europei (Francia, Belgio, Spagna e Grecia), nonché al Network Europeo di EPODE (EEN), contribuendo attivamente al lavoro del team di coordinamento. Si tratta di uno degli impegni assunti nel quadro della "Piattaforma Europea sulla dieta, l'attività fisica e la salute".

Il risultato più importante raggiunto attraverso EPODE, è stata una riduzione della percentuale dei bambini in sovrappeso pari all' 8% nelle città in cui il programma EPODE è stato attivato, rispetto ad un dato ben più elevato (17, 8%) nelle città di controllo.

L'obiettivo del Network Europeo per il 2012 vedrà l'attivazione di un nuovo progetto sulla promozione dell'eguaglianza nell'accesso alla salute intitolato "EPHE- EPODE for the Promotion of Health Equity" approvato lo scorso Dicembre 2011 dalla Direzione Generale Salute e Consumatori della Commissione Europea, che lo cofinanzia insieme ai partners privati.

Ferrero parteciperà a questo nuovo progetto che si propone di promuovere una maggiore eguaglianza nell'accesso alla salute attraverso iniziative locali, ispirate al metodo EPODE, per ridurre l'impatto dell'obesità nei contesti socio-economici disagiati, focalizzando la propria azione su una trasformazione degli stili di vita.

Il progetto vede la partecipazione di diversi partner privati e pubblici tra cui anche l'ufficio regionale europeo dell'Organizzazione Mondiale per la Salute.

CONTRIBUTO FERRERO IN:	PROGRAMMA	CITTÀ E PERSONE COINVOLTE	SITO WEB	ANNO	CONTRIBUTO Euro
Francia	VIVONS EN FORME	250 città attivate per circa 3.5 milioni di persone coinvolte	www.vivons-en-forme.org	2011	100.000
Belgio	VIASANO	16 città attivate per circa 670.000 persone coinvolte	www.viasano.be	2011	100.000
Spagna	THAO	95 città, 9 comunità autonome attivate, 2.937.563 persone coinvolte	www.thaoweb.com	2011	105.000
Grecia	PAIDEIATROFI	14 città attivate	www.paideiatrofi.org	2011	50.000
Unione Europea	EUROPEAN EPODE NETWORK	4 Stati Membri	www.epode-european-network.com	2011	150.000

LASCIAMO PARLARE LE ETICHETTE

Nel 2010, Ferrero ha raggiunto la piena attuazione delle raccomandazioni formulate in materia di etichettatura nutrizionale dell'Associazione delle Industrie delle Bevande e dell'Agroalimentare (FoodDrinkEurope), per tutti i prodotti Kinder e Nutella nei 27 Stati Membri dell'Unione Europea. Tale impegno prevedeva l'inserimento:

- sul fronte della confezione: dell' "Energy logo" (apporto energetico in valore assoluto e % GDA per porzione);
- sul retro della confezione: i valori assoluti per porzione di energia, proteine, carboidrati (e zuccheri), grassi (e grassi saturi), fibre e sodio, nonché % GDA per porzione di energia, zuccheri, grassi, grassi saturi e sodio.

Ferrero si adopera attivamente per applicare i principi IFBA a livello globale¹. Ciò comporterà, come minimo, un'estensione graduale delle sopra indicate raccomandazioni in materia di etichettatura nutrizionale ai prodotti Kinder e Nutella anche nei paesi extra europei. La piena applicazione dei principi IFBA a livello globale è prevista per il 2015, mentre entro la fine del 2012 sarà attribuita priorità alla loro implementazione in Messico e negli Stati Uniti.

UNA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA RESPONSABILE

Come indicato negli obiettivi 2010 e al fine di applicare a livello globale la "Global Policy on Marketing and advertising to children" di IFBA - International Food and Beverage Alliance-, Ferrero ha messo a punto appositi principi di autoregolamentazione sulla pubblicità indirizzata ai bambini e sul "marketing".

Come obiettivo per il 2012, Ferrero, si impegna a livello globale, a partire dal 1° Gennaio di tale anno, a non pubblicizzare i propri prodotti in televisione, sulla stampa o via Internet ad un pubblico costituito prevalentemente (per più del 50%) da bambini di età inferiore ai 12 anni di età. Tali principi verranno pubblicati sul sito www.ferrero.com ed entreranno in vigore a partire dal 1° Gennaio 2012.

In vista di un rafforzamento ulteriore dell'auto-regolamentazione della pubblicità rivolta ai bambini, a partire dal 1° gennaio 2013, Ferrero:

- a) applicherà la "IFBA Global Policy on Marketing and advertising to children" alle "audience" costituite per più del 35% da bambini di età inferiore ai 12 anni;
- b) includerà anche i propri siti web nel campo di applicazione dell'autoregolamentazione.

Coerentemente con la "Policy IFBA" menzionata, Ferrero si impegna, inoltre, a livello globale a non svolgere attività di comunicazione relativa ai propri prodotti nelle scuole elementari, salvo i casi di specifica richiesta o accordo con le amministrazioni scolastiche competenti e per scopi educativi.

Come anticipato nel precedente rapporto CSR, nel marzo 2011 è stato presentato all'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) il secondo rapporto sui progressi delle iniziative adottate dall'IFBA a sostegno della "Strategia globale su dieta, attività fisica e salute" della stessa OMS.

Tale rapporto presenta le attività che le aziende aderenti all'IFBA, tra cui Ferrero, stanno portando avanti in cinque aree: innovazione e riformulazione dei prodotti, informazione nutrizionale al consumatore, pubblicità e marketing ai bambini, dieta bilanciata e attività fisica, partnership pubblico-private.

Questo secondo rapporto permette di continuare il dialogo strutturato e costruttivo tra IFBA e OMS, iniziato nel Novembre del 2009.

¹ Il testo integrale dei principi IFBA "IFBA principles for fact-based nutrition labeling" è disponibile a questo indirizzo: [https://www.ifballiance.org/sites/default/files/IFBA%20Nutrition%20Labelling%20Principles%20\(Nov%202010\).pdf](https://www.ifballiance.org/sites/default/files/IFBA%20Nutrition%20Labelling%20Principles%20(Nov%202010).pdf)

MONITORAGGIO DELLE PUBBLICITÀ ALIMENTARI A LIVELLO GLOBALE

Dal 2009, nel quadro della propria partecipazione all'IFBA, Ferrero sottopone i propri impegni volontari ad un monitoraggio esterno allo scopo di valutarne la corretta applicazione a livello nazionale, regionale e globale.

Per il terzo anno consecutivo, nel settembre 2011, "Accenture Media Management" ha valutato la conformità della pubblicità televisiva, della pubblicità su stampa e su internet, rispetto agli impegni assunti dalle aziende coinvolte nelle proprie politiche di autoregolamentazione delle pubblicità indirizzate ai bambini.

Per il 2011, il tasso di conformità delle aziende facenti parte dell'IFBA per la pubblicità televisiva è stato 97,6% sulla base di un campione di oltre un milione di spot diffusi in Australia, Brasile, Cina (regione di Guangzhou), India, Messico, Nuova Zelanda, Russia, Sud Africa, Thailandia e Ucraina.

La percentuale di rispetto degli impegni assunti nella pubblicità su stampa e su internet è stata pari al 100% del campione utilizzato per più di 40 pubblicazioni e per quasi 100 siti analizzati su 7 mercati (Australia, Brasile, Cina, Nuova Zelanda, Russia e Sud Africa).

Per Ferrero, il monitoraggio per il corrente anno si è concentrato su Australia, Brasile e Messico, il cui esito riporta piena conformità (100%) in Brasile e alti tassi di conformità anche in Australia (98.1) e Messico (99.3%).

APPLICAZIONE DELLE AUTOREGOLAMENTAZIONI PUBBLICITARIE A LIVELLO EUROPEO

Dal 1° Gennaio 2009, Ferrero partecipa attivamente all'auto-regolamentazione delle pubblicità alimentari nell'ambito dell' "EU Pledge" (www.eu-pledge.eu). Durante il 2011, il monitoraggio degli impegni assunti in seno all'EU Pledge è stato svolto da due società esterne ed indipendenti. Di seguito i risultati:

- Il 2011 conferma i risultati positivi e in linea con gli anni precedenti. Per la pubblicità televisiva, il tasso di conformità è del 99,1% su un campione di quasi un milione di spot diffusi in Francia, Irlanda, Olanda, Polonia, Portogallo, Romania e Slovenia.
- Per la stampa e per internet il tasso è pari al 100%.
- Il rispetto dell'impegno assunto in merito alla comunicazione nelle scuole dimostra un miglioramento sostanziale rispetto allo scorso anno con un tasso di conformità pari al 98% nel 2011 rispetto al 92% del 2010.
- Una riduzione dell'esposizione dei bambini alle pubblicità di tutti i prodotti dei membri del Pledge europeo : -36% nel 2010 e -21% nel 2011 (rispetto al 2005).
- Per il terzo anno consecutivo, viene confermato il trend decrescente per quel che riguarda l'esposizione dei bambini alle pubblicità nei programmi per bambini (> 50% e < 12 anni) dei prodotti che non soddisfano i criteri nutrizionali fissati dalle imprese: -60% nel 2010 e -79% nel 2011 (rispetto al 2005).

In linea con gli impegni assunti lo scorso anno, Ferrero ha ottimizzato il rispetto degli impegni del Pledge UE aumentando il tasso di conformità dal 95,04% del 2010 al 99,8% del 2011 (per la pubblicità televisiva) e mantenendo il tasso di conformità al 100% per la stampa.

In vista dell'inclusione nel monitoraggio dei siti web aziendali nell' "EU PLEDGE", la "World Federation of Advertisers" ha richiesto alla "European Advertising Standards Alliance" (EASA) di condurre un controllo della conformità delle comunicazioni commerciali contenute nei siti web aziendali nei confronti dei bambini (< 12) identificando i prodotti pubblicizzati ai minori di 12 anni, rispetto al "Regolamento-quadro per una comunicazione pubblicitaria responsabile in ambito alimentare" adottato dalla Camera di Commercio internazionale (ICC Food Framework – International Chamber of Commerce), nonché (dove applicabile) con i codici o regolamenti locali e/o settoriali che ne derivano.

Per quel che riguarda Ferrero, su 21 siti web aziendali esaminati negli 8 paesi presi in considerazione, (Repubblica Ceca, Francia, Germania, Olanda, Polonia, Svezia e Regno Unito) non è stata riscontrata nessuna violazione rispetto ai codici e ai regolamenti nazionali.

PROSSIMI PASSI:

- Sviluppo di un nuovo progetto del Network Europeo di EPODE sulla promozione delle ineguaglianze nell'accesso alla sanità, intitolato "EPHE- EPODE for the promotion of Health Equity" che avrà una durata triennale (2012-2014).
- Impegno a livello globale, a partire dal 1° Gennaio 2012, a non pubblicizzare i propri prodotti in televisione, sulla stampa o via Internet ad un pubblico costituito prevalentemente (per più del 50%) da bambini di età inferiore ai 12 anni di età.
- A partire dal 1° gennaio 2013, Ferrero applicherà la 'IFBA Global Policy on Marketing and advertising to children' alle audience costituite per più del 35% da bambini di età inferiore ai 12 anni.
- Applicazione a livello globale, entro il 2015, degli "International Food and Beverage Alliance "Principles for a global approach to fact-based nutrition labelling" con priorità in Messico e negli Stati Uniti entro la fine del 2012.

PER LA PROMOZIONE DI UN APPROCCIO CRITICO ALLA PUBBLICITÀ

Coerentemente con quanto fatto nel 2010, anche nel corso del 2011, Ferrero ha continuato a sostenere il Programma Media Smart, con l'obiettivo di stimolare nei bambini un approccio critico alla pubblicità. Il Programma è stato implementato nei seguenti Paesi: Olanda, UK, Germania, Portogallo, Ungheria, Svezia, Francia.





PRATICHE AGRICOLE
SOSTENIBILI

PRATICHE AGRICOLE SOSTENIBILI

Il Gruppo Ferrero preferisce, da sempre, instaurare **rapporti commerciali diretti di lunga durata**, con i produttori e fornitori di materie prime, basati sul dialogo e sulla trasparenza.

Come già evidenziato nel secondo rapporto CSR, il **Codice di Condotta Commerciale Ferrero** stabilisce, tra l'altro, chiari requisiti riguardanti l'elevata qualità e freschezza delle materie prime nel pieno rispetto dei principi etici e di sostenibilità (per il testo completo del Codice si rinvia all'indirizzo www.ferrero.com). Il Codice è correlato da un piano di condivisione, da attuare entro il 2013, con gli attori interni ed esterni della catena produttiva, denominato piano **ABCDE** (A Business Code Dialogue Engagement), che ci consentirà di rafforzare ulteriormente le relazioni con i fornitori di materie prime.

Anche attraverso il piano ABCDE, il Gruppo Ferrero promuoverà, tra l'altro, l'impegno a favore delle **buone pratiche agricole**, così definite: "l'applicazione della conoscenza disponibile per l'uso delle risorse naturali in modo sostenibile per la produzione di alimenti sani e sicuri e di prodotti agricoli non alimentari, nel rispetto dell'essere umano per garantire produttività economica e stabilità sociale" (FAO, Buone Pratiche Agricole, giugno 2002).

I NOSTRI INGREDIENTI PRINCIPALI

La provenienza geografica e le modalità di approvvigionamento delle materie prime utilizzate dal Gruppo costituiscono i parametri fondamentali delle nostre scelte. I nostri due criteri di selezione sono quindi: **l'eccellenza nella qualità ed il rispetto dei diritti umani e della sostenibilità**.

Nel presente capitolo si evidenziano le iniziative Ferrero per le singole materie prime agricole utilizzate nel Gruppo, nel rispetto dei seguenti obiettivi.

Materie prime	Obiettivi	Scadenze
LATTE	30% da filiera integrata	2012
UOVA	100% delle uova da galline a terra nel rispetto del benessere animale	2014
CAFFÉ	100% certificato come sostenibile	2015
OLIO DI PALMA	100% certificato come sostenibile	2015
CACAO	100% certificato come sostenibile	2020
NOCCIOLE	Implementazione del piano sulla tracciabilità per il 100% delle nocciole	2020

CACAO

Ferrero ha riconfermato l'obiettivo di utilizzare il **100% di cacao sostenibile entro il 2020** e di conseguire una verifica indipendente e credibile, da parte di terzi per le forniture di cacao. Tale verifica contribuirà tra l'altro, ad evitare che il **traffico illecito, le forme peggiori di sfruttamento di lavoro minorile e il lavoro forzato degli adulti siano presenti nella catena di fornitura del cacao**.



Inoltre, in virtù del **Codice di Condotta Commerciale**, Ferrero conferma la propria ferma intenzione a contribuire all'eliminazione del lavoro minorile, a cominciare dalle sue forme peggiori, e tutte le forme di schiavitù, la tratta di essere umani, il lavoro forzato o obbligatorio e quello dei detenuti. Il Codice di Condotta Ferrero è basato sui principi della Convenzione sull'età minima dell'ILO n. 138 e la Convenzione n. 182 sulle peggiori forme di lavoro minorile. Attraverso tale Codice, Ferrero è attiva con tutti i suoi partner della catena produttiva per rispettare tali obiettivi. Il Codice di Condotta Commerciale Ferrero è disponibile alla pagina

www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/.

Per raggiungere tali obiettivi, Ferrero ha stilato la seguente tabella di marcia:

Cacao verificato sul volume totale	Anni	Standard e progetti di verifica	Paesi produttori di cacao
20%	2011/2013	Certificazione UTZ, Rainforest Alliance, Certification Capacity Enhancement, Source Trust e altri	Principalmente da Costa d'Avorio, Ghana, Nigeria, Ecuador
40%	2013/2015		
60%	2015/2017		
80%	2017/2019		
100%	2020		

Schemi di certificazione e partner

Ferrero sta collaborando con schemi quali "Utz, Rainforest Alliance" e "CCE" (Certification Capacity Enhancement, www.gtz.de/en/weltweit/afrika/cote-d-ivoire/33272.htm) assieme a fornitori, cooperative e "Source Trust" (www.sourcetrust.org). Altri modelli per aiutare gli agricoltori, come "Fundacion Maquita" (www.fundmcch.com.ec) in Ecuador, continuano a rivestire per noi fondamentale importanza in Sud America.

Nel **2010/11** Ferrero ha acquistato circa il **15 %** di cacao nell'ambito di questi schemi:

- ▣ 1,2% cacao certificato UTZ o Rainforest Alliance
- ▣ 1,3% schema Fundacion Maquita
- ▣ 12,2% cacao tracciabile attraverso Source Trust e altri

Nel **2011/12** Ferrero ha acquistato circa il **20%** del suo cacao nell'ambito di questi schemi:

- ▣ 5% cacao certificato UTZ o Rainforest Alliance
- ▣ 4% schema CCE e schema Fundacion Maquita
- ▣ 12% cacao tracciabile attraverso Source Trust e altri

Nel **2012/13** Ferrero ha in programma di acquistare circa il **40%** del suo cacao come:

- ▣ 20% cacao certificato UTZ o Rainforest Alliance
- ▣ 20% CCE, Fundacion Maquita e cacao tracciabile

Le previsioni indicate potrebbero subire delle variazioni in base alle quantità effettivamente disponibili sul mercato ed alle condizioni geopolitiche dei Paesi produttori.

Oltre a tali schemi di certificazione Ferrero continua il suo impegno attraverso **progetti specifici**, quali:

Costa d'Avorio

Assieme a “Noble Resources S.A.” (www.thisisnoble.com), uno dei principali partner nell’approvvigionamento di cacao, e alla “Coopérative Anonklon de Bianouan” (COABIA) **finzieremo la costruzione di una scuola** in un piccolo villaggio della Costa d’Avorio. Situata ad est, vicino alla frontiera con il Ghana, Sinikosso è una comunità rurale la cui principale attività è la coltivazione del cacao e in cui abitano 250 coltivatori soci della cooperativa COABIA.

Per migliorare l’accesso a un’istruzione di qualità nelle aree in cui acquistiamo il cacao, lo sviluppo di questa scuola significherà che quasi **200 bambini finora fuori dal sistema scolastico** potranno frequentare la scuola ogni giorno.

Ferrero e Noble Resources S.A. sono coinvolti nel programma UTZ rivolto ai coltivatori nel villaggio affinché ricevano una formazione sulle buone pratiche agricole e sulla sicurezza delle condizioni di lavoro.

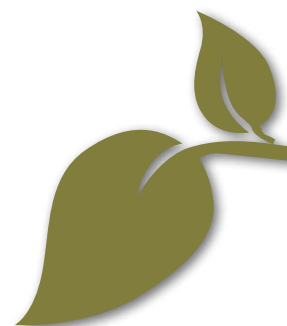


Cooperativa “Anonklon de Bianouan”

Inoltre, attraverso la nostra collaborazione con Noble Resources S.A., il 10% del cacao che proviene dalla Costa d’Avorio sarà a **zero emissioni di carbonio nel 2012 e verificato in maniera indipendente da Tuev Nord**, uno dei principali enti certificatori. Pertanto, questo cacao avrà un’impronta di carbonio pari a zero. Tutte le emissioni prodotte nelle aziende durante la lavorazione e il trasporto di cacao vengono compensate grazie a progetti efficienti sotto il profilo energetico e delle energie rinnovabili, riducendo le emissioni di CO₂.

Ghana e Nigeria

Assieme a Source Trust il nostro impegno sarà teso a coprire **tutti gli aspetti** che aiuteranno i coltivatori ad aumentare la resa e la qualità del raccolto, nonché a sviluppare la loro attività commerciale, inclusa la formazione sulle buone pratiche agricole, i semenzai e le piantine, i contributi per le aziende e le attrezzature a credito, i centri di risorse per il villaggio “Village Resource Centers” (che forniscono accesso a formazione informatizzata per agricoltori), la prevenzione della malaria e le infrastrutture per la comunità).



Progetto FADU

Ferrero contribuirà ad un investimento di 15 milioni di Euro nel cacao sostenibile da parte delle principali aziende del mondo, nel 2012. Nell'ambito del "Programma per la produttività e qualità del cacao" (Cocoa Productivity and Quality Program – CPQP) e sotto l'egida di IDH (Sustainable Trade Initiative, www.idhsustainabletrade.com), Ferrero collabora con Continaf (www.continaf.com), Petra Foods (www.petrafoods.com), Oxfam Novib (www.oxfamnovib.nl), Fadu (www.fadu.info) e WAFF (www.waffcompany.com) in un progetto denominato "Fadu Project", dove:

- ▣ 7.500 coltivatori saranno coinvolti nella formazione e riceveranno assistenza tecnica;
- ▣ Il primo obiettivo è l'aumento della produttività che, assieme ai premi, garantirà ai coltivatori un reddito più elevato e costante;
- ▣ Ferrero acquisterà circa 6.000 tonnellate di cacao UTZ di alta qualità, tracciabile e certificato come sostenibile.



Con il progetto FADU, i coltivatori di cacao acquisiranno maggiore professionalità: ciò comporterà un aumento della produttività da 300 kg/ha ad almeno 1.000 kg/ha e migliorerà la qualità delle fave di cacao. L'obiettivo è di trasformare la coltivazione del cacao in un'attività economica sostenibile per piccoli proprietari terrieri e, in tal modo, fare aumentare il reddito dei coltivatori di cacao. Il programma incentrerà le proprie attività sull'uso dei fertilizzanti, sulla "professionalizzazione" dei coltivatori di cacao e sui meccanismi di finanziamento, per conseguire progressi nel campo della qualità, produttività e organizzazione dei coltivatori.

Tracciabilità

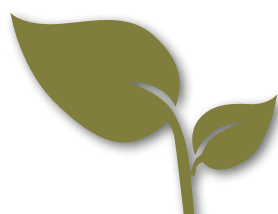
Ferrero ha già iniziato nel 2008/2009 ad attuare un programma che garantisca la tracciabilità del proprio approvvigionamento di cacao in Ghana. Questo consente a Ferrero di risalire alla produzione di cacao al livello di piccoli gruppi di coltivatori e delle loro comunità. Ferrero opera con Source Trust, che è partner della “Cocobod Armajaro Traceable Foundation” (CATF), fornendo un “premio” sul “cacao tracciabile” per finanziare programmi nelle comunità/distretti dove viene acquistato il cacao. Source Trust utilizza il supporto di Ferrero per migliorare la qualità della vita dei coltivatori con programmi che includono formazione per i coltivatori, contributi per il credito, fornitura di piantine e progetti per la comunità inclusi i “Village Resource Center”, pozzi e progetti sanitari.

Per una panoramica dettagliata del programma consultare il sito www.sourcetrust.org/ferrero_projects.html.



Nel frattempo abbiamo potenziato l'approvvigionamento di cacao tracciabile con altri venditori di cacao. Conoscere la provenienza del cacao consentirà a Ferrero di compiere un importante passo in avanti verso il proprio obiettivo di ottenere “audit” indipendenti e credibili da enti terzi accreditati per verificare le condizioni di lavoro, e in particolare l'assenza del lavoro minorile.

Inoltre, con Source Trust inizieremo l'attuazione della “Geotracciabilità” che ci consentirà di conoscere meglio i coltivatori e la loro posizione geografica. La geotracciabilità sarà utilizzata come monitoraggio e valutazione delle attività che portiamo avanti con i coltivatori. Ciò consentirà di offrire un supporto più efficace per migliorare la qualità della vita dei nostri coltivatori.



