

CONDIVIDERE VALORI PER CREARE VALORE

Responsabilità
Sociale d'Impresa
Rapporto 2012



FERRERO

CONDIVIDERE **VALORI** PER CREARE **VALORE**

**Responsabilità
Sociale d'Impresa**
Rapporto 2012

FERRERO



Giovanni, Michele e Maria Franca Ferrero



PREMESSA METODOLOGICA

A proposito di questo rapporto di responsabilità sociale d'impresa

Questo quarto rapporto ha l'obiettivo di illustrare la strategia di responsabilità sociale del Gruppo Ferrero e le relative iniziative mondiali riferite al periodo 1° settembre 2011 - 31 agosto 2012. Tenuto conto degli obiettivi della Ferrero per il 2013 e nel lungo periodo per il 2020, le tematiche di questa quarta edizione sono state selezionate in base al loro livello di rilevanza per il Gruppo ed attraverso appositi incontri con le principali parti interessate.

Sono state dedicate alcune pagine del presente rapporto alle nostre grandi marche ed alla nostra presenza in alcuni Paesi. Quest'anno tale focus verte sul Ferrero Rocher e sulla nostra presenza in Germania e Polonia.

Questa quarta 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 tre rapporti CSR, disponibili via internet (www.csr.ferrero.com) e pubblicati nel giugno 2010, nel giugno 2011 e nel luglio 2012. Altri rapporti seguiranno annualmente.

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) ed al "Food Processing Sector Supplement", entrambi definiti dal GRI (Global Reporting Initiative). Sono stati inoltre tenuti in considerazione i seguenti riferimenti:

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

Nell'anno in esame:

- » sono in fase di costruzione i due nuovi stabilimenti in Messico e Turchia;
- » non sono avvenuti cambiamenti significativi nell'assetto generale tali da impattare la comparabilità con i precedenti rapporti CSR;
- » non sono state intraprese operazioni straordinarie.

Il livello di applicazione del presente rapporto, in base alle linee-guida GRI, è A+, come confermato dall'Application Level Check del GRI.

La revisione del presente rapporto è stata affidata a Deloitte.

Al rapporto di responsabilità sociale è stata data diffusione anche via internet, in numerose lingue, all'indirizzo www.csr.ferrero.com.

INDICE

Lettera del CEO	4
I 4 pilastri della Responsabilità Sociale Ferrero	6
1. I nostri prodotti	9
2. La Fondazione Ferrero di Alba	31
3. Le Imprese Sociali Ferrero	41
4. Kinder+Sport	49
Il Gruppo Ferrero	57
Le donne e gli uomini Ferrero	67
Le pratiche agricole sostenibili	93
Minimizzare l'impatto ambientale	133
Responsabilità Sociale d'Impresa del Gruppo Ferrero	163
Appendice I - Focus su Ferrero Rocher	175
Appendice II - Focus su Ferrero in Germania e in Polonia	185
Indicatori GRI	207
Revisione indipendente a cura di Deloitte	221

RAPPORTO SULLA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

Lo scorso anno, il Gruppo Ferrero è riuscito a rafforzarsi ulteriormente, con un **aumento delle vendite pari all'8%**, nonostante il permanere del difficile contesto internazionale, il rallentamento nei consumi alimentari in alcuni mercati europei e l'aumento dei prezzi delle principali materie prime. La crescita del Gruppo è stata frutto di uno straordinario dinamismo nelle geografie di recente espansione, soprattutto in **Asia, Stati Uniti e Russia**. Siamo inoltre orgogliosi del fatto che i consumatori di tutto il mondo abbiano continuato a privilegiare le nostre grandi marche.



Giovanni Ferrero, CEO Ferrero International

Nello stesso periodo, Ferrero ha potenziato la propria capacità produttiva, **dedicando una parte significativa degli investimenti, pari al 5,1% delle vendite, allo sviluppo tecnologico in Italia, Germania, Polonia, Canada e Russia. Le nostre emissioni di CO₂, per unità di prodotto derivanti dalle attività produttive, sono diminuite di oltre il 12% ed i consumi di energia primaria del 15%, rispetto al 2010. La riduzione dei consumi idrici per unità di prodotto ha superato il 7% e l'indice di recupero dei rifiuti negli stabilimenti il 90%** nell'anno in esame.

Il nostro Gruppo, nato 70 anni fa ad Alba, è rimasto indissolubilmente legato alle sue radici in Italia e in Europa. Peraltro, stiamo assistendo a notevoli cambiamenti che, dopo aver modificato gli equilibri economici globali, trasformeranno anche quelli politici, tecnologici e culturali.

Il mondo di domani avrà pochi punti di contatto con l'oggi: cinque anni fa il PIL europeo generava il 25% della ricchezza mondiale; oggi è sceso al 20% e nei prossimi anni è previsto che scenda ancora. Il mondo del futuro sarà quindi meno europeo, avrà al suo centro l'Asia, sarà più popoloso e più

giovane, la ricchezza sarà distribuita in modo completamente diverso. Si comunicherà in maniera sempre più globale ed integrata. Si apriranno nuove opportunità da cogliere. Stiamo cercando di farlo mediante **l'apertura di 3 nuovi stabilimenti, realizzati negli ultimi 3 anni, al di là delle frontiere dell'Unione Europea: in India, Messico e Turchia.**

Parallelamente prosegue e si accresce il nostro impegno di responsabilità sociale, che si articola mediante:

1. **La Fondazione Ferrero di Alba**, che sotto l'amorevole guida di mia madre, Maria Franca, si occupa dei nostri ex-dipendenti, continuando a farli sentire parte della stessa grande famiglia e di attività culturali legate al territorio;
2. **le Imprese Sociali Ferrero**, fortemente volute da mio padre, Michele, e dal mio compianto fratello Pietro, sempre più attive in India, Sud Africa e Camerun;
3. **il rispetto dei diritti dell'uomo**, che permea tutte le nostre politiche d'impiego e di lavoro, **ed in modo particolare, la lotta contro il lavoro minorile;**
4. **il rispetto e la sicurezza dei consumatori**, che perseguiamo quotidianamente mediante la continua innovazione, l'eccellenza della qualità, la freschezza e la forza attrattiva dei nostri prodotti;
5. **l'approvvigionamento sostenibile** delle materie prime che utilizziamo;
6. **la protezione dell'ambiente**, con l'obiettivo della costante riduzione dei consumi energetici ed idrici e dell'utilizzo di fonti rinnovabili;
7. **il programma volontario "Kinder+Sport"**, a sostegno dello sport in tutto il mondo e contro la sedentarietà e l'obesità infantile;
8. **la lotta contro la corruzione e gli illeciti**, ovunque ed in tutte le loro manifestazioni.

Vorrei concludere assicurando che il nostro modello di crescita resta impregnato degli stessi valori e principi in cui abbiamo sempre creduto, a partire dai **valori della responsabilità sociale d'impresa.**

Buona lettura!



Giovanni Ferrero
Chief Executive Officer
Ferrero International

Luglio 2013

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE FERRERO



IL NOSTRO MODELLO SI BASA SU QUATTRO PILASTRI:

- 1. I prodotti**, realizzati con la massima attenzione alle esigenze dei consumatori e alla loro sicurezza, mediante la continua innovazione, l'eccellenza nella qualità, l'originale elaborazione, la freschezza e la forza attrattiva.
- 2. La Fondazione Ferrero di Alba**, che ha il duplice obiettivo di prendersi cura degli ex-dipendenti Ferrero e di promuovere iniziative culturali ed artistiche riguardanti principalmente il territorio albese e piemontese.
- 3. Le Imprese Sociali Ferrero** sorte già in India, Sud Africa e Camerun, al fine, da un lato, di creare nuovi posti di lavoro e dall'altro, di realizzare progetti ed iniziative per promuovere l'educazione e la salute dei bambini nelle aree in cui sono situati gli stabilimenti.
- 4. Kinder+Sport**, programma educativo della Ferrero volto a facilitare ed incoraggiare l'attività fisica di bambini ed adolescenti, anche al fine di prevenire e combattere la sedentarietà, fattore dell'obesità sia infantile che in età adulta.

Inoltre l'attività di Ferrero si svolge sempre nella piena salvaguardia dei diritti umani, compresa la lotta al lavoro minorile, rispettando l'ambiente e combattendo la corruzione e gli illeciti.



Copertine degli atti del 1°, 2° e 3° convegno su temi sociali, organizzati ad Alba dal Centro Studi Sociali della P. FERRERO & C., nel 1961, 1962 e 1963.

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DI FERRERO HA UN CUORE ANTICO

Il primo convegno organizzato dalla Ferrero sui temi sociali, dal titolo "L'adattamento dell'uomo al lavoro nell'industria", ebbe luogo nel maggio 1961, quando la locuzione responsabilità sociale d'impresa non era ancora stata conosciuta.

1

I NOSTRI PRODOTTI



Kinder
Cioccolato

FERRERO

CONDIVIDERE **VALORI** PER CREARE **VALORE**

I NOSTRI PRODOTTI

Fa parte della responsabilità sociale Ferrero offrire al consumatore di tutto il mondo prodotti innovativi, di altissima qualità e freschezza, realizzati con materie prime selezionatissime, garantiti sempre e comunque.



GRUPPO FERRERO

TOTALE PRODUZIONE	2010-2011	2011-2012	AUMENTO PRODUZIONE
In quintali	10.708.000	11.182.000	+4%

FATTURATO NETTO CONSOLIDATO	2010-2011	2011-2012	AUMENTO VENDITE
€/000	7.218.024	7.795.451	+8%

RIPARTIZIONE GEOGRAFICA DEL FATTURATO NETTO CONSOLIDATO NEL 2011-2012	ITALIA	RESTO D'EUROPA	"EXTRA EUROPA"
	20%	59%	21%

LA CATENA DEL VALORE DEI PRODOTTI FERRERO: UN PERCORSO DI RESPONSABILITÀ!



LE FASI DELLA CATENA DEL VALORE
SONO OGGETTO DI APPROFONDIMENTI
NEI CAPITOLI SUCCESSIVI

GRANDI MARCHE IN PICCOLE PORZIONI

“Per Ferrero, è fondamentale la gestione del rapporto con la società civile ed in particolare, tra i consumatori e le nostre marche, curandone la massima qualità, la migliore comunicazione ed il maggior valore”.

Giovanni Ferrero, maggio 2013

Ferrero offre prodotti d'arte pasticceria, tra i più rinomati al mondo, nel rispetto della tradizione artigianale.

In tema di nutrizione assumono massima rilevanza tre principi:

- A. Nutrirsi in modo diversificato,
- B. Assumere alimenti in quantità moderata,
- C. Praticare una contestuale attività fisica.



Scuola del laboratorio pasticceria Ferrero

Su tali principi poggia la **strategia nutrizionale** di Ferrero, così riassumibile:

1. L'alimentazione è il risultato dell'**assunzione di tutti i cibi**, quindi parlare di singoli cibi e prodotti non ha alcun fondamento scientifico;
2. **La porzione è sempre più ritenuta l'elemento decisivo** nel controllo dell'apporto alimentare. Ferrero offre da sempre porzioni preimballate di prodotti, dal gusto appagante e di eccellente qualità;
3. **Un'alimentazione varia e non prescrittiva o punitiva**, associata ad un sano esercizio fisico, è fondamentale per:
 - a. lo sviluppo di un positivo equilibrio psico-fisico,
 - b. agevolare momenti di aggregazione familiare e sociale,
 - c. instaurare e mantenere corrette abitudini alimentari;
4. **La prima colazione è fondamentale** per l'equilibrio nutrizionale generale. L'offerta di prodotti appetibili aiuta a combattere la cattiva abitudine di saltarla ed a migliorare quindi la qualità dell'intera dieta;
5. La suddivisione dell'assunzione giornaliera **in cinque o più occasioni** è ormai consolidata scientificamente;
6. Tra tali cinque occasioni, i due BMEE (*Between Meals Eating Episodes*) quotidiani, dovrebbero privilegiare **prodotti gustosi ed a ridotto apporto calorico per porzione**;
7. Una buona alimentazione si deve associare strutturalmente ad **un'attività fisica costante** così da completare i benefici da essa derivanti;
8. **Un'educazione alimentare**, con salde basi scientifiche, deve essere svolta fin

dalla prima infanzia per lo sviluppo di un approccio consapevole delle proprie abitudini alimentari e della propria dieta;

9. **L'informazione da fornire ai consumatori** deve essere completa, corretta ed obiettiva;
10. **Privilegiare ricette semplici**, basate sulla tradizione, utilizzando ingredienti che già contengono fibre e micro-nutrienti, quali vitamine e minerali, senza doverli aggiungere artificialmente.

La strategia nutrizionale di Ferrero si traduce **in pratiche aziendali produttive** applicate quotidianamente attraverso stringenti codici interni. È importante richiamarne le principali:

- ▶ **Selezione accurata di tutte le materie prime utilizzate** a partire da: latte, nocciole, cacao, uova e caffè, da un punto di vista qualitativo ma anche etico ed ambientale;
- ▶ **Realizzazione di un carattere gustativo unico per ogni prodotto**, grazie alla miscelazione di diversi zuccheri naturali, grassi e latte di elevatissima qualità, caffè, cacao e nocciole selezionati e tostati direttamente negli stabilimenti Ferrero;
- ▶ **Offerta di prodotti in piccole porzioni incartate singolarmente**: ciò comporta un'evidente riduzione di zucchero e di grassi nei consumi;
- ▶ **Sviluppo ingegneristico interno di impianti di produzione e di processi industriali**, che conservino il più possibile le caratteristiche originarie di composizione e di valenza alimentare degli ingredienti;
- ▶ **Assoluto non utilizzo di olii e grassi vegetali idrogenati, apportatori di acidi grassi trans (TFA)**. Tale esclusione è ormai consolidata da anni, **in tutti i prodotti Ferrero**;
- ▶ **Non utilizzo di additivi conservanti**;
- ▶ **Presenza di fibre e micro-nutrienti**, quali

vitamine e minerali, derivati direttamente dalle materie prime utilizzate, **senza aggiunte artificiali**.

In estrema sintesi: per incoraggiare i consumatori ad assumere uno stile di vita sano, serve una maggiore educazione alimentare! Non occorrono, anzi sono controproducenti ulteriori legislazioni o tasse su singoli ingredienti o su categorie di indispensabili componenti della nostra cultura alimentare.

LE PICCOLE PORZIONI FERRERO IMBALLATE SINGOLARMENTE

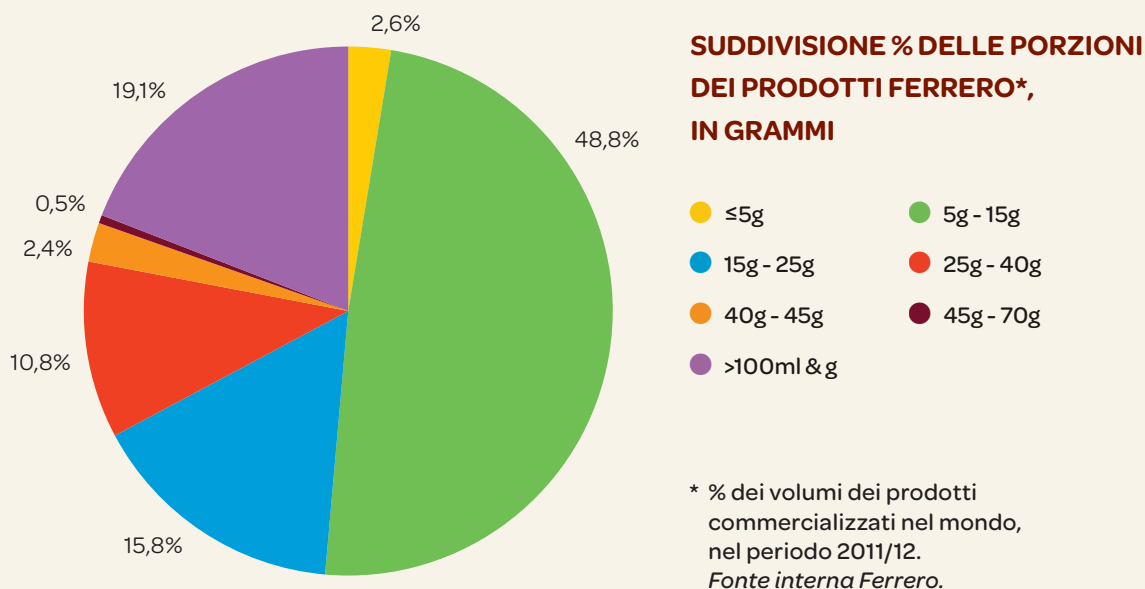
Una dieta equilibrata è l'elemento cardine di uno stile di vita sano: ecco perché Ferrero offre prodotti alimentari di elevatissima qualità, unici e gustosi, disponibili in commercio in porzioni singole e preimballate. Riteniamo infatti che:

- » le porzioni singolarmente imballate,
- » la presenza di materie prime naturalmente ricche di nutrienti di alta qualità,
- » le nostre semplici ricette,
- » la qualità organolettica dei prodotti,

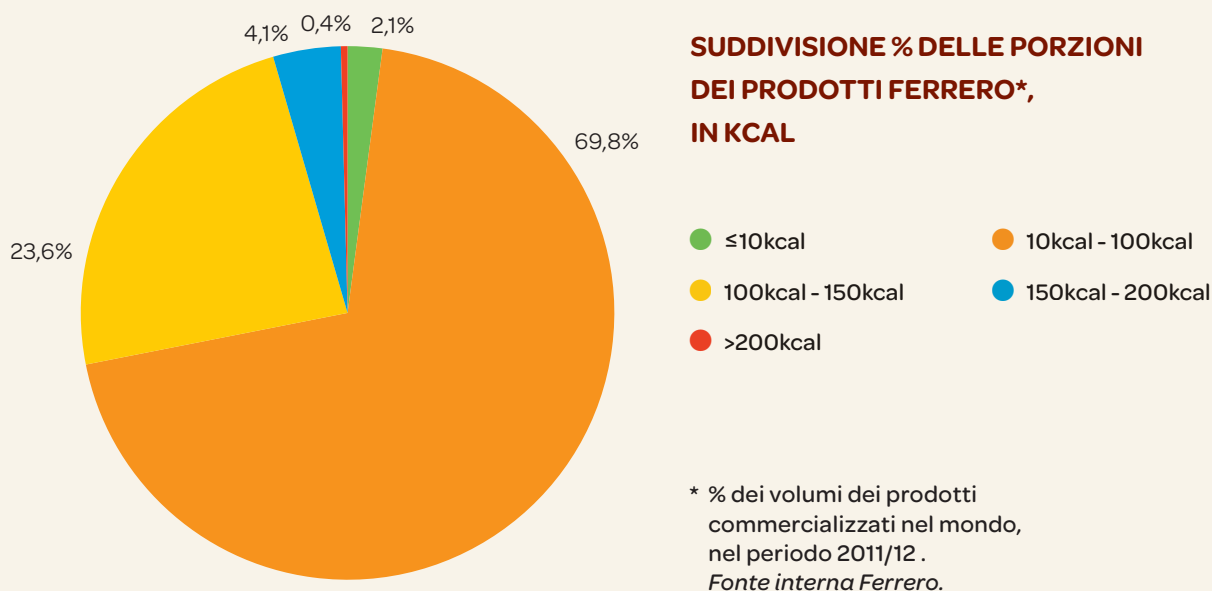
siano gli elementi chiave che rendono i prodotti Ferrero adatti anche alle occasioni di consumo tra un pasto e l'altro, a metà mattina o a metà pomeriggio. Un regime alimentare realmente equilibrato, infatti, non è quello che semplicemente elimina alcuni cibi, bensì quello che include, nelle giuste porzioni, quei prodotti che i consumatori amano di più, in modo da facilitare il mantenimento nel tempo di abitudini alimentari globalmente corrette e durature.

La **suddivisione in porzioni dei prodotti Ferrero** è stata da sempre ideata e commercializzata per essere idonea alle diverse necessità nutrizionali dei consumatori. I prodotti della linea Kinder, ad esempio, tradizionalmente

offerti ai bambini ed ai ragazzi, continuano ad essere predisposti in porzioni singole di un peso tra 12,5 e 43 grammi, tra i più piccoli della loro categoria. Come si evince dal grafico che segue, **oltre il 65% dei volumi dei prodotti Ferrero commercializzati nel mondo offre porzioni inferiori a 25g ed oltre l'80% porzioni inferiori a 45g.**



Inoltre, oltre il 70% dei volumi dei prodotti Ferrero è offerto in porzioni inferiori a 100 kcal ed oltre il 95% in porzioni inferiori a 150 kcal (come da grafico che segue).



Nota tecnica: I grafici comprendono tutti i prodotti Ferrero commercializzati nel mondo nell'anno commerciale 2011/12, con un'esclusione del 3% corrispondente ai formati utilizzati per le occasioni speciali, ai formati contenenti prodotti misti, o in caso di porzioni non "codificate" ovvero predisposte occasionalmente.

PIATTAFORMA D'AZIONE EUROPEA PER L'ALIMENTAZIONE, L'ATTIVITÀ FISICA E LA SALUTE

Ferrero partecipa ai lavori della **Piattaforma d'azione europea per l'alimentazione, l'attività fisica e la salute** (le cui attività ed obiettivi sono descritti nel seguente sito internet: http://ec.europa.eu/health/nutrition_physical_activity/platform/index_en.htm), dal 2006, nel cui ambito ha assunto una serie di impegni nei confronti delle Istituzioni europee e dell'intera comunità.

Tali impegni sono riassumibili in quattro aree principali, commentate nel presente capitolo e in quelli successivi:

1. Formulazione e porzionatura dei prodotti;
2. Informazione alimentare corretta ed educazione alimentare;
3. Promozione dell'attività fisica;
4. Comunicazione pubblicitaria responsabile.

In ognuna di queste aree, Ferrero è tenuta a presentare un rapporto di **monitoraggio annuale** relativo all'implementazione degli impegni assunti, che viene poi sottoposto, dalla stessa Commissione europea, a valutazione esterna. Nel 2011, **Ferrero ha ottenuto tutte valutazioni positive, comprese tra "molto soddisfacente" e "soddisfacente"**, sulla base di tre criteri fondanti ed un quarto facoltativo per quest'anno, che sono: rilevanza, coerenza degli obiettivi, appropriatezza degli indicatori ed i prerequisiti per misurare la resa e l'impatto degli impegni.

In particolare, per quanto riguarda **l'impegno sulla formulazione e la porzionatura dei prodotti**, nel 2012, Ferrero ha continuato ad

usare tecniche di produzione che evitano l'impiego di grassi parzialmente o totalmente idrogenati ed ha sempre fatto delle piccole porzioni incartate singolarmente la propria filosofia aziendale (per maggiori informazioni si veda la parte iniziale del presente capitolo).

Nel 2012, sono stati lanciati in particolare sul mercato:

- » uno *snack* Kinder, ridotto nella porzione e nel valore energetico;
- » delle pastiglie alla menta in un imballaggio con porzioni ridotte.

Attraverso un **forte impegno nella ricerca scientifica**, Ferrero contribuisce a promuovere buone abitudini alimentari nei confronti dei giovani, quali quella di evitare di saltare la colazione, e nei confronti degli anziani, cercando di minimizzare la perdita di appetito. Su quest'ultimo aspetto, Ferrero partecipa al progetto "MiaOver50", nell'ambito del programma europeo "Industria 2015", sugli aspetti nutrizionali prioritari di una dieta ideale per la terza età.



Nel periodo settembre 2011 - agosto 2012, **l'azienda ha contribuito a vari studi scientifici¹** in merito ai seguenti argomenti:

- » **l'impatto metabolico dei prodotti Ferrero**, in relazione al loro consumo come BMEE (*Between Meals Eating Episodes*) ed in merito ai valori dell'indice glicemico e del carico glicemico;
- » **l'impatto di alcuni prodotti Ferrero sulla prima colazione**, per valutare gli effetti di diverse tipologie di colazione e per offrire al consumatore la più ampia scelta di prodotti e combinazioni;
- » **la presenza di micronutrienti nei prodotti Ferrero** quali vitamine, antiossidanti e sali minerali essenziali, derivanti dagli ingredienti e dalle materie prime agricole utilizzati tipicamente da Ferrero, come la nocciola;
- » **la neutralità relativa a fattori di rischio cardiovascolari o metabolici dell'olio di palma** ed il suo trascurabile impatto nelle diete dei paesi più rappresentativi per Ferrero.