APPROCCIO COLLETTIVO

Oltre ai progetti di partenariato già illustrati, Ferrero continua a sostenere un “approccio collettivo”, relativamente al settore del cacao.

1. Ferrero è membro della World Cocoa Foundation (www.worldcocoafoundation.org) ed ha sostenuto il lancio dell'African Cocoa Initiative (ACI) insieme con le agenzie “USAID”, “IDH” e 14 aziende di cacao e cioccolato, con un budget di 13,5 milioni di \$, in 5 anni, in 4 paesi (Camerun, Ghana, Costa d'Avorio, Nigeria). L'obiettivo è quello di istituzionalizzare modelli di alleanza efficaci pubblico-privato per supportare l'agricoltura sostenibile.
2. Come già anticipato nei precedenti rapporti CSR, Ferrero è membro del consiglio di amministrazione dell' International Cocoa Initiative – ICI (www.cocoainitiative.org)

Cos'è l'ICI

Si tratta di una fondazione il cui scopo è “monitorare e sostenere l'impegno ad eliminare le peggiori forme di lavoro minorile e il lavoro forzato nella produzione di cacao e dei prodotti derivati”.

L'ICI è un partenariato tra la società civile, i sindacati e l'industria del cioccolato e del cacao, che sono tutti rappresentanti nel consiglio di amministrazione. L'ICI lavora con le autorità nei paesi di produzione del cacao, con agenzie tecniche nazionali e internazionali, con le comunità produttrici di cacao, per offrire una soluzione reale e sostenibile all'eliminazione delle peggiori forme di lavoro minorile e del lavoro forzato nella catena di approvvigionamento del cacao.

L'ICI è finanziata grazie ai contributi dei membri del consiglio di amministrazione provenienti dall'industria del cacao e le decisioni sulla strategia di guida del programma sono assunte dal consiglio nell'insieme, inclusi i membri della società civile.

I programmi dell'ICI vengono implementati in Ghana e in Costa d'Avorio (che rappresentano insieme quasi il 70% della produzione mondiale di cacao) e nei paesi limitrofi; qui l'ICI opera a livello nazionale per aiutare i governi a mantenere il proprio impegno di garantire un ambiente protetto per i bambini e per i lavoratori delle comunità che coltivano cacao. L'ICI opera anche a livello di comunità per assicurare che la pianificazione e attuazione di azioni sia radicata nelle popolazioni.

I risultati del 2011

Nel 2011, 290 comunità coltivatrici di cacao, di cui 157 in Ghana e 133 in Costa d'Avorio, pari a una popolazione di 689.000 persone, sono state sostenute dall'ICI e dai suoi partner incaricati dell'attuazione. Dal 2006, un totale di 1.169 azioni sono state finanziate dall'ICI per ridurre la vulnerabilità dei bambini nei confronti del lavoro minorile, inclusa la costruzione o il ripristino di 520 aule di cui hanno beneficiato 38.000 alunni. Nel 2011, sono state attuate 260 nuove iniziative per migliorare l'accesso all'istruzione di qualità e per ridurre la vulnerabilità dei bambini.

Nell'ultimo anno, oltre 130 comunità hanno beneficiato delle iniziative promosse dall'ICI (tese principalmente a migliorare l'accesso all'istruzione per i bambini che abitano nelle aree di coltivazione del cacao) attuate direttamente dalle Autorità locali o dalle comunità beneficiarie stesse, come la costruzione di nuove aule, alloggi per insegnanti e nuovi posti di lavoro per gli insegnanti. Il risultato è stato che sono state costruite 133 nuove aule nel 2011 e che sono stati assunti 36 insegnanti: ne hanno beneficiato 1.800 allievi.

“Framework of action to support the implementation of the Harkin-Engel Protocol”

Il Dipartimento del Lavoro degli Stati Uniti, il Senatore Tom Harkin, l'Onorevole Eliot Engel, il governo della Repubblica della Costa d'Avorio, il governo della Repubblica del Ghana ed i rappresentanti dell'industria del cioccolato e del cacao hanno sottoscritto una collaborazione per ridurre del 70% le peggiori forme di lavoro minorile sia in Ghana che in Costa d'Avorio, entro il 2020. Tale “Framework” consiste in una “roadmap to remediation” e riafferma il nostro comune impegno a lavorare in maniera collaborativa e trasparente per eliminare le peggiori forme di lavoro minorile nelle aree di coltivazione del cacao in Costa d'Avorio ed in Ghana, inclusi il sostegno per la raccolta di dati significativi, la garanzia della formazione, servizi di recupero per i bambini vulnerabili e il sostegno alla qualità della vita delle famiglie dei bambini vulnerabili.

Al fine di accelerare il raggiungimento di tali obiettivi, il Dipartimento del lavoro degli Stati Uniti ha stanziato 10 milioni di dollari nel 2010 per un nuovo progetto ILO-IPEC contro il lavoro minorile nelle comunità del cacao e l'industria internazionale del cacao e del cioccolato ha deciso di erogare nuovi finanziamenti pari a 7 milioni di dollari per i prossimi 5 anni, con la possibilità di aggiungerne altri 3 milioni. I governi della Costa d'Avorio e del Ghana si sono impegnati a provvedere alle necessarie risorse umane e finanziarie per sostenere i propri “Piani di azione nazionale” in collaborazione con gli interlocutori del “Framework”.

L'impegno di Ferrero nell'ambito del “Framework of Action” si espliciterà attraverso il progetto “Ferrero Cocoa Community Commitment – F3C” in collaborazione con Source Trust:

- Programma quadriennale di valorizzazione delle comunità riguardante 8.800 famiglie di coltivatori di cacao, ovvero circa 26.000 bambini, con il 20% di coltivatrici coinvolte;
- Da 5.000 a 7.000 tonnellate di cacao prodotte da coltivatori formati secondo lo schema “Certification Capacity Enhancement (CCE)”, in Ghana, con le verifiche di un ente certificatore riconosciuto;
- Un aumento fino a “cinque volte” del “sistema di monitoraggio del lavoro minorile in Ghana”, da 30 comunità pilota a 162 comunità, con un modello organizzativo dei coltivatori basato sulla comunità, in partenariato con il “Ghana National Program for the Elimination of the Worst Forms of Child Labor (NPECLC)”;
- Servizio di formazione per i coltivatori con l'accento posto sulle buone pratiche sociali assieme all'istituzione di 8 “Village Resource Centers” per rendere più efficiente l'insegnamento e l'apprendimento.

Ferrero aggiungerà alle iniziative già in corso nuovi progetti e programmi nei prossimi anni in vista dell'obiettivo del 2020.

OLIO DI PALMA

Nei primi due rapporti CSR avevamo già anticipato l'obiettivo di approvvigionamento di olio di palma ad uso alimentare **certificato come sostenibile per il 100% del nostro fabbisogno entro il 2015**. Nell'anno di riferimento del presente rapporto, il nostro fabbisogno corrisponde a circa 140.000 tonnellate annue. Ferrero, in linea con il proprio saldo impegno a favore delle sostenibilità, ha deciso di approvvigionarsi in olio di palma proveniente principalmente dalla Malesia, in particolare quasi esclusivamente dalla Malacca, e dalla Papua Nuova Guinea, aree meno coinvolte dal processo di deforestazione.

Più nel dettaglio è nostra intenzione approvvigionarci, ove possibile, di olio di palma segregato e/o certificato come sostenibile, secondo la seguente tabella di marcia aggiornata attraverso un attento monitoraggio:

quadro temporale	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
% olio di palma certificato sostenibile	20%	30-50%	50-70%	100%

Ferrero prevede di utilizzare lo schema UTZ e il fornitore attualmente più rilevante è "New Britain Palm Oil", azienda situata in Papua Nuova Guinea, precisamente in Kimbe (West New Britain), che esiste dal 1967.

La segregazione dell'olio di palma può essere raffigurata con il seguente schema relativo alle differenze tra i diversi metodi di controllo della catena di approvvigionamento ad oggi disponibili:



Come si evince, la segregazione fornisce la possibilità di risalire interamente nella catena di approvvigionamento sino alle piantagioni dell'olio di palma.

L'olio di palma certificato come sostenibile è utilizzato nei prodotti Ferrero in % crescente secondo la tabella illustrata. Ferrero ha sviluppato un'esclusiva tecnica di frazionamento dell'olio di palma che consente di mantenere intatte le qualità organolettiche del prodotto, aumentandone la cremosità, **evitando il ricorso a grassi idrogenati**. Tra le poche opzioni ad oggi scientificamente disponibili per non utilizzare i grassi idrogenati, l'olio di Palma presenta vantaggi organolettici, tecnologici e di stabilità, superiori ad altri olii.

PARTECIPAZIONE AI TAVOLI INTERNAZIONALI

Dal 2005, Ferrero è parte attiva della “**Round Table on Sustainable Palm Oil**” (www.rspo.org), Organizzazione che rappresenta i consumatori, i trasformatori e rivenditori di olio di palma, oltre che banche, investitori e associazioni ambientaliste e di sviluppo sociale.

I principali obiettivi perseguiti dalla RSP0 sono:

- la sospensione delle attività di deforestazione selvaggia legate alla coltivazione della palma da olio;
- un sistema di tracciabilità e di certificazione credibile.

Continua l'impegno di Ferrero nell'ambito della **campagna “Deforestazione zero”** diretta a fermare la distruzione delle foreste del Sud Est Asiatico legata all'espansione delle coltivazioni di palma da olio. Il Gruppo Ferrero, insieme agli altri firmatari, continuerà a promuovere tale campagna con l'obiettivo, tra l'altro, di far convergere tutte le singole iniziative verso il traguardo comune di un approvvigionamento sostenibile dell'olio di palma, entro il 2015.

UOVA

Sulla base della legislazione europea sul benessere degli animali e in particolare delle galline, Ferrero ha deciso di adottare un programma volontario ed una tabella di marcia per l'approvvigionamento di uova «sostenibili».

Le uova utilizzate da Ferrero rappresentano circa lo 0,09% del totale degli approvvigionamenti di Ferrero in materie prime; questa cifra corrisponde a meno dello 0,25% del totale della produzione europea.

La tabella di marcia di Ferrero prevede di acquistare le uova da galline allevate a terra, quindi non in batterie, secondo il seguente calendario:

- 40% del nostro fabbisogno entro settembre 2012
- 60% entro settembre 2013
- 100% entro settembre 2014.

I nostri fornitori di uova si trovano in Europa e il piano illustrato li coinvolge direttamente. Tale piano, inoltre, copre tutti i prodotti da forno di Ferrero che sono gli unici che contengono uova nella nostra produzione totale.

Il piano e la tabella di marcia sono state condivise con alcune ONG attive sul fronte del benessere animale.



NOCCIOLE

Ferrero è tra i maggiori utilizzatori al mondo di nocciole, provenienti perlopiù dall'Italia e dalla Turchia. In Cile, Argentina, Georgia e Sudafrica sono in corso di svolgimento alcuni progetti sviluppati dall' "Hazelnut Business Development" (HBD) creato da Ferrero nel 2006.

Per preservarne al massimo la qualità, sono stati sviluppati processi di tostatura e impianti con tecnologie esclusive, che permettono di esaltare l'aroma e il gusto di questo nostro ingrediente di base.

I principi della strategia di approvvigionamento Ferrero, sottoscritti anche dai fornitori turchi, sono:

- ▣ assicurare l'eccellenza della produzione, secondo standard di freschezza, qualità e sicurezza;
- ▣ sostenere le buone pratiche agricole rispettose dell'ambiente e della biodiversità, limitando l'utilizzo di agenti chimici ed incoraggiando pratiche ecosostenibili;
- ▣ rispettare e far rispettare dai propri fornitori, condizioni di lavoro ed economiche pienamente conformi a tutte le normative vigenti, ai regolamenti e alle leggi locali, oltre che alle Convenzioni internazionali applicabili;
- ▣ evitare il ricorso a qualsiasi forma di lavoro minorile, a cominciare dalle forme più gravi, e di lavoro forzato;
- ▣ sostenere la stabilità del reddito degli agricoltori anche attraverso l'applicazione, ove possibile, di specifici meccanismi commerciali (ad esempio contratti a lungo termine);
- ▣ incoraggiare politiche di prezzo equo e trasparente per entrambe le parti nel rispetto del «Principio di Indipendenza» secondo il quale: i partner commerciali riconoscono di essere entità economiche indipendenti e rispettano il reciproco diritto di definire la propria strategia e politica di gestione, in termini di produzione, distribuzione, vendita, marketing e finanza, inclusa la libertà di decidere indipendentemente se firmare o meno un accordo.

Per mettere in pratica al meglio tali principi, Ferrero ha adottato un piano che prevede di ottenere, entro il 2020, la tracciabilità del 100% delle nocciole utilizzate.

Tale piano prevede dettagliati programmi attivati nei paesi dai quali ci approvvigioniamo maggiormente tra cui la Turchia e la Georgia. Di seguito la descrizione di tali attività.

Come anticipato nel precedente rapporto CSR anche nell'anno in esame, la Ferrero ha dedicato particolare attenzione alle relazioni con i fornitori di nocciole provenienti dalla Turchia. I temi trattati riguardano gli elevati standard di qualità e sicurezza e alcuni aspetti etici, sociali ed ambientali. Abbiamo intensificato gli scambi con le Autorità nazionali per un affinamento delle attività svolte sul campo in ottemperanza delle Convenzioni internazionali contro lo sfruttamento del lavoro minorile e a favore di un approvvigionamento ecosostenibile.



Il nostro piano di approvvigionamento sostenibile, verso l'obiettivo generale già descritto, prevede il coinvolgimento in Turchia di "Scientific Certification System" (SCS), un istituto di certificazione mondiale, che svilupperà un progetto secondo le seguenti fasi:

- Fase 1: creazione di uno standard di approvvigionamento responsabile, metodologia di audit e sistemi di reporting organizzati sulla base di informazioni provenienti dai fornitori Ferrero
- Fase 2: valutazione delle "labor practices" tra i coltivatori ed operatori del settore in accordo sulla base delle prestazioni ambientali e della trasparenza economica attraverso visite sul campo.

Ciò accadrà in tempo per l'inizio delle operazioni di raccolta dell'agosto 2012. In questo modo, SCS provvederà al consolidamento dell'impegno di Ferrero per promuovere le buone pratiche di lavorazione in connessione diretta con le attività agricole.

Per quanto riguarda la descrizione delle iniziative dell' "Hazelnut Business Development" (HBD), svolte in Cile, Argentina, Georgia e Sudafrica, si rinvia al secondo rapporto CSR (www.ferrero.com). Anche tali iniziative concorrono all'obiettivo del 100% tracciabilità delle nocciole Ferrero, entro il 2020.

Più nel dettaglio, in Georgia, sono in corso due programmi di seguito descritti.

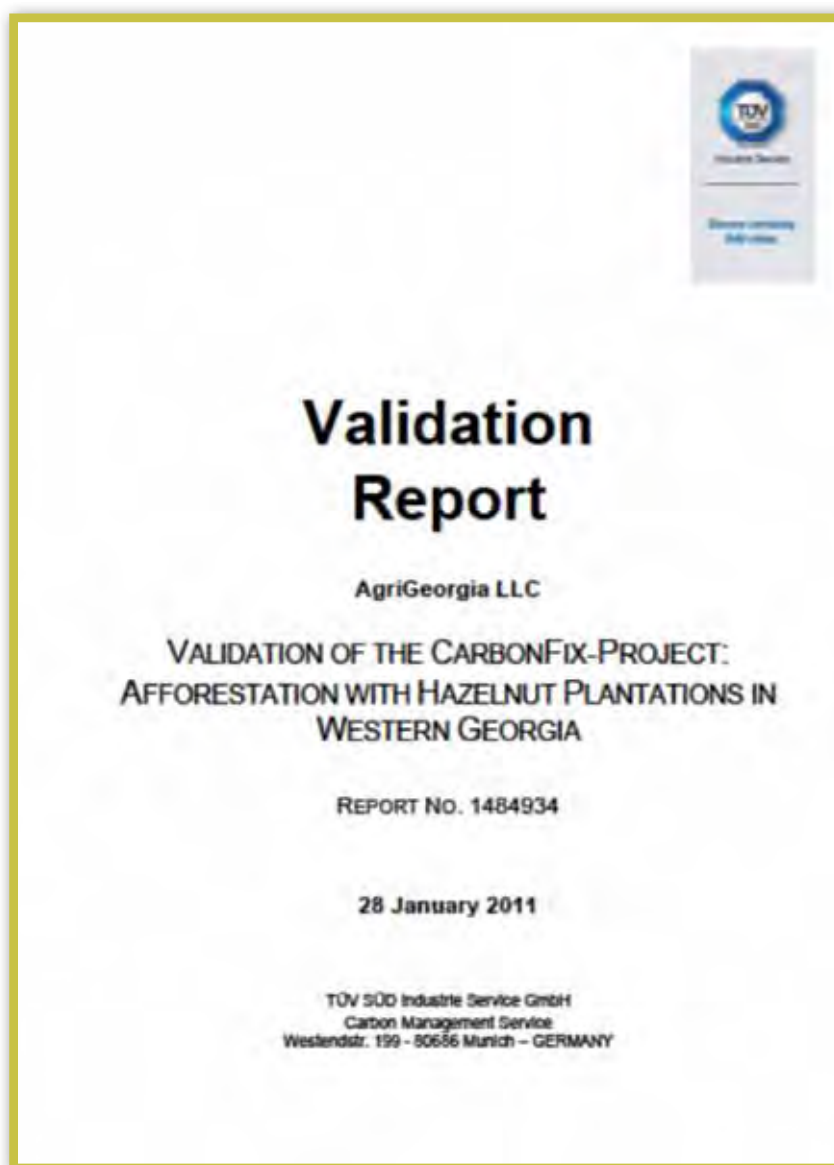
Ferrero sostiene l'iniziativa "Economic Prosperity Initiative" (EPI), basata in Georgia. Si tratta di un programma finanziato dall'Agenzia per lo sviluppo internazionale statunitense (USAID) il cui obiettivo è migliorare la competitività della Georgia anche nel settore delle nocciole.

Con il comune intento di assistere il settore della nocciola e migliorare i redditi delle aziende rurali, Ferrero e EPI hanno discusso della cooperazione per progettare e attuare un programma di formazione sulla nocciola e per formalizzare un partenariato firmando un «Memorandum of Cooperation» per formare un'intesa ovvero una "Global Development Alliance", entro la prima metà del 2012. Il partenariato cercherà di aiutare 2.100 coltivatori di nocciole per migliorare sia la quantità che la qualità della produzione: si arriverà così ad un aumento dei prezzi dei loro prodotti e all'aumento del reddito dei contadini. L'idea sarà di introdurre le tecnologie moderne e le migliori pratiche nella produzione di nocciole sui punti critici nel ciclo della raccolta per adeguarsi ai piccoli coltivatori che rappresentano la maggior parte del settore.

Tale impegno contribuirà alla crescita di uno dei settori più strategici della Georgia.

Come anticipato nel rapporto CSR dell'anno scorso, confermiamo l'avvenuta validazione del progetto "carbonio" sviluppato da "Agrigeorgia", una società del Gruppo. La certificazione (di seguito illustrata) è stata ottenuta tramite l'ente tedesco Tuv Sud, nel gennaio del 2011 ed assegna all'azienda georgiana circa 400.000 tonnellate di CO₂eq che vengono "sequestrate" dalle piante di nocciolo messe a dimora e dalle attente pratiche agricole scelte per diminuire l'impatto ambientale. Il progetto prevede inoltre un'importante area dove l'azienda si impegna a proteggere e tutelare, da qualsiasi tipo di perturbazione, circa 200 ha di foresta secondaria per un periodo di tempo di 50 anni. L'iter progettuale è stato condiviso passo per passo con la popolazione locale che ha potuto interagire con Agrigeorgia e fornire opinioni e suggerimenti durante riunioni appositamente programmate.





CAFFÈ

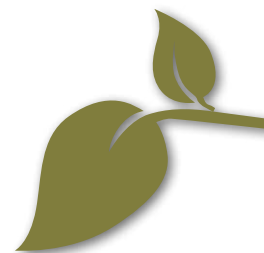
Come già anticipato nel secondo rapporto CSR, il nostro obiettivo é quello di approvvigionarci unicamente di caffè certificato come sostenibile entro il 2015.

Il nostro piano di approvvigionamento sostenibile prevede la seguente tabella di marcia:

anno	% di approvvigionamento sostenibile
10/11	oltre il 5%
11/12	oltre il 35 %
12/13	oltre il 50%
13/14	oltre il 70 %
14/15	100%

Ad oggi, la quota del nostro caffè sostenibile è certificata e verificata esternamente da UTZ e da Rainforest Alliance.

L'intenzione di Ferrero di impegnarsi a investire nell'approvvigionamento sostenibile dimostra l'approccio a lungo termine intrapreso dal Gruppo in materia di protezione ambientale e di valutazione degli impatti sociali sui paesi produttori. "Siamo stati orgogliosi di essere loro partner in progetti sul campo negli ultimi due anni, dove i coltivatori sono formati per fornire cacao tracciabile e sostenibile," ha dichiarato de Vries, Field Director di UTZ Certified. "Siamo lieti di sapere che Ferrero ha stabilito un altro obiettivo ambizioso, ossia acquistare un'importante quota di caffè da UTZ Certified entro il 2015. Con questi impegni concreti, Ferrero sta assumendo un ruolo guida nel creare un mondo in cui l'agricoltura sostenibile è la norma".



ZUCCHERO

Ferrero è impegnata da decenni con cooperative agricole e produttori di zucchero situati principalmente in Germania, Francia, Polonia, Belgio, Irlanda e Canada.

In particolare, in Germania ed in Italia intratteniamo relazioni con gli stessi fornitori da circa 40 anni.

Recenti accordi comunitari a sostegno dei Paesi in via di Sviluppo hanno facilitato l'approvvigionamento da Paesi terzi e il Gruppo Ferrero ha messo in atto procedure di selezione di nuovi produttori in varie regioni del mondo sulla base degli stringenti criteri di qualità ed ecosostenibilità applicati da sempre.

Lo zucchero che acquistiamo può essere indicativamente ripartito nel seguente modo: 80% zucchero da bietola e 20% zucchero di canna raffinato.

In accordo con quanto previsto dalla strategia di Gruppo sul non utilizzo di Organismi Geneticamente Modificati - OGM (si veda la parte dedicata al Codice di Condotta Commerciale nella parte introduttiva del presente rapporto), **il Gruppo si approvvigiona esclusivamente di zucchero non derivante da OGM.**

Come previsto nel primo rapporto CSR, nel 2010 il Gruppo ha confermato la propria iscrizione al registro "**Bonsucro™ - Better Sugar Cane Initiative**" (www.bonsucro.com). L'obiettivo di tale iniziativa internazionale è quello di definire gli indicatori globali per la sostenibilità nella produzione di zucchero da canna. I soci fondatori, tra cui Ferrero, tendono ad identificare i criteri di una certificazione che compri i miglioramenti economici, ambientali e sociali dell'intera filiera.



LATTE

Il Gruppo si approvvigiona di latte proveniente da fornitori scrupolosamente selezionati ed estremamente affidabili, in aree a vocazione lattiera, con caratteristiche di freschezza ideali per garantire l'ottima qualità di un prodotto così delicato e prezioso, in particolare per i bambini.

I rapporti di lunga durata ci consentono di realizzare nel tempo un programma di sviluppo e crescita reciproca, sviluppando una filiera corta e sostenibile.

Come anticipato nel primo rapporto CSR, continuiamo a sostenere il “**progetto di filiera integrata**”, che mira a fidelizzare tutta la filiera, dall'allevatore al produttore dei semilavorati (latte intero e scremato in polvere e burro anidro), corrispondendo un prezzo adeguato e senza fattori speculativi. Ciò è possibile attraverso appositi accordi con alcuni nostri fornitori (tra cui **In.al.pi** e **Mittellelbe GmbH**) che ci consentono di incrementare le quantità di materie prime ad origine locale e più vicine ai siti produttivi.

In anticipo rispetto a quanto previsto nel primo rapporto di responsabilità sociale, ci prefiggiamo di raggiungere il 30% dell'approvvigionamento di prodotti derivati dal latte da filiera integrata entro la fine del 2012.

Stabilimenti in Europa
origine Unione europea

Brantford (Canada)
origine Canada e Usa

La Pastora (Argentina)
origine Argentina/Uruguay

Lithgow (Australia)
origine Australia

Pocos de Caldas (Brasile)
origine Brasile

Baramati (India)
origine India

Quito (Ecuador)
origine Ecuador/Argentina/
Colombia

Vladimir (Russia)
origine EU, Russia e
Bielorussia



MASTER BIENNALE DI 2° LIVELLO “QUALITÀ, SICUREZZA ALIMENTARE E SOSTENIBILITÀ DELLA FILIERA DEL LATTE

Nell'autunno 2011, proprio a Moretta (CN) ha preso il via il Master biennale di 2° livello “Qualità, Sicurezza alimentare e Sostenibilità della filiera del latte”, organizzato dalle Facoltà di Medicina Veterinaria, Agraria e Medicina e Chirurgia dell'Università di Torino con la collaborazione dell'Istituto Zooprofilattico Sperimentale del Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta nonché il supporto economico e scientifico della Ferrero e di altre aziende della filiera, della regione Piemonte e di alcune fondazioni bancarie.

Si tratta di un'iniziativa congiunta tra Università, Aziende e Istituzioni coese dall'interesse di formare figure di elevata specializzazione e di competenze interdisciplinari, da inserire nei diversi settori di una delle filiere più importanti sia a livello regionale che nazionale.

I corsi vengono tenuti a Moretta (CN) dove ha sede anche INALPI, nostro partner nel “progetto di filiera integrata”, anch'esso sponsor del Master.

La prima edizione si concluderà nel 2012 e nello stesso anno partirà la seconda edizione 2012/2014.



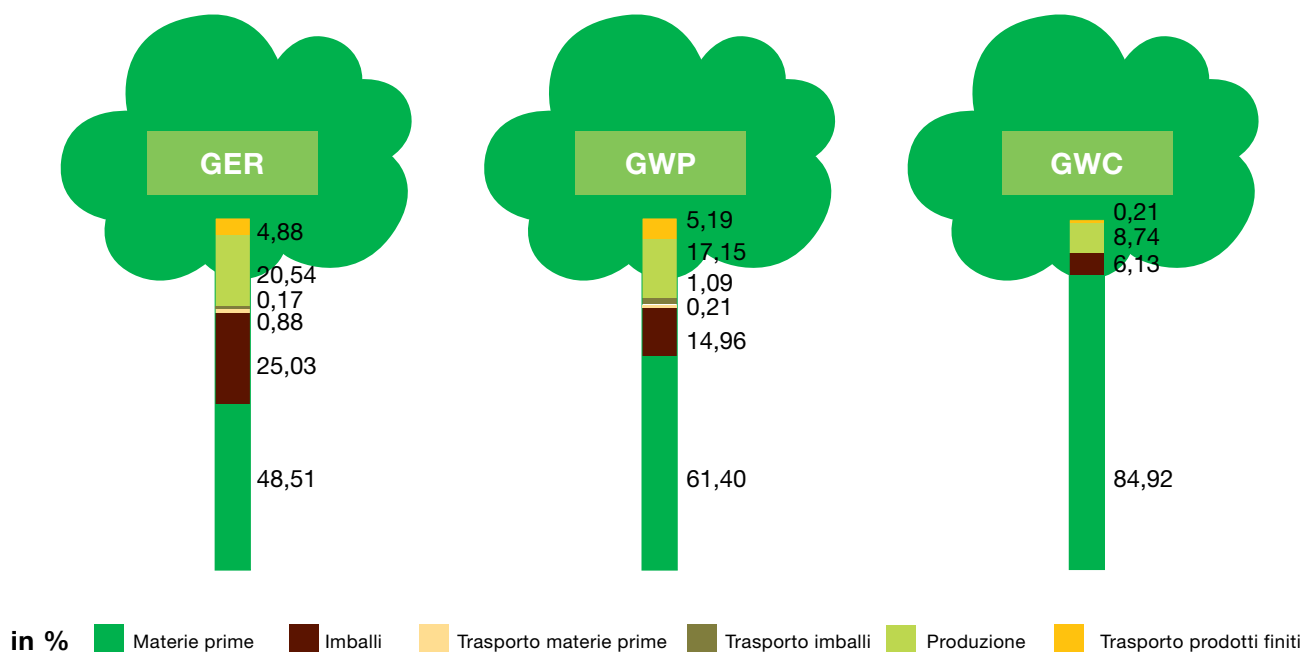
MINIMIZZARE
L'IMPATTO AMBIENTALE

MINIMIZZARE L'IMPATTO AMBIENTALE

Al fine di misurare l'impatto ambientale lungo la catena del valore Ferrero, già dal secondo rapporto CSR, è stata elaborata una dettagliata analisi in grado di misurare:

- ▣ l'energia totale impiegata (Gross Energy Requirement GER);
- ▣ l'impatto sul riscaldamento globale del pianeta tramite l'emissione diretta ed indiretta dei gas serra¹ (Global Warming Potential GWP);
- ▣ i consumi idrici diretti ed indiretti (Global Water Consumption GWC)

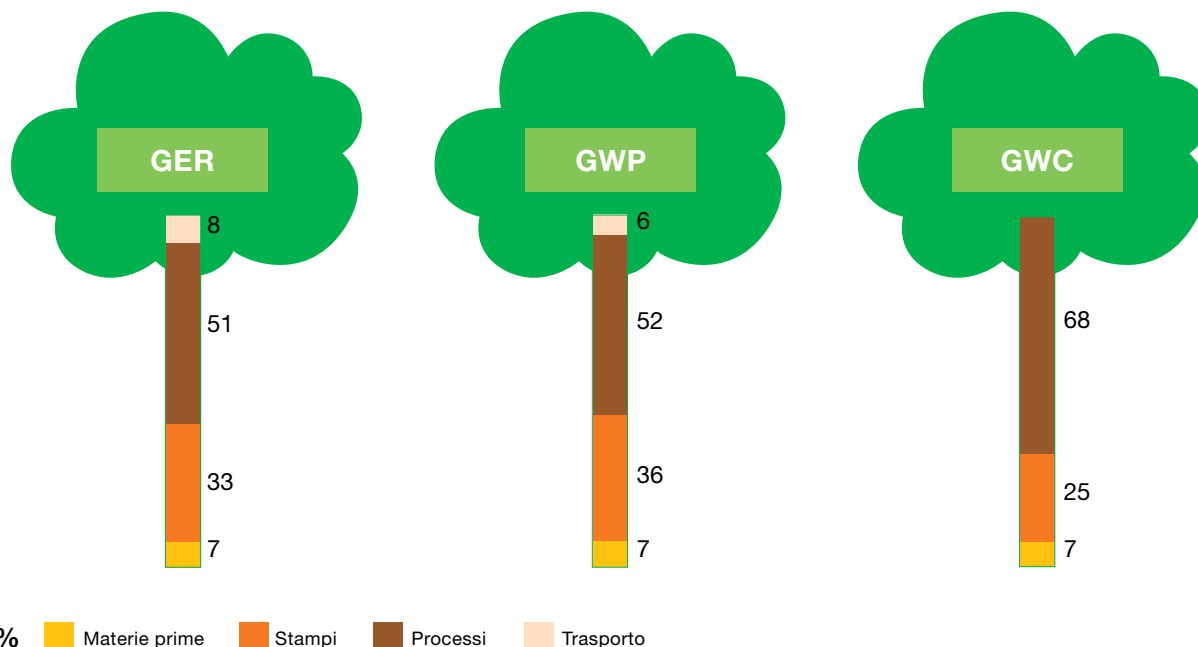
per le cinque principali fasi della catena del valore, comprendenti: le materie prime agricole, gli imballi, il trasporto materie prime e imballi, la produzione in 15 stabilimenti e il trasporto dei prodotti finiti, calcolati con metodi allineati agli standard ISO di settore.



Tali risultati sono ulteriormente dettagliati nel seguito del presente rapporto, evidenziando le performance operative e relativi target al 2020 su tutte le aeree coinvolte.

¹ Calcolato in kg di CO₂ equivalenti.

Nel corso del 2011, e sulla base di quanto indicato nel precedente rapporto CSR in merito all'estensione di perimetro delle attività ambientali del Gruppo, è stata svolta un'analisi della "performance" di sostenibilità delle "sorprese" ovvero i giocattoli Ferrero.



Più in dettaglio i valori riportati nel grafico si riferiscono a: l'anno 2009/10, tutte le sorprese prodotte, le materie prime (inclusi i materiali ausiliari e gli imballaggi), gli stampi, i processi di stampaggio ed i trasporti.

LA PERFORMANCE AMBIENTALE DEI NOSTRI STABILIMENTI

I **quindici stabilimenti** che rientrano nel perimetro di questo capitolo sono quelli situati in Europa, Americhe e Oceania (per la lista completa degli stabilimenti si veda la parte introduttiva del presente rapporto)².

È stata emanata la nuova "Politica ambientale per gli stabilimenti produttivi": il documento, ispirato ai principi enunciati nel Codice Etico e nel Codice di Condotta Commerciale Ferrero, conferma le linee d'azione per il miglioramento continuo delle prestazioni ambientali dei processi produttivi. La Politica è stata diffusa a tutti gli stabilimenti.

Nell'anno in esame, lo stabilimento argentino ha conseguito la certificazione del sistema di gestione ambientale secondo la norma ISO 14001 ("Sistemi di gestione ambientale - Requisiti e guida per l'uso") portando ad **11** il numero degli stabilimenti certificati rispetto all'obiettivo di estendere tale certificazione a tutti gli stabilimenti produttivi entro il 2020.

² Per maggiori precisazioni sul perimetro, si rinvia alla scheda tecnica alla fine del presente capitolo.

Alla data di pubblicazione del presente rapporto, sono stati svolti **check-up energetici** in altri sei stabilimenti, rispetto a quanto già indicato nel secondo rapporto CSR, raggiungendo una copertura del 60% dei siti. Quest'attività, supportata da società specializzate, ha messo in luce una sostanziale omogeneità degli stabilimenti, sia in quanto a distribuzione dei flussi energetici sia – anche come conseguenza – delle potenziali aree di miglioramento. Sono anche stati definiti criteri di misura e indicatori operativi per la gestione energetica.

L'obiettivo di Gruppo, già pubblicato lo scorso anno, prevede lo svolgimento dei check-up energetici in tutti gli stabilimenti entro il 2020.

Sul piano operativo, la concentrazione degli sforzi per il conseguimento degli obiettivi fissati l'anno scorso ha consentito di ottenere significativi miglioramenti della **performance ambientale dei processi di trasformazione**: per il prossimo anno l'impegno sarà pertanto orientato in modo prevalente al consolidamento dei risultati conseguiti.

Tali risultati sono stati raggiunti grazie ad interventi in tutti i comparti ambientali:

- ▣ **uso efficiente dell'energia**: progressiva realizzazione degli interventi di miglioramento suggeriti dai check-up energetici svolti, tra cui in particolare l'installazione di motori ad alta efficienza e inverter, l'illuminazione dei locali con lampade ad alta efficienza, la coibentazione delle tubazioni che trasportano fluidi in temperatura, il recupero di energia termica da impianti di processo e di servizio, la realizzazione di edifici e l'intervento su strutture esistenti in applicazione dei criteri di efficienza energetica;
- ▣ **emissioni in atmosfera**: continua applicazione dei principi di prevenzione all'origine e gestione;
- ▣ **ciclo idrico**: miglioramento dei circuiti di raffreddamento, eliminazione di perdite dalle reti di distribuzione, interventi di ottimizzazione degli impianti esistenti;
- ▣ **rifiuti e scarti**: continua applicazione dei principi di prevenzione all'origine e gestione.

CAMBIAMENTI CLIMATICI

Il cambiamento climatico influenza in diversi modi la catena alimentare. Le principali implicazioni per Ferrero dipendono, tra l'altro, dai seguenti fattori: disponibilità di materie prime di alta qualità, strategie dei paesi produttori di materie prime agricole, gestione delle emissioni di CO_2 , disponibilità dell'acqua, strategie internazionali su rifiuti ed imballaggi. Ferrero partecipa a tavole rotonde regionali ed internazionali per far leva sui propri sforzi ed affrontare tali sfide, mettendo in opera specifici programmi e progetti. Su questo si basano i nostri obiettivi ed i nostri piani per il 2020 (per saperne di più sulla nostra strategia ambientale si rinvia ai paragrafi che seguono e per conoscere meglio i nostri programmi a favore dei coltivatori si veda il capitolo «Pratiche agricole sostenibili» del presente rapporto).

CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI

Si riportano di seguito i dati relativi ai consumi diretti di energia, le emissioni di CO₂ e quelle relative ai gas refrigeranti³.

		2009	2010
Consumo di energia elettrica	MWh	747.625	751.452
Indice di consumo di energia elettrica	MWh/t	0,76	0,73
Consumo di energia termica	MWh	965.356	952.752
Indice di consumo di energia termica	MWh/t	0,98	0,92
Emissioni dirette di CO ₂ da impianti di processo produttivo	tCO ₂	30.135	29.254
Indice di emissione dirette di CO ₂ da impianti di processo produttivo	tco ₂ /t	0,031	0,028
ODP connesso a consumo di gas refrigeranti	g _{R11eq} /t	0,33	0,22
Emissioni di CO ₂ equivalenti connesse a consumo di gas refrigeranti	tCO _{2eq} /t	0,022	0,019

A tal proposito, in merito agli obiettivi già pubblicati nel secondo rapporto CSR di riduzione, entro il 2020, del 5%:

- ▣ del consumo di energia elettrica per unità di prodotto (rispetto al 2009): l'obiettivo è stato raggiunto all'80%;
- ▣ del consumo di energia termica per unità di prodotto nel 2020 (rispetto al 2009): l'obiettivo è stato superato.

Per il contenimento delle sostanze presenti nelle emissioni (principalmente polveri alimentari e composti organici volatili) sono applicate le tecnologie di abbattimento più appropriate, quali filtri, cicloni, "scrubber⁴" a umido.

³ Da quest'anno, per completezza, il perimetro del presente capitolo è stato esteso includendo alcune produzioni esternalizzate benché di rilevanza marginale, con il conseguente ricalcolo dei dati e degli indicatori pubblicati nel secondo rapporto CSR relativi al 2009. Gli indici sono calcolati sui volumi di produzione effettivi degli anni di riferimento.

⁴ I cicloni sono sistemi di abbattimento senza organi in movimento, in cui il gas effluente assume un percorso a spirale: le particelle in esso presenti si depositano sulle pareti per forza centrifuga e precipitano per gravità. Gli scrubber ad umido effettuano una sorta di "lavaggio" dell'effluente: nel dispositivo, acqua o soluzioni acquose vengono nebulizzate, in modo da asportare impurità contenute nell'effluente.

RISPARMIO IDRICO

Nei nostri stabilimenti vengono attuate diverse tecniche di risparmio idrico, tra cui l'impiego di sistemi di lavaggio, "cleaning in process" (CIP) e l'installazione di erogatori ad azionamento automatico. È consolidata, negli stabilimenti produttivi, l'adozione di impianti di raffreddamento a torri evaporative, che, grazie al ricircolo di acqua, consente una riduzione dei prelievi idrici. Ulteriori iniziative di riutilizzo dell'acqua sono state recentemente avviate benchè, trattandosi di produzione alimentare, queste potranno avere solo effetti marginali.

Gli scarichi idrici, che vengono avviati in grande prevalenza a impianti di trattamento esterni, hanno una composizione tipica della produzione alimentare da materie prime di prevalente origine vegetale, risultando di facile depurazione; in particolare, non sono presenti in essi sostanze tossiche o inibenti il processo biologico di trattamento. Per queste ragioni, gli scarichi non influiscono in modo significativo, per quantità e qualità, sui recettori.

Per quanto concerne l'approvvigionamento idrico, i volumi prelevati da acque superficiali non sono tali da alterare i corpi idrici interessati; per quanto riguarda tutte le fonti di approvvigionamento, vengono puntualmente rispettate le prescrizioni applicabili⁵.

		2009	2010
Consumo idrico	m ³	5.171.117	4.788.176
Prelievo da fiume	%	23,3%	27,6%
Prelievo da falda	%	41,2%	32,4%
Prelievo da acquedotto	%	35,4%	40,0%
Indice di consumo idrico	m ³ /t	5,26	4,63
Scarichi idrici	m ³	2.981.574	3.183.841
A rete fognaria	%		94,0%
In acque superficiali	%		5,7 %
In suolo o sottosuolo	%		0,3%
Indice di scarico idrico	m ³ /t	3,03	3,08

Rispetto all'obiettivo pubblicato lo scorso anno di riduzione del consumo idrico per unità di prodotto del 20% nel 2020: nel 2010 è stato raggiunto il 60% dell'obiettivo.



⁵ Da quest'anno, per completezza, il perimetro del presente capitolo è stato esteso includendo alcune produzioni esternalizzate benchè di rilevanza marginale, con il conseguente ricalcolo dei dati e degli indicatori pubblicati nel secondo rapporto CSR relativi al 2009. Gli indici sono calcolati sui volumi di produzione effettivi degli anni di riferimento.

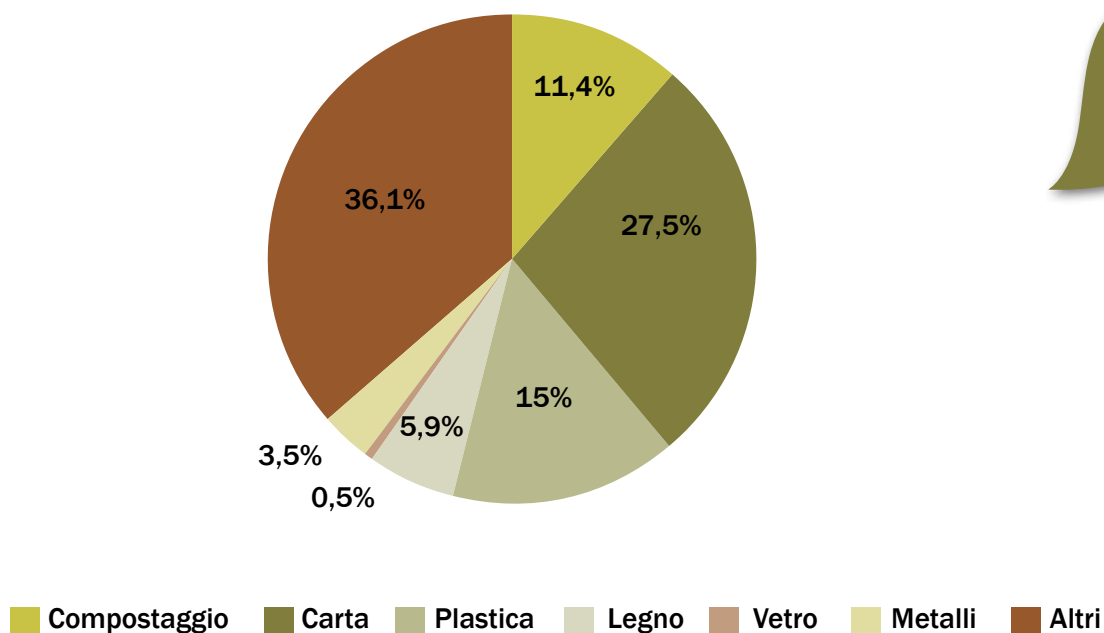
CONTRO LO SPRECO E PER LA GESTIONE DEGLI SCARTI

In applicazione dell'impegno del Gruppo per la riduzione di ogni forma di spreco delle risorse, negli stabilimenti vengono costantemente privilegiate le azioni di prevenzione e recupero degli scarti e dei rifiuti generati, che si articolano in:

- utilizzo preferenziale nella filiera della produzione di mangimistica animale (ove costituiscono un'alternativa all'uso di materie prime edibili) o in compostaggio, per gli scarti di produzione;
- recupero di materia in specifiche filiere per carta, plastica, legno, metalli, vetro;
- recupero energetico.

Per quanto concerne i rifiuti generati dalle attività produttive⁶, la distribuzione nelle diverse tipologie è rappresentata nella figura seguente:

Tipologia di scarti e rifiuti per peso – anno 2010



		2009	2010
Rifiuti dei 15 stabilimenti	t	52.947	51.116
Indice di produzione rifiuti	kg/t	53,8	49,4
Indice di recupero rifiuti	%	88,4%	89,6%

Nell'anno in esame non si sono verificati significativi sversamenti.

⁶ Da quest'anno, per completezza, il perimetro del presente capitolo è stato esteso includendo alcune produzioni esternalizzate benché di rilevanza marginale, con il conseguente ricalcolo dei dati e degli indicatori pubblicati nel secondo rapporto CSR relativi al 2009. Gli indici sono calcolati sui volumi di produzione effettivi degli anni di riferimento.

BIODIVERSITÀ

La Commissione Mondiale sulle Aree Protette (WCPA)⁷ ha definito le seguenti categorie di Aree Protette: Ia - riserve naturali integrali; Ib - aree incontaminate; II - parchi nazionali; III - monumenti naturali; IV - aree per la gestione di habitat e specie; V - paesaggi terrestri e marini protetti; VI - aree per la gestione sostenibile delle risorse.

Si segnala che, sulla base dei dati contenuti nel “World Database on Protected Areas”,⁸ i 18 stabilimenti Ferrero non includono al loro interno aree protette o ad elevata biodiversità, né determinano impatti ambientali significativi su tali aree. Si riscontrano solo due casi di aree protette adiacenti agli stabilimenti Ferrero (ovvero a meno di 3 km), sulle quali le attività Ferrero non determinano però impatti ambientali significativi: il “Boucles de la Seine normande Regional Nature Park” in Francia, classificato come paesaggio terrestre e marino protetto (per maggiori informazioni si rimanda al “Focus: Ferrero in Francia” alla fine di questo documento); la “Brant Conservation Authority Area” in Canada, segnalato nel World Database on Protected Areas, ma non ancora classificato.

LA NOSTRA STRATEGIA ENERGETICA

Sulla base dei risultati positivi ottenuti nell’anno 2010, l’attività di Energhe⁹ si è ulteriormente consolidata in Europa e si sta progressivamente estendendo agli altri paesi in cui vi sono siti produttivi Ferrero (per una descrizione della struttura Energhe si rimanda ai due precedenti rapporti CSR).