I risultati delle ricerche elencate hanno evidenziato in particolare:

1. Il ruolo positivo svolto dalla prima colazione nei ragazzi, anche nel consentire un miglioramento delle loro prestazioni cognitive;
2. L'ottenimento di significativi livelli di sazietà derivanti dall'assunzione di piccole porzioni;
3. Il profilo completo degli antiossidanti provenienti dalle nocciole;

4. La biodisponibilità delle catechine del tè come antiossidanti;
5. Il basso valore dell'indice glicemico a seguito del consumo dei prodotti Ferrero, anche in combinazione con altri alimenti.

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;
- Sviluppare una **"carta di identità nutrizionale"** dei prodotti Ferrero, per disporre di una valutazione della risposta insulinica degli stessi, e per alcuni di essi anche degli effetti sull'attenzione e sull'umore.



1 "International Conference on Nutrition & Growth": "Neuro-functional and glycemic responses of different breakfast models" 2012; "The effects of breakfast on attention and school performance. A longitudinal study". J. Agric. Food Chemistry: "Polyphenolic composition of hazelnut skin" 2011; "Flavonoids and related compound". Taylor and Francis, 2012; 62° Congresso Soc. Italiana di Fisiologia, 2011; 5th International Conference on Polyphenols and Health, 2011; 26th International Congress on Polyphenols, 2012. International Journal of Food Science and Nutrition 2012; 63: 513-521; Nutrition 2012; 28: 197-203.

LASCIAMO PARLARE LE ETICHETTE

Come anticipato nel precedente Rapporto CSR, Ferrero ha raggiunto la piena attuazione in Europa della raccomandazione in materia di etichettatura nutrizionale dell'Associazione europea delle Industrie delle Bevande e dell'Agroalimentare (*FoodDrinkEurope*) per tutti i prodotti delle linee Kinder e Nutella.

Tale impegno prevedeva l'inserimento:

- ✓ **sul fronte della confezione:** dell'*Energy logo* (apporto energetico in valore assoluto e % GDA - *Guideline Daily Amounts* - per porzione);



- ✓ **sul retro della confezione:** dei valori assoluti per 100g e 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.

NUTRITION INFORMATION				
TYPICAL VALUES		PER 100g	PER BAR (12,5g)	%GDA PER BAR
ENERGY	kcal/kJ	564/2352	71/296	4
PROTEIN	g	8,7	1,1	2
CARBOHYDRATES	g	53,5	6,7	2
OF WHICH SUGARS	g	53	6,6	7
FAT	g	34,8	4,4	6
OF WHICH SATURATES	g	22,6	2,8	14
FIBRE	g	0,9	0,1	0
SODIUM	g	0,123	0,015	1

*GDA = Guideline Daily Amount for an adult based on an average daily diet of 2000 kcal. The nutritional needs of individuals may be higher or lower, based on gender, age, level of physical activity and other factors.

Ferrero ha iniziato ad estendere gradualmente le informazioni nutrizionali sul fronte pacco ai prodotti Kinder e Nutella anche ad **alcuni paesi extra europei**.

Come membro dell'*International Food and Beverage Alliance* – IFBA (www.ifballiance.org) e sulla base dei principi della stessa IFBA in merito al *“Global Approach to Fact-based Nutritional Labelling”*, Ferrero ha introdotto nel 2012:

6. negli **Stati Uniti**, le informazioni nutrizionali sul fronte pacco per **Nutella**, sulla base dello schema *“Facts Up Front”* sviluppato dall'**Associazione dei Produttori Alimentari** (*Grocery Manufacturers Association*, www.gmaonline.org). Tale iniziativa volontaria prevede l'apposizione di icone sul fronte pacco per indicare i contenuti di calorie, grassi saturi, sodio e zuccheri per porzione, in linea con i regolamenti e le linee-guida dell'Agenzia per l'Alimentazione americana (*Food and Drug Administration*, www.fda.gov) e del Dipartimento americano per l'Agricoltura (www.usda.gov);

7. in **Messico**, per **Kinder e Nutella**, lo schema di informazione nutrizionale sul fronte pacco denominato *“Checa y Elige”*, sviluppato dall'Associazione dei Produttori Alimentari messicani (CONMEXICO, conmexico.com.mx/sitio) per riportare in etichetta i valori di energia (calorie), grassi saturi, zuccheri e sodio.

Tali obiettivi erano stati anticipati nel precedente rapporto CSR.

L'implementazione dei “Principi IFBA” sull'etichettatura nutrizionale a livello globale è prevista entro il 2015.

EDUCAZIONE ALIMENTARE ATTRAVERSO IL COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ

Per Ferrero, **un'alimentazione varia e non prescrittiva o punitiva, associata ad un sano esercizio fisico**, assume importanza fondamentale per vari motivi, tra i quali:

- a.** lo sviluppo di un positivo equilibrio psico-fisico,
- b.** agevolare momenti di aggregazione familiare e sociale,
- c.** instaurare e mantenere corrette abitudini alimentari.

Con l'obiettivo di incoraggiare e sostenere la pratica di un'attività fisica costante, Ferrero sviluppa e sostiene varie iniziative nel mondo, tra cui due programmi di notevole importanza: Kinder+Sport ed Epode, di seguito descritti.



UNA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA RESPONSABILE

Come anticipato nel precedente rapporto CSR, dal 1° gennaio 2012, Ferrero applica a livello globale la strategia *IFBA* (*International Food and Beverage Alliance*) in materia di *marketing* e pubblicità ai bambini, in base alla quale **Ferrero non pubblicizza i propri prodotti in televisione, sulla stampa o via internet ad un pubblico costituito prevalentemente da bambini con meno di 12 anni.** Tale iniziativa è coerente con la pubblicazione dei **“Principi Ferrero sulla pubblicità e sul marketing”** (disponibili al sito www.ferrero.com/fc-1908). Naturalmente, gli impegni assunti dal Gruppo in tale ambito, si aggiungono agli obblighi di legge ed ai codici di autoregolamentazione applicabili in ciascun Paese. I suddetti **“Principi”** vengono implementati tenendo conto delle diverse abitudini alimentari locali, ivi incluse eventuali deficienze nutrizionali, e delle linee-guida alimentari nazionali, ove applicabili.

Coerentemente con la suddetta strategia *IFBA*, inoltre, **Ferrero si impegna, sempre 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 ed a scopi educativi.



MONITORAGGIO DELLE PUBBLICITÀ ALIMENTARI A LIVELLO GLOBALE

Nel 2012, *Accenture Media Management*, incaricata di valutare il rispetto degli impegni assunti dai membri di *IFBA* per una comunicazione ed una pubblicità alimentare responsabili e rivolte ai bambini tramite la televisione, la carta stampata ed internet, ha monitorato anche le attività di Ferrero, per il quarto anno consecutivo.

Per il 2012, il monitoraggio televisivo² di tutte le aziende aderenti ad *IFBA* è stato svolto in **Africa del Sud, Arabia Saudita, Cina (regione di Shanghai), Colombia, Malesia, Russia e Thailandia.** In questi paesi sono state analizzate 448.144 pubblicità di prodotti alimentari e di bevande, trasmesse in programma con audience di più del 50 % di bambini sotto ai 12 anni. Sulla base di tale campione, il tasso di conformità riscontrato è stato di **98,9%**, in miglioramento rispetto al dato dello scorso anno (97,6 %). Per



quanto riguarda la carta stampata, l'esercizio di monitoraggio è stato condotto in cinque paesi: **Brasile, Cina, Russia, Singapore e Sud Africa.** In questo caso e sulla base di un campione di **57 pubblicazioni**, la conformità riscontrata

2 Il Rapporto di Accenture Media Management sul monitoraggio televisivo dell'impegno IFBA è stato redatto durante il secondo quadrimestre del 2012.

è stata pari al **100%**. Negli stessi paesi è stato effettuato anche il monitoraggio di **87 siti web aziendali**, che hanno dimostrato un tasso di conformità complessivo rispetto agli impegni assunti pari al **100%**.

Per quanto riguarda Ferrero, il monitoraggio dell'impegno relativo alla televisione ha coinvolto tre paesi: **Arabia Saudita, Sud Africa e Malesia**; in Arabia Saudita, con un campione di 5.326 spot e in Sud Africa, con un campione di 179 spot, **l'esito del monitoraggio ha riportato piena conformità con gli impegni assunti (100%)**. In Malesia, su un campione di 282 spot andati in onda, il tasso di conformità è stato pari al **98,9%**. Per quanto riguarda la carta stampata ed internet, **nessun caso di non conformità è stato individuato per l'azienda** nei cinque paesi oggetto del monitoraggio (Brasile, Cina, Russia, Singapore e Sud Africa).

Per maggiori informazioni sul monitoraggio realizzato da Accenture per IFBA si veda il seguente sito internet:

www.ifballiance.org/sites/default/files.



APPLICAZIONE DELLE AUTOREGOLAMENTAZIONI PUBBLICITARIE A LIVELLO EUROPEO

Dal 2009, Ferrero regola le proprie pubblicità in Europa conformemente all'**EU PLEDGE** (www.eu-pledge.eu) ed ogni anno, sottopone i propri impegni ad una valutazione esterna svolta da enti indipendenti.

Nel 2012, le aziende che aderiscono all'**EU PLEDGE** hanno adottato **nuovi e rafforzati impegni** per l'autoregolamentazione della pubblicità, includendo:

- » i siti web aziendali;
- » un ulteriore abbassamento della soglia dell'audience televisiva, dal 50% al 35%, di bambini con meno di 12 anni.

Il monitoraggio di tali nuovi impegni è stato svolto da due diversi enti esterni:

1. *European Advertising Standards Alliance (EASA)* ha valutato la conformità dei siti web aziendali;
2. *Accenture Media Management* ha continuato a monitorare le pubblicità televisive.

Per il quarto anno consecutivo, i risultati del monitoraggio 2012 sono positivi e in linea con quelli precedenti.

Il monitoraggio svolto da *EASA* ha riguardato i siti web aziendali nei seguenti paesi: **Francia, Germania, Inghilterra, Polonia, Repubblica Ceca, Spagna e Svezia. Il 95% dei 210 siti web verificati è risultato conforme a quanto previsto dall'autoregolamentazione.** Nonostante il fatto che, per il 2012, l'inclusione dei siti web non rientrasse ancora negli impegni sottoscritti da Ferrero, l'azienda ha comunque accettato di sottoporre i propri siti web al monitoraggio effettuato da *EASA*.

Su 13 siti web Ferrero analizzati, 2 sono stati ritenuti come “diretti ai bambini”. Tuttavia, poiché l’impegno entra in vigore a partire dal 1° gennaio 2013, il rapporto EASA non considera tali casi come violazioni.

Per quanto riguarda l’impegno sulla pubblicità in televisione, *Accenture Media Management*³ ne ha valutato l’osservanza in cinque paesi: **Germania, Italia, Polonia, Portogallo e Ungheria**. Il tasso di conformità complessivo degli spot trasmessi nel 2012 è stato del **98,3%** (nel dettaglio: Italia 98,8%, Germania 98,5%, Polonia 98,3%, Ungheria 98,1%, Portogallo 97,0%).

Poiché per Ferrero l’impegno all’abbassamento della soglia al 35% entra in vigore a partire dal 1° febbraio 2013, il monitoraggio 2012 è stato effettuato con riferimento alla soglia del 50% dei bambini sotto i 12 anni presenti nell’audience. I tassi di conformità di Ferrero per il 2012 sono i seguenti: **100% in Ungheria e Italia, 98% in Polonia, 99,7% in Portogallo e 82,6% in Germania**⁴. Ferrero ha prontamente reagito per correggere tali situazioni.

Infine, come negli anni precedenti, nel corso dell’anno solare 2012, *BDRC Continental* ha valutato il rispetto da parte delle aziende aderenti all’**EU PLEDGE** dell’impegno relativo alla comunicazione nelle scuole in tre mercati: **Austria, Finlandia e Francia**. In questo caso, il tasso di conformità rimane stabile al **98%**. Tale risultato è in linea con quanto ottenuto lo scorso anno.

Per ulteriori informazioni il “Rapporto di monitoraggio 2012” dell’**EU PLEDGE** in versione integrale è consultabile nel seguente sito: www.eu-pledge.eu/content/annual-reports.

PER LA PROMOZIONE DI UN APPROCCIO CRITICO ALLA PUBBLICITÀ

Come parte integrante della strategia per una comunicazione responsabile, Ferrero continua a sostenere programmi che promuovono lo sviluppo nei bambini di un approccio critico ed educativo alla pubblicità. Per questo motivo, coerentemente con quanto fatto fino ad oggi, nel 2012 Ferrero ha mantenuto il proprio sostegno al **Progetto Media Smart in Francia, Germania, Inghilterra, Olanda, Portogallo, Svezia e Ungheria**.

PROSSIMI PASSI

Conformemente agli impegni assunti, **Ferrero si propone per il 2013 i seguenti due obiettivi principali:**

- » Riduzione della soglia, dal 50% al 35%, di bambini con meno di 12 anni presenti nell’audience dei programmi televisivi con pubblicità dei propri prodotti;
- » Inclusione, dei propri siti web aziendali, nel campo di applicazione dell’autoregolamentazione delle pubblicità alimentari, dirette ai bambini sotto i 12 anni, a partire dal 1° gennaio 2013.

Secondo una strategia coerente del Gruppo, i suddetti impegni rafforzati entreranno in vigore sia in Europa, attraverso quanto sottoscritto nell’**EU PLEDGE**, che nelle aree extra europee, attraverso l’applicazione della **strategia globale IFBA** sul marketing e sulla pubblicità ai bambini e dei **“Principi Ferrero sulla pubblicità e sul marketing”**.

3 I dati presentati nel rapporto di monitoraggio preparato da *Accenture Media Management* fanno riferimento al 1° Quadrimestre 2012.

4 Tali tassi di conformità sono relativi al monitoraggio effettuato sugli spot trasmessi unicamente nella fascia “Day Time”.

QUALITÀ E FRESCHEZZA

Il modello di *business* Ferrero è costruito per garantire la massima freschezza dei prodotti lungo tutta la catena del valore e per evitare al massimo gli sprechi. Seguiamo il ciclo di vita del prodotto a partire dall'approvvigionamento delle materie prime ed imballi sino alla distribuzione del prodotto finito presso i punti vendita e nelle case dei consumatori.

Qual è il nostro obiettivo principale?

Offrire ai consumatori prodotti di altissima qualità ed elevatissima freschezza in tutto il mondo.

Attraverso un costante monitoraggio presso i rivenditori, ritiriamo a prezzi di mercato i prodotti che non presentano ottimali condizioni organolettiche, anche se la data di consumo preferenziale non è ancora stata raggiunta, specie all'arrivo del clima caldo.

Prima dell'estate, la produzione delle specialità termosensibili viene addirittura sospesa.

Anche la gestione degli *stock* privilegia costantemente la freschezza dei prodotti rispetto ai volumi consegnati ai rivenditori.

TRACCIABILITÀ, SICUREZZA E QUALITÀ

Fin dal 1946, quindi dalle origini, Ferrero ha posto la massima attenzione nel selezionare le materie prime e gli ingredienti.

È la qualità di questi ultimi a determinare le caratteristiche organolettiche peculiari dei prodotti e proprio per questo, Ferrero ha sviluppato procedure innovative come quella definita dalla locuzione aziendale **“sacco conosciuto”**.

Tale locuzione identifica tutte le attività svolte dai tecnici specializzati Ferrero quali i controlli e le analisi organolettiche, le operazioni di *audit* presso i fornitori, le pratiche per la sicurezza alimentare e per garantire la tracciabilità delle materie prime.

Tutti i fornitori Ferrero nel mondo sono selezionati e valutati a livello di Gruppo con criteri univoci, attraverso una piattaforma elettronica che li collega con i nostri esperti tecnologi alimentari.





Anche in base al Codice di Condotta Commerciale Ferrero, viene svolta una costante attività di *audit* direttamente presso i siti produttivi dei fornitori, durante la quale vengono eseguiti specifici controlli sulle procedure e sulle analisi previste.

Nella fase di accettazione negli stabilimenti, un apposito protocollo interno di Gruppo, in linea con la moderna analisi del rischio, definisce la tipologia e la frequenza dei controlli chimico-fisici, microbiologici ed organolettici da eseguire sui campioni di merce in arrivo.

Oltre ad un sistema di rigidi controlli interni, la sicurezza alimentare è garantita anche mediante la verifica di enti esterni indipendenti e certificati.

LA QUALITÀ DEI NOSTRI STABILIMENTI E LE RELATIVE CERTIFICAZIONI

Negli stabilimenti utilizziamo un apposito sistema globale integrato “SAP”, che garantisce la condivisione ed integrazione all’interno di Ferrero dei dati relativi al processo di controllo della qualità e la sua gestione centralizzata.

Alla data di pubblicazione del presente rapporto, **il sistema è operativo nel 90% degli stabilimenti Ferrero nel mondo** e consente una raccolta ed un confronto dei dati in modo sempre più globale e coordinato.

L’eccellenza dei prodotti e la loro sicurezza viene garantita da un sistema di procedure interne basato su regolari e frequenti controlli presso gli

stabilimenti e lungo tutta la catena logistica. Tali procedure prevedono, in ogni stabilimento del Gruppo e nei magazzini di stoccaggio, la verifica degli stringenti capitolati Ferrero di prodotto, di sicurezza alimentare (in linea con i requisiti della norma FSSC/ISO 22000, HACCP) e di sistema (in linea con i requisiti della ISO 9001).

Il sistema è inoltre certificato a cura di enti esterni indipendenti.

Le tabelle seguenti riportano lo stato di tali certificazioni in atto presso i nostri stabilimenti.

Nella tabella 1 sono indicati gli stabilimenti che dispongono di una certificazione ISO 9001:2008 di Gruppo, ovvero con un unico manuale della qualità e procedure valide per tutta la Ferrero; per completezza sono elencate anche certificazioni a valore più locale.

TABELLA 1

STABILIMENTI	ISO 9000 dal	ISO 9001:2008 di Gruppo dal	ISO 17025 dal	IFS, COSTCO, HACCP dal	FSSC 22000 dal	
Alba	1999	2008	2006	2007		
Arlon	1996			2006		
Balvano	1996					
Belsk	2001				2006	
Cork	1994				2011	
Pozzuolo	1998					
S. Angelo	1999				2011	
Stadtallendorf	1994			2007	2006	2012
Villers-Ecalles	1997					2012
Vladimir	2010		2010		2010	
Brantford	2011	2012		2008		

Nella tabella 2 sono indicati gli stabilimenti che dispongono di una certificazione ISO 9001:2008 indipendente rispetto a quella di Gruppo e sono

elencate anche le altre certificazioni ottenute dagli stessi.

TABELLA 2

STABILIMENTO	ISO 9000 dal	ISO 22000 dal	IFS, COSTCO, HACCP dal	FSSC 22000 dal
La Pastora	2000	2008		2011
Lithgow	1999			2011
Poços de Caldas	1999	2007		
Quito	1999		2010	
Walkerville	2012			

In linea con la strategia aziendale, tutti gli stabilimenti del Gruppo predispongono e mettono in pratica un piano HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point), obbligatorio nell'Unione Europea.

Come si evince dalle tabelle, e considerato che la norma ISO 9001 si applica a tutto il settore manifatturiero, gli stabilimenti Ferrero certificati da enti terzi indipendenti, secondo standard di sistemi di gestione specifici della sicurezza alimentare (IFS, COSTCO, HACCP, ISO/FSSC 22000) sono attualmente 13 (Alba; Arlon; Belsk; Brantford; Cork; La Pastora; Lithgow; Poços De Caldas; Quito; S. Angelo; Stadtallendorf; Villers-Ecalles; Vladimir). **Tra questi, quattro stabilimenti (La Pastora, Lithgow, Stadtallendorf, Villers-Ecalles) hanno conseguito la certificazione FSSC 22000 che rappresenta il maggior livello raggiungibile in ambito delle certificazioni sulla sicurezza alimentare.** Gli altri stabilimenti hanno come obiettivo il raggiungimento di questo *standard* certificativo entro il 2015.

Walkerville in Sud Africa è stato il primo tra gli stabilimenti delle Imprese Sociali Ferrero ad ottenere la certificazione ISO 9001:2008 per la gestione del Sistema Qualità. Il raggiungimento di questo obiettivo apre la strada alla futura certificazione delle altre due Imprese Sociali in India e Camerun.

CASI DI NON CONFORMITÀ

ISO 9001: 2008 Certificazione del Sistema di Qualità Ferrero

Nel 2011-2012, negli stabilimenti del Gruppo sono stati eseguiti 10 *audit* da parte di certificatori esterni: non sono state riscontrate "non conformità maggiori", ma solo una "non

conformità minore" con un conseguente e ridotto numero di raccomandazioni di miglioramento.

IFS – *International Food Standard*

Nel 2011-2012, le verifiche condotte sulla "certificazione di prodotto" presso gli stabilimenti di Alba, Arlon, Belsk, Cork e Stadtallendorf hanno evidenziato un livello di conformità medio superiore al 98% (High level).

ULTIME NOVITÀ

- Anche lo stabilimento dell'Impresa Sociale indiana (Baramati) ha avviato l'iter certificativo per l'applicazione della norma ISO 9001.**
- In linea con gli obiettivi, due stabilimenti europei hanno conseguito la certificazione FSSC 22000 e altri 3 (Cork, Sant'Angelo dei Lombardi, Vladimir) hanno avviato le pratiche per tale traguardo.



OBIETTIVI PER IL 2015 E 2020

1. Implementare un **centro unico di raccolta reclami** dal mercato, dove confluiscono, 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**, ad eccezione delle Imprese Sociali Ferrero, per le quali la certificazione ISO 9001 e la Certificazione di Sicurezza alimentare ISO 22000 FSSC è prevista entro il 2016.
3. Raggiungere l'integrazione degli "audit/ ispezioni di sicurezza alimentare" per tutti i *co-packer* (conti lavoro) ed i magazzini della "Supply Chain", in modo da avere una copertura completa entro il 2020.
4. Ottenere, a livello mondiale una certificazione ISO con unico manuale e procedure validi per tutto il Gruppo: in tal modo, i nostri stabilimenti nel mondo costituiranno i reparti di un **unico "stabilimento virtuale globale", entro il 2020**.

GLI ASSAGGI FERRERO

Affinché i prodotti rispettino gli elevati *standard* di gusto Ferrero, anche nel 2012 sono stati realizzati numerosi test di laboratorio ed analisi sensoriali, da noi definite "assaggio", finalizzati ad esprimere un giudizio sul gusto, sull'aroma e sull'aspetto estetico 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 400.000 assaggi, con una media mensile di 33.900 test ed un panel di circa 1.700 assaggiatori.

Gli "assaggi di direzione" sono effettuati settimanalmente dai responsabili delle unità produttive, anche allo scopo di diffondere la "cultura dell'assaggio" all'interno del Gruppo.



FERRERO

LA SICUREZZA DEI GIOCATTOLI SIN DALLA FASE DI PROGETTAZIONE

IL CODICE MPG

Lo stringente “Codice MPG⁵” 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 “sorpresa 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, **36 miliardi di giocattoli** sono stati commercializzati in assoluta e totale sicurezza.

Il 20 luglio 2013 entreranno in vigore i nuovi requisiti chimici introdotti dalla Direttiva sulla Sicurezza dei Giocattoli 2009/48/CE. Ferrero ha tempestivamente attuato le misure necessarie

ad assicurare che tutti i giocattoli immessi sul mercato dopo tale data ne rispettino i requisiti.

Oltre al controllo sul giocattolo, realizziamo verifiche periodiche presso i fornitori ed 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”.