Evoluzione del parco di generazione energetico

È proseguita la realizzazione di nuovi impianti di generazione, esclusivamente ad alta efficienza o da energie rinnovabili, in virtù dei loro benefici ambientali.

La tabella seguente riporta la potenza elettrica in MW, suddivisa per paese e per fonte, degli impianti attualmente in esercizio o in costruzione alla data di pubblicazione del presente rapporto.

Elenco degli impianti realizzati o in costruzione presso i siti produttivi

	gas naturale	biomasse liquide	fotovoltaico	eolico
Italia	34,6 *	17,2 **	1,3	
Germania	13		0,6	
Polonia	5,7			0,03
Belgio	4,2			
Australia	0,7			
Totale per fonte	58,2	17,2	1,9	0,03
Totale	77,33			

* include 25 MW di Alba Power pari 51% della potenza installata (% di partecipazione Ferrero nella società Albpower).

**8,4 MW in costruzione

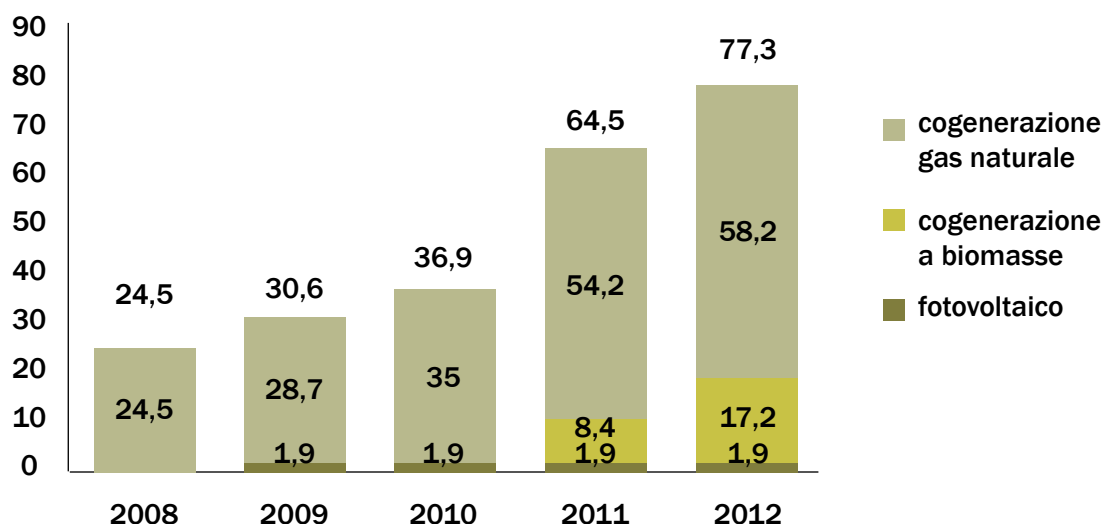
⁷ La Commissione Mondiale sulle Aree Protette (WCPA), è una delle sei commissioni dell’Unione Internazionale per la Conservazione della Natura (IUCN), impegnata a promuovere la definizione e l’effettiva gestione di una rete mondiale delle aree protette terrestri e marine.

⁸ Il “World Database on Protected Areas” è un progetto creato da UNEP (United Nations Environment Programme) e IUCN World Commission on Protected Area che contiene dati provenienti da governi e da organizzazioni non governative, tra le quali: UNESCO World Heritage Sites, UNESCO Man and the Biosphere Programme, The Convention on Wetlands of International Importance especially as Waterfowl Habitat (Ramsar Convention), EC Birds Directive, EC Habitats Directive e ASEAN Declaration on Heritage Parks.

⁹ Energhe: società del Gruppo Ferrero.

Il grafico seguente mostra la capacità di autoproduzione energetica progressivamente entrata in esercizio a partire dal 2008.

Potenza del parco di autoproduzione (MW_{el})



Entro il **2013** è prevista l'entrata in servizio dei seguenti nuovi impianti:

- ▣ **cogenerazione a gas naturale** per una potenza di 4,6 MW (in Canada);
- ▣ **eolici** per una potenza di 10 MW (in Italia e Polonia);
- ▣ **a biogas prodotto dai "by products"** dei nostri processi industriali per una potenza di 2 MW (Italia e Germania).

Si evidenzia la valenza ambientale degli impianti a biogas in quanto comportano una riduzione delle emissioni di CO₂ dovuta sia alla produzione di energia elettrica da fonte rinnovabile che alla riduzione dei trasporti attualmente impiegati per il recupero dei "by products".

Sono inoltre in fase di valutazione ulteriori impianti di autoproduzione (cogenerazione a gas naturale o da fonti rinnovabili) presso i rimanenti siti produttivi (tra i quali Irlanda, India, Turchia, Messico) a conferma dell'interesse del Gruppo a cogliere tutte le opportunità di riduzione della carbon footprint dei propri processi.

Per quanto attiene alla potenza di autoproduzione energetica vengono sostanzialmente confermati gli obiettivi al 2013 dichiarati nel precedente rapporto: 90 MW di cui il 30% da fonte rinnovabile.

Inoltre, **il Gruppo conferma gli obiettivi da raggiungere entro il 2020, già pubblicati:**

- ▣ **100% di autoproduzione energetica da impianti di cogenerazione o da fonte rinnovabile, dell'energia elettrica consumata in tutti gli stabilimenti del Gruppo;**
- ▣ **di cui almeno il 30% da fonte rinnovabile.**

ALBA POWER E IL TELERISCALDAMENTO DELLA CITTÀ DI ALBA

Nel 2007, Ferrero ed Egea, la società che gestisce alcuni servizi pubblici locali ad Alba, hanno realizzato in partnership l'impianto di cogenerazione ad alta efficienza "Alba Power".

Alba Power ha ottenuto l'assegnazione di "certificati verdi" e di titoli di efficienza energetica, in virtù della destinazione dell'energia prodotta per il teleriscaldamento civile e per il miglioramento dell'efficienza energetica di un sito industriale.

Sempre dal 2007, tutto il calore necessario al teleriscaldamento della città di Alba è prodotto dalla centrale di cogenerazione di Alba Power.

La distribuzione del calore viene effettuata utilizzando come fluido termovettore acqua calda, che garantisce maggiore sicurezza e semplicità gestionale.

I numeri salienti del teleriscaldamento di Alba sono i seguenti: oltre 820 edifici, fra cui case, uffici, aziende, centri commerciali, scuole e l'ospedale, collegati da una rete di oltre 30 km di tubazioni, quasi 4.000.000 di metri cubi teleriscaldati e una potenzialità installata presso gli utenti di circa 100 MW.

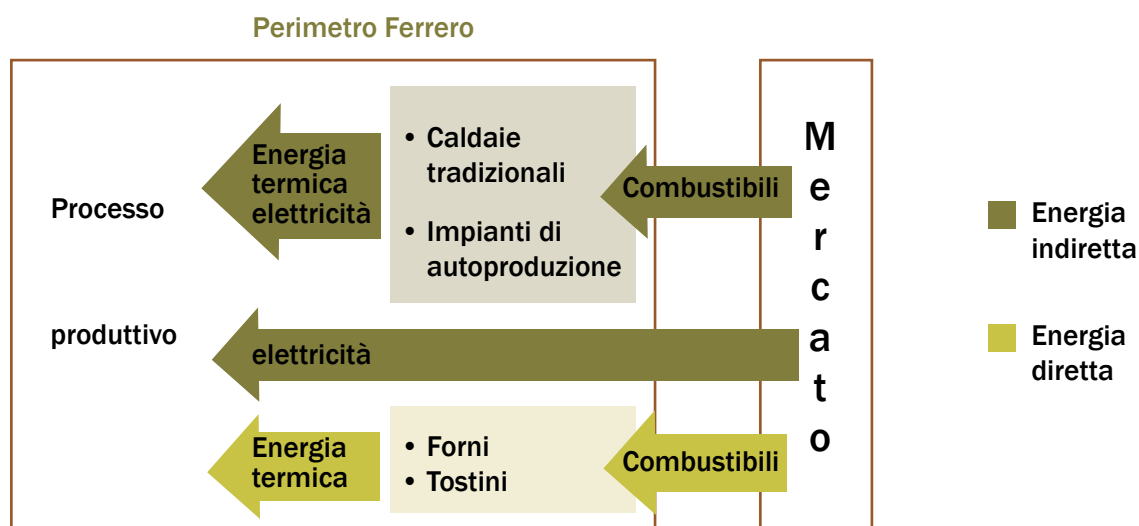
I vantaggi sono evidenti:

- a livello ambientale, riduzione delle emissioni di CO₂ a seguito dello spegnimento degli impianti domestici di riscaldamento;
- a livello di singoli utenti che non sono più gravati dalle incombenze, e dai rispettivi costi, legati ad un impianto domestico di riscaldamento (controlli annuali, manutenzioni, sostituzione ogni 10 anni circa) che viene sostituito da un semplice scambiatore di calore.

PRODUZIONE E ACQUISTO DELL'ENERGIA

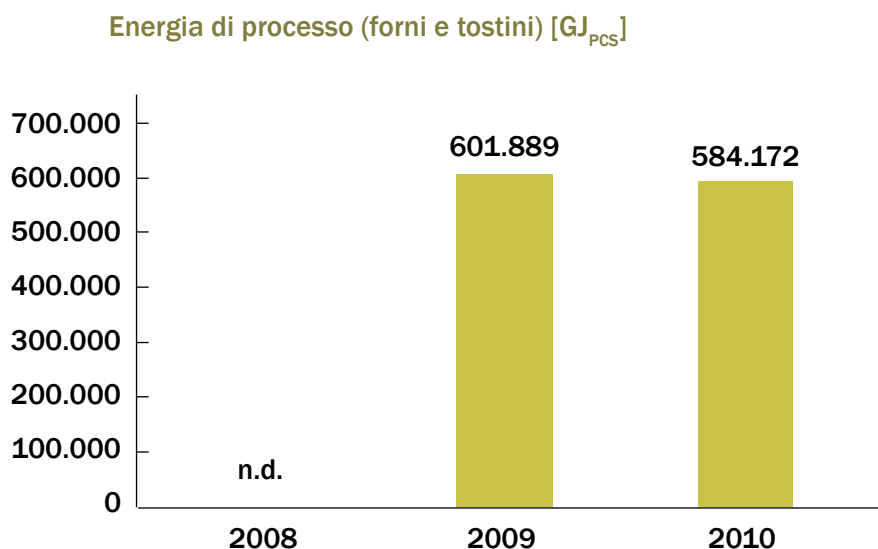
Nel presente rapporto si è adottata la seguente convenzione:

- **energia diretta**, esclusivamente quella di processo utilizzata in forni e tostini;
- **energia indiretta**:
 - ◆ **termica**, sotto forma di vapore e acqua calda;
 - ◆ **elettrica**, in parte autoprodotta e in parte acquistata dal mercato.



Energia diretta

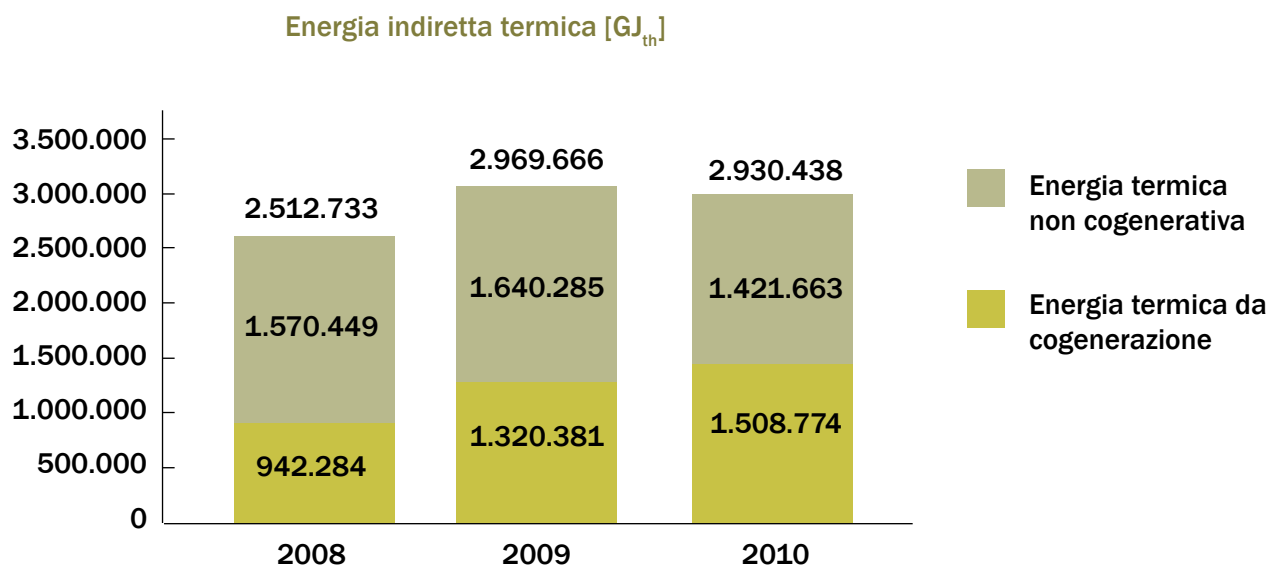
Il grafico seguente riporta i consumi annui di energia diretta.



- La quasi totalità dell'energia diretta è stata prodotta da gas naturale
- La quota parte da GPL è pari al 0,1% del totale

Energia indiretta termica

L'energia termica, sotto forma di vapore e acqua calda, viene completamente autoprodotta in caldaie tradizionali o negli impianti di cogenerazione.



- I consumi degli anni 2009 e 2010 includono anche le produzioni esternalizzate e lo stabilimento di Vladimir
- L'energia indiretta termica è prodotta con gas naturale. Solo una piccola parte (<1%) è prodotta in caldaie tradizionali che utilizzano gasolio o GPL

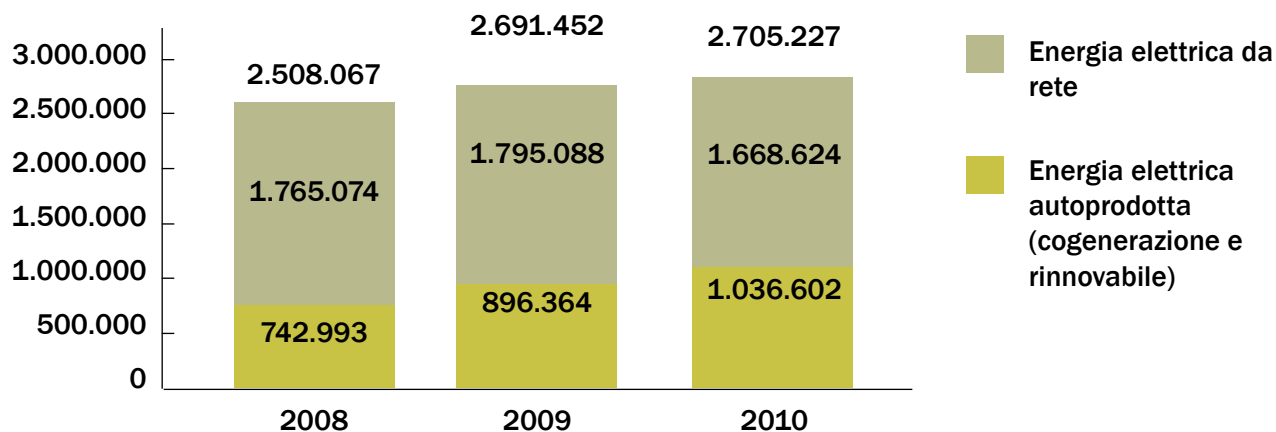
Oltre al progressivo aumento dell'energia termica prodotta negli impianti di cogenerazione, il grafico mostra una diminuzione dei consumi di energia indiretta termica del 2010 rispetto al 2009 a fronte di un aumento della produzione del 5% nello stesso periodo.

Energia indiretta elettrica

L'energia elettrica è in parte autoprodotta (negli impianti di cogenerazione o da fonte rinnovabile) e in parte acquistata dal mercato.

Le "caratteristiche ambientali" (emissioni di CO₂ ed energia primaria impiegata) della quota parte acquistata sono molto variabili in funzione della composizione del parco di generazione di ogni singolo paese.

Energia indiretta elettrica [GJoule_e]



- L'energia da fonte rinnovabile risulta < 1% del totale dell'energia elettrica autoprodotta
- I consumi degli anni 2009 e 2010 includono anche le produzioni esternalizzate e lo stabilimento di Vladimir

Oltre il progressivo aumento dell'energia elettrica autoprodotta, il grafico mostra un aumento di appena lo 0,5% dei consumi di energia elettrica del 2010 rispetto al 2009 a fronte di un aumento della produzione del 5% nello stesso periodo.

Nel 2010 la quota parte di energia indiretta (elettrica + termica) complessivamente autoprodotta negli impianti di cogenerazione o da fonte rinnovabile è pari al 45% dei consumi totali.

I benefici conseguiti

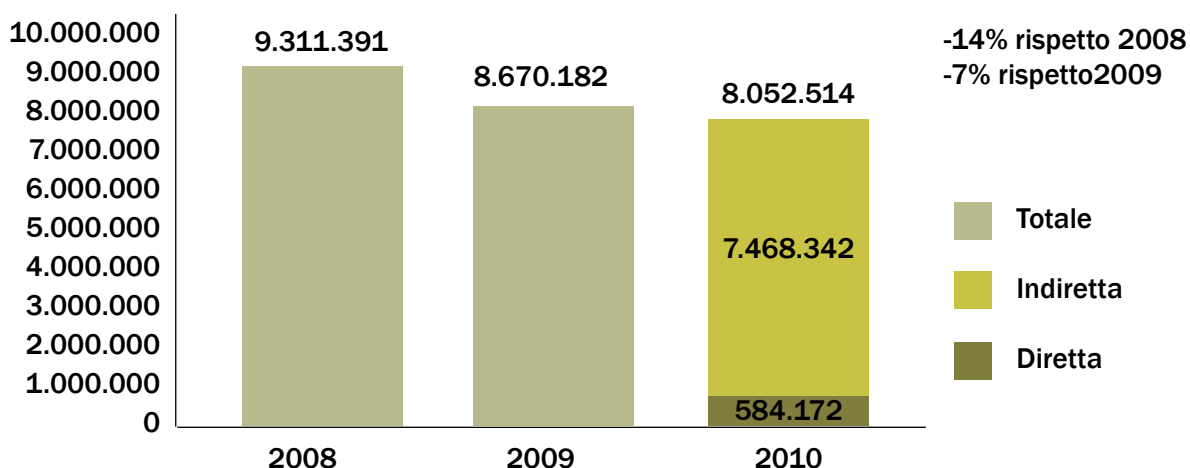
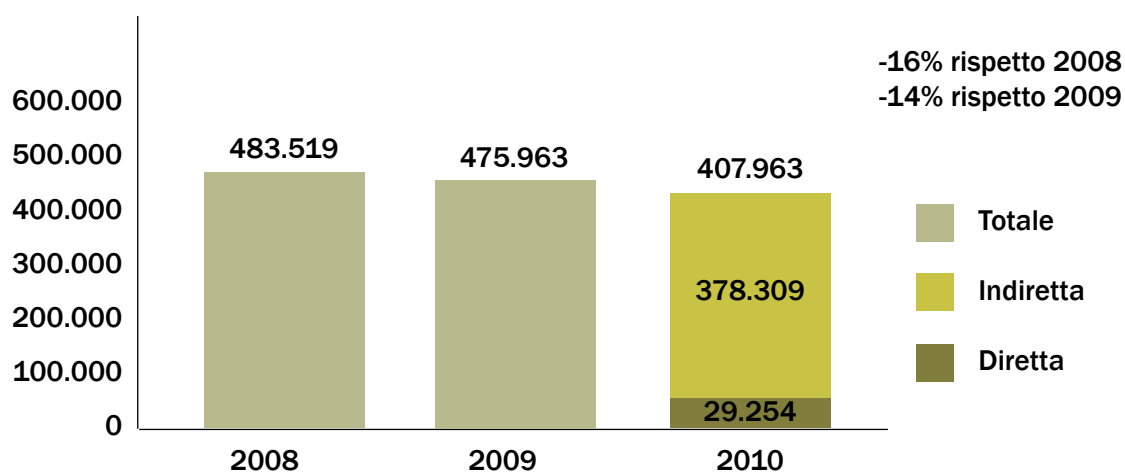
La progressiva entrata in esercizio degli impianti di cogenerazione ad alta efficienza o da fonti rinnovabili unitamente agli interventi di efficienza energetica dei processi produttivi hanno conseguito risultati particolarmente importanti in termini di riduzione dei consumi di energia primaria e conseguentemente delle emissioni di CO₂.

Tali riduzioni, in termini assoluti, sono ancora più importanti se si considera l'aumento dei volumi di produzione registrati nello stesso periodo (4,3% nel 2010 rispetto 2009).





Consumi di energia primaria [GJ]

Emissioni di CO₂ [t CO₂]

ALTRE AZIONI/INFORMAZIONI

Certificazioni

Gli impianti di autoproduzione realizzati presso gli stabilimenti di Stadallendorf, Belsk ed Arlon sono inclusi nella certificazione ISO 14001 dei rispettivi stabilimenti.

Albapower ha ottenuto le certificazioni ISO 14001 ed EMAS.

Certificato di Registrazione

Registration Certificate



EMAS

ALBAPOWER S.p.A.

*Corso Piera Cillario, 2/1
12051 Alba (CN)*

N. Registrazione: IT – 001081
Registration Number

Data di registrazione: 30 marzo 2009
Registration date

PRODUZIONE DI ENERGIA ELETTRICA

PRODUCTION OF ELECTRICITY

NACE: 35.11

FORNITURA DI VAPORE E ARIA CONDIZIONATA

STEAM AND AIR CONDITIONING SUPPLY

NACE: 35.30

Questa Organizzazione ha adottato un sistema di gestione ambientale conforme al Regolamento EMAS allo scopo di attuare il miglioramento continuo delle proprie prestazioni ambientali e di pubblicare una dichiarazione ambientale. Il sistema di gestione ambientale è stato verificato e la dichiarazione ambientale è stata convalidata da un verificatore ambientale accreditato. L'Organizzazione è stata registrata secondo lo schema EMAS e pertanto è autorizzata a utilizzare il relativo logo. Il presente certificato ha validità soltanto se l'organizzazione risulta inserita nell'elenco nazionale delle organizzazioni registrate EMAS.

This Organisation has established an environmental management system according to EU-Regulation 761/2001 in order to promote the continuous improvement of its environmental performance and to publish an environmental statement, has an environmental management system verified and the environmental statement validated by a verifier, is registered under EMAS and therefore is entitled to use the EMAS Logo. This certificate is valid only if the Organization is listed into the national EMAS Register.

Roma, 30 marzo 2009
Rome,

Certificato valido fino al: 13 novembre 2011
Expiry date

Comitato Ecolabel - Ecoaudit

Il presidente

Elio Lannutti

Attività di ricerca

Continua il nostro impegno, in collaborazione con università e partner industriali, nel progetto di valutazione e confronto delle diverse tecnologie per la valorizzazione energetica dei sottoprodotti dei nostri processi industriali.