Tale Codice è monitorato annualmente ed i **risultati delle verifiche hanno mostrato che nessuna forma di lavoro minorile è stata utilizzata nei poli produttivi.**

5 *Magic Production Group (MPG)*: società del Gruppo Ferrero interamente dedicata ai giocattoli.



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 VALORE DEL GIOCO

Il gioco è elemento essenziale della vita dei bambini e dei ragazzi, ma è anche un loro diritto! Il gioco sviluppa le capacità intellettive e relazionali, la creatività e l'immaginazione, l'attitudine a risolvere i problemi, il coordinamento fisico, anche a livello manuale, la predisposizione all'apprendimento ed alla scoperta.

IL DIRITTO AL GIOCO DEI BAMBINI È SPECIFICAMENTE RICONOSCIUTO DALL'ARTICOLO 31 DELLA CONVENZIONE DELLE NAZIONI UNITE SUI DIRITTI DEL BAMBINO (RISOLUZIONE 44/25 DEL 20 NOVEMBRE 1989).

CONVENZIONE DELLE NAZIONI UNITE SUI DIRITTI DEL BAMBINO

Articolo 31

1. Gli Stati parti riconoscono al bambino il diritto al riposo e al tempo libero, a dedicarsi al gioco e ad attività ricreative proprie della sua età ed a partecipare liberamente alla vita culturale ed artistica.
2. Gli Stati parti rispettano e favoriscono il diritto del bambino a partecipare pienamente alla vita culturale e artistica ed incoraggiano l'organizzazione, in condizioni di uguaglianza, di mezzi appropriati di divertimento e di attività ricreative, artistiche e culturali.

2

LA FONDAZIONE FERRERO DI ALBA



FERRERO

CONDIVIDERE **VALORI** PER CREARE **VALORE**

LA FONDAZIONE FERRERO DI ALBA



“**Lavorare, Creare, Donare**” sono i valori che guidano, fin dalle sue origini, la “Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero” di Alba. Da sempre presieduta dalla **Signora Maria Franca Ferrero**, l’Opera Sociale nasce ad Alba nel 1983, nel 1991 viene riconosciuta come Fondazione dal Ministero dell’Interno e nel 2005 il suo ruolo è sottolineato dal Presidente della Repubblica Italiana che conferisce alla Presidente la medaglia d’oro riservata ai benemeriti della scuola, della cultura e dell’arte.

La Fondazione Ferrero di Alba dispone di un complesso architettonico, in grado di soddisfare le esigenze di 3.300 “anziani” ex-collaboratori e coniugi, offrendo loro una serie di locali di intrattenimento, laboratori artigianali, una biblioteca, un “auditorium” polivalente, ma anche palestre per mantenersi in forma, sale per mostre, convenzioni a cliniche mediche ed un modernissimo nido.

La Fondazione Ferrero di Alba non è una “*granting Foundation*” - non eroga cioè finanziamenti

o contributi ad altri enti sociali, culturali o umanitari – bensì una “*acting Foundation*”: una realtà che svolge in proprio numerosi progetti ed attività sociali, rivolte agli ex dipendenti del Gruppo, nonché culturali (queste ultime specificatamente legate a personaggi o contesti piemontesi).

Nel rispetto dei forti principi etici che ispirano la famiglia Ferrero, la Fondazione è un punto di riferimento per tutte le realtà aziendali del Gruppo. È stata un modello per la creazione dell’Opera Sociale di Stadtallendorf, in Germania e per le iniziative della Ferrero Francia a favore di dipendenti, anziani e bambini.

La filosofia e la struttura della Fondazione sono state ampiamente descritte nei primi tre rapporti CSR del Gruppo Ferrero (disponibili via internet al seguente indirizzo www.csr.ferrero.com). Si riportano di seguito le novità emerse e le attività svolte durante il periodo di riferimento del presente rapporto.



La sede della Fondazione Ferrero di Alba

PROGETTI SOCIALI

La Fondazione pone al centro delle proprie proposte, il miglioramento della qualità della vita della persona anziana, coltivandone socialità, relazioni, impegno, conoscenze. Mediante l'organizzazione di molteplici attività, la Fondazione aiuta a vivere la terza età come occasione per scoprire nuove opportunità.

Presso la Fondazione esistono circa 40 gruppi di attività, in cui gli "anziani", ex dipendenti del Gruppo, possono avvalersi di laboratori di sartoria, ceramica, fotografia, ricamo, internet, lingue straniere, disegno e pittura e molti altri ancora. **Nell'anno in esame, oltre 1.800 persone hanno partecipato a tali gruppi e circa 800 frequentano giornalmente la Fondazione.**

La Fondazione, inoltre, collabora ormai da alcuni anni con la cooperativa sociale

"Progetto Emmaus" di Alba, impegnata nell'intrattenimento di persone in condizioni di disagio mentale. La Fondazione, infatti ne accoglie i membri ogni settimana, organizzando gruppi di sartoria, pasticceria e ceramica, dando loro l'opportunità di familiarizzare con gli "anziani" Ferrero e di sperimentare attività manuali e creative.



Fondazione Ferrero, corsi di cucina degli "anziani", Alba



Fondazione Ferrero, corsi di attività motoria degli "anziani", Alba

SERVIZI DI ASSISTENZA SANITARIA

La Fondazione garantisce quotidiane prestazioni di assistenza sociosanitaria. Oltre a fornire corsi di attività motoria per gli “anziani”, mirati a combattere diverse patologie, la Fondazione continua le collaborazioni con centri medici specialistici di eccellenza 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.

Nell’anno in esame, il servizio medico della Fondazione ha effettuato circa 2.000 visite.



Il “Nido”, bimbi e “anziani” durante un corso didattico, Alba

IL NIDO FERRERO

Tra le opportunità offerte agli “anziani”, c’è quella di partecipare ad alcune attività previste nel piano educativo del **nido per l’infanzia Ferrero**. Inaugurato nel 2009, il nido è in grado di ospitare **80 bambini, a condizioni agevolate per i dipendenti. Una percentuale dei posti è riservata ai bambini di Alba, indicati dal Comune.**

Il nido è, prima di tutto, un luogo al servizio dei bambini, in cui si osservano e si stimolano la crescita e l’apprendimento, ma è anche un luogo di

incontro, informazione e confronto per educatori e genitori, teso a creare un “sistema famiglia”. Le esperienze vissute con i nonni, gli “anziani” della Fondazione Ferrero di Alba, stimolano i bambini a raggiungere e sviluppare una più facile autonomia relazionale ed affettiva.

Il nido Ferrero si avvale inoltre della consulenza di esperti quali il professore ordinario Quinto Battista Borghi, responsabile pedagogico dei servizi per l’infanzia della Città di Torino, la Prof.ssa Paola Molina, professore ordinario di Psicologia dello Sviluppo dell’Università degli studi di Torino e la Prof.ssa Maria Rita Parsi della “Fondazione Movimento per il Bambino”.

Il nido è stato progettato con l’obiettivo della massima sostenibilità ambientale ed è dotato di una cucina interna che usa prodotti freschi, biologici, a kilometro zero, legati alla stagionalità.



Fondazione Ferrero, il “Nido”

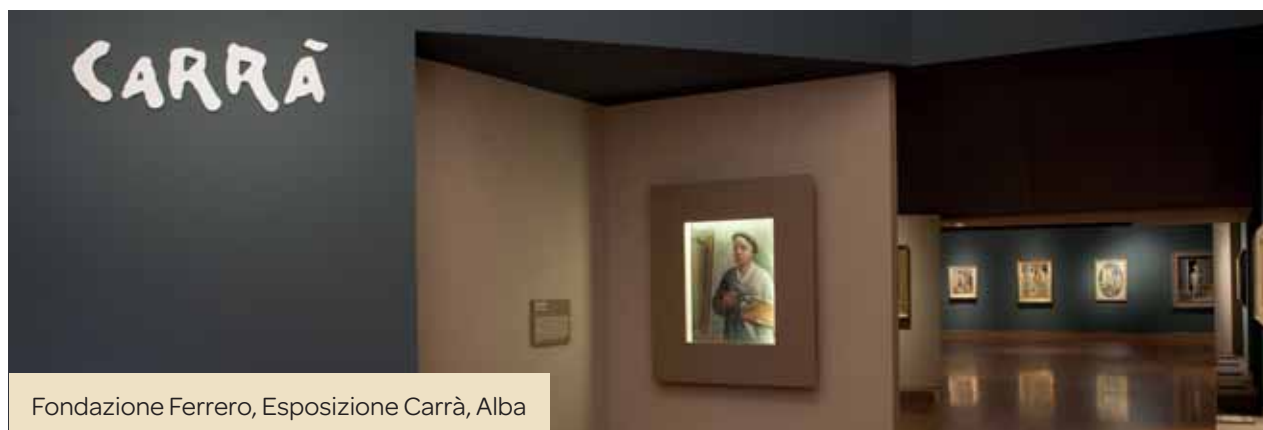
PROGETTI CULTURALI

La Fondazione sostiene e favorisce azioni culturali in sinergia con altre fondazioni, enti ed istituzioni locali, nazionali ed internazionali via via coinvolti per diventare "starting supporters" di progetti duraturi. In particolare, è stata favorita la conoscenza delle figure più rilevanti della storia culturale di Alba e del Piemonte, con l'intento di richiamare su di esse l'attenzione anche fuori dai confini nazionali.

Nell'autunno 2012, con il sostegno della Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo e della Compagnia di San Paolo, **la Fondazione ha organizzato la mostra antologica "Carlo Carrà 1881-1966" che ha permesso di rileggere l'intero percorso artistico del pittore piemontese.** Il progetto si è avvalso della collaborazione istituzionale della Fondazione di Studi di Storia dell'Arte Roberto Longhi di Firenze e della Soprintendenza per i Beni Storici, Artistici ed Etnoantropologici del Piemonte. Il rigore scientifico dell'iniziativa e la straordinarietà dei prestiti ottenuti, hanno valso alla mostra l'**Alto Patronato del Presidente della Repubblica Italiana.**

La mostra è stata visitata, gratuitamente, da 72.000 persone (oltre il doppio della popolazione di Alba) tra le quali 6.000 bambini che hanno anche fruito dei relativi

laboratori didattici. Il percorso artistico di Carlo Carrà è stato ripreso in ogni sua fase, **mediante 76 dipinti**, conservati nelle più prestigiose istituzioni pubbliche nazionali e internazionali, oltre che in importanti collezioni private. "Attraverso una rigorosa selezione delle opere in mostra, molte delle quali ormai vere e proprie icone dell'arte del '900 – afferma **Maria Cristina Bandera**, curatrice della mostra – il pubblico ha potuto scoprire il lungo percorso compiuto da Carlo Carrà, protagonista dei grandi movimenti delle avanguardie italiane ed interprete di un nuovo linguaggio altamente narrativo e di grande suggestione".



Fondazione Ferrero, Esposizione Carrà, Alba

MASTER IN SCIENZA E TECNOLOGIA DELL'ALIMENTAZIONE E NUTRIZIONE UMANA "MICHELE FERRERO"



Come negli anni precedenti, la Fondazione Ferrero di Alba ha proseguito l'interessante collaborazione con l'Università di Torino, mediante il **Master post universitario di secondo livello in Scienza e Tecnologia dell'Alimentazione e Nutrizione Umana - "Michele Ferrero"**. L'obiettivo è di formare specialisti in campo tecnologico, medico biologico e chimico che possano essere inseriti nel sistema produttivo di un'azienda alimentare o di un laboratorio di ricerca e sviluppo. L'offerta didattica prevista dal Master tiene conto dei condizionamenti alle scelte produttive dell'industria alimentare derivanti dalle nuove esigenze dei consumatori, dal mutare degli stili di vita e dagli effetti della globalizzazione sulla composizione della popolazione. Anche quest'anno, in marzo, durante la cerimonia di chiusura della terza edizione sono stati premiati 9 studenti provenienti da varie università italiane ed internazionali. La premiazione è stata accompagnata dalla Lectio Magistralis del Prof. Dennis M. Bier, M.D., Professore in Pediatria presso la Baylor College of Medicine, che ha tenuto l'intervento intitolato **"SUGAR: A politically incorrect pediatrician's view"**.

Nell'ambito degli appuntamenti mensili del **Ciclo di conferenze 2011-2012**, la Fondazione ha ospitato **Marco Bobbio**, primario di Cardiologia all'Ospedale Santa Croce e Carle di Cuneo, che presentando il suo libro "Il malato im-

maginato" ha illustrato la condizione del malato nella società contemporanea ed il significato più autentico del rapporto medico-paziente. Nel mese di ottobre, l'enigmista **Stefano Bartezzaghi** è stato protagonista di un evento dedicato alle "parole avvelenate", a quelle insidie che attentano ogni giorno ai nostri pensieri e al nostro linguaggio. A novembre, lo storico dell'arte e archeologo, **Salvatore Settis**, ha discusso della situazione di emergenza (ambientale e culturale) in cui versa il paesaggio italiano, bene pubblico tutelato dall'articolo 9 della Costituzione Italiana.

Domenico Quirico, giornalista de "La Stampa", caposervizio agli esteri, corrispondente da Parigi, nonché inviato di guerra, ha tenuto in gennaio una conferenza dedicata alla "primavera araba". Nel mese di febbraio, **Pietro Terna**, professore ordinario di Economia politica presso l'Università di Torino, ha fatto luce sui cambiamenti imposti dalla crisi economica. Il Vice-Presidente del Consiglio Superiore della Magistratura, Onorevole **Michele Vietti**, è stato ospite ad Alba per la presentazione del suo libro "La fatica dei giusti. Come la giustizia può funzionare" (Università Bocconi Editore).

Ad aprile, il ciclo di conferenze è tornato a presentare la formula della conferenza-concerto, con un evento dal titolo "Est-Ovest. Evocazioni musicali di un viaggio" che ha visto sul palco il duo **Constantin Zanidache** (viola) e **Elena Bracco** (pianoforte).



A maggio, il critico letterario **Giovanna Ioli** ha presentato il libro della sorella di Beppe Fenoglio, Marisa, "Il ritorno impossibile", (casa editrice Nutrimenti di Roma). L'autrice è ritornata al tema dell'emigrazione - anzi del "dispatrio", uno stato che per **Marisa Fenoglio**, albese trapiantata in Germania a

metà degli anni Cinquanta del secolo scorso, ha sempre costituito una forte motivazione narrativa.

In ambito musicale, la Fondazione ha proseguito la felice collaborazione con **l'Unione Musicale di Torino**, associazione senza scopo di lucro, fondata nel 1946, che si occupa dell'organizzazione di manifestazioni concertistiche nel repertorio "classico" a Torino ed in Piemonte. La stagione 2011-2012 ha previsto lo svolgimento di 11 concerti, 8 a Torino e 3 ad Alba. Tra quelli realizzati nell'Auditorium della Fondazione si è svolta una splendida esibizione del Maestro **Salvatore Accardo** al violino e dell'Orchestra Italiana.

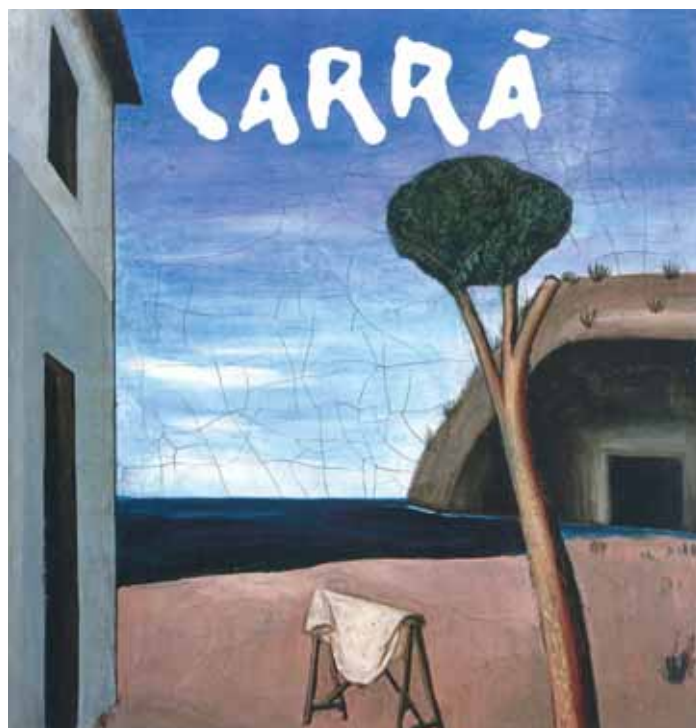
PROSSIMI PASSI

Il biennio 2012-2013 vedrà ricorrere 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 sui fronti più



Fondazione Ferrero, Centro Fenoglio, Alba

diversi: quello letterario, audiovisivo e teatrale. Tra i vari eventi in programma va sottolineata la **pubblicazione, curata dalla Fondazione stessa, del libro "Fenoglio. L'album in bianco e nero"**. Si tratta del catalogo generale dei ritratti che il fotografo albese Aldo Agnelli (1924) ha scattato all'amico Fenoglio (1922-1963). Una testimonianza preziosa su uno scrittore oggi molto celebrato, ma che nella sua breve esistenza non ha potuto godere di un vasto e meritato riconoscimento. Dalla raccolta emerge la personalità forte e la sensibilità



Pubblicazioni editate dalla Fondazione Ferrero di Alba, anno 2011/2012

umana di Beppe Fenoglio, la sua immagine di “gentleman writer” autonomo e determinato, spesso in naturale rapporto con il paesaggio delle Langhe, sua fonte di ispirazione. Inoltre, a novembre 2013, è previsto un **convegno nazionale di studi fenogliani**. Due giornate per tracciare un bilancio su Beppe Fenoglio a cinquant’anni dalla morte: nella prima giornata si inviteranno studiosi tra i più accreditati delle discipline trattate dallo scrittore albesse (filologia, linguistica, storia...); nella seconda giornata, una serie di relatori (tra i quali alcuni dei giovani ricercatori che hanno lavorato negli ultimi anni presso il Centro di documentazione “Beppe Fenoglio” della Fondazione Ferrero di Alba) discuteranno sui testi dell’opera fenogliana. Il convegno si avvarrà di un comitato scientifico composto da illustri e competenti studiosi e presieduto dal Professor Valter Boggione dell’Università degli Studi di Torino, che con la Fondazione Ferrero di Alba ha recentemente pubblicato una raccolta di saggi fenogliani.

Nel giugno 2013 a Roma, presso l’Ara Pacis Augustae, un **grande evento celebra l’imperatore Publio Elvio Pertinace**, nato ad Alba Pompeia nel 126 d.C. Dai primigiorni del suo breve regno, mise in atto una politica di riforme per ripristinare l’ordine sociale, la giustizia e la stabilità economica, con un programma politico di pacificazione pubblica e di ripristino della legalità, che purtroppo decretò la sua fine. Nel novembre 2013 la Fondazione, in collaborazione con l’Accademia di Medicina di Torino, celebrerà la ricorrenza dei suoi trent’anni di attività con il convegno internazionale “*Successful Aging: A Multidisciplinary Approach*”.

L’obiettivo delle giornate di studi è una riflessione sul tema dell’invecchiamento della popolazione che tenga conto delle sfide sociali, economiche e culturali per favorire la creazione di una società per tutte le età, nella quale giovani e anziani abbiano l’opportunità di contribuire allo sviluppo, condividendone i benefici.

INVECCHIAMENTO DI SUCCESSO

1983 - 2013

- ▶ Il modello che si è via via sviluppato in Fondazione fin dall’inizio ha avuto come obiettivo quello dell’invecchiamento di successo.
- ▶ Abbiamo consolidato alcuni insegnamenti:
 - » Non isolarti, stai con gli altri
 - » Condividi emozioni, affetti, relazioni
 - » Cerca di realizzarti, meglio se assieme agli altri
 - » Programma la tua giornata
 - » Metti a disposizione degli altri le tue capacità
 - » Impara ogni giorno cose nuove
 - » Metti a disposizione dei giovani la tua esperienza e con loro rinnova continuamente
 - » Pratica un corretto stile di vita

L'OPERA SOCIALE FERRERO IN GERMANIA

L'Opera Sociale Ferrero nasce nel settembre 2008, presso il sito produttivo di Stadtallendorf e viene inaugurata dalla Signora Maria Franca Ferrero, Presidente della Fondazione Ferrero di Alba, costantemente impegnata a favore degli "anziani", ovvero dei dipendenti del Gruppo in pensione. Sin dalla sua apertura, **l'Opera Sociale ospita 430 ex collaboratori** ed offre una vasta scelta di attività aiutando gli "anziani" a vivere in maniera attiva e sana. Il programma proposto prevede attività di interazione sociale, attività fisiche associate ad opportunità di apprendimento e di partecipazione ad escursioni, attraverso le quali i pensionati

sentono di appartenere ad una comunità. Spesso, infatti, le attività proposte dall'Opera Sociale, ad esempio corsi di pittura, di lettura, visite nei musei sono solo il punto di partenza di ulteriori attività che i pensionati organizzano successivamente in maniera autonoma, come il progetto "Ponte fra le generazioni" avviato nel maggio 2011. Grazie a questa iniziativa, i membri dell'Opera Sociale hanno la possibilità di interloquire con giovani apprendisti Ferrero, favorendo quindi la trasmissione dei principi aziendali di generazione in generazione. Altri membri dell'Opera Sociale sono impegnati nella promozione di attività a favore dei bambini delle aree più povere del mondo, seguendo il motto di tutto il Gruppo Ferrero: "Lavorare, Creare, Donare".

L'OPERA SOCIALE FERRERO IN CIFRE:

TOTALE MEMBRI:	434 , di cui
» dal bacino di assistenza di Stadtallendorf:	74% (322)
» dal bacino di assistenza di Francoforte:	26% (112)

Partecipanti alle attività offerte nell'anno in esame: **2.842**

Numero di attività offerte / giorni di eventi: **100 / 143**

QUOTA DI ANZIANI CHE NELL'ANNO IN ESAME HA USUFRUITO DI ALMENO UN'ATTIVITÀ DELL'OPERA SOCIALE:

	59,5% , di cui
» quota degli anziani di Stadtallendorf:	68%
» quota degli anziani di Francoforte:	33%



Opera Sociale, "anziani" Ferrero dopo una gara di ballo, Stadtallendorf

3

LE IMPRESE SOCIALI FERRERO



Impresa
Sociale Ferrero
in Sud Africa

FERRERO

CONDIVIDERE **VALORI** PER CREARE **VALORE**

LE IMPRESE SOCIALI FERRERO

“Il successo di lungo termine del Gruppo è ancorato ai valori etici che lo guidano. Tutti parlano di responsabilità sociale d’impresa: Ferrero l’ha nel sangue. La realizziamo quotidianamente nel rispetto delle persone che lavorano con noi, nella scrupolosa salvaguardia dell’ambiente in cui operiamo, nella responsabilità con la quale gestiamo il nostro rapporto con la società civile, e in particolare, tra i consumatori e le nostre marche, curandone qualità, comunicazione e valore.

Le iniziative delle Imprese Sociali sono la più alta e più concreta espressione di tali valori, ispirate da una logica non di beneficenza ma di imprenditorialità illuminata. La missione di “United Kinder of the World” è al centro della mia attenzione, per la sua forza propulsiva e la grande motivazione che induce nel management”.

Giovanni Ferrero, maggio 2013

Le Imprese Sociali Ferrero sono vere e proprie “imprese”, basate su una concezione prettamente imprenditoriale, volte cioè a realizzare risultati positivi di bilancio. Peraltro, esse agiscono con uno spirito “sociale”, poiché sono finalizzate a creare posti di lavoro nelle aree meno favorite dei paesi emergenti, e quindi a combattere le gravi conseguenze della disoccupazione ivi esistente.

Inoltre, il loro spirito sociale si estende ad iniziative umanitarie gestite nelle aree ove operano le stesse Imprese Sociali. Queste iniziative sono in primo luogo indirizzate alla tutela della salute ed alla crescita educativa dei bimbi e dei ragazzi.

E si sviluppano sotto l’insegna:

United Kinder of the World

Le imprese sociali sono oggi presenti in Camerun (Yaoundé), India (Baramati/Pune, Maharashtra) e Sud Africa (Walkerville, Gauteng).



Impresa Sociale Ferrero - Camerun (Yaoundé)



Impresa Sociale Ferrero - India (Baramati/Pune, Maharashtra)



Impresa Sociale Ferrero - Sud Africa (Walkerville, Gauteng)

LA MISSIONE DELLE IMPRESE SOCIALI FERRERO

La missione delle Imprese Sociali Ferrero si sviluppa secondo due direttrici:

A) La creazione di posti di lavoro

Con questo impegno, oltre ad offrire la possibilità di ottenere un reddito che consente di affrontare il costo della vita per sé e la propria famiglia esse:

- » danno a chi lavora il senso della dignità e soprattutto la capacità di divenire protagonista del proprio destino;
- » assicurano la formazione professionale e la capacità lavorativa;
- » creano la cultura del lavoro, fonte di progresso ed evoluzione civile.

Con gli insediamenti produttivi si favoriscono le attività indotte, coinvolgendo le imprese industriali del territorio. Inoltre, per la produzione vengono impiegate preferibilmente materie prime locali.

Ne deriva la creazione di ulteriori posti di lavoro, innescando così una spirale virtuosa verso lo sviluppo economico e di benessere per tutta la comunità locale.

B) La realizzazione di progetti ed iniziative di carattere sociale ed umanitario.

Per raggiungere concretamente questo obiettivo è prevista la costituzione di un fondo che verrà definito sulla base dei volumi prodotti annualmente dallo stabilimento.

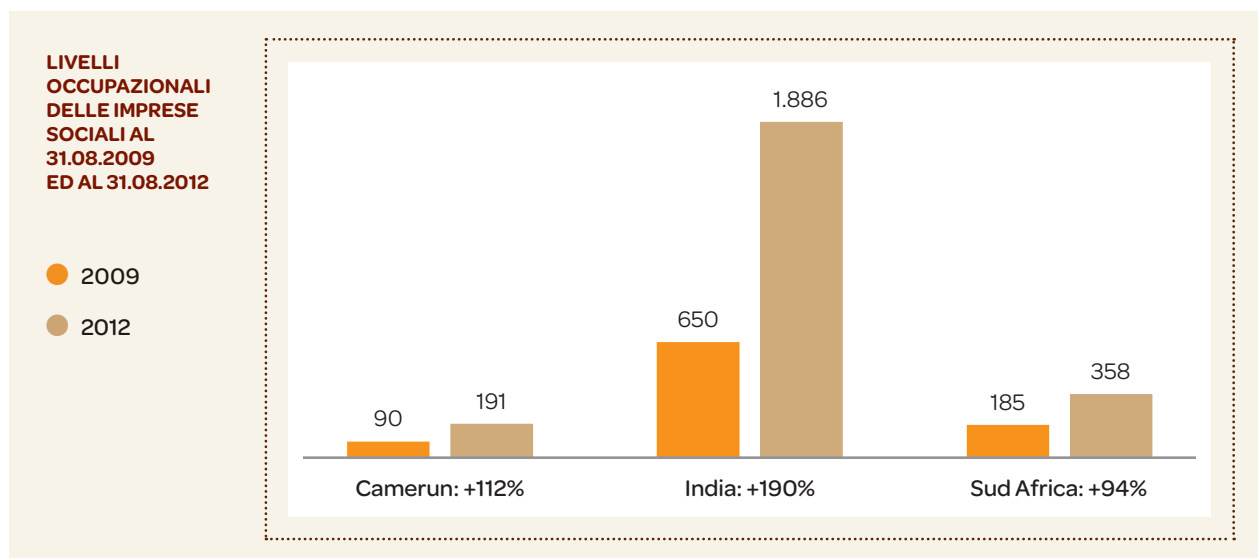
Questa somma verrà trasferita su un apposito conto in una banca locale. Sarà quindi impiegata, su base triennale, per la realizzazione di specifici progetti sociali individuati di concerto con le autorità istituzionali locali avvalen-

dosi della competenza della Fondazione Ferrero di Alba.

Per una più ampia descrizione della missione delle Imprese Sociali si rinvia ai precedenti rapporti CSR, consultabili su internet al sito www.csr.ferrero.com.

SVILUPPO OCCUPAZIONALE

Al 31 agosto 2012, le Imprese Sociali Ferrero impiegano nei propri stabilimenti **2.435¹** persone, di cui: **191** in Camerun, **1.886** in India e **358** in Sud Africa (per una visione più ampia delle risorse umane impiegate nel Gruppo, si rimanda all'apposito capitolo del presente rapporto CSR).



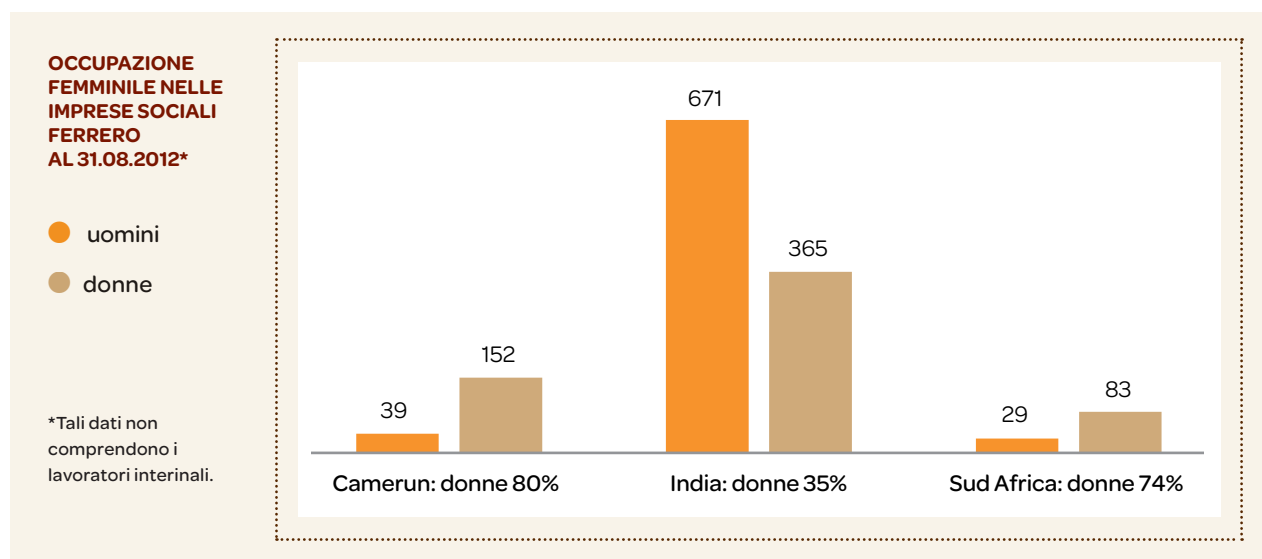
Impresa Sociale Ferrero, personale durante il corso Ferrerità, Yaoundé, Camerun

Si evidenzia inoltre che tutti gli operai e gli impiegati, al 31 agosto 2012, sono assunti localmente, ovvero con nazionalità del paese dell'Impresa Sociale di riferimento.

Secondo stime interne Ferrero, per ogni lavoratore direttamente impiegato nell'industria dolciaria, altri 3 lavorano nell'indotto. Ciò contribuisce ad innescare una spirale virtuosa che favorisce le condizioni per uno sviluppo sostenibile all'interno delle comunità ospitanti le Imprese Sociali.

¹ Tale dato comprende anche i lavoratori interinali/stagionali.

OCCUPAZIONE FEMMINILE NELLE IMPRESE SOCIALI FERRERO



Secondo la tradizione Ferrero, è attivo un sistema di trasporto agevolato per i dipendenti delle Imprese Sociali.

CAMERUN

L'azienda mette a disposizione 4 veicoli per il trasporto dei dipendenti da diversi punti di raccolta all'interno di Yaoundé, secondo i turni di lavoro e fornisce un "buono d'indennità" supplementare per costi di trasporto.

INDIA

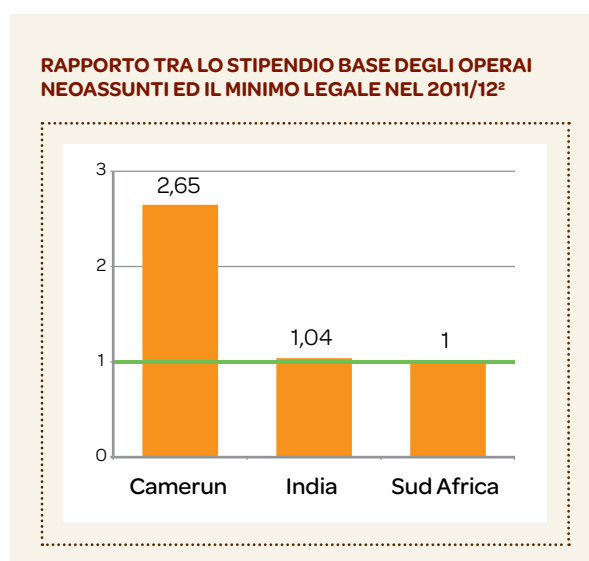
8 autobus sono messi a disposizione per consentire il trasferimento dei dipendenti dai villaggi adiacenti allo stabilimento durante i tre turni giornalieri di lavoro. Questo servizio è offerto a prezzi agevolati. Il costo per ogni dipendente corrisponde a circa 100-150 rupie al mese, contro le circa 1.400 rupie al mese dei servizi di trasporto pubblico.

SUD AFRICA

L'azienda fornisce "buoni d'indennità" ad ogni operaio per coprire i costi di trasporto al lavoro.

RAPPORTO RETRIBUTIVO

Il grafico che segue evidenzia il rapporto tra la retribuzione annua lorda minima del personale neo-assunto come operaio ed il minimo legale fissato per legge. Per il Sud Africa occorre tener conto del fatto che, non essendo disponibile un minimo locale nazionale, è stato preso a riferimento l'accordo tra Ferrero ed il sindacato nazionale.



² 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. Nel caso in cui sia uguale ad 1: corrispondenza tra il minimo legale e quanto corrisposto da Ferrero.

TECNOLOGIA PRODUTTIVA E MATERIE PRIME IMPIEGATE NELLE IMPRESE SOCIALI

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 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, la produzione della parte alimentare di Kinder Joy viene realizzata con la tecnologia "easy line", automatizzata. La valva contenente la sorpresa viene invece realizzata a mano, inserendo il gioco nell'involucro plastico.

In India ed in Sud Africa, il confetto Tic Tac viene realizzato con tecnologia di proprietà Ferrero, automatizzata. La fase di confezionamento è invece in alcuni casi semi-manuale.

Nell'anno commerciale 2011/2012, il **75% delle materie prime impiegate dalle Imprese Sociali** è stato acquistato da produttori delle stesse regioni in cui si trovano gli stabilimenti. Lo stabilimento di Baramati è equipaggiato con due laboratori: uno per la selezione ed i controlli delle caratteristiche organolettiche e chimico/fisiche delle materie prime locali; l'altro per i controlli di qualità secondo gli stringenti capitolati Ferrero.

INIZIATIVE SOCIALI "UNITED KINDER OF THE WORLD"

Tra i progetti sociali sostenuti dalle Imprese Sociali ed evidenziati nel terzo rapporto CSR, vorremmo soffermarci sul **restauro integrale della Scuola "Japie Greyling"** (Daleside, Gauteng, Sud Africa) realizzato nel luglio 2012.

Il Progetto è parte integrante del **Programma "94+ school projects for Madiba"**, lanciato dal Ministro dell'Educazione del Sud Africa per assicurare forme diverse di assistenza ad almeno **94 scuole sudafricane e celebrare al contempo il 94° genetliaco di Nelson Mandela (Madiba)**.

La "Japie Greyling School" è un istituto elementare e secondario, di medie dimensioni con 13 classi e frequentato, prima della ristrutturazione, da circa 300 alunni. Vi hanno ora invece accesso 1.400 alunni in virtù dei lavori svolti.

L'Impresa Sociale sudafricana ha scelto di ristrutturare tale istituto per varie ragioni, tra cui:

- » tra le 47 scuole del distretto scolastico di Walkerville – lo stesso dove è ubicato lo stabilimento Ferrero – nessuna era abilitata per l'insegnamento ad alunni diversamente abili;
- » a tale istituto, distante pochi chilometri dallo stabilimento Ferrero, erano già iscritti figli di parte delle maestranze Ferrero.



Corale della scuola "Japie Greyling" in Sud Africa



Il progetto ha consentito:

- ▶ **la ristrutturazione edile e di impianti** (riparazione e tinteggiatura di **3.600 m² di tetti**; isolamento termico dei sottotetti; riparazione dei pavimenti delle aule; tinteggiature di interni/esterni delle aule; pulizia esterna di superfici in muratura mediante sistema idraulico ad alta pressione; riverniciatura di tettoie, grondaie ed infissi e sostituzione di oltre 400 metri di fasce perimetrali del sottotetto; **sostituzione di oltre 500 vetri rotti**; installazione di un nuovo impianto ibrido elettrico-fotovoltaico di riscaldamento; installazione di un nuovo impianto di cottura a gas);
- ▶ **il ripristino delle opere murarie** (rifacimento integrale di **quattro blocchi di servizi igienici**; creazione di un **nuovo refettorio di 80 m²** e di una cucina arredata; demolizione di un vecchio padiglione esterno e costruzione di un nuovo padiglione);
- ▶ **il restauro degli arredi scolastici** (**centinaia di banchi e sedie** sono stati smontati, le parti danneggiate sostituite, le componenti in legno scartavetrare e ridipinte, le componenti in metallo riverniciate con una vernice particolare di lunga durata);
- ▶ **la bonifica, messa in sicurezza e restauro di spazi ed impianti esterni** (tinteggiatura delle mura, rifacimento del pavimento ed installazione di una nuova garitta di guarda in vetroresina all'entrata della scuola; installazione di 50 m² di nuovo manto erboso attorno all'asilo; demolizione di una recinzione metallica fatiscente di c.a 70 metri attorno al parco giochi ed installazione di una nuova rete metallica; demolizione di una scala



Alunni della scuola "Japie Greyling" in Sud Africa

di metallo arrugginita all'entrata dell'asilo e sua sostituzione con una scala in muratura; ritinteggiatura di tutte le attrezzature del parco giochi; installazione di alza-bandiera; rimozione di 50 tonnellate di detriti);

- ▶ **il ripristino degli impianti sportivi** (ritinteggiatura degli spalti ed installazione di una nuova tettoia sugli stessi; ritinteggiatura delle porte da rugby ed installazione di nuove porte mobili per il soccer; riabilitazione integrale dell'impianto di allenamento per il cricket; rifacimento del manto erboso dell'area centrale del campo sportivo utilizzata per il cricket; sradicamento delle gramigne, fertilizzazione e preparazione per la primavera del manto erboso del campo sportivo; creazione di un nuovo servizio igienico esterno accessibile dai campi sportivi).

L'obiettivo dell'iniziativa non era però solo finalizzato al restauro degli edifici. Il suo scopo era anche quello di consentire all'amministrazione scolastica costi di manutenzione ridotti e la gestione sostenibile degli impianti di ventilazione e di riscaldamento. Le principali innovazioni tecniche apportate hanno comportato:

- ✓ L'installazione di un **nuovo sistema ibrido elettrico-fotovoltaico di riscaldamento delle aule** che richiede poca manutenzione e costi di gestione contenuti. Per le prime due ore, la mattina presto, funziona ad elettricità. Successivamente, l'aria calda del sottotetto viene fatta circolare nelle aule scolastiche tramite ventilatori azionati dal sistema fotovoltaico, i quali, d'estate, possono essere utilizzati anche per rinfrescare le aule.
- ✓ La verniciatura del tetto con una **vernice di ultima generazione** (Ceratech – sviluppata con tecnologia NASA) che ha effetti antiruggine e termo-rifrangenti, grazie a componenti ceramiche interne che riducono la temperatura fino al 45%,

contribuendo in tal modo a limitare i costi energetici per il raffreddamento degli ambienti interni. Questa vernice assicura inoltre una più efficace e lunga manutenzione del tetto grazie alla sua consistenza (due mani di questa vernice assicurano uno spessore di 250 micron contro i 50 micron delle vernici tradizionali).

- ✓ L'installazione nei bagni di rubinetterie a pressione e di valvole con *timer* per limitare il consumo e gli sprechi di acqua.

Grazie alla realizzazione di questa iniziativa, la Japie Greyling School offre oggi una serie articolata di servizi - didattici, sportivi, ricreativi ecc. - a ben 1.400 alunni.



Alunni della scuola "Japie Greyling" in Sud Africa durante la manifestazione "Nelson Mandela Day"

4



FERRERO

CONDIVIDERE **VALORI** PER CREARE **VALORE**

IL DECALOGO DI KINDER+SPORT

Kinder+Sport è il programma educativo della Ferrero volto a facilitare e incoraggiare l'attività fisica di bambini e adolescenti, anche al fine di prevenire e combattere l'obesità.

I. STRATEGICO

Kinder+Sport è un progetto dal valore altamente strategico ed istituzionale volto a supportare l'educazione allo stile di vita attivo e sostiene un modello di attività motoria dedicato a bambini e ragazzi.

II. GLOBALE

Il progetto Kinder+Sport è un progetto globale e sinergico in tutto il mondo. Per la sua divulgazione in tutte le geografie deve poggiare sul concreto sostegno delle Istituzioni sportive nazionali ed internazionali.

III. COERENTE

Kinder+Sport e il suo marchio circoscrivono un progetto specifico, che incoraggia i bambini alla cultura del movimento e combatte la loro tendenza alla sedentarietà.

IV. EDUCATIVO

Il progetto Kinder+Sport non ha una vocazione genericamente filantropica, è un momento di educazione fisica per tutti i ragazzi dall'età prescolare all'adolescenza, è quindi rivolto trasversalmente a tutti senza distinzioni, per favorire, attraverso la pratica sportiva, l'integrazione e la socialità.

V. MULTIDISCIPLINARE

Il progetto Kinder+Sport ha una vocazione polisportiva e si indirizza a sport accessibili, popolari, non violenti, senza preclusioni di genere e seguiti dalle famiglie, attività che supportano la crescita gioiosa dei bambini.

VI. SUL TERRITORIO

Il progetto Kinder+Sport va sempre sviluppato in partnership con Enti sportivi nazionali o locali e con singoli Centri Sportivi specializzati, affidabili e competenti nella promozione dello sport, ai quali viene delegata l'organizzazione delle attività e delle relazioni con i partecipanti.

VII. VALORIALE

Il progetto Kinder+Sport è sostenuto da atleti in grado di incarnare valori e modelli positivi per i bambini, divenendo testimonial e "Ambasciatori" del progetto.

VIII. NON COMMERCIALE

Il marchio e il concetto Kinder+Sport non devono essere utilizzati, per nessun motivo, per incentivare il consumo di prodotti Kinder né per qualsiasi attività promozionale di tali prodotti (es. raccolte punti o premi regalo).

IX. RICONOSCIBILE

Il progetto Kinder+Sport ha un proprio sistema grafico, facilmente identificabile, ben definito e globalmente vincolante. Tale sistema deve essere adottato in tutte le attività di comunicazione.

X. VICINO ALLE PERSONE

Per adeguarsi ai suoi criteri istituzionali ed educativi la comunicazione del Progetto Kinder+Sport viene affidata principalmente ai fatti e al passaparola delle persone coinvolte. Non si prevedono investimenti pubblicitari. Si raccomandano progetti di comunicazione a basso costo non focalizzati su singoli eventi, ma capaci di veicolare i valori positivi dello sport.

KINDER+SPORT

Di seguito si riportano alcuni dati interni relativi alle attività di Kinder+Sport, inerenti al 2011-2012:



Eventi Kinder+Sport

- ▶ **20 paesi coinvolti** (oltre l'Europa: Brasile, Cina, Hong Kong, Messico in via sperimentale, Russia, Taiwan).
- ▶ **12 milioni di ragazzi coinvolti** negli eventi.
- ▶ Oltre **14 sport praticati** tra cui: Pallavolo, Basket, Atletica, Golf, Vela, Scherma, Tennis, Sci, Pallanuoto, *Orienteering* e Nuoto.
- ▶ Oltre **30 campioni testimoni** per la promozione degli eventi sportivi ed in favore di uno stile di vita sano, tra cui: Tomáš Dvorák (Decathlon), Ludmila Formanova (Atletica), Andrew Howe (Atletica), Josepha Idem (Canoa), Alessia Trost e Josè Bencosme (Atletica giovanile), Alessandra Sensini (Vela), Valentina Vezzali (Scherma).
- ▶ **20 Federazioni nazionali** sponsorizzate, tra cui la Federazione Italiana di Pallavolo,



la Federazione Italiana di Atletica Leggera, le Federazioni di Atletica spagnola e portoghese, la Federazione di Pallavolo polacca, la Federazione di Tennis belga.

- ▶ **2 comitati olimpici** (CONI - Italia, DOSB - Germania).



Nel dettaglio, Kinder+Sport nel 2011/2012 ha contribuito a finanziare diverse attività nei paesi coinvolti tra cui quelle indicate di seguito:

- ✓ In collaborazione con la Federazione di Pallavolo italiana: "1,2,3 Minivolley" e "Volley", attività e tornei nelle scuole di pallavolo, organizzazione degli eventi "Summer Camps" e "Kinderiadi".



- ✓ In collaborazione con la Federazione di Atletica italiana: “K+S Cup” (campionati nazionali cadetti, juniores, assoluti) e giochi sportivi studenteschi.



Eventi Kinder+Sport

- ✓ In collaborazione con la Federazione di Scherma italiana: progetto «a scuola di scherma».
- ✓ Con il riconoscimento della 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 2.500 centri coinvolti.
- ✓ In collaborazione con le Federazioni di

atletica e sport acquatici in Spagna e Portogallo: programma educativo con 600 centri coinvolti in Spagna e 3.000 in Portogallo; sponsor ufficiale della Federazione sport acquatici e supporto ad attività sportive nei centri.

- ✓ *Partnership* con il Comitato olimpico tedesco - DOSB: 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 649 team; donazione di kit per insegnanti comprensivi di manuale e attrezzi per promuovere la pratica sportiva nelle scuole superiori.
- ✓ In collaborazione con la Federazione di Pallavolo polacca: 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 Pallanuoto ungherese: sponsor per lo sviluppo di eventi.



- ✓ 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).
- ✓ "*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*).

L'investimento annuo Kinder+Sport, correlato alle attività sopra citate, ammonta a 7,7 milioni di €.

MONITORAGGIO DEI RISULTATI DI "KINDER+SPORT"

Al fine di valutare l'effetto sulla riduzione dell'indice di massa corporea (BMI) sul medio-lungo periodo (5 anni) nei bambini in età scolare che partecipano al Progetto Kinder+Sport "**1,2,3... Minivolley - Federazione Italiana Pallavolo - FIPAV e KINDER+SPORT**", l'Istituto di Medicina dello Sport di Torino ha condotto una ricerca, a partire dal 2009.

Il progetto FIPAV-KINDER+SPORT ha interessato oltre 2 milioni di studenti in Italia. Al fine di promuovere l'attività fisica, nell'ambito del progetto, sono stati distribuiti più di 20.000 *kit*-scuola composti da due campi di mini-volley e pallavolo, elastici e palloni studiati appositamente

per i bambini. I partner dell'iniziativa sono: il Ministero Italiano dell'Istruzione (MIUR), l'Istituto di Medicina dello Sport di Torino, la Federazione Italiana di Pallavolo, il CONI e varie istituzioni locali.

La ricerca condotta dall'Istituto di Medicina dello Sport ha messo a confronto i dati raccolti sui bambini che frequentano l'ultimo anno della scuola primaria (quinta elementare) con i dati relativi ai bambini del primo anno di scuola secondaria (prima media), al fine di ottenere un raffronto tra coloro che avevano beneficiato di un anno e di due anni di attività. La ricerca si concluderà mettendo a confronto i dati così raccolti con quelli relativi agli studenti di prima media non partecipanti al progetto Kinder+Sport.