Seguiamo inoltre con molta attenzione gli ultimi sviluppi della ricerca nel campo delle biomasse liquide vegetali non in competizione con il settore alimentare (Jatropha, alghe).

Selezione fornitori di energia elettrica

Nella fase di selezione dei fornitori di energia elettrica si comincia a valutare anche il loro mix di generazione ed in particolare la componente da fonti rinnovabili, tenuto conto delle condizioni economiche della fornitura.

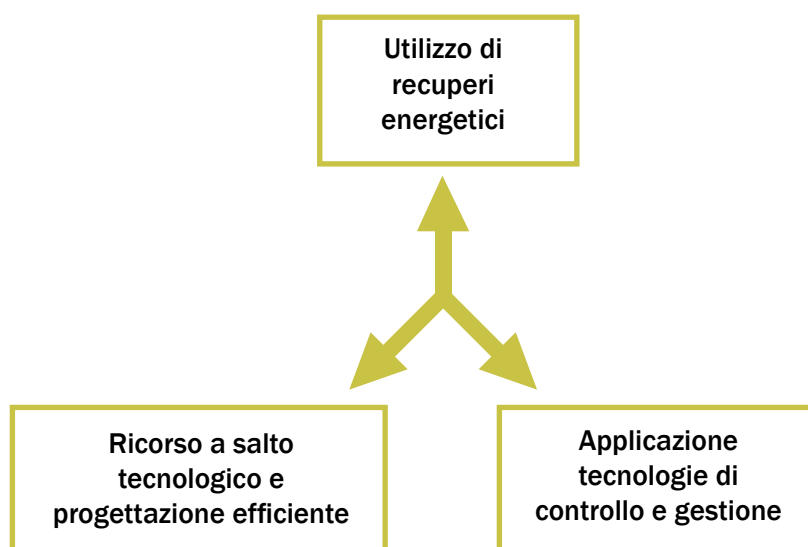
USO RAZIONALE ED EFFICIENTE DELL'ENERGIA

Ferrero considera l'uso razionale ed efficiente dell'energia un obiettivo fondamentale, da perseguire sia per finalità ambientali che per ridurre i costi energetici.

Il Gruppo quindi, dando corso al "Piano di Efficienza Energetica" di cui si è dotato attraverso veri e propri audit energetici degli usi finali, ha individuato le aree e/o gli impieghi a maggiore densità energetica e ha definito gli interventi mirati ad un uso più razionale ed efficiente dell'energia e che consentono, in aggiunta, l'accesso a varie forme di incentivazione.

Tale attività è stata possibile grazie al coinvolgimento di diverse aree aziendali (ingegneria, operation stabilimenti, Energhe, supply chain) che ha consentito la puntuale analisi della situazione di partenza, la messa a punto degli interventi possibili e la loro implementazione.

In particolare sono state individuate tre linee principali di azione:



Di seguito l'elenco di interventi suddivisi per linea d'azione:

Recuperi energetici	Salto tecnologico e progettazione efficiente	Recuperi da gestione e standardizzazione tecnologica
Recupero termico da fumi forni per produzione acqua calda	Motori elettrici ad alta efficienza EU3	Ottimizzazione produzione/distribuzione fluidi termovettori
Solare termico per produzione acqua calda	Inverter su motori ventilatori di unità di trattamento aria	Ottimizzazione produzione/distribuzione aria compressa
Solar cooling	Inverter su sistemi pompaggio fluidi caldi e freddi	Ottimizzazione trasmissioni (catene, cinghie, ...)
Miglioramento recupero condensa e sostituzione scaricatori di condensa	Sistemi di illuminazione ad alta efficienza (lampada a LED,...)	Scelta fluidi frigoriferi ad alta efficienza (NH3)
Recupero termico per produzione freddo con assorbitori	Sistemi automatici per la regolazione dell'illuminazione	Ottimizzazione livelli di produzione del freddo
Miglioramento coibentazioni edifici	Tecnologie di processo innovative ed a basse intensità energetica	

La progressiva applicazione di queste misure ha consentito, già nell'anno 2010, una diminuzione dei consumi di energia termica e un sostanziale mantenimento dei consumi di energia elettrica, a fronte dell'aumento dei volumi di produzione.

L'obiettivo che ci si prefigge è quello di valutare, almeno per alcune tipologie di intervento, il beneficio che queste hanno comportato.

LA NOSTRA STRATEGIA SUGLI IMBALLAGGI

Gli imballaggi hanno per Ferrero un ruolo fondamentale poiché devono garantire la protezione del prodotto, dalla fase produttiva alle fasi di trasporto, distribuzione e consumo finale. La protezione assicurata dal packaging è un fattore determinante per la tutela della massima qualità per i nostri consumatori, caratteristica che ha da sempre contraddistinto il Gruppo Ferrero.

Da sempre Ferrero adotta una strategia di attenta porzionatura dei prodotti in ottica di valore aggiunto e servizio per i consumatori finali. Le porzioni dei nostri prodotti, spesso imballate singolarmente, sono le più piccole delle categorie di riferimento, permettendo un consumo bilanciato e ben integrabile in una dieta equilibrata.





Le principali categorie di materiali utilizzate dall'azienda sono carta, cartone ondulato e cartoncino compatto, plastica rigida, film, alluminio e vetro. Grazie ad una delle specialità dolciarie attualmente più apprezzate a livello mondiale, la Nutella, la **principale materia prima di imballaggio in peso è il vetro con circa 140.000 tons consumate. Segue la categoria carta/cartone con circa 130.000 tons.**

Circa il 35% del materiale utilizzato dal Gruppo nel 2010 è costituito da riciclato.

La % indicata rappresenta una stima di contenuto riciclato presente sul totale di materie di imballaggi del Gruppo. Per carta e cartone il dato origina da un calcolo interno basato sulla composizione dei materiali acquistati, mentre per vetro ed alluminio il dato deriva da indagine presso i fornitori e tiene conto dei diversi stabilimenti di provenienza del materiale, ed è perciò legato all'efficienza di raccolta e riciclo dei Paesi dove sono presenti i fornitori con i loro "plant".

PROGRESSI SUI NOSTRI OBIETTIVI

Oltre a proteggere i nostri prodotti, il ruolo del packaging è anche quello di trasmettere informazioni sul prodotto e sulle modalità di smaltimento dell'imballo dopo il consumo. Per questo motivo, volendo contribuire al rafforzamento della cultura ambientale e di educazione sul tema, la Ferrero ha sviluppato un'etichetta che permetta al consumatore di identificare i materiali dei componenti principali dei suoi imballaggi in modo da aiutarlo nella corretta gestione dell'imballaggio a fine vita.

L'etichetta tiene conto delle esigenze dei differenti prodotti commercializzati e dei differenti mercati di destino.

Secondo il piano definito, l'Estathe sarà il primo "brand" ad applicare l'etichetta nel 2013. Con questa prospettiva educativa, Ferrero partecipa anche a diversi Gruppi di lavoro, italiani ed internazionali, attivi sui temi ambientali contribuendo alla definizione di linee guida e standard a beneficio di tutti i soggetti della filiera del packaging.

In un'ottica di miglioramento, Ferrero ha deciso di anticipare al 2014 l'obiettivo, già previsto, di utilizzare 100% carta e cartone proveniente da filiera sostenibile certificata, se basato su fibra vergine o contenente riciclato. Con filiera sostenibile si intende che verranno rispettati rigorosi standard quantificabili e verificabili, basati su requisiti ambientali, sociali ed economici internazionalmente riconosciuti.

L'obiettivo va oltre la richiesta del legislatore europeo di creazione, a partire dal 2013, di un sistema di "Due Diligence¹⁰" e per il quale la Ferrero è già conforme.

È inoltre in corso l'elaborazione di una linea guida chiara e semplice sul Regolamento europeo da condividere con i "buyer" locali e centrali.

¹⁰ Come indicato nell'articolo 4 del Regolamento UE nr 995 del 2010.

LA STRATEGIA FERRERO DELLE 5R SUL PACKAGING

Un “design” innovativo ed il miglioramento continuo possono ridurre l'impatto ambientale di un imballaggio. In particolare nel 2010 è stato ridotto l'uso di materiali di circa 12000 tons e nell'ambito di un maggior uso di risorse rinnovabili sono state sostituite circa 300 tons di materiali da origine fossile con circa 170 tons di materiali cellulosici e quindi derivati da fonte rinnovabile.

Questi traguardi sono stati raggiunti grazie all'attivazione per il Gruppo di numerose iniziative che seguono la **strategia Ferrero delle “5R”** (già descritta nel primo rapporto CSR).

Sono di seguito riportati alcuni esempi di azioni attivate nell' anno solare 2010¹¹.

R - Rimozione: eliminazione di un componente di imballo del Kinder Bueno con conseguente risparmio di circa 11 tons/annue di plastica;

R - Riduzione: i pack del Gran Soleil e delle bottiglie Estathe da 1,5 l e 0,5 l sono stati ridisegnati con conseguente risparmio di circa 300 tons/annue di plastica;

R - Riciclabilità: Continuando a puntare sul maggiore utilizzo di rPet (pet rigenerato) per imballi secondari si è passati da circa 1470 tons del 2009 a 2000 tons del 2010 di materiale riciclato in sostituzione di componenti vergini a più alto impatto ambientale;

R - Riutilizzo: oltre ai tradizionali bicchieri Nutella, nuove idee di “riutilizzabilità” sono in fase di studio per altre tipologie di packaging;

R - Rinnovabilità: con l'obiettivo di utilizzare maggiormente materiali da fonte rinnovabile, il display da 12 confezioni da 4 praline del Rond Noir in materiale plastico è stato sostituito da una versione cartotecnica riducendo inoltre il consumo di risorse di circa 75 tons/annue.

In particolare le azioni relative alle R “riciclabilità” e “riutilizzo” rappresentano l'impegno dell'azienda in merito alla gestione e valorizzazione degli imballaggi a fine vita, in un'ottica di responsabilità lungo tutto il ciclo di vita dei propri prodotti.

Perseguendo l'obiettivo al 2020 di un maggior uso di materiali da fonte rinnovabile, Ferrero è attiva con centri di ricerca, prestigiose Università ed altre industrie in diversi progetti europei (Namatech, Ecofood ed Copaper) con lo scopo di sviluppare nuovi materiali da biomasse e di migliorare la proprietà dei biopolimeri esistenti in modo da permetterne l'utilizzo su larga scala.

¹¹ I valori indicati rappresentano una stima calcolata sui volumi annuali.



COSI' PROGETTIAMO LE NOSTRE INFRASTRUTTURE ED I NOSTRI MACCHINARI

Anche nelle fasi di **progettazione di infrastrutture e di macchinari** il nostro obiettivo è la sostenibilità. Come già anticipato nel precedente rapporto CSR, le iniziative intraprese sono:

- Implementazione di un “tool informatico” per la valutazione delle performance ambientali dei macchinari in fase di progettazione, con possibilità di ricercare ed esplorare configurazioni alternative ottimizzanti;
- impiego di strumenti di analisi e software di simulazione che consentano dimensionamenti ottimizzati degli organi attuatori e delle trasformazioni di energia (progettazione equipaggiamento elettrico delle macchine, motorizzazioni, sistemi di controllo e azionamento);
- studi tecnico/tecnologici orientati alla minimizzazione degli scarti connessi al funzionamento dei macchinari (scarti di processo);
- implementazione di un “tool informatico” che permetta la valutazione della classe energetica dei fabbricati/infrastrutture secondo le norme internazionali;
- impiego sistematico, in tutte le nuove realizzazioni e anche in occasione di modifiche, di motori elettrici ad alta efficienza.

Nell'ambito delle realizzazioni edili, come è stato anticipato dal precedente rapporto, la Ferrero ha individuato un modello di riferimento per i fabbricati a ridotto impatto ambientale.

Tale modello è stato applicato al nuovo edificio adibito ad uffici, attualmente in fase di realizzazione ad Alba, allo scopo di soddisfare i requisiti dettati dal Protocollo ITACA (marchio ESIT® - Edilizia Sostenibile ITALIA).

Gli standard di riferimento di ESIT® attribuiscono un “rating” che è espressione della specifica peculiarità e varietà del contesto territoriale Italiano ed è raccordato a livello internazionale con la SBA (*Sustainable Building Alliance*).

Tali iniziative ci consentiranno di raggiungere i seguenti obiettivi entro il 2020:

- Conseguimento della certificazione europea di eco-compatibilità (Protocollo ITACA) per i nuovi edifici di significativa importanza.
- Aggiornamento del modulo dedicato alla sostenibilità, presente nel Capitolato Tecnico Generale Ferrero, implementando i requisiti tecnici per rimanere al passo con gli standard internazionali più restrittivi.
- Significative riduzioni di tutti gli impatti ambientali delle attività industriali del gruppo con benefici che saranno visibili con gli attuali parametri delle misurazioni delle performance, in linea con quanto riportato nel presente capitolo.
- Completamento ed estensione del sistema di misura e raccolta dei dati di consumo energetico, per macchine e impianti esistenti, che potrà confermare e precisare il valore di stima relativamente al confronto con i macchinari nuovi e orientare ulteriori interventi migliorativi sugli impianti esistenti.

PER UNA CATENA LOGISTICA INTEGRATA ED ECO SOSTENIBILE

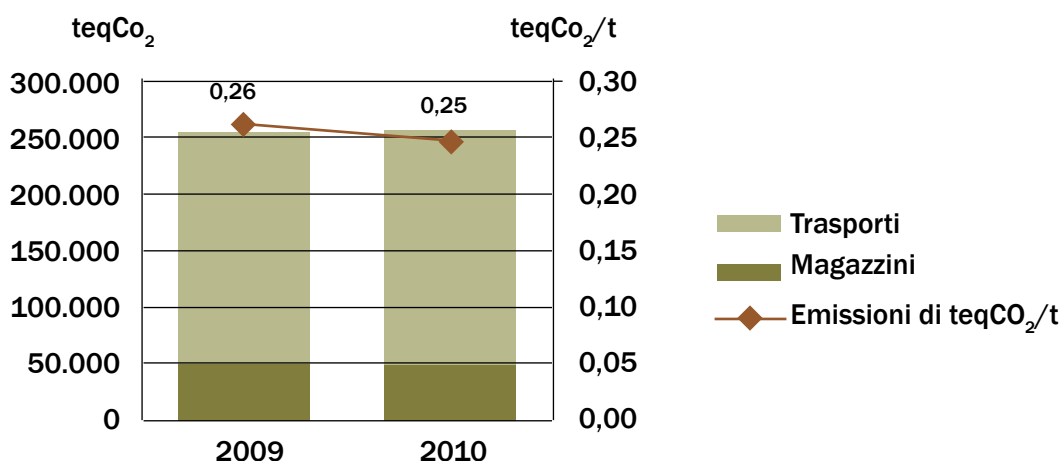
Una supply chain sempre più verde rientra tra gli obiettivi del Gruppo.

La crescita di volume del Gruppo vede un aumento di emissioni CO₂ dovute ai trasporti e alla gestione magazzini meno che proporzionale, conseguente alle iniziative messe in atto, ed in particolare:

- ▣ ridurre i km percorsi;
- ▣ incrementare la saturazione dei mezzi;
- ▣ ottenere una maggiore efficienza nei magazzini gestiti direttamente sostituendo e ammodernando i sistemi di climatizzazione.

Ciò ha comportato una riduzione delle emissioni di teqCO₂/t pari al -4%.

Global Warming Potential di trasporti e magazzini



Tra le attività lanciate durante il perimetro temporale di questo rapporto possiamo elencare:

- ▣ La collaborazione logistica con Hershey Co. negli Stati Uniti e Canada che contribuirà, quando completamente implementata, ad una riduzione iniziale di emissioni di CO₂ pari a circa 450.000 kg CO₂eq annui per Ferrero;
- ▣ **L'acquisto sostenibile di servizio di trasporto** attraverso la selezione di fornitori di trasporto su strada che dispongono di parco mezzi a basso impatto ambientale. Ad esempio, in Francia, Belgio e Olanda il 75%, in Lussemburgo il 100% ed in Italia, minimo, il 20% dei mezzi utilizzati sono dotati di motori Euro5 o successivi. Per gli altri paesi stiamo sviluppando un sistema che permetta di replicare un simile modello;
- ▣ **La revisione del processo distributivo** come per esempio il progetto "Corriera" in Italia con l'utilizzo di medio/piccoli trasportatori locali. Attraverso l'ottimizzazione dei giri consegna e della presa ordini alla piccola distribuzione, che in Italia è particolarmente capillarizzata, tale progetto ha permesso una riduzione del 17% dei km annui percorsi dai singoli vettori.



Per quel che riguarda le emissioni derivanti dai viaggi di lavoro del personale, Ferrero ha avviato un'indagine interna al fine di comprenderne l'impatto ambientale in termini di tonnellate di CO₂ emessa. Per l'anno 2010/11 sono stati presi in considerazione i viaggi in treno e in aereo dei dipendenti appartenenti alla sede di Lussemburgo. I fattori di emissione utilizzati per la stima sono quelli del GHG Protocol¹² che prevedono un coefficiente uniforme per gli spostamenti in treno, mentre per i viaggi in aereo associano coefficienti differenti a tratte di lunghezza diversa o in classe di viaggio diversa. Per l'anno in esame sono stimate emissioni di CO₂ pari a 4.638,3 ton CO₂ eq., di cui 8,5 ton CO₂ eq. derivanti dagli spostamenti in treno e 4.629,8 ton CO₂ eq. dal trasporto aereo. Di questi ultimi l'87% è derivante dagli spostamenti di lunga tratta¹³.

OBIETTIVI AL 2020

Sono confermati gli obiettivi al 2020 verso una logistica di Gruppo sempre più verde, rispetto ai valori base del 2009:

- Riduzione del 30% delle emissioni di gas a effetto serra (teqCO₂/t) dirette ed indirette che hanno origine da attività di trasporto e stoccaggio:
 - ◆ nell'anno in esame, si è registrata una riduzione del 4% rispetto al 2009.
- Utilizzo di intermodale per i trasporti intragruppo pari al 10% entro il 2015 e al 15% entro il 2020:
 - ◆ In particolare, l'utilizzo di intermodale ferroviario a livello di gruppo ha raggiunto il 6,7% al 2011 e ha visto l'esplorazione concreta di soluzioni fluviali (in Francia sulla Senna tra Rouen e Parigi) e ferroviarie (da Cina a Europa) come l'abbinamento di traffico marittimo con traffico aereo in sostituzione del solo aereo, sulle tratte dalla Cina all'Europa per il trasporto di alcuni dei giocattoli della linea Kinder.
 - ◆ La sfida principale, per raggiungere l'obiettivo di un utilizzo dell'intermodale sempre più diffuso, riguarda la difficoltà di gestire e mantenere la catena del fresco durante il trasporto ferroviario. Catena necessaria per garantire al consumatore la freschezza e qualità di i nostri prodotti, e che oggi è di difficile attuazione a causa della rara diffusione di "equipment" preposti a tale modalità.
- Certificazione ISO 14001, che rientra negli obiettivi di certificazione di Gruppo, per tutti i siti di stoccaggio gestiti direttamente, ad oggi tra il 20% e il 26% del totale. Per tutti gli altri siti, nel selezionare i nostri fornitori applichiamo il Codice di Condotta Commerciale che richiede, tra gli altri, un'analisi di costi-benefici con aspetti di sostenibilità ambientali (il Codice menzionato è disponibile via internet su www.ferrero.com).
- Utilizzo di energia da fonte rinnovabile o da impianti di cogenerazione ad alta efficienza per tutti i magazzini gestiti direttamente¹⁴.

¹² GHG Protocol Tool 2009

¹³ Con rotte di lunga tratta sono state considerate le tratte superiori ai 2.000 km.

¹⁴ Tale obiettivo è già conteggiato all'interno dell'obiettivo più generale pubblicato nel paragrafo dedicato all'autoproduzione energetica.

SCHEDA TECNICA SUI DATI AMBIENTALI DEL PRESENTE CAPITOLO

I dati contenuti nel presente capitolo si riferiscono all'anno solare 2010. Gli argomenti sono: materie prime; packaging; quindici stabilimenti produttivi in Europa, Americhe e Oceania (si veda la sezione "Ferrero nel mondo" per la lista completa degli stabilimenti); i magazzini per le materie prime, imballi e prodotti finiti a gestione diretta; i trasporti gestiti direttamente dalla logistica di Gruppo.

Nell'arco dei prossimi due esercizi si prevede un'estensione del perimetro di analisi per: 1) tutti gli attuali stabilimenti 2) coinvolgimento di altre società del Gruppo; 3) trasporti e punti di stoccaggio non gestiti direttamente dalla direzione Supply Chain. Si segnala quindi che rispetto all'anno precedente, sono stati inseriti tutte le materie prime e imballi utilizzati dal Gruppo.





APPENDICI

FERRERO IN BELGIO

Ferrero è presente in Belgio dal 1958. Ad oggi, tale presenza corrisponde ad una “Business Unit” e ad alcuni uffici “corporate” a Bruxelles, un deposito a Ternat ed uno stabilimento produttivo ad Arlon, ove sorge anche un centro di ricerca, per un totale di 894 persone.



Sua Maestà Re Baldovino del Belgio in visita presso lo stabilimento di Arlon - dal giornale Arlon-Carrefour- 21/03/1990

Nello stabilimento di Arlon sono attive alcune produzioni, tra cui: Kinder Surprise, Kinder Gran Sorpresa, Kinder Schoko Bons e Raffaello. Attraverso la vendita di 20 prodotti “high premium”, Ferrero è la seconda realtà in Belgio nel mercato dei prodotti dolciari al cioccolato.

Nel 2010/11 il Fatturato di Ferrero in Belgio è stato pari a 358,6 Mln €.



Stabilimento di Arlon

GLI UOMINI E LE DONNE FERRERO, IN BELGIO

Il numero totale dei dipendenti di Ferrero in Belgio, al **31 agosto 2011** è pari a **894 persone**. Nel 2010, è stata realizzata un’indagine sul clima interno di tutte le strutture di Ferrero in Belgio, volta ad individuare eventuali aree di intervento. I risultati hanno evidenziato le seguenti priorità:

1. Miglioramento dell’equilibrio tra vita professionale e vita privata;
2. Miglioramento del benessere sul luogo di lavoro e promozione di uno stile di vita sano e attivo;
3. Riduzione dell’impatto ambientale;
4. Supporto alle organizzazioni no profit volte ad aiutare i bambini svantaggiati.

I risultati dell’indagine hanno portato allo sviluppo di apposite iniziative tra cui quelle relative all’equilibrio

tra vita professionale/vita privata ed alla promozione di uno stile di vita sano.

Sempre nel 2010, presso lo stabilimento, è stata effettuata un'indagine sull'ergonomia del posto di lavoro relativa alla linea produttiva del Raffaello. I risultati di tale analisi hanno permesso di apportare dei miglioramenti sulle postazioni di lavoro, con il diretto coinvolgimento di gruppi di dipendenti.