Il progetto "**1,2,3... Minivolley FIPAV e KINDER+SPORT**" è arrivato al quarto anno d'indagine consecutivo e nella scuola primaria sono state monitorate 15 classi (5 terze, 5 quarte e 5 quinte).

I dati raccolti con il monitoraggio del 2012 confermano e migliorano ulteriormente la tendenza positiva riscontrata nel 2011, che indica come i bambini che partecipano al progetto Kinder+Sport-FIPAV abbiano migliori doti di coordinazione e di velocità rispetto ai bambini di pari età che non vi partecipano. In particolare, il monitoraggio del 2012 non si è limitato a considerare solo l'indice BMI come parametro di valutazione, ma ha inserito anche un ulteriore accertamento medico: la misura delle pliche cutanee.

Ferrero ha devoluto 250.000€ per questa ricerca per il periodo 2009-2013. Il risultato completo sarà disponibile nel 2016, relativo all'anno scolastico 2014/15.

PROGRAMMA EPODE

Conformemente agli impegni descritti nel precedente Rapporto CSR, nel 2012 Ferrero ha confermato il proprio sostegno:

- ▶ al **Programma EPODE** (acronimo francese per “Insieme per prevenire l’obesità infantile”) per il biennio 2012-2014 ed al relativo *Network* Europeo (**European Epode Network** www.epode-european-network.com); ad un **nuovo progetto europeo**, co-finanziato dalla Commissione europea ed intitolato **“EPHE-EPODE for the Promotion of Health Equity”** finalizzato alla riduzione dell’obesità nei contesti socio-economici disagiati. In particolare, il progetto si concentra sul ridurre le ineguaglianze all’accesso alla salute ed ai servizi sanitari, proponendo l’adozione



Evento del programma Thao in Spagna



Evento del programma PAIDEIATROFI in Grecia

della metodologia EPODE, basata su iniziative locali con un coinvolgimento attivo di tutte le parti interessate (famiglie, scuole, comunità locali, ecc.). I principali partner del progetto “EPHE” sono: l’Ufficio regionale europeo dell’Organizzazione Mondiale per la Salute, Free University Amsterdam (NL), University of Gent (BE), University of Windesheim (CHW), Zaragoza University (SP), University of Iasi (RO), Bulgarian Association of Study of Obesity and Related Diseases (BU), University of Porto (PT), University of Athens (GR), Directorate General de Saude (PT). Entro il 2015, verranno esplorate ulteriori possibilità per sostenere lo sviluppo di programmi simili attraverso l’utilizzo dei fondi strutturali europei.

Durante il 2012, Ferrero ha inoltre continuato a sostenere i **progetti EPODE nazionali** nei seguenti paesi europei:

» **BELGIO:** tramite il programma **VIASANO**, con risultati molto incoraggianti sull'andamento di riduzione dell'"Indice di Massa Corporea" (rapporto tra il peso corporeo e l'altezza);

- » **FRANCIA**, dove Ferrero conserva lo status di "Golden Partner" del progetto "**Vivons en Forme**", avendo rinnovato il proprio impegno per i prossimi cinque anni;
- » **GRECIA:** tramite il programma **PAIDEIATROFI**, che mira alla divulgazione del concetto di alimentazione equilibrata;
- » **SPAGNA**, tramite il progetto **THAO**, volto a ridurre l'obesità infantile.

CONTRIBUTO FERRERO IN:	PROGRAMMA	CITTÀ E PERSONE	SITO WEB	ANNO	EURO
Francia	VIVONS EN FORME	250 città attivate per circa 3,5 milioni di persone coinvolte	www.vivons-en-forme.org	2012	250.000
Belgio	VIASANO	16 città attivate per circa 670.000 persone coinvolte	www.viasano.be	2012	100.000
Spagna	THAO	95 città, 9 comunità autonome attivate, 2.937.563 persone e 267.218 bambini coinvolti	www.thaoweb.com	2012	90.000
Grecia	PAIDEIATROFI	14 città attivate	www.paideiatrofi.org	2012	75.000 (sino al 31.12.12)
Unione Europea	EUROPEAN EPODE NETWORK	4 Stati Membri	www.epode-european-network.com	2012	150.000



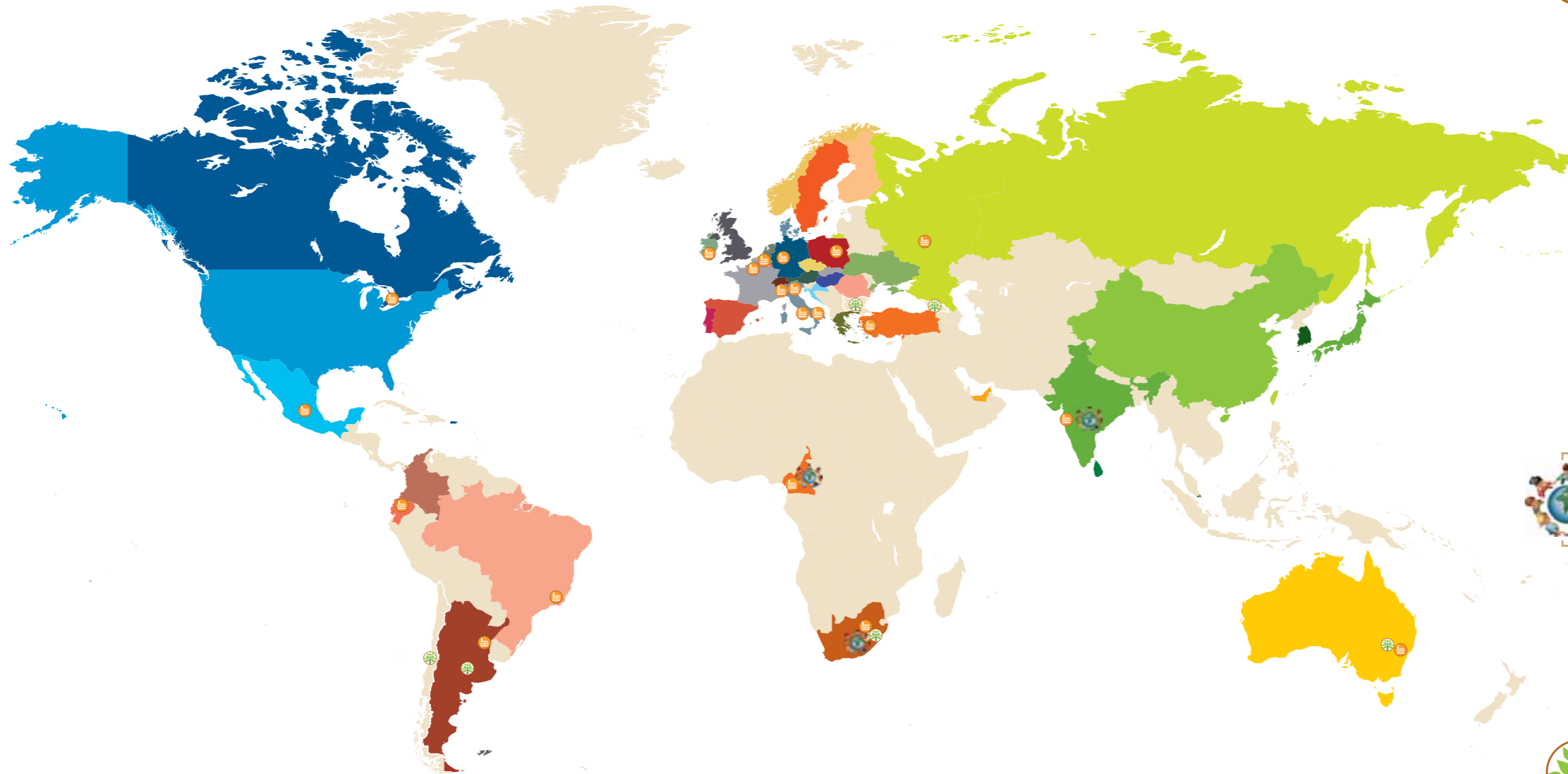
IL GRUPPO FERRERO



FERRERO

CONDIVIDERE VALORI PER CREARE VALORE

FERRERO NEL MONDO



Sedi e presidi operativi, presenti in 46 paesi

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

I prodotti Ferrero sono presenti, commercializzati direttamente o tramite distributori autorizzati, in oltre 160 dei paesi che compongono l'intera comunità internazionale.



I NOSTRI 20 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 Poços de Caldas	1994
CANADA Brantford	2006
CAMERUN Yaoundé*	2006
INDIA Baramati*	2007
SUD AFRICA Walkerville*	2007
RUSSIA Vladimir	2009
MESSICO San José Iturbide	2013
TURCHIA Manisa	2013



* Impresa Sociale Ferrero



LE NOSTRE 6 AZIENDE AGRICOLE

CILE	1991
ARGENTINA	1994
BULGARIA	1996
GEORGIA	2007
SUD AFRICA	2009
AUSTRALIA	2011

MATERIE PRIME

Il totale delle materie prime agricole e materie prime imballaggi utilizzate dal Gruppo nell'anno 2011/2012 corrisponde a 1.389.005 tonnellate.

FERRERO

LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA E DI GOVERNANCE DEL GRUPPO

La struttura organizzativa e di *governance* del Gruppo si è evoluta nel tempo, accompagnandone l'espansione mondiale. I punti fondamentali che ne contraddistinguono la storia e la crescita sono:

- ▶ continuità nella proprietà familiare,
- ▶ conquista di sempre nuovi mercati,
- ▶ realizzazione di nuovi stabilimenti,
- ▶ innovazione costante dei prodotti e del loro confezionamento,
- ▶ cura per l'elevatissima qualità e freschezza.

Al 31 agosto 2012, il Gruppo risulta composto da 69 società consolidate e controllate dalla capogruppo Ferrero International s.a., società di diritto lussemburghese con sede a Lussemburgo (Rue de Trèves L-2632). Per la lista delle sedi, dei presidi operativi e degli stabilimenti, si veda la parte introduttiva del presente rapporto.

Tra le novità emerse nell'anno di riferimento, segnaliamo la decisione di investire nell'ampliamento dello stabilimento in Brasile; nel completamento dei nuovi impianti produttivi in Turchia e in Messico; nell'avvio della *partnership* con il Gruppo "Stelliferi" nella filiera delle nocciole.

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 esercita un ruolo esecutivo, ma d'indirizzo. Il

CdA include anche membri non appartenenti alla famiglia Ferrero, tra cui il Vicepresidente. I membri esecutivi del CdA, vengono scelti per le loro qualifiche e competenze, in base ad una costante 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 ai comitati gestionali, il CdA ha istituito **comitati di "audit"**, operanti sia a livello locale, presso le principali controllate, che a livello di capogruppo. Tali comitati, composti in maggioranza da professionisti esterni al Gruppo, 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"*).

Per quanto riguarda l'organizzazione operativa, il Gruppo Ferrero **presidia direttamente tutti i processi "core"**, ovvero d'importanza centrale, e in particolare:

- ▶ le attività di ricerca e sviluppo di prodotti, ed i relativi processi e tecniche di produzione, anche per quanto riguarda 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, nonché quelle operative.

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 e partnership

commerciali, 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 di prodotti promozionali/particolari 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;
- ▶ alcuni servizi di *Information Technology*.



Nuovo stabilimento Ferrero in Messico



Nuovo stabilimento Ferrero in Turchia

PREMI E RICONOSCIMENTI

ITALIA

Giugno 2013

PRIMA POSIZIONE NELLA CLASSIFICA DI UNIVERSUM

Grazie alla partecipazione di 20.718 studenti intervistati, provenienti dalle 39 migliori Università e *business school* italiane, Universum ha rivelato anche quest'anno "il datore di lavoro ideale" su un totale di 140 aziende. Gli studenti di economia hanno attribuito a Ferrero la prima posizione.

La top ten Italia			
Business / Economia			
	2013	DIFF	2012
Ferrero	1	↑ 3	4
Google	2	↓ -1	1

Aprile 2013

PREMIO REPUTATION INSTITUTE

Il "Reputation Institute", leader mondiale nella valutazione della repu-



tazione aziendale, ha predisposto la classifica annuale ed ha attribuito a Ferrero:

- » **il primo posto in Italia**, su 100 aziende, nell'area "Responsabilità sociale d'impresa", secondo i seguenti tre parametri: *governance*, società civile, ambiente di lavoro;
- » **il secondo posto per la "migliore reputazione"**, secondo i seguenti sette parametri: prodotti, ambiente di lavoro, *governance*, innovazione, *leadership*, società civile e *performance*.

Maggio 2012

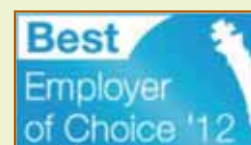
MENZIONE SPECIALE PER IL MIGLIOR DIPARTIMENTO LEGALE ITALIANO



Durante la cerimonia per gli "International General Counsels Awards 2012" organizzata dall'"International Legal Alliance Summit & Awards (ILASA)", Ferrero ha ricevuto la menzione speciale per il "miglior dipartimento legale italiano".

Maggio 2012

PREMIO COME MIGLIORE AZIENDA IN CUI LAVORARE



Secondo un sondaggio condotto su 263 aziende e 13.000 candidati, Ferrero si conferma per il secondo anno di seguito la "Best Employer of Choice", ovvero l'azienda migliore in cui lavorare in Italia. Il premio è stato consegnato dall'"Employer Branding Observatory" e il sondaggio commissionato da *Monster Italia* e *Anthea Consulting*.

Marzo 2012

PREMIO RANDSTAD



Ferrero ha ricevuto il "Premio Randstad", a seguito di un sondaggio condotto dall'Istituto ICMA (*Institute of Certified Management Accountants*) in 14 paesi, sulle preferenze dei lavoratori di età compresa tra i 18 e i 65 anni. Il 69% dei lavoratori intervistati, in maggioranza donne, ha ritenuto Ferrero come l'azienda più attraente in Italia.

Marzo 2012

PREMIO SAPORE DELL'ANNO

Ferrero Gran Soleil (ai gusti Limone, Mandarino e Caffè-Cappuccino) ha ricevuto il premio "Sapore dell'Anno 2012" da "Tryp Network", un'associazione indipendente specializzata nei processi di valutazione dei prodotti. Un panel di consumatori ha valutato i prodotti in base alla fragranza, alla consistenza ed al sapore.



Febbraio 2012

PREMIO UK-ITALY BUSINESS

Tra le aziende che hanno scelto il Regno Unito per sviluppare la propria strategia internazionale, Ferrero ha ricevuto il premio di "Investitore dell'anno" come "formale riconoscimento dell'eccellenza italiana".



FRANCIA

Luglio 2012

VALUTAZIONE ISO 26000

L'"Associazione Francese per la Normalizzazione (AFNOR)" ha valutato le iniziative sulla responsabilità sociale sviluppate da Ferrero in Francia sulla base delle linee-guida ISO 26000 promulgate dall'*International Organization for Standardization*. La valutazione attesta e conferma il progresso compiuto da Ferrero in tale ambito.

Marzo 2012

PREMIO PER LA MIGLIORE ORGANIZZAZIONE LOGISTICA INNOVATIVA

Per la prima volta in Francia, prodotti alimentari come Nutella, Mon Chéri, Kinder Cioccolato e Ferrero Rocher sono stati trasportati via fiume e via treno in condizioni termiche controllate. Per tale iniziativa, il "Salone Internazionale del Trasporto e della Logistica" ha conferito a Ferrero e ai suoi partner commerciali, il premio per la "Partnership più innovativa".



GERMANIA

Maggio 2013

PREMIO MERCURIO

L'"Associazione economica italo-tedesca Mercurio", che dal 1988 riunisce istituzioni ed imprese con l'intento di perfezionare le relazioni italo-tedesche, ha conferito a Ferrero il "Premio Mercurio" come speciale riconoscimento per la responsabilità sociale d'impresa.



I 4 pilastri

Il Gruppo Ferrero

Le donne e gli uomini Ferrero

Le pratiche agricole sostenibili

Minimizzare l'impatto ambientale

R. S. I. del Gruppo Ferrero

Ferrero Rocher

Paesi

Giugno 2012

PREMIO BEST PRACTICE DAAB

L'Associazione Tedesca contro l'Asma e l'Allergia (DAAB) ha conferito a Ferrero il premio per le "Migliori pratiche nel settore alimentare" per il proprio impegno nei confronti dei bambini ed adulti affetti da allergie, asma o neurodermatiti.



Aprile 2012

PREMIO PER IL DIALOGO INTERGENERAZIONALE

Il progetto "Ponte tra le Generazioni", che incoraggia gli scambi ed il dialogo intergenerazionale, è stato sottoposto all'attenta valutazione del Ministero Federale dell'Istruzione e della Ricerca tedesco. L'Ufficio Federale "Dialogo tra Generazioni" lo ha quindi riconosciuto come "Miglior progetto" in tale ambito, nel mese di aprile 2012.



POLONIA

Novembre 2012

PREMIO PER LA SICUREZZA E LA QUALITÀ DEI PRODOTTI

Il "Centro Polacco per le Ricerche e le Certificazioni", con il supporto del Ministero polacco dell'Economia, ha conferito a Ferrero un importante riconoscimento per l'impegno nella promozione delle norme internazionali sulla qualità e per l'estrema cura dedicata alla sicurezza dei prodotti.



Settembre 2012

LEADER NELL'EFFICIENZA ENERGETICA

Ferrero è stata insignita del riconoscimento di "Leader nell'efficienza energetica" per la strategia ambientale e sostenibile attuata nel sito produttivo di Belsk. Il riconoscimento le è stato attribuito da "Trane", leader mondiale nella fornitura di servizi ambientali e nell'efficienza energetica.



SPAGNA

Giugno 2013

EMPRESAS SOCIALES

Ferrero ha ricevuto il riconoscimento "Empresas Sociales" dalla Fundación Mundo Ciudad che premia le aziende che hanno realizzato azioni e programmi a favore della Responsabilità Sociale d'Impresa. Il premio è stato assegnato a Ferrero per il lavoro altamente umanitario che svolge nelle Imprese Sociali in India, Camerun e Sud Africa. Un riconoscimento che premia l'impegno imprenditoriale della Famiglia Ferrero per migliorare e sviluppare le condizioni di vita in tali paesi.



PREMI E RICONOSCIMENTI EXTRAEUROPEI

AUSTRALIA

Luglio 2012

SILVER PARTNER STATUS



All'interno del "Programma a favore della sostenibilità", il Governo del New South Wales ha conferito a Ferrero il riconoscimento del "Silver Partner Status", che contraddistingue le organizzazioni in grado di conseguire importanti obiettivi di sostenibilità ambientale.

BRASILE

Ottobre 2011

PREMIO POPAI



Ferrero ha ricevuto dall'"Associazione Mondiale per il Marketing e la Vendita al Dettaglio (POPAI)" due importanti riconoscimenti per Ferrero Rocher:

- » nella categoria *Gold Award*, per le campagne "Temporary Promotional Islands" e "Merchandising Ferrero Rocher: mes dos Sentimentos";
- » nella categoria *Silver Award*, per la campagna "Ilhas Ferrero Rocher Natal".

CINA

Giugno 2013

PREMIO "PANDA D'ORO"



Giunto alla quarta edizione il "Panda d'Oro" è il riconoscimento che viene attribuito alle imprese italiane e cinesi che contribuiscono al rafforzamento delle relazioni economiche bilaterali tra Italia e Cina. Il premio nasce dalla collaborazione tra la Camera di Commercio italiana in Cina e la Fondazione "Italia Cina" con il sostegno dell'Ambasciata d'Italia in Cina e del patrocinio del Ministero degli Affari Esteri e del Ministero dello Sviluppo Economico.

Agosto 2012

RICONOSCIMENTO PER L'ECCELLENTE TUTELA DELLA SICUREZZA ALIMENTARE



Come riconoscimento dell'altissima reputazione aziendale e per gli eccellenti controlli svolti sulla qualità, Ferrero è stata riconosciuta tra i cento migliori marchi operanti in Cina, da *CBN Media Group* e *Ecolab Inc.*, fornitori globali di servizi.

Giugno 2012

MIGLIOR FORNITORE

Ferrero è stata premiata come "Miglior Fornitore" da *C.P. Lotus Corporation*, leader cinese della grande e moderna distribuzione, per l'eccellente qualità dei prodotti e servizi offerti.



Marzo 2012

PREMIO PER IL CONSUMO E LA SICUREZZA

Nell'ambito della campagna annuale "attenzione al consumatore", l'associazione dei consumatori *Nanjing* ha insignito Ferrero del premio "Consumo e Sicurezza 2012".



COLOMBIA

Dicembre 2012

GREAT PLACE TO WORK



Ferrero è stata riconosciuta come quarta migliore azienda colombiana dal "Great Place to Work Institute" per la qualità del proprio ambiente lavorativo interno. Il riconoscimento è stato assegnato per la categoria "Aziende con meno di 500 dipendenti", sulla base dei seguenti criteri: credibilità, rispetto, imparzialità, spirito di squadra, merito.

MESSICO

Aprile 2012

GUINNESS MONDIALE DEI PRIMATI

Ferrero è entrata nel Guinness Mondiale dei Primati grazie all'evento *Kinder Generación en Movimiento* svoltosi a Città del Messico il 29 aprile 2012, che ha visto la partecipazione congiunta di 1.601 genitori e bambini.



RUSSIA

Novembre 2011

MIGLIOR PRODOTTO DELL'ANNO 2011

In Russia, Raffaello e Nutella hanno vinto il premio come "Migliore prodotto dell'anno 2011" nelle rispettive categorie. Tali premi sono stati assegnati dalla "Russian Trading Association", dalla "Moscow International Business Association", con il sostegno della Camera di Commercio e dell'Industria nazionale.



EMIRATI ARABI

Settembre 2012

PREMIO ASIAN CSR LEADERSHIP

Ferrero è stata premiata dall'"Asian Confederation of Business" per la propria "Leadership nella responsabilità sociale d'impresa in Asia" nella categoria "Sviluppo delle comunità locali". Il premio è un riconoscimento all'impegno del Gruppo nell'implementazione di iniziative a favore delle comunità locali, in alcune delle aree più svantaggiate del mondo attraverso l'operato delle Imprese Sociali Ferrero.



STATI UNITI

Ottobre 2012

PREMIO FONDAZIONE NAZIONALE ITALO-AMERICANA

Il 13 ottobre 2012, la "Fondazione Nazionale Italo-Americana (NIAF)" ha conferito a **Giovanni Ferrero** il premio "Special Achievement in International Business" come riconoscimento alla sua *leadership* a livello internazionale. La NIAF è un ente indipendente e senza scopo di lucro, fondato nel 1965 con l'obiettivo di sostenere la comunità italo-americana, promuovendone il patrimonio culturale anche attraverso programmi educativi a favore dei giovani.



Giugno 2012

"NUTELLA&GO!"

La "National Confectioners Association" americana ha premiato, tra i 40 prodotti più innovativi, "Nutella&Go!", nell'ambito della *Sweets & Snacks Exposition* di Chicago.



LE DONNE E GLI UOMINI FERRERO



FERRERO

CONDIVIDERE **VALORI** PER CREARE **VALORE**

LE DONNE E GLI UOMINI FERRERO

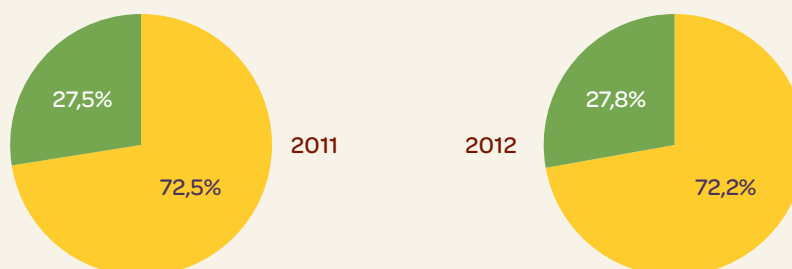
UNA COSTANTE ESPANSIONE NEL MONDO

Pur mantenendo una forte presenza in Europa¹ del proprio personale e delle proprie attività, il Gruppo Ferrero continua ad accrescere la

propria presenza extra-europea (dal 27,5% nel 2010/11 al 27,8%).