Sono di seguito elencate le principali iniziative, promosse dalla "Business Unit", per il personale:

- estensione dell'assicurazione medica, che ora copre circa l'80% delle spese sanitarie ambulatoriali per tutti i membri della famiglia dei dipendenti (fino ad un importo massimo annuale);
sessioni individuali e collettive con un dietologo per promuovere una dieta equilibrata e sana;
- in un'ottica di equilibrio vita professionale/vita privata: disponibilità di alcune postazioni informatiche aziendali da casa;
- i dipendenti "senior" dispongono di un lavoro più flessibile, grazie al Progetto "Impulse Team" che
- prevede la gestione della piccola distribuzione invece che della più "stressante" grande distribuzione;
- attività sportive bi-settimanali durante la pausa pranzo, con la collaborazione di un allenatore professionista di nordic walking e jogging.

Ferrero Mag è la rivista interna quadrimestrale di Ferrero in Belgio, contenente notizie sulla sede operativa di Bruxelles, Ternat e sullo stabilimento di Arlon.

Da alcuni anni si organizza un torneo di calcio Inter-Stabilimenti di Ferrero in Europa al quale partecipano Italia, Germania, Francia, Polonia e Belgio. Le squadre sono composte da dipendenti degli stabilimenti che durante l'anno si allenano per il torneo che si tiene in giugno, ogni volta in una sede diversa.

Diversamente abili

66 persone diversamente abili operano presso il deposito di Ternat svolgendo mansioni di riconfezionamento stagionale (es. per particolari promozioni). La percentuale di personale diversamente abile impiegato è aumentata del 55% dal 2008 al 2011.

Inoltre, lo stabilimento di Arlon collabora da anni con alcune aziende/cooperative con lavoratori diversamente abili per realizzare dei confezionamenti di prodotti stagionali o legati a particolari occasioni e per la manutenzione delle aree verdi.

ALTRE INIZIATIVE INTRAPRESE DA FERRERO BELGIO

Per uno stile di vita sano

"La Business Unit" di Ferrero in Belgio è socio fondatore del programma Viasano, che è parte della Rete Internazionale EPODE. Scopo del programma è quello di prevenire il sovrappeso, l'obesità infantile e le

malattie cardio-vascolari tra gli adulti, mediante attività basate sulla promozione di uno stile di vita sano e sull'esercizio fisico. Il programma, avviato nel 2007 in due città pilota (Hasselt e Mouscron), è oggi diffuso in 16 città e coinvolge 670.000 abitanti, di cui quasi il 10% è di età compresa tra i 5 e i 12 anni. Ferrero Belgio sostiene Viasano attraverso un contributo annuale di 100.000 euro.



Attività del programma Viasano

Valorizzare le comunità locali

Lo stabilimento sostiene un Laboratorio di Lingua Francese per bambini chiamato “Les Petits Orateurs apprennent le français”, con l’obiettivo di far conoscere la lingua francese ai bambini stranieri residenti in Belgio.

Dal 2007, lo stabilimento di Arlon sostiene l’iniziativa del Luglio Musicale di Saint Hubert nell’ambito del Festival della Vallonia.

La “Business Unit” supporta la Food national Bank, per offrire alle persone che versano in uno stato di indigenza un’alimentazione dignitosa. La Food National Bank in Belgio sostiene 115.800 persone meno fortunate. Nell’ ambito di tale attività sono stati donati prodotti Ferrero ad oltre 50.000 persone.



Festival musicale di Saint Hubert

FORNITORI LOCALI

Nell'ambito delle forniture effettuate per le attività dello stabilimento, nonostante la posizione geografica, a pochi Km dalla frontiera con il Lussemburgo, la Francia e la Germania, il 52% circa dei fornitori sono belgi.¹

Anche la "Business Unit" intrattiene rapporti commerciali diretti e di lunga durata con produttori e fornitori, di cui circa l'87% sono nazionali.²

MINIMIZZARE L'IMPATTO AMBIENTALE

Per una visione globale dei dati relativi alla performance ambientale di Ferrero in Belgio, si rinvia al capitolo "Minimizzare l'impatto ambientale" del presente rapporto CSR.

Si riportano comunque qui di seguito alcuni dati locali, da visionare con i dati di Gruppo.

Stabilimento

Sono di seguito elencate le certificazioni dello stabilimento di Arlon.

ISO 9001	ISO 14001	IFS	Sistema di auto-controllo	Attestazione GMP
dal 2003 (ISO 9002 dal 1996)	dal 2001	dal 2006	dal 2008	dal 2005

Lo stabilimento è dotato di un impianto di cogenerazione che utilizza gas naturale per produrre elettricità, vapore ed acqua calda. L'impianto, che soddisfa oltre i due terzi dei fabbisogni energetici dello stabilimento, ha permesso una riduzione delle emissioni di CO₂ del 16% rispetto al 2008 (anno del suo avviamento).

Durante l'esercizio 2010/11 è stato effettuato il **check-up energetico dello stabilimento**. Lo studio, che ha riguardato tutti gli impianti che trasformano e utilizzano energia, ha consentito di condurre un'osservazione approfondita dei flussi energetici nello stabilimento: grazie ad esso saremo in grado nei prossimi anni di orientare le iniziative di investimento verso un'ulteriore riduzione dei consumi energetici.

In applicazione della normativa regionale vallona, che definisce i criteri da adottare nelle valutazioni ambientali, vengono regolarmente calcolati i valori degli indici IGES (Indice de Gaz à Effet de Serre) e IEE (Indice d'Efficiencia Energétique), che qualificano il miglioramento delle prestazioni globali dello stabilimento rispetto al 2001 tenendo conto sia dei consumi energetici, sia del mix produttivo (prodotti più o meno energivori), sia delle condizioni climatiche.

Questi indici, per cui è stabilito il valore di riferimento del 100% al 2001, hanno raggiunto l'87% nel 2005 e il 64% nel 2010.

Nell'ambito della gestione dei rifiuti, oltre al recupero degli scarti di processo nella filiera della produzione mangimistica animale, lo stabilimento persegue la massimizzazione del recupero dei propri rifiuti. L'obiettivo dello stabilimento è il miglioramento continuo anche su questo fronte.

¹ Il dato è calcolato sul valore degli acquisti al 31 agosto 2011. Sono escluse le forniture intragrupo e le forniture centralizzate (quali ad esempio quelle relative alle materie prime e agli imballaggi).

² Il dato è calcolato sul numero di fornitori attivi al 31 agosto 2011. Sono escluse le forniture intragruppo.

Biodiversità

Lo stabilimento di Arlon, sulla base dei dati contenuti nel “World Database on Protected Areas³”, non include al suo interno aree protette o ad elevata biodiversità, né determina impatti ambientali significativi su tali aree.

Deposito

A dicembre 2010, è stato effettuato il check-up anche del deposito di Ternat. Tale analisi ha fornito numerosi spunti di miglioramento energetico esplicitati nelle seguenti azioni:

- ▣ miglioramento della climatizzazione con consumi inferiori di circa 100.000 kw/h;
- ▣ “relamping” che porterà ad una riduzione di 15.000 kw/h.

La climatizzazione insieme al “relamping” porteranno ad un risparmio di circa 115.000 kw/h all’anno che è pari al 16% dell’uso totale di energia (700.000 Kw/h).

“Business Unit”

La “Business Unit” ha attivato iniziative di smaltimento dei rifiuti dal 2007, mentre dal 2008 l’utilizzo di bottiglie di plastica è stato sostituito da brocche d’acqua.

Tra gli obiettivi della “Business Unit” vi è l’implementazione di un piano di valorizzazione dei rifiuti per il 2014 che sostituirà l’attuale processo di incenerimento degli stessi.

Catena logistica

Sono stati attivati presso la “Business Unit” alcuni importanti progetti aventi come obiettivo:

- ▣ l’aumento della saturazione media dei camion;
- ▣ l’utilizzo congiunto di mezzi di trasporto attraverso la condivisione con altri partner del settore;
- ▣ l’impiego di un camion ibrido per la “Business Unit”, per il 2012.

Inoltre, la “Business Unit” ha istituito una **nuova car policy** che ha portato in media alla riduzione di 23/gr di CO₂ emessa per veicolo. Per quel che riguarda il trasporto secondario, il 75% dei camion sono dotati di un motore Euro 5. Questo ci ha permesso di ridurre del 54% le emissioni di particolato⁴ dal 2009/10 al 2010/11 (con una diminuzione di 6.4 tonnellate) e del 30% per quel che riguarda le emissioni di monossido di carbonio e diossido di azoto (41,5 in meno). Inoltre si è ottenuta una riduzione pari a 14.000 kg di CO₂, attraverso il miglioramento del tasso di riempimento dei nostri camion (-1,8% vs 2009/10).

Nuova car policy: miglioramento del tasso di riempimento dei camion



³ Il “World Database on Protected Areas” è un progetto creato da UNEP (United Nations Environment Programme) e IUCN World Commission on Protected Area che contiene dati provenienti da governi e da organizzazioni non governative, tra le quali: UNESCO World Heritage Sites, UNESCO Man and the Biosphere Programme, The Convention on Wetlands of International Importance especially as Waterfowl Habitat (Ramsar Convention), EC Birds Directive, EC Habitats Directive e ASEAN Declaration on Heritage Parks

⁴ Per le emissioni di particolato, il calcolo della riduzione si basa sugli standard che l’ADEME (Agence de l’environnement et de la maîtrise de l’énergie).

FERRERO IN FRANCIA

La presenza di Ferrero in Francia ha inizio nel 1959 quando una vecchia fabbrica tessile di Villers-Ecalles è acquistata, trasformata e modernizzata per lanciare la produzione di Mon Chéri. Nel 1961 è avviata la produzione di Nutella, seguita successivamente dalla produzione di Kinder Bueno.

Ad oggi l'attività francese di Ferrero si concentra su tre siti attorno a Rouen: lo stabilimento a Villers-Ecalles, il deposito a Grand-Quevilly e la sede sociale a Mont Saint-Aignan. Considerando anche la forza vendite ripartita su tutto il territorio nazionale, Ferrero Francia conta circa 1.200 collaboratori.



Foto d'epoca dello stabilimento tessile "Prevost et Grenier" che verrà acquisito nel 1959 ad opera di Ferrero

Se si escludono i prodotti stagionali, in Francia sono commercializzati 22 prodotti, tra cui: Duplo, Ferrero Rocher, Mon Chéri, Nutella, Raffaello, Tic Tac, Kinder Bueno, Kinder Maxi, Kinder Cioccolato, Kinder Country, Kinder Surprise.

Nel 2010/11, il fatturato di Ferrero in Francia è stato pari a 975 Mln €¹.

GLI UOMINI E LE DONNE FERRERO, IN FRANCIA

Il numero totale dei dipendenti di Ferrero in Francia al 31 agosto 2011 è pari a 1.147 persone².

"FERRERO ENSEMBLE JUSTEMENT"

"Ferrero Ensemble Justement" è un progetto locale che segue gli impegni del Gruppo a livello globale, con l'obiettivo di:

- ▣ soddisfare le esigenze legali locali e le aspettative dei clienti;
- ▣ sostenere e valorizzare le azioni del Gruppo in Francia, fornendo il contributo locale;
- ▣ coinvolgere e mobilitare i dipendenti;
- ▣ partecipare agli impegni del Gruppo a livello locale.

Si tratta di un progetto collettivo che implica l'impegno di tutte le direzioni e di tutti i dipendenti di Ferrero Francia per poter definire e realizzare molteplici iniziative.

¹ Il fatturato 2010/11 secondo i principi contabili francesi è pari a 1.208 Mln €.

² Al 31 dicembre 2011 in numero totale dei dipendenti di Ferrero in Francia è pari a 1.272 persone.



I Quattro Pilastri di "Ferrero Ensemble Justement"



INIZIATIVE LOCALI PER I DIPENDENTI

Tra le iniziative a favore del corretto bilanciamento vita/lavoro per i dipendenti di Ferrero Francia si annoverano: l'Unità sociale, che analizza tra gli 80 e i 100 dossier ogni anno, l'asilo nido, che ospita circa 45 bambini tra 0 e 4 anni, il Mini Club, le colonie estive per bambini, l'assistenza scolastica a 47 bambini di 39 dipendenti e 15 borse di studio per scuole superiori. Inoltre il dipartimento servizi/portineria d'azienda offre alcuni servizi, tra cui: assistenza informatica, procedure amministrative e servizi postali.

Il 14 Dicembre 2010, Ferrero Francia ha firmato la **Carta della « parentalité »**, che mira a favorire una migliore conciliazione della vita professionale e personale dei dipendenti.

Inoltre il progetto « **conges familiaux pour tous** » prevede diverse misure che vanno oltre la normativa vigente, tra cui: il mantenimento dello stipendio per il congedo di paternità, la messa a disposizione di cinque giorni di congedo per le giovani mamme entro i primi 6 mesi dalla ripresa del lavoro, l'aumento dei giorni di congedo in caso di malattia dei figli.

Tra le iniziative a sostegno della "diversità", in Ferrero Francia è prevista una sensibilizzazione dei "managers" alla "diversità" e alle pari opportunità, anche attraverso la realizzazione di un'indagine interna e la successiva elaborazione di un piano d'azione, incluse eventuali azioni correttive.

A seguito dell'indagine effettuata sono state individuate quattro aree tematiche su cui lavorare:

1. Parità professionale uomini/donne.
2. Diversità sociale ed etnica/territoriale.
3. Diversamente abili.
4. Gestione anagrafica.

Tra le priorità di azione per il 2012, vi sono: l'ottimizzazione del nostro processo di assunzione ai fini di limitare il rischio di discriminazione sin dal momento dell'assunzione, la firma della "Carta della Diversità" e l'ottenimento del "Label Diversité" nel 2014.

Numerose iniziative per il benessere dei dipendenti sono state poste in essere nel corso degli anni, tra cui il "Bilan Santé": dal 2008, 105 dipendenti hanno svolto tale "check-up", con la possibilità di ricevere consigli da parte di nutrizionisti.



Operatrice addetta agli imballaggi, presso lo stabilimento di Villers-Ecalles

Tra le principali iniziative per la salute e sicurezza dei dipendenti si segnalano:

1. Analisi ergonomica dei posti di lavoro

Nel 2010, Ferrero Francia ha effettuato un'analisi sull'ergonomia delle postazioni di lavoro al fine di elaborare un piano d'azione dedicato. La prima postazione sottoposta ad analisi è stata quella della forza vendite che comprende più di 170 dipendenti. Gli obiettivi sono quelli di analizzare la postazione di lavoro degli addetti al confezionamento nel 2011, e dei "mulettisti" nei magazzini nel 2012.

2. Accordo aziendale sullo stress e i rischi psicosociali

Per rafforzare l'approccio alla prevenzione dei rischi psicosociali sul lavoro, Ferrero Francia e i suoi partner sociali hanno firmato un accordo aziendale il 7 ottobre 2010. Questo accordo testimonia l'attenzione che l'azienda pone nel preservare la salute fisica e mentale dei dipendenti. Un centinaio di persone sono state ascoltate durante una fase diagnostica che ha portato alla creazione di un piano d'azione con i rappresentanti del personale nel mese di aprile 2011. Tra le azioni predisposte per il 2010/11 vi sono: la formazione di 170 venditori promotori per gestire le tensioni con il cliente e la diffusione della Carta "Lavorare meglio insieme".

3. Azioni di prevenzione relativamente alla sicurezza stradale

Molte azioni sono state realizzate da Ferrero Francia per "limitare il rischio della flotta aziendale sulle strade." In particolare la flotta di veicoli e le attrezzature di sicurezza sono rinnovate ogni due anni e sono effettuate specifiche analisi degli incidenti (60% degli incidenti analizzati nel 2010/2011). Inoltre sono stati formati 500 dipendenti sulla sicurezza stradale, attraverso l'erogazione di oltre 4000 ore di formazione, tra cui una formazione specifica per gli incidenti a catena. Il tasso di frequenza di incidenti stradali è sceso da 0,7 a 0,3 nel 2011; l'obiettivo è di raggiungere un tasso inferiore allo 0,2 entro il 2014 e di certificare il sistema di gestione della sicurezza stradale.



Diversamente abili

Ferrero Francia prosegue la sua politica di promozione dell'occupazione e dell'integrazione dei lavoratori disabili.

Le principali azioni intraprese nel 2010/11 sono di seguito elencate:

- Adattamento di tutti i locali aziendali per renderli accessibili alle persone con disabilità.
- Messa a punto di uno specifico indirizzo internet (handiemploi.fr@ferrero.com) per facilitare lo svolgimento delle attività delle persone con disabilità.
- Partecipazione alla Settimana Nazionale delle Persone con Disabilità.
- Collaborazioni e Partenariati per le assunzioni e l'integrazione dei dipendenti diversamente abili.

Ferrero Francia collabora con diverse organizzazioni che facilitano l'impiego e l'integrazione delle persone diversamente abili:

- "Cap Emploi": una rete nazionale di agenzie di collocamento specializzate, dislocate in tutto il territorio. Presenti in ogni regione, forniscono un servizio locale per i datori di lavoro e le persone disabili in tutte le questioni relative all'assunzione e percorsi occupazionali (<http://capemploi.net>).
- "Handisup": associazione creata nel 1998 per aiutare gli studenti diversamente abili delle scuole medie e del liceo e i giovani diplomati della Regione dell'Alta Normandia a continuare i loro studi e a trovare un impiego (<http://www.handisup.asso.fr/>).
- "ADAPT": un'associazione storica creata nel 1929 che lavora per l'integrazione sociale e professionale delle persone con disabilità (<http://www.ladapt.net>).

ALTRE INIZIATIVE INTRAPRESE DA FERRERO FRANCIA

Per uno stile di vita sano

- Partenariato del programma di educazione « Vivons en forme » (Ex-EPODE).
- Partenariato dell'associazione ANDES (Rete dei negozi di alimentari sociali).
- Partenariato del Programma Mediasmart (Pubmalin in francese).
- Partenariato con "Fonds français alimentation et santé"



Partenariato con "Fonds français
alimentation et santé"



Valorizzare le comunità locali

- ▣ “Kinder s’engage pour l’enfance”: villaggi Kinder offrono una settimana di vacanze per 1000 bambini svantaggiati.
- ▣ “Tremplin pour réussir”: programma di educazione e di sostegno alla ripresa degli studi superiori per i giovani in situazioni disagiate.
- ▣ 5 “Maillots pour l’enfance”: sostegno delle associazioni regionali nel quadro della lotta contro la disuguaglianza.
- ▣ Aiuto alimentare: sostegno alle associazioni d’aiuto alimentare anche attraverso la donazione di prodotti invenduti.
- ▣ Comitato Interno di Solidarietà: giuria composta da dipendenti volontari di Ferrero Francia per la concessione di sovvenzioni alle organizzazioni locali che lavorano nel campo della solidarietà.



Foto di gruppo prima della partenza per un villaggio Kinder

Per le municipalità

- ▣ Partenariato con il municipio di Rouen e supporto alla sua politica in favore degli anziani.
- ▣ Celebrazione dei 50 anni di Ferrero in Normandia con l’istituzione di collaborazioni all’interno dei cinque comuni: Ville Ecalles, Mont Saint-Aignan, Grand Quevilly, Saint Pierre Les Elbeufs e Rouen, per sostenere progetti locali.
- ▣ “Sponsorship” sportiva a livello locale: partenariato con “SPO Rouen Basket”.

FORNITORI LOCALI

Ferrero in Francia lavora con numerosi fornitori locali, in particolare dell’Alta Normandia.

Nell’ambito delle forniture effettuate per le attività dello stabilimento il 95% dei fornitori esterni sono francesi, e in particolare il 44% dei quali dell’Alta Normandia³. Anche la “Business Unit” intrattiene rapporti commerciali con fornitori: il 92% sono nazionali e in particolare il 37% dell’Alta Normandia.

Ferrero persegue rapporti duraturi con questi attori economici, che considera partner chiave del proprio sviluppo e dello sviluppo della comunità. A tal fine sono anche coinvolti in progetti innovativi in campo sociale o ambientale.

³ Il dato è calcolato sul numero di fornitori attivi al 31 agosto 2011. Sono escluse le forniture intragruppo, le forniture centralizzate (quali ad esempio quelle relative alle materie prime e agli imballaggi) e i fornitori di servizi di marketing e pubblicità.

MINIMIZZARE L'IMPATTO AMBIENTALE

Per una visione globale dei dati relativi alla performance ambientale di Ferrero Francia, si reinvia al capitolo “Minimizzare l'impatto ambientale” del presente rapporto.

Stabilimento

Il sito produttivo a Villers-Ecalles è certificato ISO 14001 dal 2005, certificazione rinnovata nel 2008 e 2011.

Ferrero Francia è impegnata nella minimizzazione di consumi energetici e nella riduzione delle emissioni di CO₂, in particolare lo stabilimento di Villers-Ecalles nel 2010/11 ha portato avanti numerosi progetti .

Ad esempio, il progetto di ottimizzazione dell'illuminazione delle linee di imballo di Kinder Bueno ha comportato la messa in opera di tubi ad alta efficienza luminosa “T5” che garantiscono una migliore luminosità ed un risparmio energetico. I principali risultati ottenuti sono stati:

- ▣ 60% di riduzione di potenza installata.
- ▣ Riduzione delle emissioni di gas serra (10,5 t CO₂ per anno).
- ▣ Aumento della longevità dei tubi illuminanti.
- ▣ Migliore illuminazione delle aree interessate.

Un altro importante progetto ha riguardato l'isolamento di impianti ad acqua calda e acqua refrigerata di processo riducendo di molto i consumi energetici.

Deposito

Nel deposito è stato avviato l'utilizzo di carrelli elevatori a ridotto consumo energetico, la cui affidabilità è stata confermata da test svolti dall'Università di Vienna.

Inoltre il progetto di cambiamento del sistema di climatizzazione a Grand Quevilly ha portato risultati significativi tra cui :

- ▣ riduzione del 30% del consumo di energia.
- ▣ riduzione de 50% delle emissioni di gas a effetto serra (da 309 TeqCO₂ a 146 TeqCO₂).
- ▣ riduzione delle emissioni acustiche di 20 décibels (da 80 db a 60 db).

L'acquisto di 882 certificati EDF (certificats equilibré EDF) per sopperire ai consumi energetici del deposito è esemplificativo dell'impegno di Ferrero Francia verso l'utilizzo delle energie da fonte rinnovabile. I certificati acquistati nel 2010/11 corrispondono a 882.000 Kwh di energia da fonte rinnovabile. Va ricordato come per ogni certificato acquistato, EDF ha versato 1,7 € a un progetto di ricerca finalizzato allo sviluppo e alla produzione di nuove cellule fotovoltaiche con bassi costi di produzione.





Stabilimento di Villers-Ecalles

“Business Unit”

La “Business Unit” ha condotto diversi progetti volti al risparmio energetico ed alla sensibilizzazione dei dipendenti alle tematiche di eco-sostenibilità.

Ferrero Francia, nel quadro dell’ estensione e del rinnovamento della sede sociale cerca di rispettare i principi della norma HQE (High Quality Environment). Il palazzo della sede è diventato la prima costruzione privata dell’Alta Normandia costruita secondo la procedura HQE. Nel febbraio del 2011 c’è stata la messa in servizio dei pannelli fotovoltaici per una produzione annuale di energia di circa 10 MWh.

Di seguito le principali iniziative di sensibilizzazione dei dipendenti agli “eco-gesti” sul luogo di lavoro.

Nel 2009, è stato istituito un Comitato ambientale composto da dipendenti volontari di Ferrero Francia al fine di sensibilizzare tutti i dipendenti ed incoraggiare comportamenti “eco-sostenibili” sul luogo di lavoro.

Il Comitato ambientale ha avviato numerose iniziative di sensibilizzazione agli “eco-gesti”:

- Diffusione di una lettera informativa ;
- Distribuzione di cestini per la carta ;
- Messa a disposizione di tazze per latte e caffè ;
- Sensibilizzazione alla raccolta differenziata in ufficio e risparmio carta ;
- Promozione di azioni che favoriscono la riduzione dei consumi di elettricità ;
- Fornitura di sei biciclette per il personale di Mont Saint-Aignan per gli spostamenti brevi.

Anche la sede di Mont Saint-Aignan ha acquistato, nel 2011, 186 certificati EDF (certificats equilibré EDF) che corrispondono a 186 000 Kwh d’energia da fonte rinnovabile.



Biodiversità

Tutti i siti Ferrero in Francia si integrano nei loro rispettivi ecosistemi e, sulla base dei dati contenuti nel “World Database on Protected Areas⁴”, non includono al loro interno aree protette o ad elevata biodiversità. L’area protetta più vicina è il “Boucles de la Seine normande Regional Nature Park”, situata a circa 1,5 km dal deposito Ferrero.

Catena logistica

Tra le iniziative per la riduzione delle emissioni vi è anche quella che prevede l’adeguamento di tutti i veicoli commerciali utilizzati (camion) alle norme europee di emissione. Nel 2011, il 69% dei camion che circolano per conto di Ferrero Francia è conforme alla normativa Euro-5 (con un raddoppio tra il 2009 e il 2011). Obiettivo per la fine del 2012 è arrivare al 95%.

Tra le iniziative per ridurre le emissioni relative al trasporto di merci e prodotti, va sicuramente menzionata quella relativa al trasporto su rotaie dal 2005 al 2010, condotta in collaborazione con il Gruppo “STEF-TFE”, i cui risultati possono essere riassunti così:

- ▣ 2.150.000 km percorsi su rotaia,
- ▣ 3.050 camion in meno sulle strade,
- ▣ riduzione delle emissioni di CO₂ di 1935 teq CO₂/anno.

L’obiettivo per il 2014 è quello di ridurre del 10% le nostre emissioni di gas serra associate al trasporto di merci e persone (rispetto al 2010) e trasportare più di 6% del volume totale su rotaia e o per vie fluviali interne (es. Senna e Reno).

Tra gli obiettivi di lungo periodo vi è anche quello di ridurre, entro il 2014, del 5% le emissioni di ossidi di azoto (NOx) e del 30% le emissioni di altre particelle inquinanti.



⁴ Il “World Database on Protected Areas” è un progetto creato da UNEP (United Nations Environment Programme) e IUCN World Commission on Protected Area che contiene dati provenienti da governi e da organizzazioni non governative, tra le quali: UNESCO World Heritage Sites, UNESCO Man and the Biosphere Programme, The Convention on Wetlands of International Importance especially as Waterfowl Habitat (Ramsar Convention), EC Birds Directive, EC Habitats Directive e ASEAN Declaration on Heritage Parks

ALCUNI DATI SULLA SOSTENIBILITA' DI NUTELLA

Nutella nasce nel 1964, sulla base della ricetta per il Giandujot del 1946. Da allora, è diventato uno dei prodotti più apprezzati dai nostri consumatori. Informazioni generali sul prodotto, sulla sua storia, curiosità incluse, sono disponibili su www.nutella.com.

Nel mondo, oggi, Nutella è prodotta in nove stabilimenti: Lithgow (Australia), Poços de Caldas (Brasile), Brantford (Canada), Villers-Ecalles (Francia), Stadtallendorf (Germania), Alba (Italia), Sant'Angelo dei Lombardi (Italia), Belsk (Polonia) e Vladimir (Russia).

I primi 5 paesi dove Nutella è più apprezzata, in base ai volumi di vendita dell'anno in esame del presente rapporto CSR, sono: Francia, Germania, Italia, USA e Belgio.

Il formato ad oggi più venduto al mondo di Nutella, per numero di pezzi, è quello corrispondente a circa 400 gr.¹.

APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE

La tanto apprezzata ricetta di Nutella, senza conservanti e coloranti, contiene un mix di materie prime di elevata qualità tra cui: zucchero, olio vegetale (origine: palma), nocciole, cacao magro e latte scremato (in polvere). Le materie prime agricole utilizzate nel 2010/11 equivalgono ad un totale di 323.007 tonnellate.

Come previsto dal Codice di Condotta Commerciale Ferrero, **il Gruppo non utilizza intenzionalmente OGM** nella catena produttiva e chiede ai propri fornitori e partner commerciali di fornire tutte le informazioni rilevanti, incluse evidenza delle analisi condotte.

In un apposito capitolo del presente rapporto CSR, si trovano tutte le informazioni relative all'origine e alle condizioni di approvvigionamento delle materie prime utilizzate, compresi i progetti svolti localmente e le percentuali di tracciabilità e sostenibilità certificate da terzi (capitolo "Pratiche agricole sostenibili" del presente rapporto).

Tabella di marcia materie prime sostenibili per Nutella

In caso di effettiva disponibilità sul mercato di cacao e di olio di palma certificati sostenibili e se essi fossero destinati solo a Nutella, potremmo ipotizzare che:

nel 2013/2014, tutto l'olio di palma e tutto il cacao utilizzato in Nutella saranno certificati come sostenibili.

Si tratta di una simulazione, in quanto, ad oggi, le materie prime certificate sostenibili acquistate dal Gruppo sono utilizzate in tutti i prodotti Ferrero e anche perché l'esercizio si basa sui volumi di vendita previsti sino al 2013/2014². Per maggiori informazioni sull'approvvigionamento delle materie prime destinate a tutti i prodotti Ferrero e per le relative tabelle di marcia, si rinvia al capitolo "Pratiche agricole sostenibili".

I quantitativi di materie prime certificate sostenibili continueranno a crescere anche dopo il 2013/14 fino a raggiungere il 100% delle materie prime acquistate dal Gruppo, secondo le tabelle di marcia previste per ogni materia prima e disponibili nel capitolo "Pratiche agricole sostenibili", dove sono descritti anche i paesi di provenienza delle materie prime utilizzate e i progetti svolti con le comunità locali e gli standard utilizzati.

¹ Ovvero i formati dal 350 gr. al 450 gr.

² Si tratta di stime interne basate sui volumi di vendita 2010/11 e sui volumi previsti per gli anni successivi.

“PERFORMANCE” AMBIENTALE

Sette dei nove stabilimenti in cui è prodotta Nutella nel mondo hanno conseguito la certificazione del sistema di gestione ambientale secondo la norma ISO 14001. Entro il 2020, tale certificazione sarà estesa a tutti gli stabilimenti del Gruppo (per maggiori informazioni si rinvia al capitolo “Minimizzare l’impatto ambientale”).

In particolare, la produzione di Nutella rientra negli obiettivi di Gruppo che prevedono il 100% di autoproduzione energetica, da impianti di cogenerazione o da fonte rinnovabile, pari quindi alle necessità di tutti gli stabilimenti.

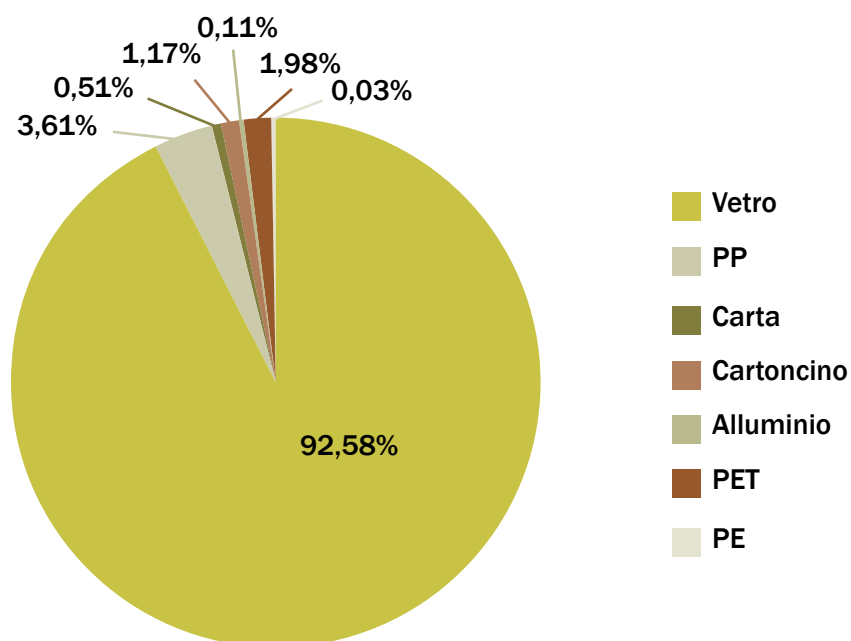
Per il dettaglio del parco di generazione energetico installato presso gli impianti che producono Nutella si rinvia al capitolo “Minimizzare l’impatto ambientale” del presente rapporto CSR.

“Supply chain”

Il trasporto di Nutella avviene in modo combinato rispetto agli altri prodotti Ferrero. La strategia e gli obiettivi relativi al trasporto di Nutella rientrano quindi all’interno delle strategie di “supply chain” di Gruppo, descritte nel capitolo “Minimizzare l’impatto ambientale” del presente rapporto CSR.

Imballaggi

Sono di seguito riportati i principali materiali, per peso, utilizzati per gli imballaggi di Nutella a livello mondiale*.

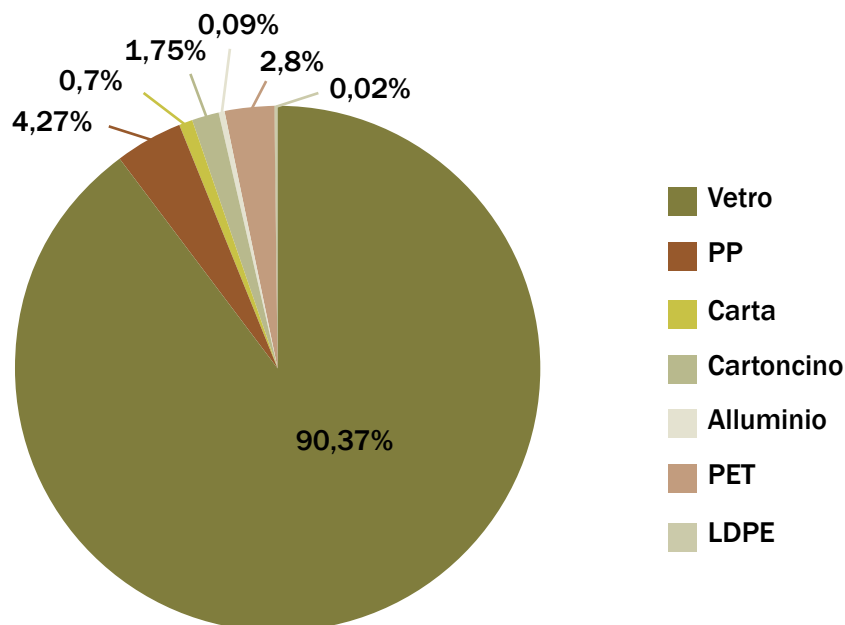


** I dati sono riferiti al budget 10/11 di tutti i formati Nutella oltre i 30 gr. e le percentuali di imballaggio sono riferite solo all’imballaggio primario. I pesi ed i componenti di imballo considerati sono stati calcolati sulle versioni standard.*

Il packaging di Nutella è composto per il 92,58% da vetro, corrispondente al 100% del vetro totale utilizzato dal Gruppo nel 2010/11.

Il vetro è riciclabile al 100% e circa il 34% del vetro utilizzato per Nutella è di origine riciclata (cullets, ovvero rottame di vetro). Nutella utilizza solo vetro bianco, la cui trasparenza permette al consumatore finale di apprezzare a pieno caratteristiche e qualità del prodotto; per questo, non prevediamo percentuali crescenti da origine riciclata.

Come anticipato, il formato di Nutella più venduto al mondo è quello corrispondente a circa 400 gr. Sono quindi di seguito riportati i principali materiali, per peso, utilizzati del packaging di Nutella per tale formato*.



*In particolare i dati fanno riferimento al cluster "T400", che comprende i formati dal 350 gr. al 450 gr.

TRACCIABILITÀ E SICUREZZA

Ferrero definisce ed applica per Nutella, come per tutti i suoi prodotti, stringenti criteri di tracciabilità, sicurezza e qualità.

Tutti gli stabilimenti Ferrero che producono Nutella sono certificati da un ente terzo indipendente, secondo standard di sistemi di gestione della sicurezza alimentare riconosciuti a livello internazionale (per maggiori informazioni si rimanda al capitolo "Stile di vita sano" del presente rapporto CSR).

Affinché Nutella sia conforme agli elevati standard di gusto Ferrero, oltre ai classici test di laboratorio, è realizzata anche un'analisi sensoriale, definita "assaggio" e finalizzata ad esprimere un giudizio compiuto sull'aspetto estetico, sull'odore e sul gusto del prodotto. Considerando Nutella 400 gr. in vetro e gli stabilimenti del Gruppo che la producono, sono effettuati annualmente circa 5.000 assaggi.

La tabella di seguito riassume il numero di reclami pervenuti sul prodotto Nutella nel 2010/11.

Paesi	Numero di reclami
Argentina, Australia, Brasile, Canada, Francia, Germania, Italia, Lussemburgo, Polonia, Regno Unito, USA	8.923

I reclami ricevuti, rapportati al numero di confezioni commercializzate, **corrispondono a 1,4 reclami ogni 100.000 vasetti di Nutella formato 400gr.**

Entro il 2015, Ferrero prevede di implementare un centro unico di raccolta reclami, dove confluiscono tutte le segnalazioni, anche quelle dei paesi non menzionati nella tabella, costituendo una banca dati globale.

QUALITÀ E GUSTO

Attraverso la selezione delle materie prime ed il processo industriale a cui esse sono sottoposte per la produzione finale, Ferrero ha sviluppato approcci di trasformazione originali, che salvaguardano la qualità, il gusto e l'apporto naturale di alcuni micronutrienti.

Per Nutella sono anche fornite delle monoporzioni (preconfezionate o, nel caso dei vasetti, consigliate) variabili da 15 a 30 gr. in funzione delle diverse consolidate abitudini alimentari dei numerosi Paesi nei quali viene commercializzata.



Relazione della società di revisione sulla revisione limitata del rapporto di responsabilità sociale d'impresa

Al Consiglio di Amministrazione della
Ferrero International S.A.

1. Abbiamo effettuato la revisione limitata del rapporto di responsabilità sociale d'impresa (di seguito il "rapporto di sostenibilità") del Gruppo Ferrero (di seguito il "Gruppo") al 31 agosto 2011. La responsabilità della redazione del rapporto di sostenibilità in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" (versione G3.1, 2011) e al "Food Processing Sector Supplement" entrambi definiti dal GRI – *Global Reporting Initiative*, indicate nel paragrafo "premessa metodologica", compete agli amministratori della Ferrero International S.A., così come la definizione degli obiettivi in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti. Compete altresì agli amministratori della Ferrero International S.A., l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare, così come l'implementazione e il mantenimento di adeguati processi di gestione e di controllo interno relativi ai dati e alle informazioni presentati nel rapporto di sostenibilità. È nostra la responsabilità della redazione della presente relazione in base al lavoro svolto.
2. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri per la revisione limitata indicati nel principio "International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" ("ISAE 3000"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board*. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili ("Code of Ethics for Professional Accountants" dell'*International Federation of Accountants*), compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una limitata sicurezza, inferiore rispetto a una revisione completa, che il rapporto di sostenibilità non contenga errori significativi. Un incarico di revisione limitata del rapporto di sostenibilità consiste nell'effettuare colloqui, prevalentemente con il personale del Gruppo responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel rapporto di sostenibilità, analisi del rapporto ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze probative ritenute utili. Le procedure effettuate sono riepilogate di seguito:
 - comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nei paragrafi "i nostri prodotti" e "la responsabilità sociale d'impresa" del rapporto di sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 agosto 2011, sul quale Deloitte Audit Société à responsabilité limitée ha emesso la relazione della società di revisione, in data 27 febbraio 2012;
 - analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel rapporto di sostenibilità. In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:
 - interviste e discussioni con il personale della Direzione del Gruppo Ferrero, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del rapporto di sostenibilità, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del rapporto di sostenibilità;

Bologna Bari Firenze Genova Milano Roma Torino Padova

Sede Legale: Via Tortona, 25 - 20144 Milano
Capitale Sociale: sottoscritto e versato Euro 32.000,00 – deliberato Euro 50.000,00
Codice Fiscale/Registro delle Imprese Milano n. 05059250158 – R.E.A. Milano n. 1105593
Partita IVA: IT 05059250158

Member of Deloitte Touche Tohmatsu Limited



ISO 9001: 2008
FS550166

- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del rapporto di sostenibilità, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel rapporto di sostenibilità;
- analisi della conformità delle informazioni qualitative riportate nel rapporto di sostenibilità alle linee guida identificate nel paragrafo 1 della presente relazione e della loro coerenza interna, con particolare riferimento alla strategia, alle politiche di sostenibilità e all'identificazione degli aspetti significativi per ciascuna categoria di stakeholder;
- analisi del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate e alla completezza dei soggetti coinvolti, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal rappresentante legale della Ferrero International S.A., sulla conformità del rapporto di sostenibilità alle linee guida indicate nel paragrafo 1, nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

La revisione limitata ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella di una revisione completa svolta secondo l'ISAE 3000, e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di una revisione completa.

Per quanto riguarda i dati e le informazioni relative al rapporto di sostenibilità dell'esercizio precedente presentati a fini comparativi, si fa riferimento alla nostra relazione emessa in data 14 giugno 2011.

3. Sulla base di quanto svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il rapporto di sostenibilità del Gruppo Ferrero al 31 agosto 2011 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida "*Sustainability Reporting Guidelines*" (versione G3.1, 2011) e al "*Food Processing Sector Supplement*" entrambi definiti dal GRI – *Global Reporting Initiative*, come descritto nel paragrafo "premessa metodologica".

Milano, 27 giugno 2012

DELOITTE ERS – Enterprise Risk Services S.r.l.



Franco Amelio

Socio

Corporate Responsibility Services

INDICATORI GRI-G3.1

Di seguito è presentata una sintesi dei principali contenuti del rapporto di responsabilità sociale d'impresa 2011, secondo lo schema proposto dalla linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" (versione 3.1, 2011) integrate con il "Food Processing Sector Supplement". Per ogni indicatore sono riportati: una descrizione sintetica del contenuto, il riferimento alla pagina del rapporto ed il livello di copertura, secondo la seguente legenda: T se la copertura è totale, P se è parziale, NC se non è stato coperto, NA se non è applicabile (considerata la tipologia di attività svolta o la localizzazione dei siti aziendali).

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	LIVELLO DI COPERTURA GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
PROFILO				
1. Strategia e analisi				
1.1	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	6.2 Governo dell'organizzazione	T	2-3
1.2	Descrizione dei principali impatti, rischi e opportunità	6.2 Governo dell'organizzazione	T	2-3; 6-7; 20; 42; 86; 103
2. Profilo dell'organizzazione				
2.1	Nome dell'organizzazione	n.a	T	12
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	n.a	T	8-9
2.3	Struttura operativa dell'organizzazione, considerando principali divisioni, aziende operative, controllate e joint-venture	6.2 Governo dell'organizzazione	T	10-13
2.4	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	n.a	T	10-11
2.5	Numero di paesi nei quali opera l'organizzazione, nome dei paesi nei quali l'organizzazione svolge la maggior parte della propria attività operativa o che sono particolarmente importanti ai fini delle tematiche di sostenibilità richiamate nel report	n.a	T	10-11
2.6	Assetto proprietario e forma legale	n.a	T	12
2.7	Mercati serviti	n.a	T	10-11
2.8	Dimensione dell'azienda (numero dipendenti, numero di attività, fatturato netto, quantità prodotti serviti)	n.a	T	8-11; 54
2.9	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione	n.a	T	4; 11-13
2.10	Riconoscimenti/ premi ricevuti nel periodo di rendicontazione	n.a	T	24-28
3. Parametri del report				
Profilo del report				
3.1	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite	n.a	T	4
3.2	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	n.a	T	4
3.3	Periodicità di rendicontazione	n.a	T	4
3.4	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti	n.a	T	4
Obiettivo e perimetro del report				
3.5	Processo per la definizione dei contenuti del report	n.a	T	4; 14-15
3.6	Perimetro del report (paesi, divisioni, controllate, impianti in leasing, joint venture, fornitori)	n.a	T	4
3.7	Dichiarazione di qualsiasi limitazione specifica dell'obiettivo o del perimetro del report	n.a	T	4; 122

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	LIVELLO DI COPERTURA GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
3.8	Informazioni relative a joint venture, controllate, impianti in leasing, attività in outsourcing ed altre entità che possono influenzare la comparabilità tra periodi	n.a	T	11-13
3.9	Tecniche di misurazione dei dati e basi di calcolo, incluse assunzioni e tecniche sottostanti le stime applicate al calcolo degli indicatori e alla compilazione delle altre informazioni del report	n.a	T	58; 63; 102; 122
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e motivazioni di tali modifiche	n.a	T	4; 64; 105-107; 111-112
3.11	Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione	n.a	T	102-103; 122
Indice contenuti GRI				
3.12	Tabella esplicativa dei contenuti del report che riporti il numero di pagina o del sito internet di ogni sezione	n.a	T	143-155
Assurance				
3.13	Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'assurance esterna del report	7.5.3 Tipologia di comunicazione sulla responsabilità sociale	T	4; 141-142
4. Governance, impegni, coinvolgimento degli stakeholder				
Governance				
4.1	Struttura di governo dell'organizzazione, inclusi i comitati che rispondono direttamente al più alto organo di governo, responsabili di specifici compiti come la definizione della strategia o il controllo organizzativo	6.2 Governo dell'organizzazione	T	12; 56
4.2	Indicare se il Presidente del più alto organo di governo ricopre anche un ruolo esecutivo (in tal caso, indicare le funzioni all'interno del management e le ragioni di questo assetto)	6.2 Governo dell'organizzazione	T	12
4.3	Per le organizzazioni che hanno una struttura unitaria degli organi di governo, indicare il numero di componenti che sono indipendenti e/o non esecutivi	6.2 Governo dell'organizzazione	T	12
4.4	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo	6.2 Governo dell'organizzazione	T	12
4.5	Legame tra compensi dei componenti del più alto organo di governo e la performance dell'organizzazione (inclusa la performance sociale e ambientale)	6.2 Governo dell'organizzazione	T	12
4.6	Attività in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interesse	6.2 Governo dell'organizzazione	T	12
4.7	Processi per la determinazione delle qualifiche e delle competenze dei componenti del più alto organo di governo per indirizzare la strategia dell'organizzazione in funzione degli aspetti economici, sociali e ambientali	6.2 Governo dell'organizzazione	T	12
4.8	Missioni, valori, codici di condotta, principi rilevanti per le performance economiche, ambientali e sociali sviluppati internamente e stato di avanzamento della loro implementazione	6.2 Governo dell'organizzazione	T	2-3; 16-17; 23; 38; 75; 103; www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/; www.ferrero.com/social-responsibility/code-of-ethics/reliability-trust/
4.9	Procedure del più alto organo di governo per controllare le modalità di identificazione e gestione delle performance economiche, ambientali e sociali dell'organizzazione, includendo i rischi e le opportunità rilevanti e la conformità agli standard internazionali, ai codici di condotta e ai principi dichiarati	6.2 Governo dell'organizzazione	T	12; 14; 16-17
4.10	Processo per la valutazione delle performance dei componenti del più alto organo di governo, in particolare in funzione delle performance economiche, ambientali, sociali	6.2 Governo dell'organizzazione	T	12