ORGANICO PUNTUALE DEL GRUPPO AL 31 AGOSTO PER AREA GEOGRAFICA

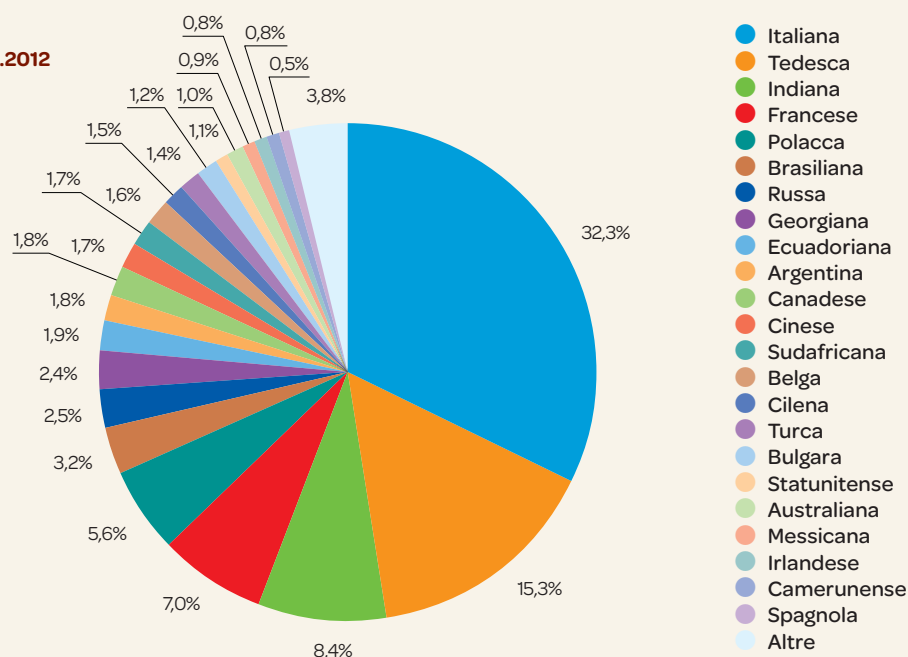
- Europa
- extra-Europa



All'organico puntuale al 31 agosto 2012 occorre aggiungere le 1.324 persone impiegate nelle aziende agricole Ferrero² e i 1.096 interinali³ delle Imprese Sociali Ferrero⁴ per un totale

di 25.270 uomini e donne. Il Gruppo Ferrero include collaboratori⁵ appartenenti a 97 diverse nazionalità, così ripartite:

NAZIONALITÀ DEL GRUPPO AL 31.08.2012



1 Per Europa si intende l'insieme dei 27 Paesi membri dell'UE.

2 Per un approfondimento sulle aziende agricole Ferrero dedicate alla coltivazione del nocciolo, si rinvia al capitolo "Le pratiche agricole sostenibili".

3 Lavoratori assunti per la Ferrero, tramite agenzie esterne.

4 Per un approfondimento sulle Imprese Sociali Ferrero si rinvia al relativo capitolo del presente rapporto. I dipendenti delle Imprese Sociali sono così ripartiti: Camerun 191 persone, India 1.036 + 850 interinali e Sud Africa 112 + 246 interinali.

5 Il grafico e la tabella includono gli interinali solo per quanto concerne le Imprese Sociali Ferrero. Per le altre aziende l'analisi è in corso.

NAZIONALITÀ	31/08/2012	
	Totale	% Totale organico
Italiana	8.152	32,3%
Tedesca	3.869	15,3%
Indiana	2.118	8,4%
Francese	1.763	7,0%
Polacca	1.414	5,6%
Brasiliana	814	3,2%
Russa	635	2,5%
Georgiana	594	2,4%
Ecuadoriana	478	1,9%
Argentina	456	1,8%
Canadese	452	1,8%
Cinese	428	1,7%
Sudafricana	428	1,7%
Belga	395	1,6%
Cilena	371	1,5%
Turca	344	1,4%
Bulgara	312	1,2%
Statunitense	274	1,1%
Australiana	257	1,0%
Messicana	233	0,9%
Irlandese	202	0,8%
Camerunense	196	0,8%
Spagnola	132	0,5%
Altre	953	3,8%
Totale	25.270	100%

La categoria "altre" comprende 74 nazionalità presenti nel Gruppo al di sotto della soglia materiale dell'1% e le aziende agricole Ferrero.

LE PERSONE FERRERO IN NUMERI

ORGANICO PUNTUALE*	al 31/08/2010	al 31/08/2011	al 31/08/2012
N. DIPENDENTI			
Totale	21.372	22.400	22.850
Di cui donne	43%	43,6%	43,3%

* L'organico puntuale considera i dipendenti impiegati direttamente da Ferrero al 31 agosto 2012.

Il dato pubblicato nel bilancio consolidato di Ferrero International al 31 agosto 2012 si riferisce all'organico medio di Gruppo nel 2011-2012 che è pari a 22.298.

L'organico puntuale al 31/08/2012 è in leggero incremento rispetto al precedente esercizio in ragione dell'aumento in particolare dei contratti 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 indispensabile il ricorso all'utilizzo di contratti a termine stagionali.

ORGANICO DI GRUPPO PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO

TIPOLOGIA DI CONTRATTO	al 31/08/2011		al 31/08/2012	
	n. dipendenti	%	n. dipendenti	%
Tempo determinato*	4.658	20,8%	4.998	21,9%
Tempo indeterminato	17.742	79,2%	17.852	78,1%
Totale	22.400	100%	22.850	100%

* Al 31.08.2012: 6% di contratti a termine, 2% apprendistato, 12% stagionali. Al 31.08.2011: 5% di contratti a termine, 2% apprendistato, 14% stagionali.

PART-TIME / FULL-TIME	al 31/08/2011	al 31/08/2012
Part-Time	7%	10,6%
Full-Time	93%	89,4%

L'incremento dei *part-time* è giustificato dalla crescita del loro impiego in India.

È utile aggiungere che, presso la realtà italiana 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.

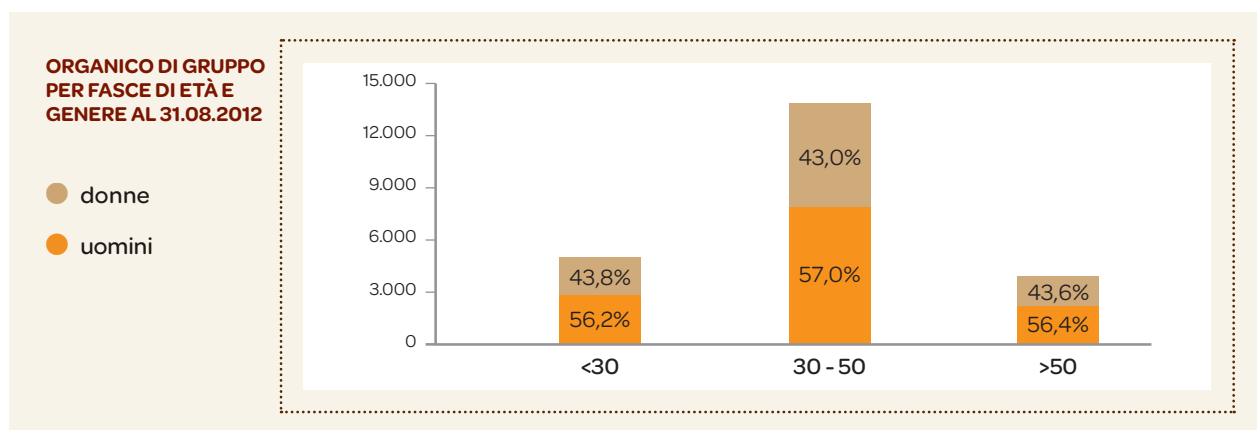
ORGANICO DI GRUPPO PER INQUADRAMENTO

INQUADRAMENTO	al 31/08/2011		al 31/08/2012	
	n. dipendenti	%	n. dipendenti	%
Operai	13.429	60,0%	13.360	58,5%
Impiegati	6.333	28,2%	6.792	29,7%
Middle manager	1.826	8,2%	1.878	8,2%
Senior manager	812	3,6%	820	3,6%
Totale	22.400	100%	22.850	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

FASCE DI ETÀ	al 31/08/2011	al 31/08/2012
	%	%
<30	22,4%	21,9%
30 - 50	60,6%	60,8%
>50	17,0%	17,3%
Totale	22.400	22.850

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

Rispetto all'anno precedente, l'occupazione femminile nel Gruppo è in leggero decremento complessivo in ragione soprattutto della

variazione dei contratti a termine e stagionali in alcuni paesi, mentre è in crescita in particolare nelle figure impiegatizie e manageriali.

ORGANICO AL 31 AGOSTO	2010/2011			2011/2012		
	Totale n. dipendenti	Uomini%	Donne%	Totale n. dipendenti	Uomini%	Donne%
Area geografica						
Europa	16.243	58,5%	41,5%	16.505	58,9%	41,1%
extra-Europa	6.157	50,9%	49,1%	6.345	51,1%	48,9%
Inquadramento						
Operai	13.429	52,4%	47,6%	13.360	53,3%	46,7%
Impiegati	6.333	56,8%	43,2%	6.792	55,8%	44,2%
Middle manager	1.826	70,8%	29,2%	1.878	70,4%	29,6%
Senior manager	812	88,4%	11,6%	820	87,9%	12,1%
Tipologia di contratto						
Tempo indeterminato	17.742	60,4%	39,6%	17.852	60,3%	39,7%
Tempo determinato	4.658	41,5%	58,5%	4.998	43,8%	56,2%
Part - Time / Full - Time						
Part - Time	1.655	19,2%	80,8%	2.421	32,4%	67,6%
Full - Time	20.745	59,4%	40,6%	20.429	59,6%	40,4%
Organico Totale	22.400	56,4%	43,6%	22.850	56,7%	43,3%



TURNOVER DEL PERSONALE

Di seguito sono riportati i dati relativi al *turnover* maschile e femminile sull'organico suddiviso per area geografica e fasce di età, con esclusione degli stagionali. 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 2011/12 il Gruppo Ferrero ha proceduto a 2.310 nuove assunzioni, di cui 1.246 uomini (53,9%) e 1.064 donne (46,1%).

TURNOVER IN USCITA E IN ENTRATA PER FASCE DI ETÀ - EUROPA

2010/2011						
EUROPA	Turnover in uscita			Turnover in entrata		
	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%

2011/2012						
EUROPA	Turnover in uscita			Turnover in entrata		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30	57	76	133	177	239	416
30 - 50	138	166	304	150	171	321
>50	92	101	193	6	14	20
Totale	287	343	630	333	424	757
%	4,23%	3,53%	3,82%	4,90%	4,36%	4,59%



TURNOVER IN USCITA E IN ENTRATA PER FASCE DI ETÀ – EXTRA-EUROPA

2010/2011						
EXTRA - EUROPA	Turnover in uscita			Turnover in entrata		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30	177	166	343	322	315	637
30 - 50	204	255	459	280	308	588
>50	15	19	354	54	62	116
Totale	396	440	836	656	685	1.341
%	13,10%	14,04%	13,58%	21,71%	21,85%	21,78%

2011/2012						
EXTRA - EUROPA	Turnover in uscita			Turnover in entrata		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30	207	172	379	371	404	775
30 - 50	256	310	566	328	386	714
>50	49	32	81	32	32	64
Totale	512	514	1.026	731	822	1.553
%	16,50%	15,86%	16,18%	23,56%	25,36%	24,50%

TURNOVER IN USCITA E IN ENTRATA PER FASCE DI ETÀ – GRUPPO

2010/2011						
GRUPPO	Turnover in uscita			Turnover in entrata		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30	233	235	468	660	660	1.320
30 - 50	291	395	686	401	468	869
>50	87	1.410	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%

2011/2012						
GRUPPO	Turnover in uscita			Turnover in entrata		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<30	264	248	512	548	643	1.191
30 - 50	394	476	870	478	557	1.035
>50	141	133	274	38	46	84
Totale	799	857	1.656	1.064	1.246	2.310
%	8,08%	6,61%	7,25%	10,76%	9,62%	10,11%

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 in tutte le realtà aziendali gli standard salariali fissati dalla legge e dalla contrattazione collettiva nazionale, ove presente. Inoltre nelle principali sedi sono sottoscritti accordi integrativi aziendali volti a definire trattamenti aziendali di miglior favore, ovvero premi di risultato secondo gli obiettivi raggiunti e 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 di singoli paesi.



I 4 pilastri

Il Gruppo Ferrero

Le donne e gli uomini Ferrero

Le pratiche agricole sostenibili

Minimizzare l'impatto ambientale

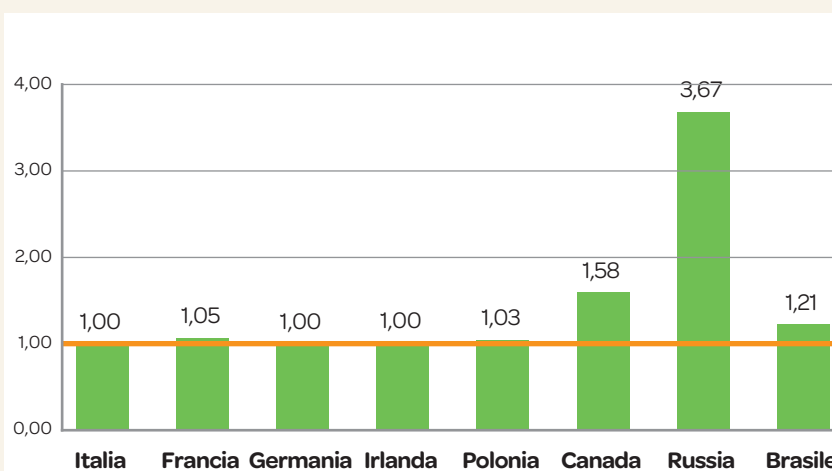
R. S. I. del Gruppo Ferrero

Ferrero Rocher

Paesi

RAPPORTO TRA LO STIPENDIO BASE DEGLI OPERAI NEOASSUNTI E IL MINIMO LEGALE NEL 2011/12*

*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. Nel caso in cui sia uguale ad 1: corrispondenza tra il minimo legale e quanto corrisposto da Ferrero.



Dal grafico sono state escluse le Imprese Sociali Ferrero in quanto tali dati sono già riportati nell'apposito capitolo del presente rapporto CSR.

Di seguito è riportato il rapporto⁶ tra la retribuzione media dei dipendenti di sesso maschile e femminile con riferimento ad alcuni dei principali paesi del Gruppo. Dato il 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 relativamente ad un campione di paesi: Italia, Germania, Francia, Polonia, Irlanda, Canada e Stati Uniti **che rappresentano circa il 70% dell'organico totale del Gruppo.**

6 Tale rapporto è calcolato utilizzando la seguente formula: retribuzione media uomini : 100 = retribuzione media donne : x. Quando il rapporto è inferiore a 100, la retribuzione media maschile è maggiore di quella femminile.

RAPPORTO RETRIBUZIONE MEDIA PER GENERE E INQUADRAMENTO

INQUADRAMENTO	Rapporto retribuzione donne vs uomini al 31/08/2011	Rapporto retribuzione donne vs uomini al 31/08/2012
Italia		
Operai	91,5	91,8
Impiegati	93,6	94,4
Middle manager	94,7	95,1
Senior manager	72,1	64,0
Germania		
Operai	76,7	77,6
Impiegati	82,2	83,1
Middle manager	90,5	89,7
Senior manager	85,9	89,4
Francia		
Operai	93,5	94,4
Impiegati	101,6	101,5
Middle manager	84,7	87,0
Senior manager	83,5	76,3
Polonia		
Operai	68,8	69,0
Impiegati	90,5	91,4
Middle manager	113,8	114,5
Senior manager	55,4	67,4
Irlanda		
Operai	n.d.	91,2
Impiegati	n.d.	83,3
Middle manager	n.d.	73,8
Senior manager	n.d.	n.a.
Canada		
Operai	n.d.	87,8
Impiegati	n.d.	90,3
Middle manager	n.d.	99,8
Senior manager	n.d.	89,8
USA		
Operai*	n.d.	89,6
Impiegati	n.d.	76,5
Middle manager	n.d.	97,5
Senior manager	n.d.	56,7

*Tale dato si riferisce agli operai assunti nel centro di confezionamento in USA.

Nel dato medio riportato, alcune situazioni di disparità sono determinate dal maggior numero di uomini assunti nelle precedenti decadi, che determina attualmente una maggiore anzianità maschile e conseguentemente una maggiore retribuzione media, particolarmente evidente per i *senior manager*.

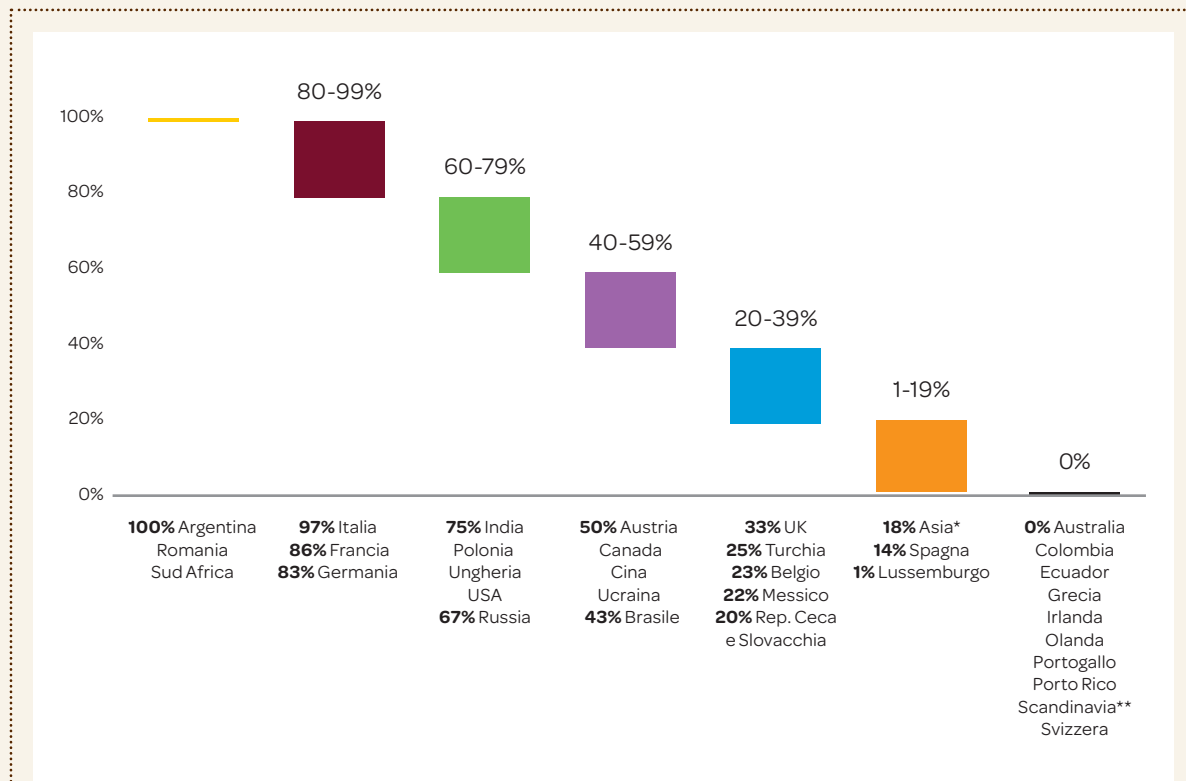
I *middle manager* e i *senior manager* del Gruppo sono coinvolti ogni anno in un processo di valutazione della *performance* individuale, al fine di monitorare i risultati raggiunti a fronte del raggiungimento degli obiettivi assegnati ed i comportamenti organizzativi. A seguito di tale processo sono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

Tale processo è in corso di graduale estensione alle categorie impiegate a partire dall'esercizio 2013/14.

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 820 *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 31.08.2012



* Asia include: Hong Kong, Singapore, Corea del Sud e Taiwan
 ** Scandinavia include: Danimarca, Finlandia, Svezia e Norvegia

I 4 pilastri

Il Gruppo Ferrero

Le donne e gli uomini Ferrero

Le pratiche agricole sostenibili

Minimizzare l'impatto ambientale

R. S. I. del Gruppo Ferrero

Ferrero Rocher

Paesi

RELAZIONI INDUSTRIALI

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 a un massimo di 6 mesi.

Per l'anno in esame 2011/12 non sono emersi episodi di sciopero nei confronti dell'azienda in nessuna delle sedi Ferrero.

ATTIVITÀ DEL COMITATO AZIENDALE EUROPEO (CAE)

Sulla base della positiva esperienza degli anni precedenti, nel corso dell'Incontro di Dublino di maggio 2012 sono stati definiti i contenuti del nuovo progetto formativo congiunto per l'anno 2013, caratterizzato da una conferma della metodologia adottata nel 2011, e cioè di sei seminari nazionali e di uno conclusivo europeo, dal rafforzamento della condivisione valoriale a partire anche dai contenuti del rapporto di Sostenibilità 2011 "Condividere valori per creare valore" e dall'approfondimento di due aree tematiche emerse dal percorso 2011: la tutela della salute e la sicurezza sul lavoro ed il confronto sui sistemi pensionistici nei diversi paesi.

I seminari di formazione nazionali, della durata di un giorno, si sono svolti tra gennaio e marzo del 2013 secondo il seguente calendario:

- ▶ 16 gennaio: Arlon (Belgio),
- ▶ 29 gennaio: Villers-Ecalles (Francia),
- ▶ 14 febbraio: Cork (Irlanda),
- ▶ 26 febbraio Belsk (Polonia),
- ▶ 5 marzo: Alba (Italia),
- ▶ 19 marzo: Stadtallendorf (Germania)

Ciascun seminario ha visto la partecipazione dei rappresentanti locali dei lavoratori, dei membri nazionali nel CAE FERRERO e dei *manager* per le risorse umane locali.

L'agenda, la stessa per tutti gli incontri, si è articolata su tre moduli:

- ▶ Una prima parte della giornata è stata

dedicata ad un aggiornamento relativo alle nuove basi legali dei CAE, ai terreni di cooperazione realizzabili in tali organismi ed alla presentazione di quanto fatto in questi anni dal CAE FERRERO. In tal modo tutti i lavoratori sono stati in condizione di conoscere e contribuire all'esercizio dei diritti d'informazione e consultazione ed alla comunicazione interna al CAE FERRERO.

- ▶ Una seconda parte dedicata al commento del rapporto di Responsabilità Sociale d'Impresa 2011, con particolare riferimento al capitolo dedicato alle risorse umane. Più in particolare, i partecipanti hanno discusso sulla loro conoscenza e partecipazione alle politiche ed ai "Sistemi di Gestione della Salute e Sicurezza", interrogandosi sul contributo positivo che il CAE FERRERO può dare su queste strategie.
- ▶ La terza ed ultima parte della giornata è stata dedicata alla presentazione dei sistemi nazionali di pensione. Allo scopo di approfondire tale problematica e di permettere successivamente un confronto tra i diversi sistemi, è stato inviata ai rappresentanti locali dei lavoratori ed ai membri del CAE, una scheda strutturata da compilare e presentare alla giornata di formazione nazionale.

Le giornate di formazione nazionali, hanno confermato la validità di questa esperienza e permesso di rafforzare la conoscenza e la condivisione del lavoro che si svolge in ambito CAE.

Il seminario finale congiunto si è svolto a Parigi nei giorni 16 e 17 aprile 2013 ed ha avuto l'obiettivo di rafforzare la riflessione in materia di Responsabilità Sociale d'Impresa, con particolare riferimento al tema dell'approvvigionamento delle materie prime e di confrontare alcune pratiche in altri 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 è determinato 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



Nel quadro del contratto integrativo aziendale in Italia, è stata istituita presso l'insediamento produttivo di Alba una Commissione Sicurezza Lavoro. Tale organismo, composto da un ugual numero di rappresentanti aziendali e da rappresentanti dei lavoratori, ha avuto l'incarico di proporre e supportare iniziative per la diffusione della cultura della sicurezza a tutti i livelli dell'organizzazione aziendale.

In particolare nel corso del 2012, la Commissione ha proposto, sviluppato e organizzato una innovativa modalità di formazione, l'iniziativa "SicuraMente - Siamo tutti attori della sicurezza", rivolto a circa 130 persone tra lavoratori e responsabili aziendali e svoltosi nell'Auditorium della Fondazione Ferrero di Alba. Attraverso uno spettacolo teatrale su misura, realizzato specificatamente da una compagnia teatrale professionista e specializzata in improvvisazione, sono state rappresentate alcune tipiche situazioni lavorative (l'ingresso di un giovane lavoratore in fabbrica, la dinamica di un piccolo infortunio con le sue implicazioni e l'utilità di discutere di mancati infortuni nei rapporti tra un capoturno e una lavoratrice). Per ciascuna di esse, con un taglio ironico ma realistico sono stati affrontati alcuni temi legati alla cultura della sicurezza (l'importanza della comunicazione, l'analisi degli infortuni e dei mancati infortuni, l'addestramento, ...).



Impresa Sociale Ferrero - Sud Africa

Inoltre, il principio che “siamo tutti attori della sicurezza” è stato espresso invitando esplicitamente il pubblico ad interagire con gli attori sul palco, suggerendone i comportamenti più efficaci da mettere in atto e valutando in tempo reale l'effetto di tali proposte facendo ripetere più volte la scena fino a realizzare che la vera sicurezza può essere ottenuta soltanto attraverso il contributo di tutti.

Immediatamente dopo lo spettacolo, sono stati organizzati appositi gruppi di lavoro, composti dagli spettatori stessi, i quali hanno elaborato e presentato specifiche proposte relative al miglioramento della sicurezza sul lavoro.

L'iniziativa, che ha riscosso un immediato successo per l'originalità e per il senso di immedesimazione degli spettatori-protagonisti, ha costituito pertanto un punto di partenza per pianificare e realizzare ulteriori iniziative di sensibilizzazione, di condivisione e di sviluppo della cultura della sicurezza in azienda.

ANDAMENTO DEGLI INFORTUNI

I grafici sottostanti raffigurano i dati relativi agli infortuni aggregati per tutti gli stabilimenti Ferrero del Gruppo, (Alba, Pozzuolo Martesana, Balvano, Sant'Angelo dei Lombardi, Stadtallendorf, Villers-Ecalles, Cork, Arlon, Belsk, Quito, Lightow, La Pastora, Poços de Caldas, Bradford, Vladimir), ad esclusione delle Imprese Sociali Ferrero.

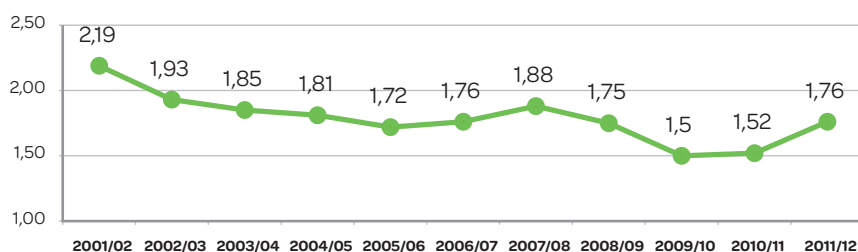
Gli indici di frequenza e di gravità sono calcolate sulla base degli infortuni e delle ore lavorate dei lavoratori (operai e impiegati) che operano nei soli stabilimenti produttivi indicati.

Gli infortuni considerati sono quelli che hanno determinato un'assenza dal lavoro maggiore di 3 giorni (con esclusione del giorno di accadimento) e includono anche gli infortuni in itinere.

Si segnala che non si sono registrati infortuni mortali.

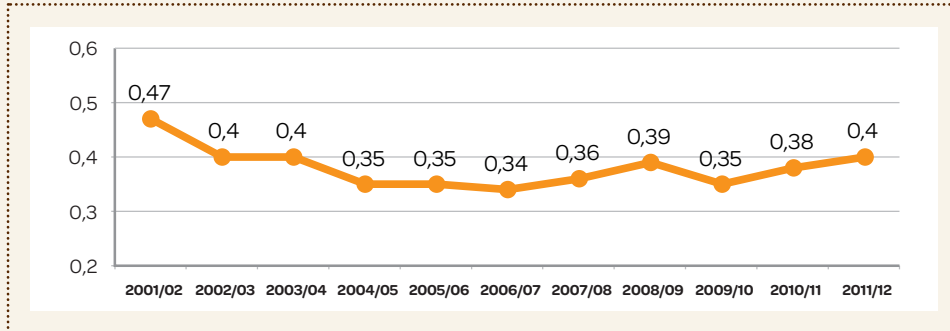
INDICE DI FREQUENZA DEGLI INFORTUNI DI GRUPPO*

*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	2011/12
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	1,76
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	0,4

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 *Learning Lab* Ferrero ha mantenuto il coordinamento a livello centrale delle iniziative formative di tipo istituzionale e manageriale, dedicate alle persone Ferrero, attraverso le tre macro aree di intervento:

- » *Corporate University*;
- » *Commercial Operations e Management Services*;
- » *Industrial Operations*.

Nell'anno in esame, il Laboratorio ha attuato importanti



progetti formativi rivolti prevalentemente alla popolazione manageriale, accogliendo oltre 1.541 partecipazioni, per un totale di 118 eventi formativi. Sulla base del sistema informativo di Gruppo, attualmente in fase di sviluppo, sono state tracciate, nel 2011/12, 51.588 ore di formazione relative alle sole iniziative gestite dal *Learning Lab* Ferrero. Il dato complessivo dell'intera offerta formativa del Gruppo Ferrero relativo alle ore di formazione totali e pro-capite, per inquadramento e genere, sarà disponibile a partire dal 2013/14.

ATTIVITÀ DI FORMAZIONE DEL LEARNING LAB FERRERO

ANNO	Numero sessioni	Numero partecipanti	Tipologia di progetti formativi
2006/07	58	965	20
2007/08	91	1.433	21
2008/09	100	1.500	23
2009/10	157	2.707	25
2010/11	174	4.070	28
2011/12	118	1.541	34

La progettazione di un sistema centralizzato di gestione degli eventi formativi è in fase avanzata e andrà definitivamente a regime a partire dal settembre 2014, nelle varie aziende del Gruppo. Le macro categorie (suddivise in categorie di impiego, genere e inquadramento) nelle quali sarà classificata la formazione di Gruppo saranno le seguenti:

- ▶ **Institutional:** nella quale sarà raccolto il dato quantitativo delle attività formative di tipo istituzionale focalizzate sullo sviluppo del ruolo delle persone rispetto alla cultura ed ai valori aziendali;
- ▶ **Managerial & Soft Skills:** nella quale sarà raccolto il dato quantitativo delle attività formative focalizzate sullo sviluppo del ruolo delle persone rispetto alle competenze manageriali;
- ▶ **Professional Know How:** nella quale verrà raccolto il dato quantitativo delle attività formative focalizzate sullo sviluppo del ruolo delle persone rispetto alle competenze di "mestiere".

"Corporate University"



Il Catalogo *Corporate University* ha riconfermato l'offerta dei programmi formativi di tipo istituzionale e manageriale, mantenendo su tali programmi un coordinamento centrale nella progettazione dei contenuti e delle attività, nell'analisi dei *feedback* per il miglioramento continuo e nella gestione della *faculty*, composta da oltre 100 relatori interni e *providers* certificati con le più alte *expertises*.

Rispetto alla macro categoria *Institutional*, sono stati realizzati:

- » **Induction Capire Ferrero:** dedicato a 63 giovani neo inseriti nel Gruppo entro il primo anno e mezzo dal loro inserimento in Azienda, si svolge in lingua inglese in Italia, a Pino Torinese, per 7 settimane e accoglie tutte le aziende del Gruppo;

- » **Ferrerità:** 550 impiegati geograficamente lontani dalla sede centrale, attraverso questa esperienza formativa, hanno visto arrivare presso il loro paese la cultura ed i valori del Gruppo, in particolare in Brasile (Curitiba), Cina (Shanghai), Camerun (Yaoundé), Spagna (José de la Frontera) oltre alle 3 edizioni internazionali svoltesi in Alba;
- » **Ferrero Academy:** la settimana di formazione per i 29 dirigenti di nuova nomina ed i *manager* inseriti come dirigenti si è svolta in Camogli (Italia) tradizionale sede del programma;
- » **Nutrition Basics:** il programma, svolto sia in forma multimediale sia in aula, è stato dedicato a 23 *middle manager* e *professional* delle aree *Marketing, Production, Sales, Trade Mktg* e *R&D*.

La seconda anima del Catalogo è rappresentata dall'area manageriale.

Questo ambito dell'offerta, strettamente correlato al sistema delle competenze trasversali richieste al *management* Ferrero, è uno dei primi passi nel percorso di crescita delle persone ed è volta al potenziamento del comportamento organizzativo in termini di efficacia e di sviluppo personale.

A partire dallo sviluppo di se stessi, attraverso lo sviluppo del proprio Gruppo, fino allo sviluppo dell'organizzazione, l'offerta ha visto realizzare numerose iniziative, fra le quali ricordiamo alcuni titoli:

- ▶ *Self effectiveness*
- ▶ *Lavorare in Gruppo*
- ▶ *Presentation Skills*
- ▶ *Presentation Skills - Follow Up*
- ▶ *Problem Solving & Results Orientation*
- ▶ *Gestione Risorse Umane fase 1*
- ▶ *Gestione Risorse Umane fase 2*
- ▶ *Negotiation Skills*
- ▶ *Project Management Essentials*
- ▶ *Gestione dei Gruppi*
- ▶ *Gestione Risorse Umane avanzato*

Poiché coerente con le competenze aziendali, tale formazione è gestita internamente attraverso una *partnership* didattica con qualificati *provider* esterni, selezionati sul mercato nazionale ed internazionale, al fine di garantire l'efficacia didattica ed alti livelli di innovazione.

“Commercial Operations”

La Ferrero *Sales Academy* ha registrato un continuo aumento di sviluppi ed erogazioni in tutte le aree commerciali; è un progetto formativo che viene attuato di pari passo con l'apertura e/o riorganizzazione della forza vendite nei differenti Paesi, dimostrandosi uno strumento a supporto del *business*.

A ormai tre anni dalla sua nascita, il progetto Ferrero *Sales Academy* è stato aggiornato e migliorato da un punto di vista metodologico: processo di certificazione dei facilitatori interni, i presidi geografici locali che lavorano con Ferrero *Learning Lab* nell'attuazione dei programmi formativi centrali nelle diverse realtà locali.

Nell'Area Commerciale, un'attività sempre in crescita e di grande utilità è il programma di “*Induction*” gestito centralmente. Si tratta di un programma di sviluppo della conoscenza delle prassi di vendita e di *marketing* Ferrero che viene offerto a colleghi, soprattutto extra-europei, che ricoprono posizioni chiave nelle strutture commerciali e che sono stati recentemente assunti nel Gruppo Ferrero. Il programma prevede un loro soggiorno in Europa (tra Alba, Lussemburgo e alcuni mercati rappresentativi per le pratiche operative commerciali: Germania, Francia, Italia, UK) per una durata media di due settimane. Nell'anno commerciale 2011/12 sono state coinvolte 48 persone provenienti da: Argentina, Brasile, Cina, India, Lussemburgo, Messico, Russia, Turchia, Ucraina.

“Management Services”

Prosegue la realizzazione dei programmi:

- ▶ per la Funzione IT, *X-Generation*
- ▶ per la Funzione *Finance*, *Finance Young Graduate Program (FYGP)*

Dopo 20 mesi si è conclusa l'edizione del programma *FX-Academy*, cominciato nel 2010. Obiettivo del programma, costituito da sessioni in aula con cadenza trimestrale, è quello di sviluppare e rafforzare le competenze *manageriali* e il ruolo di *business partner* dei *Middle Manager* dell'Area *Finance*. Il mix di risorse provenienti da diversi paesi del Gruppo persegue la finalità di accrescere l'integrazione e la condivisione della conoscenza all'interno della comunità *Finance*. Al termine del percorso i partecipanti sono stati coinvolti in un processo di sviluppo che ha consentito loro di prendere consapevolezza delle competenze *manageriali* acquisite con momenti di riflessione e di impostazione di piani di sviluppo individuale. I *Middle Manager* del programma *FX-Academy* sono stati inoltre ingaggiati in un progetto di *Tutoring*, divenendo *Tutor* dei ragazzi *junior Finance* coinvolti nelle prime fasi del programma *Finance Young Graduate*. L'obiettivo è quello di sviluppare competenze nella gestione delle risorse umane.

“Industrial Operations”

Anche nell'anno commerciale 2011-2012 il progetto della *Library Operations*, il cui obiettivo è quello di raccogliere, sistematizzare e diffondere il “Sapere” e il “Saper fare” del mondo industriale Ferrero, ha conosciuto un'evoluzione sia in termini di numero di moduli fruibili sia di paesi coinvolti nel processo di diffusione; sono stati progettati e sviluppati 2 nuovi moduli formativi (30 ad oggi i moduli a catalogo) e in nuovi stabilimenti, quali quello emergente del

Sud Africa, sono state organizzate sessioni formative dedicate all'erogazione dei moduli della Qualità, dell'Igiene e Sanitizzazione. Parallelamente si è lavorato sul piano della messa a punto di un processo comune di certificazione di *trainer* locali attraverso interventi formativi di *Train the trainer*.

In continuità e ad integrazione del piano formativo di supporto al cambiamento organizzativo degli stabilimenti, sono state implementate presso i principali stabilimenti del Gruppo attività volte a rafforzare nuove modalità di lavoro e comportamenti che il nuovo modello richiede, quali il lavoro in team e l'integrazione interfunzionale.

Iniziative ad hoc sono state dedicate alle Famiglie Professionali (Tecnologi, SSP, Tecniche di Man. Acquisti *Packaging*) il cui obiettivo è quello di contribuire alla condivisione di *know-how*, pratiche e *best practises* e facilitare la costruzione di *network* professionale.

“The Ferrero intercultural way to connection”

È il titolo dell'iniziativa di *Corporate University* che ha l'obiettivo di consentire alle persone Ferrero di lavorare efficacemente anche attraverso un approccio interculturale.

Infatti, lo sviluppo strategico aziendale attuale e dei prossimi anni porta alla necessità di rinforzare le competenze collegate all'interculturalità, al fine di consentire alle persone di gestire in modo efficace la relazione con le culture più distanti, di comunicare in modo efficace nel rispetto e nella valorizzazione delle diversità degli altri, al fine di ottenere sempre migliori risultati.

Il percorso di progettazione, cominciato nel febbraio 2011, attraverso un'accurata analisi

e *benchmarking* sia interno alle aziende sia esterno ha portato alla selezione di un partner internazionale strategico, col quale si è impostata un'architettura degli interventi formativi, che avrebbero incluso target professionali diversi, aree funzionali diverse, anzianità differenti sia a livello di *Corporate* che di *Business Unit* e *Operations*, attraverso un processo di coinvolgimento sistemico.

Tale approccio ha integrato dimensioni quali “Formazione, Gestione delle Persone ed Elementi di Cultura Distintivi” tesi alla globalizzazione.

Sono dunque stati progettati svariati moduli in forma “*pilota*”, dedicati alla più ampia rappresentanza dei *target* funzionali in geografie diverse.

All'interno di ogni iniziativa si è valorizzata la dimensione dell'aula e dei bisogni formativi, attraverso il mix di differenti *seniority* (*Top Managers vs Young Graduate Potentials*), genere (uomini/donne) ed età (*over 50 vs neo laureati neo inseriti*) al fine di far convivere elementi di diversità e innescare consapevolezza diffusa nell'organizzazione aziendale.

Progetto Intercultura

Anche per l'anno scolastico 2011-2012 il Gruppo, rinnovando l'ormai quasi decennale collaborazione con Intercultura, ha offerto ai giovani figli di dipendenti la possibilità di frequentare un periodo di studio all'estero.

Hanno aderito all'iniziativa, come gli scorsi anni, Italia (con 2 borse di studio annuali), Francia (con 2 borse di studio bimestrali) e Germania (con 3 borse di studio annuali).

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 2012/13.

ORE MEDIE ANNUE DI FORMAZIONE PER GLI STABILIMENTI:

PAESE	2010/2011		2011/2012	
	Ore/Anno	Ore medie/Dipendente	Ore/Anno	Ore Medie/Dipendente
Italia	31.232	8	22.791	5,8
Polonia	12.922	13	18.100	16,3
Russia	1.197	7,5	3.300	18,6
Brasile	1.202	8	901	2,3
Belgio	3.855	11	3.987	6,4
Canada*	6.075	13,5	4.965	6,2
Argentina	3.075	8	1.788	4,6
Irlanda	6.317	30	2.283	9,5
Ecuador	5.732	13	1.724	4
Germania	35.501	10,5	32.345	13,2
Francia	4.619	18,5	2.604	7,2
Australia**	169	2	960	12,5

* Il dato del Canada si riferisce al solo personale operaio
 ** Il dato dell'Australia non include la formazione sul posto di lavoro



DIVERSAMENTE ABILI

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

In **Argentina**, Ferrero collabora con "CEDEMIL", un'organizzazione senza scopo di lucro che fornisce opportunità professionali a persone diversamente abili. Grazie a tale collaborazione, Ferrero ha assunto personale con disabilità dando loro mansioni nella catena di montaggio del Kinder Sorpresa.

In **Australia**, Ferrero collabora con "Brainwave", un'associazione a sostegno dei bambini affetti da malattie cerebrali e delle loro famiglie. Nel corso del 2012, 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 ad una serie di eventi promossi dall'associazione "Brainwave", quali il "Camp Brainwave NSW", un campo per lo svago e il divertimento dei bambini dell'associazione e le loro famiglie, l'incontro di gala per la raccolta fondi ed il Luna Park natalizio di Sydney e Melbourne.

In **Belgio**, Ferrero coopera con il governo locale con l'obiettivo di integrare persone diversamente abili nel mondo del lavoro. Ogni anno, durante i periodi di maggiore produzione, Ferrero collabora con due aziende, denominate E.T.A. (*Entreprise Travail Adapté*) che impiegano lavoratori diversamente abili, assumendo 30-60 persone con disabilità che svolgono mansioni

legate all'imballaggio di prodotti stagionali o commercializzati in particolari occasioni.

In **Brasile**, Ferrero mantiene salde le relazioni con gli enti locali per l'integrazione di persone con disabilità nelle aziende. Il dipartimento commerciale ha attuato un piano d'azione per: 1) organizzare incontri e diffondere la conoscenza sulla gestione del personale; 2) seguire più da vicino i progressi dei dipendenti disabili; 3) creare procedure speciali per l'assunzione e la selezione di persone con disabilità.

In **Canada**, Ferrero sostiene l'organizzazione "Reach for the Rainbow" che opera a favore dell'integrazione di bambini e giovani con disabilità attraverso campi estivi. Sempre per tale obiettivo, nel 2012 Ferrero ha raccolto fondi per il "Crystal Ball Gala", raggiungendo una somma di 1,1 milioni di dollari.

In **Colombia ed Ecuador**, nell'anno 2011/2012, Ferrero ha supportato più di 9.000 bambini con disabilità varie e in situazioni vulnerabili. In Ecuador, Ferrero collabora con la Vice Presidenza della Repubblica e vari centri e fondazioni quali: "Fundación Operación Sonrisa", "Centro de Rehabilitación Integral (CEREHIN)", "Fundación El Triángulo", "Fundación AMI" e la "Fundación FIDAL". In Colombia, Ferrero collabora con le associazioni: "Corporación Matamoros", "Fundación Simón", "Fundación Tiempo de Juego", "Fundación Víctimas Visibles", "Fundación Sueños de Esperanza", "Fundación Huellas con Futuro" e la "Asociación de Cónyuges diplomáticos acreditados en el país (ACDAC)".

In **Francia**, lo stabilimento di Villers-Ecalles continua ad integrare al suo interno persone con disabilità. La percentuale di dipendenti con disabilità è infatti salita al 9,4% (con un aumento del 2% nel 2012 rispetto al 2011). Ferrero ha inoltre firmato un *partenariato* che vede coinvolte la sede di Mont-Saint-Aignan, il deposito di Grand Quevilly e un centro locale di riabilitazione per persone disabili al fine di promuovere l'assunzione di personale con disabilità. Anche quest'anno Ferrero ha partecipato all'evento organizzato da "HANDISUP" al fine di promuovere l'integrazione nel mondo del lavoro di persone disabili ed ha organizzato per la seconda volta la "Settimana della Disabilità" al fine di promuovere le conoscenze su tale tema e lottare contro i pregiudizi.

In **Germania** Ferrero offre ai propri dipendenti la possibilità di aiutare e sostenere iniziative a favore di persone diversamente abili nel quadro del "Programma di Volontariato Aziendale" avviato nel 2012 e promuovendo l'evento "Social Day". Alcuni dipendenti Ferrero hanno contribuito a restaurare gli spazi interni del "Lebenshilfe Frankfurt", una casa di cura per persone con disturbi mentali, lavorato come volontari presso il centro "Werkstätten Hainbachtal" e ammodernato un giardino rendendolo idoneo all'accesso di persone diversamente abili. Ferrero inoltre organizza escursioni in collaborazione con l'associazione locale per non vedenti.



In **Italia**, Ferrero continua a sostenere varie iniziative che coinvolgono persone diversamente abili attraverso la collaborazione con l'associazione di volontariato "SportABILI" di Alba, che organizza attività sportive e ricreative per tutti i tipi di disabilità. Ferrero ha accolto tale associazione nel suo Centro Ricerche in Alba per la presentazione del seminario "Sport per tutti". Inoltre, è stata avviata la collaborazione con la "Cooperativa EMMAUS", che si concretizzerà nell'anno 2012/2013 con la messa a disposizione delle attrezzature del Centro Sportivo Ferrero a persone diversamente abili. Va sottolineato che, con i ricavi di partite di calcio e tennis giocate al suo interno da atleti della regione, il Centro Sportivo Ferrero sostiene anche il progetto boliviano: "Un gol al maltrato : escuela de calcio, escuela de vida".

Nel prossimo futuro, Ferrero prevede una collaborazione con l'associazione "UISP Sport per tutti" e con i Dipartimenti di Salute Mentale del Piemonte e Valle D'Aosta al fine di ospitare le finali del campionato "Matti per il calcio", che vedranno la partecipazione di circa 400 persone.

In **Russia**, Ferrero sostiene eventi culturali e sportivi organizzati dall'associazione caritativa della regione di Vladimir «Special Olympics» a favore di persone con disabilità e con disturbi mentali, offrendo vari prodotti. Nel 2012 Ferrero ha offerto i suoi prodotti a 500 persone disabili le quali hanno partecipato, su invito dell'amministrazione locale di Vladimir, alla "Giornata Mondiale delle Persone Diversamente Abili" che si svolge ogni anno.

ANZIANITÀ DI SERVIZIO

Il Gruppo Ferrero si caratterizza per un clima interno particolarmente positivo e per il forte legame, consolidato negli anni, instaurato tra i dipendenti e la famiglia Ferrero.

Nel 2012 è stato consegnato un riconoscimento formale a 225 dipendenti per 25

anni di anzianità di servizio nel Gruppo Ferrero, a 168 dipendenti per 30 anni, a 74 dipendenti per 35 anni e a 30 dipendenti per 40 anni.

Di seguito sono riportati i dati relativi all'anzianità media⁷ dei dipendenti degli stabilimenti del Gruppo* al 31 Agosto 2012.