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	LIVELLO DI COPERTURA GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
Impegno in iniziative esterne				
4.11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	6.2 Governo dell'organizzazione	T	2-3; 16-17; 20; 62; 76-77; 103; 119
4.12	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relative a performance economiche, sociali e ambientali	6.2 Governo dell'organizzazione	T	4; 14; 16-17; www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali	6.2 Governo dell'organizzazione	T	16
Coinvolgimento degli stakeholder				
4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	6.2 Governo dell'organizzazione	T	14-15
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	6.2 Governo dell'organizzazione	T	14-17; 95
4.16	Approccio dell'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder	6.2 Governo dell'organizzazione	T	14-15; 155
4.17	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha reagito alle critiche emerse, anche in riferimento a quanto indicato nel report	6.2 Governo dell'organizzazione	T	14-15; 155

INDICATORI DI APPROVVIGIONAMENTO				
DMA SC	Politiche e sistemi di gestione e verifica		T	2-3; 6-7; 16-19; 86-87; 91; 94-96; 98-100; 102-103; 109; 115; 121; www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/
FP1	Percentuale del volume di acquisti effettuati da fornitori che operano in conformità alla politica di approvvigionamento dell'azienda	6.3 Diritti umani 6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T	16-17; 23
FP2	Percentuale del volume di acquisti per i quali è stata verificata la conformità con standard produttivi di responsabilità credibili e riconosciuti a livello internazionale, distinti per standard	6.3 Diritti umani 6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T	16-17; 23

INDICATORI ECONOMICI				
DMA EC	Politiche e sistemi di gestione e verifica	6.2 Governo dell'organizzazione 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità	T	2-3; 9-11; 20-21; 30-31; 36-37; 40; 42; 46-47; 49; 58; 60; 70; 86; 88-90; 97; 104; 110; 127; 133
Performance economica				
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito	6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.3 Coinvolgimento della comunità 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza 6.8.9 Investimento sociale	T	21
EC2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità per le attività dell'organizzazione dovuti ai cambiamenti climatici	6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi	T	104
EC3	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico	n.a	T	62

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	LIVELLO DI COPERTURA GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
EC4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	n.a	P	22; Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno in vista del rapporto CSR 2012, che sarà disponibile a metà 2013.
Presenza sul mercato				
EC5	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative, suddiviso per genere	6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità	P	58; Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/15.
EC6	Politiche, pratiche e percentuali di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza	T	20; 45-46; 127; 133
EC7	Procedure di assunzione di persone residenti dove si svolge prevalentemente l'attività e percentuale dei senior manager assunti nella comunità locale	6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza	T	60
Impatti economici indiretti				
EC8	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente "per pubblica utilità"	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.3 Coinvolgimento della comunità 6.8.4 Istruzione e cultura 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 6.8.6 Sviluppo tecnologico e accesso alla tecnologia 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza 6.8.9 Investimento sociale	T	30-31; 36-38; 40; 42; 48; 68; 70; 79; 81; 88-90; 97; 110
EC9	Analisi e descrizione dei principali impatti economici indiretti considerando le esternalità generate.	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 6.6.7 Rispetto dei diritti di proprietà 6.7.8 Accesso ai servizi essenziali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze 6.8.6 Sviluppo tecnologico e accesso alla tecnologia 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza 6.8.9 Investimento sociale	P	20; 33; 42; 46-47; 89-90; 97; 110; 127; 133

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	LIVELLO DI COPERTURA GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
IINDICATORI AMBIENTALI				
DMA EN	Politiche e sistemi di gestione e verifica	6.2 Governo dell'organizzazione 6.5 Ambiente	T	2-3; 18-20; 86; 88; 102-104; 106-109; 113; 115-117; 119-121; 127-128; 134- 136; 138; www. ferrero.com/social- responsibility/code- business-conduct/
Materie prime				
EN1	Materie prime utilizzate per peso e volume	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	11; 137
EN2	Percentuali dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	117; 138
Energia				
EN3	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	105; 111-113
EN4	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	105; 111-113
EN5	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	104-105; 110-113; 115-116; 119; 127-128; 134-135
EN6	Iniziative per fornire prodotti e servizi ad efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguenti riduzioni del fabbisogno energetico come risultato	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	108-109; 112; 115; 118-119; 121; 128; 135- 136; 138
EN7	Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	104-105; 109; 112-113; 115; 127-128; 134-135
Acqua				
EN8	Prelievo totale di acqua per fonte	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	106
EN9	Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	106
EN10	Percentuale e volume totale dell'acqua riciclata e riutilizzata.	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	106
Biodiversità				
EN11	Localizzazione e dimensione dei terreni o acque posseduti, affittati, o gestiti in aree protette o in aree ad elevata biodiversità esterne alle aree protette	6.5 Ambiente 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali	T	108; 127; 136
EN12	Descrizione dei maggiori impatti di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità di aree protette o aree ad elevata biodiversità esterne alle aree protette.	6.5 Ambiente 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali	T	108; 127; 136
Emissioni, scarichi, rifiuti				
EN16	Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso	6.5 Ambiente 6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi	T	105; 113
EN17	Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra significative per peso	6.5 Ambiente 6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi	T	120-121
EN18	Iniziative per ridurre le emissioni di gas ad effetto serra e risultati raggiunti	6.5 Ambiente 6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi	T	88; 103-105; 109; 112-113; 115-116; 119-121; 127-128; 134; 136

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	LIVELLO DI COPERTURA GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
EN19	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono per peso	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T	105
EN20	NO ₂ , SO ₂ , e altre emissioni significative nell'aria per tipologia e peso	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	NA	Ferrero non produce altre emissioni significative
EN21	Acqua totale scaricata per qualità e destinazione	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T	106
EN22	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T	107; 127-128
EN23	Numero totale e volumi di sversamenti significativi	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T	107
Prodotti e servizi				
EN26	Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 6.7.5 Consumo sostenibile	T	117-118; 128; 138-139
EN27	Percentuale dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato per categoria	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse 6.7.5 Consumo sostenibile	T	118; 138
Conformità				
EN28	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale	6.5 Ambiente	T	22
Trasporti				
EN29	Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T	120-121; 128; 136

INDICATORI SOCIALI

Indicatori sulle pratiche di lavoro e sulle condizioni di lavoro adeguate

DMA LA	Politiche e sistemi di gestione e verifica	6.2 Governo dell'organizzazione 6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro	T	2-3; 18-19; 50; 52; 54; 57-62; 64; 67-69; 71-72; 124-125; 130; 132; www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/; www.ferrero.com/social-responsibility/code-of-ethics/reliability-trust/
Occupazione				
LA1	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologie, tipo di contratto, distribuzione territoriale e scomposto per genere	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro	T	11; 52; 54-56; 124; 129
LA2	Numero totale e tasso di nuovi assunti e di turnover del personale, suddiviso per età, genere e area geografica	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro	T	57
LA15	Tasso di ritorno al lavoro e tasso di retention dopo il congedo parentale, suddivisi per genere	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale	NC	58; Attualmente i sistemi informativi di gruppo non consentono di tracciare i dati relativi al ritorno al lavoro dopo il periodo di congedo parentale, relativi alle donne e gli uomini Ferrero. Tali dati saranno disponibili entro il 2014/15.

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	LIVELLO DI COPERTURA GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
Relazioni industriali				
LA4	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale 6.4.5 Dialogo sociale 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro	T	61
LA5	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative, specificando se tali condizioni siano incluse o meno nella contrattazione collettiva	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale 6.4.5 Dialogo sociale	T	61
FP3	Percentuale del tempo di lavoro perso a causa di vertenze, scioperi e/o serrate, per paese	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale 6.4.5 Dialogo sociale	T	61
Salute e sicurezza sul lavoro				
LA7	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica e genere	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.6 Salute e sicurezza sul lavoro	P	63-64; Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/15.
LA8	Programmi di educazione, formazione, consulenza, prevenzione e controllo dei rischi attivati a supporto dei lavoratori, delle rispettive famiglie o della comunità, relativamente a disturbi o malattie gravi	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.6 Salute e sicurezza sul lavoro 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.3 Coinvolgimento della comunità 6.8.4 Istruzione e cultura 6.8.8 Salute	T	37; 62; 67; 69; 125; 131
Formazione e istruzione				
LA10	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.7 Sviluppo delle risorse umane e formazione sul luogo di lavoro	P	44; 64; 67; Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2013/14.
LA11	Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione/aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fase finale delle proprie carriere	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.7 Sviluppo delle risorse umane e formazione sul luogo di lavoro 6.8.5 Creazione di nuova occupazione e sviluppo delle competenze	T	30-31; 36; 38-40; 44; 64-67; 131
LA12	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera.	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.7 Sviluppo delle risorse umane e formazione sul luogo di lavoro	T	59
Diversità e pari opportunità				
LA13	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro	T	55-56; 71; 125; 132
Remunerazione paritaria tra donne e uomini				

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	LIVELLO DI COPERTURA GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
LA14	Rapporto dello stipendio base e della remunerazione degli uomini rispetto a quello delle donne a parità di categoria, suddiviso per le sedi operative più significative	6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale	P	59 Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/15.
Indicatori diritti umani				
DMA HR	Politiche e sistemi di gestione e verifica	6.2 Governo dell'organizzazione 6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.6 Risoluzione delle controversie 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T	2-3; 16-17; 20; 23; 86-87; 92-94; 96-99; www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/ ; www.ferrero.com/social-responsibility/code-of-ethics/reliability-trust/
Pratiche di investimento e approvvigionamento				
HR1	Percentuale e numero totale di accordi significativi di investimento e contratti che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una relativa valutazione	6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.5 Evitare le complicità 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T	16-17; 87; 96
HR2	Percentuale dei principali fornitori, appaltatori e altri partner commerciali che sono sottoposti a verifiche in materia di diritti umani e relative azioni intraprese	6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.5 Evitare le complicità 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T	16-17; 23; 87; 96-97
HR3	Ore totali di formazione dei dipendenti su politiche e procedure riguardanti tutti gli aspetti dei diritti umani rilevanti per l'attività dell'organizzazione e percentuale dei lavoratori formati	6.3 Diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità	P	22; 64 Attualmente i sistemi informativi di gruppo non consentono di tracciare le ore di formazione dei dipendenti riguardanti i diversi aspetti dei diritti umani. Tali dati saranno disponibili entro il 2013/14.
Non discriminazione				
HR4	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni correttive intraprese	6.3 Diritti umani 6.3.6 Risoluzione delle controversie 6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro	T	22
Libertà di associazione e contrattazione collettiva				
HR5	Identificazione delle attività e dei fornitori rilevanti in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti	6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità 6.3.8 Diritti civili e politici 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro 6.4.5 Dialogo sociale	T	16-17; 23; 61

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	LIVELLO DI COPERTURA GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
Lavoro minorile				
HR6	Identificazione delle attività e dei fornitori rilevanti con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure adottate per contribuire alla sua eliminazione	6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità 6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T	16-17; 23; 86-87; 91-94; 96-99
Lavoro forzato				
HR7	Identificazione delle operazioni e dei fornitori rilevanti con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligato e misure intraprese per contribuire alla loro abolizione	6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità 6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T	16-17; 23; 86-87; 91-94; 96-99
Valutazioni				
HR10	Percentuale e numero totale di attività che sono state soggette a review in materia di diritti umani e/o valutazione degli impatti	6.3 Diritti umani 6.3.3 Necessaria diligenza 6.3.4 Situazione di rischio per i diritti umani 6.3.5 Evitare le complicità	T	16-17; 23; 86; 97; 99
Azioni correttive				
HR11	Numero di reclami registrati relativi al rispetto dei diritti umani, gestiti e risolti attraverso meccanismi formali di gestione dei reclami	6.3 Diritti umani 6.3.6 Risoluzione delle controversie	T	16-17; 22-23
Indicatori Società				
DMA SO	Politiche e sistemi di gestione e verifica	6.2 Governo dell'organizzazione 6.6 Corrette prassi gestionali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità	T	2-3; 16-19; 22; 30-31; 36-38; 42-44; 48-49; 74-75; 79-81; 88-90; 93-97; www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/
Collettività				
S01	Percentuale di attività che hanno implementato politiche di engagement con le comunità locali, analisi di valutazione degli impatti e programmi di sviluppo	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità 6.8.3 Coinvolgimento della comunità 6.8.9 Investimento sociale	T	20; 30-31; 36-39; 42; 48-49; 68; 70; 79; 81; 88-91; 93; 96-97; 100; 110; 119; 126; 132-133
S09	Attività con significativi impatti negativi reali o potenziali sulle comunità locali.	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità	T	20

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	LIVELLO DI COPERTURA GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
S010	Misure di prevenzione e mitigazione implementate per attività con significativi impatti negativi reali o potenziali sulle comunità locali.	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità	T	20
FP4	Natura, ambito ed efficacia di qualsiasi programma e pratica che promuovano l'accesso a stili di vita sani; la prevenzione di malattie croniche, la disponibilità di alimenti sani, nutrienti ed accessibili che migliorino il benessere delle comunità svantaggiate	6.8.8 Salute	T	48; 74; 79-81; 125-126; 132; 140
Corruzione				
S02	Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.3 Lotta alla corruzione	T	22
S03	Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anti-corruzione dell'organizzazione	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.3 Lotta alla corruzione	P	22; Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2013/14.
S04	Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.3 Lotta alla corruzione	T	22
Contributi politici				
S05	Posizioni sulla politica pubblica, partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche e pressioni esercitate	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.4 Coinvolgimento politico responsabile 6.8.3 Coinvolgimento della comunità	T	15-16; 74; 88; 90; 92-93; 95-97; 99
S06	Totale dei contributi finanziari e benefici prestati a partiti, politici e relative istituzioni per Paese	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.4 Coinvolgimento politico responsabile 6.8.3 Coinvolgimento della comunità	T	www.ferrero.com/responsabilita-sociale/codice-di-condotta/; Il Gruppo Ferrero non consente comportamenti che offrano, promettano, chiedano o consegnino un indebito beneficio pecuniario, o di altra natura, a pubblici ufficiali e/o funzionari e/o membri delle loro famiglie e/o partner commerciali, con l'intenzione di corrompere, direttamente o indirettamente. Ferrero non consente contributi a partiti politici e/o a candidati a pubblici incarichi.
Conformità				
S08	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.3 Lotta alla corruzione 6.6.7 Rispetto dei diritti di proprietà 6.8.7 Creazione di reddito e ricchezza	T	22

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	LIVELLO DI COPERTURA GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
Indicatori di responsabilità di prodotto				
DMA PR	Politiche e sistemi di gestione e verifica	6.2 Governo dell'organizzazione 6.6 Corrette prassi gestionali 6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori	T	2-3; 22; 74-75; 82-84
Salute e sicurezza dei consumatori				
PR1	Fasi del ciclo di vita dei prodotti/servizi per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati per promuoverne il miglioramento e percentuale delle principali categorie di prodotti/servizi soggetti a tali procedure	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.4 Protezione della salute e della sicurezza dei consumatori 6.7.5 Consumo sostenibile	T	16-20; 22; 75-78; 116; www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/
PR2	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non-conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti gli impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita	6.3.9 Diritti economici, sociali e culturali 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore 6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.4 Protezione della salute e della sicurezza dei consumatori 6.7.5 Consumo sostenibile	T	22-23; 77
FP5	Percentuale dei volumi di produzione realizzati in stabilimenti certificati da un ente terzo indipendente secondo standard di sistemi di gestione della sicurezza alimentare riconosciuti a livello internazionale	6.7.4 Protezione della salute e della sicurezza dei consumatori	T	76-77
FP6	Percentuale dei volumi di vendita totale di prodotti di consumo con ridotto contenuto di grassi saturi, acidi, grassi trans, sodio e zuccheri aggiunti	6.7.5 Consumo sostenibile	T	75
FP7	Percentuale dei volumi di vendita totale di prodotti di consumo che contengono ingredienti arricchiti di sostanze nutritive (fibre, vitamine, minerali, fitochimici o additivi alimentari funzionali)	6.7.5 Consumo sostenibile	T	75
Etichettatura di prodotti e servizi				
PR3	Tipologia di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativi soggetti a tali requisiti informativi	6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.3 Comunicazione commerciale onesta, informazioni basate su dati di fatto e non ingannevoli e condizioni contrattuali corrette 6.7.4 Protezione della salute e della sicurezza dei consumatori 6.7.5 Consumo sostenibile 6.7.6 Servizi di supporto ai consumatori, risoluzione dei reclami e delle dispute 6.7.9 Educazione e consapevolezza	T	82; 117
FP8	Politiche e pratiche di comunicazione ai consumatori su ingredienti e informazioni nutrizionali che vanno oltre quanto previsto dai requisiti di legge	6.7.5 Consumo sostenibile	T	82

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	LIVELLO DI COPERTURA GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
Comunicazione di marketing				
PR6	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.3 Comunicazione commerciale onesta, informazioni basate su dati di fatto e non ingannevoli e condizioni contrattuali corrette 6.7.6 Servizi di supporto ai consumatori, risoluzione dei reclami e delle dispute 6.7.9 Educazione e consapevolezza	T	82-84
PR7	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.3 Comunicazione commerciale onesta, informazioni basate su dati di fatto e non ingannevoli e condizioni contrattuali corrette 6.7.6 Servizi di supporto ai consumatori, risoluzione dei reclami e delle dispute 6.7.9 Educazione e consapevolezza	T	23; 82-84
Conformità				
PR9	Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi	6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.6 Servizi di supporto ai consumatori, risoluzione dei reclami e delle dispute	T	22-23

INDICATORI DI BENESSERE DEGLI ANIMALI				
DMA AW	Politiche e sistemi di gestione e verifica	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile	T	16-19; 95; www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/
Allevamento e genetica				
FP9	Percentuale e totale degli animali allevati e/o sottoposti al processo di trasformazione distinti per specie e razza	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile	NA	Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali.
Zootecnica				
FP10	Politiche e pratiche, distinte per specie e razza, relative alle alterazioni fisiche e all'utilizzo di anestetici	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile	NA	Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali.
FP11	Percentuale o totale degli animali allevati e/o sottoposti al processo di trasformazione, distinti per specie e razza, in base al tipo di ricovero	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile	NA	Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali.
FP12	Politiche e pratiche sull'utilizzo di antibiotici, anti-infiammatori, ormoni e/o trattamenti stimolatori della crescita, distinti per specie e razza	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile	NA	Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali.
Trasporto, movimentazione e macellazione				
FP13	Numero totale di casi di non conformità con leggi e regolamenti, nonché adesione a standard volontari relativi alle pratiche di trasporto, movimentazione e macellazione di animali terrestri	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile	NA	Ferrero non alleva, trasporta, sottopone a processi di trasformazione animali.

Di seguito una lista, non esaustiva, di riferimenti ad alcuni dei nostri "stakeholder"	
Associazioni di consumatori / ONG	16-17; 88-93; 95
Associazioni Industriali e Sindacati	14-16; 61; 81; 91; 95
Bambini	23; 33; 42; 48-49; 69; 74; 79-84
Comunità scientifica	14-15; 30-35; 37; 40; 68; 74; 100; 115; 117
Consumatori	14-15; 18-19; 22; 74-75; 79-82; 117; 121
Dipendenti	2-3; 14-15; 21; 30-31; 36-39; 44; 52-72
Distributori / Retailers / Logistica	14-17; 75; 120-121
Federazioni Sportive (Kinder+Sport)	79-80
Fornitori	14-17; 75; 86-100; 115; 120-121
Istituzioni Internazionali/Europee e Nazionali	14-15; 22; 81; 93; 95-97
Istituzioni locali	14-15; 31; 34; 46; 88-93; 96-97; 110
Istruzione	31-35; 48; 64-68; 74-75; 79-80; 100
Media/Social Networks	14-15; 82-84

Di seguito una lista, non esaustiva, di riferimenti ad alcune importanti tematiche, sollevate anche da alcuni "stakeholder"	
Obiettivi chiave per il 2020 identificati	6-7
Strutture interne dedicate alla CSR, frequenza e identificazione degli argomenti	14-15
Argomenti sollevati dagli stakeholder, presi in considerazione nel Codice di Condotta Commerciale	14-17
Argomenti chiave e problematiche sollevate dagli stakeholder interni	14-15
Ferrero pubblica la propria strategia in merito agli OGM, con riferimento alle problematiche sollevate dagli stakeholder	99; 137; www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/
La salute dei bambini e le iniziative Ferrero in alcuni dei paesi più poveri	33; 42-49; 69; 74; 79-82; 88-93; 96-97
Responsabilità di prodotto	74-78; 82-84; 86; 116-118; 137-140
Impegno nei confronti dei bambini attraverso l'autoregolamentazione sulla pubblicità	82-84
L'impegno della Ferrero di approvvigionarsi di cacao certificato come sostenibile per far fronte ai bisogni dei consumatori	7; 86-93
Contro lo sfruttamento minorile nell'approvvigionamento delle nocciole	96-97
Approvvigionamento sostenibile dell'olio di palma	94-95
Origine del latte	100
Utilizzo di uova da galline allevate a terra	95
Auto-produzione energetica da fonti rinnovabili	108-110
Imballaggi con materiali rinnovabili e strategia di rimozione, riduzione, riciclabilità, riutilizzo e rinnovabilità degli imballaggi	118
Logistica efficiente	120-121



Statement GRI Application Level Check

GRI hereby states that **Ferrero International S.A.** has presented its report "Sharing values to create value 2011" to GRI's Report Services which have concluded that the report fulfills the requirement of Application Level A+.

GRI Application Levels communicate the extent to which the content of the G3.1 Guidelines has been used in the submitted sustainability reporting. The Check confirms that the required set and number of disclosures for that Application Level have been addressed in the reporting and that the GRI Content Index demonstrates a valid representation of the required disclosures, as described in the GRI G3.1 Guidelines.

Application Levels do not provide an opinion on the sustainability performance of the reporter nor the quality of the information in the report.

Amsterdam, 26 June 2012

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Nelmara Arbex", is written over a faint circular watermark of the GRI logo.

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



The "+" has been added to this Application Level because **Ferrero International S.A.** has submitted (part of) this report for external assurance. GRI accepts the reporter's own criteria for choosing the relevant assurance provider.

The Global Reporting Initiative (GRI) is a network-based organization that has pioneered the development of the world's most widely used sustainability reporting framework and is committed to its continuous improvement and application worldwide. The GRI Guidelines set out the principles and indicators that organizations can use to measure and report their economic, environmental, and social performance. www.globalreporting.org

Disclaimer: Where the relevant sustainability reporting includes external links, including to audio visual material, this statement only concerns material submitted to GRI at the time of the Check on 18 June 2012. GRI explicitly excludes the statement being applied to any later changes to such material.