INQUADRAMENTO	Anzianità media nel Gruppo Ferrero (anni, mesi)		
	Donne	Uomini	Totale
ITALIA: Alba dal 1946, Pozzuolo Martesana dal 1965, Balvano dal 1985, S. Angelo dei Lombardi dal 1985			
Operai	12 anni, 8 mesi	17 anni	15 anni, 1 mese
Impiegati	15 anni, 2 mesi	18 anni, 4 mesi	17 anni, 1 mese
Middle manager	17 anni	19 anni, 3 mesi	18 anni, 10 mesi
Senior manager	14 anni, 5 mesi	20 anni, 3 mesi	19 anni, 8 mesi
GERMANIA: Stadtallendorf dal 1956			
Operai	11 anni, 5 mesi	12 anni, 7 mesi	12 anni
Impiegati	11 anni, 11 mesi	16 anni, 6 mesi	15 anni, 2 mesi
Middle manager	18 anni, 2 mesi	17 anni, 6 mesi	17 anni, 7 mesi
Senior manager	n.a.	21 anni	21 anni
FRANCIA: Villers-Ecalles dal 1960			
Operai	18 anni, 3 mesi	16 anni, 1 mese	17 anni
Impiegati	14 anni, 6 mesi	18 anni, 2 mesi	16 anni, 8 mesi
Middle manager	5 anni, 3 mesi	10 anni, 1 mese	8 anni, 3 mesi
Senior manager	n.a.	3 anni	3 anni
AUSTRALIA: Lithgow dal 1974			
Operai	8 anni, 8 mesi	7 anni, 10 mesi	8 anni, 3 mesi
Impiegati	9 anni, 4 mesi	11 anni, 5 mesi	10 anni, 4 mesi
Middle manager	n.a.	16 anni	16 anni
Senior manager	n.a.	29 anni, 8 mesi	29 anni, 8 mesi
IRLANDA: Cork dal 1975			
Operai	12 anni, 9 mesi	10 anni, 3 mesi	11 anni, 2 mesi
Impiegati	11 anni, 6 mesi	15 anni, 2 mesi	13 anni, 10 mesi
Middle manager	15 anni, 2 mesi	23 anni, 3 mesi	21 anni, 5 mesi
Senior manager	n.a.	35 anni, 6 mesi	35 anni, 6 mesi

⁷ La media è stata calcolata considerando per ogni dipendente attivo al 31 agosto 2012, l'anzianità dalla data di entrata nel Gruppo Ferrero sino al 31 agosto 2012.



INQUADRAMENTO	Anzianità media nel Gruppo Ferrero (anni, mesi)		
	Donne	Uomini	Totale
BELGIO: Arlon dal 1989			
Operai	10 anni, 7 mesi	13 anni, 9 mesi	12 anni, 1 mese
Impiegati	17 anni, 2 mesi	19 anni, 5 mesi	18 anni, 1 mese
Middle manager	21 anni, 10 mesi	21 anni, 8 mesi	21 anni, 9 mesi
Senior manager	n.a.	18 anni, 6 mesi	18 anni, 6 mesi
ARGENTINA: La Pastora dal 1992			
Operai	7 anni, 4 mesi	7 anni, 5 mesi	7 anni, 5 mesi
Impiegati	8 anni, 7 mesi	9 anni, 5 mesi	9 anni, 2 mesi
Middle manager	6 anni, 11 mesi	8 anni	7 anni, 9 mesi
Senior manager	n.a.	n.a.	n.a.
BRASILE: Poços de Caldas dal 1994			
Operai	3 anni, 9 mesi	4 anni, 2 mesi	3 anni, 11 mesi
Impiegati	8 anni, 1 mese	8 anni	8 anni
Middle manager	n.a.	11 anni, 7 mesi	11 anni, 7 mesi
Senior manager	n.a.	1 anno, 5 mesi	1 anno, 5 mesi
CANADA: Brantford dal 2006			
Operai	4 anni, 2 mesi	3 anni, 3 mesi	3 anni, 8 mesi
Impiegati	4 anni, 6 mesi	6 anni, 2 mesi	5 anni, 3 mesi
Middle manager	6 anni, 10 mesi	15 anni, 1 mese	13 anni, 11 mesi
Senior manager	7 anni, 6 mesi	14 anni, 4 mesi	13 anni
RUSSIA: Vladimir dal 2009			
Operai	1 anno, 10 mesi	2 anni, 1 mese	2 anni
Impiegati	2 anni, 5 mesi	2 anni, 8 mesi	2 anni, 7 mesi
Middle manager	5 anni, 7 mesi	2 anni, 7 mesi	4 anni, 7 mesi
Senior manager	n.a.	3 anni, 9 mesi	3 anni, 9 mesi

* Sono esclusi dall'elenco completo degli stabilimenti l'Ecuador, la Polonia e le Imprese Sociali, i cui dati saranno disponibili a partire dal 2012/13.

I 4 pilastri

Il Gruppo Ferrero

Le donne e gli uomini Ferrero

Le pratiche agricole sostenibili

Minimizzare l'impatto ambientale

R. S. I. del Gruppo Ferrero

Ferrero Rocher

Paesi

PROSSIMI PASSI ENTRO IL 2015

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

- » Iniziative per la diffusione della **“Cultura della Diversità”**, tra cui corsi di formazione manageriale finalizzati a sviluppare, in particolare, i temi della interculturalità: nel corso del 2012 sono stati realizzati una serie di corsi pilota nell’ambito delle iniziative della *Corporate University Ferrero*, ora inseriti a catalogo sia nell’ambito della formazione manageriale che in quella finalizzata all’inserimento per i giovani neolaureati;
- » 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 li impiegano. Nel corso del 2012 sono state incrementate, oltre alle iniziative già in essere in alcuni paesi e illustrate nel rapporto dello scorso anno, le collaborazioni con fornitori esterni, in particolare a partire dallo stabilimento di Alba.
- » 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 da parte di studenti meritevoli. Sono già in essere numerose iniziative a livello di singolo paese, quali le giornate di orientamento o la previsione di borse di studio che verranno ulteriormente sviluppate.

- » 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: da sviluppare nel corso del prossimo esercizio 2013/14;
- » Estensione delle iniziative volontarie in ambito di **salute e sicurezza sul lavoro**, finalizzate alla diffusione della cultura della sicurezza ed orientate ad una maggiore partecipazione dei lavoratori. Oltre alle attività illustrate con riferimento all’Italia (Commissione Sicurezza), è stato completato nella primavera 2013 il percorso di formazione locale del CAE Ferrero, in cui sono state approfondite tali tematiche in ottica di condivisione delle buone pratiche fra le diverse realtà.

IL GRUPPO SPORTIVO RICREATIVO FERRERO

L’associazione “Gruppo Sportivo Ricreativo Ferrero”, denominata successivamente “G.S.R. Ferrero A.S.D.⁸”, nasce ad Alba nel marzo 1984 dal desiderio di permettere ai dipendenti di gestire il proprio tempo libero ritrovandosi e praticando attività sportive e ricreative.



Ingresso del G.R.S. Ferrero A.S.D.

8 Associazione Sportiva Dilettantistica

Il Gruppo Sportivo, situato a soli 300 metri dallo stabilimento di Alba e contiguo alla Fondazione Ferrero di Alba, ha una **superficie di 8.600m²**, **comprende 7 campi sportivi** (calcio, tennis coperto e scoperto, bocce).



Il Gruppo sportivo visto dall'alto insieme allo stabilimento di Alba e alla Fondazione Ferrero.

Nel corso del 2011-2012 il Gruppo Sportivo ha aperto le proprie porte a oltre **6.000 soci**, per la maggior parte dipendenti in attivo ed in quiescenza Ferrero, accompagnati dai loro familiari. Una quota delle iscrizioni è destinata anche a **soci esterni a Ferrero**, ovvero ad amici dei dipendenti, alle stesse condizioni.



La tessera di un socio.

Il Gruppo Sportivo è aperto tutti i giorni, fine settimana e festivi inclusi e propone ai propri soci un'ampia scelta di **attività sportive** quali:

calcio, ciclismo, nuoto, pallapugno, pesca, podismo, tennis, turismo, motociclismo, golf, ma anche **attività ricreative** quali: pittura/cultura, fotocine, montagna e numismatica. Tali attività sono riassunte all'interno del portale di Gruppo My.ferrero.com che registra circa 3.000 accessi al mese!



Il campo da tennis coperto e il campo da calcio.

La presenza di un personale addetto altamente qualificato, garantisce lo svolgimento delle attività sportive in tutta sicurezza. Inoltre, ogni attività è coordinata da un organo Direttivo che include dipendenti Ferrero con diversi gradi di formazione e qualifica aziendale.

Il Gruppo Sportivo permette quindi, in particolar modo ai soci dipendenti Ferrero, di approfittare pienamente del proprio tempo libero, dedicandosi alle attività di svago che preferiscono, immediatamente dopo la

I 4 pilastri

Il Gruppo Ferrero

Le donne e gli uomini Ferrero

Le pratiche agricole sostenibili

Minimizzare l'impatto ambientale

R. S. I. del Gruppo Ferrero

Ferrero Rocher

Paesi

giornata lavorativa, mantenendo e rafforzando anche gli scambi e le interazioni tra colleghi. Contemporaneamente il complesso incita tutti i soci, inclusi gli anziani, a praticare attività sportive, a mantenere uno stile di vita attivo e sano, dando loro anche l'occasione di condividere un passatempo o un'escursione e favorendo in tal modo lo scambio tra generazioni.

I finanziamenti del Gruppo Sportivo provengono principalmente dal contributo fornito da Ferrero S.p.A., pari a circa il 75%, mentre la restante parte proviene dal tesseramento dei soci. Il Gruppo Sportivo è accessibile previo pagamento di una quota d'iscrizione da parte di ogni socio pari a 5€/anno, che include anche una copertura assicurativa.

Per garantire la massima sicurezza, l'infrastruttura è periodicamente sottoposta ad interventi di manutenzione per i quali viene fatto ricorso ad enti aziendali interni preposti e ove necessario a fornitori primari dell'azienda. Sono inoltre effettuati costantemente nuovi investimenti, con l'ausilio di commesse specifiche, in

funzione degli adeguamenti richiesti da nuove normative e/o in funzione di un potenziamento delle strutture.

Infine, si evidenzia che il Gruppo Sportivo è affiliato allo CSEN (Centro Sportivo Educativo Nazionale) ed al Sistema CRAL che garantiscono agevolazioni per i soci presso altre strutture sportive e presso attività commerciali convenzionate.



LE PRATICHE AGRICOLE SOSTENIBILI

Il frutto
del nocciolo

FERRERO

CONDIVIDERE **VALORI** PER CREARE **VALORE**

LE 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 nei precedenti rapporti 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.csr.ferrero.com).

Il Codice è correlato da un piano di condivisione, da attuare entro la fine del 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

I nostri criteri fondamentali nella selezione delle materie prime sono: **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, nel rispetto dei seguenti obiettivi:

MATERIE PRIME	OBIETTIVI	SCADENZE	STATO DEI LAVORI
LATTE	30% da filiera integrata	2012	Raggiunto
CAFFÈ	100% certificato come sostenibile	2013	Anticipato di circa due anni
UOVA	100% delle uova da galline a terra nel rispetto del benessere animale	2014	In linea
OLIO DI PALMA	100% certificato come sostenibile	2014	Anticipato di circa un anno
CACAO	100% certificato come sostenibile	2020	In linea
NOCCIOLE	Implementazione del piano sulla tracciabilità per il 100% delle nocciole	2020	In linea
ZUCCHERO DI CANNA	100% da filiera sostenibile	2020	Nuovo
LECITINA DI SOIA	Senza OGM	Già attuato	Già attuato

OLIO DI PALMA

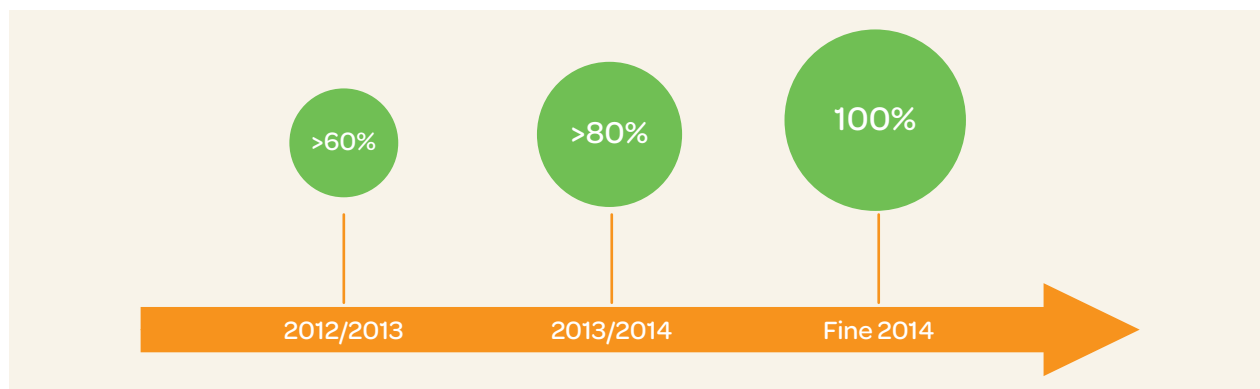
Nei primi tre rapporti CSR, Ferrero aveva già pubblicato la propria tabella di marcia verso il 100% di approvvigionamento di olio di palma certificato come sostenibile di tipo segregato, da raggiungere entro il 2015.

Siamo ora in grado di assicurare che tale obiettivo sarà raggiunto alla fine del 2014, con circa un anno di anticipo.

Il seguente grafico illustra i quantitativi di acquisto di olio di palma certificato come sostenibile di tipo segregato e le relative scadenze.



Frutto di palma



L'attuale fabbisogno del Gruppo corrisponde a circa **150.000 tonnellate annue**, acquisite dalla Malaysia (principalmente dalla Penisola Malese), Papua Nuova Guinea e Brasile.

I quantitativi acquistati di olio di palma certificato come sostenibile di tipo segregato al 30 aprile 2013, sono pari a circa 75.000 tonnellate e coprono il 50% del fabbisogno del Gruppo. Il dato è quindi in linea con l'obiettivo del 60% dichiarato per il 31 agosto 2013.

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 ed **evitando il ricorso a grassi idrogenati**. Tra le poche opzioni ad oggi

tecnologicamente disponibili per non utilizzare grassi idrogenati, l'olio di palma presenta vantaggi organolettici, tecnologici e di stabilità, superiori ad altri olii.

Ciò è anche dovuto al fatto che l'olio di palma è derivato dalla spremitura dei frutti della palma da olio, secondo un processo per certi aspetti simile a quello con il quale l'olio di oliva è estratto per spremitura delle olive.

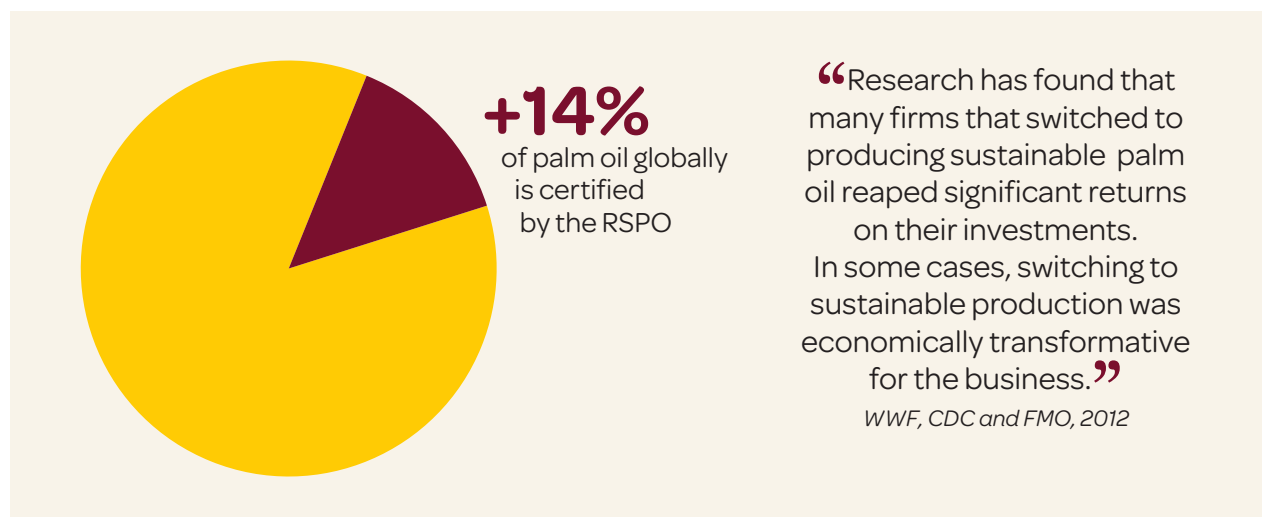
Con i nostri fornitori, abbiamo lavorato a lungo allo scopo di poter disporre di olio di palma sostenibile certificato RSPO (*Round Table of Sustainable Palm Oil*) e di tipo segregato, ossia concretamente tracciabile dall'uso in stabilimento sino alle piantagioni di origine, certificate anch'esse secondo gli *standard* di RSPO.

Il Gruppo Ferrero ha aderito fin dal 2005 alla *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO, www.rspo.org), un'organizzazione internazionale senza fini di lucro, che promuove la produzione e l'utilizzo di olio di palma certificato sostenibile, per la tutela dell'ambiente, delle comunità e dei lavoratori che abitano nei paesi produttori di olio di palma.

L'RSPO comprende tutti gli attori coinvolti nella filiera dell'olio di palma: i coltivatori, le industrie della trasformazione e dell'esportazione, i produttori di beni di consumo, le catene di distribuzione, banche e investitori, ONG

attive nel settore ambientale, sociale e della cooperazione allo sviluppo.

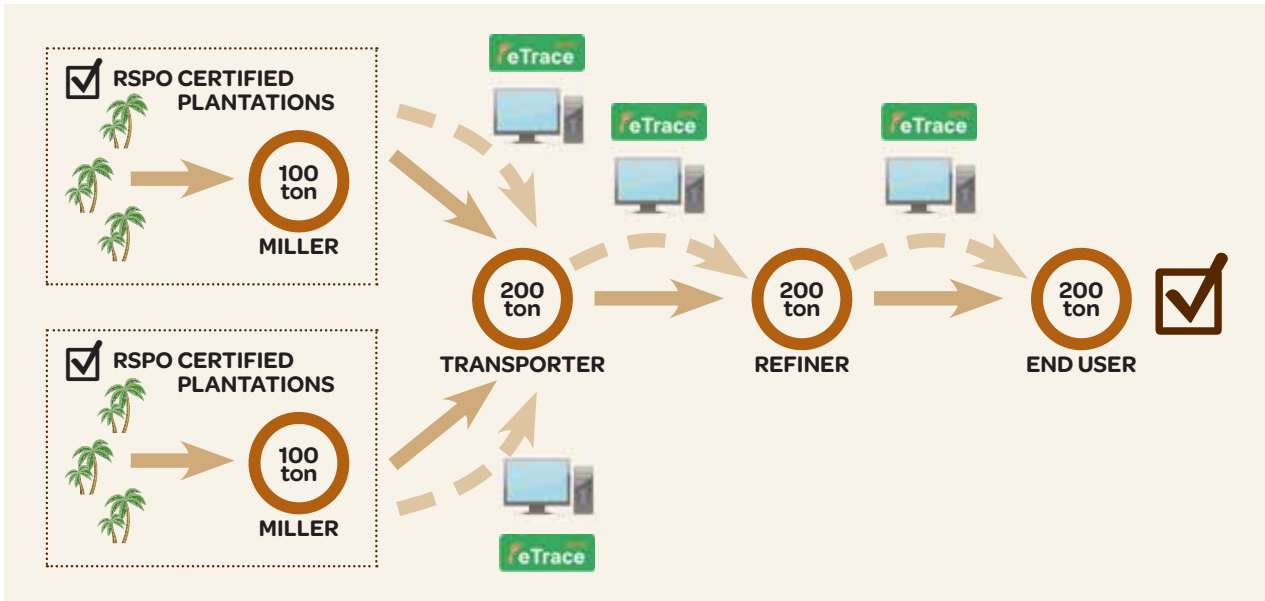
Il compito dell'RSPO è la definizione di standard internazionali che consentano la certificazione della produzione e trasformazione di olio di palma secondo solidi criteri di sostenibilità ambientale e sociale, per prevenire la distruzione delle foreste tropicali, proteggere la biodiversità e tutelare i diritti delle comunità che abitano le regioni di produzione. I membri dell'RSPO ottengono un certificato di sostenibilità solo dopo essere stati oggetto di un *audit* condotto da revisori indipendenti.



Tra i vari sistemi di approvvigionamento riconosciuti dalla RSPO, **Ferrero ha scelto la strada più impegnativa: quella di acquistare olio di palma certificato come segregato sostenibile.**

Con l'obiettivo di poter tracciare in piena trasparenza l'olio di palma da certificare, la “segregazione” implica che l'olio di palma sostenibile sia tenuto fisicamente separato dall'olio di palma che non lo è, lungo la complessa catena di approvvigionamento, così strutturata:

- ▶ a partire dalle piantagioni di origine,
- ▶ nei mulini dove avviene la spremitura del frutto,
- ▶ durante il trasporto verso il porto di imbarco,
- ▶ nelle navi dove è trasportato in dedicate cisterne,
- ▶ presso le raffinerie ove avvengono le lavorazioni,
- ▶ presso gli stabilimenti per l'utilizzo nel prodotto finale,
- ▶ sino al prodotto finale stesso che contiene esclusivamente olio di palma certificato come sostenibile di tipo segregato.



La piattaforma informatica “e-Trace” indica in maniera trasparente i volumi di olio di palma sostenibili lungo la catena di approvvigionamento.

L'accesso a questo sistema è possibile solo ai membri iscritti alla RSPO e tra questi, solo a coloro che hanno raggiunto la certificazione della propria catena di approvvigionamento.

In questo modo si garantisce che qualsiasi transazione di compra/vendita di palma sostenibile avvenga tra attori autorizzati.

Tale sistema rende chiaramente visibili il venditore, il compratore e la tipologia di frazione negoziata, in aggiunta alle generalità della transazione, permettendone la tracciabilità a ritroso.



DICHIARAZIONE DI DARREL WEBER, SEGRETARIO GENERALE DELLA RSPO

“RSPO welcomes the **progress made by Ferrero in certifying its European production facilities and moving towards a segregated supply chain.** Leading companies and brands have a crucial role to play in committing towards sourcing of sustainable

palm oil and playing a responsible role towards the sector and its consumers at large. **The steps taken by companies like Ferrero should be commended and encouraged so that other organizations are encouraged to emulate similar commitments.”**

- I 4 pilastri
- Il Gruppo Ferrero
- Le donne e gli uomini Ferrero
- Le pratiche agricole sostenibili
- Minimizzare l'impatto ambientale
- R. S. I. del Gruppo Ferrero
- Ferrero Rocher
- Paesi

I PARTNER LUNGO LA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO

L'anticipazione al 2014 dell'ambizioso obiettivo, è stato possibile in virtù della collaborazione con i nostri partner commerciali che ci ha permesso di poter acquistare e disporre di olio di palma segregato, nelle frazioni necessarie all'utilizzo nei nostri prodotti e secondo gli standard qualitativi richiesti dalle linee-guida del Gruppo.

I nostri principali fornitori di olio di palma sono:



ISF (Intercontinental Specialty Fats), membro della RSPO dal 2004 e certificato per la "RSPO Supply chain certification standard" dal 2011; certificato da SGS.



New Britain Palm Oil Limited *New Britain Palm Oil*, membro della RSPO dal 2004, certificato RSPO dal 2008; certificato da *British Standard International*.



AAK, membro fondatore della RSPO e membro dal 2003 del *Global Compact* delle Nazioni Unite. Per le attività con Ferrero, certificato da *Control Union Certification*.

Vista la disponibilità di olio di palma sostenibile certificato RSPO di tipo segregato in volumi consistenti, **è stato possibile attivare la certificazione delle linee produttive Ferrero.**

Alla data di stesura del presente rapporto CSR, tutto l'olio di palma utilizzato per la produzione di **Nutella negli stabilimenti di Alba (Italia), Villers-Ecalles (Francia) e Stadtallendorf (Germania)** è certificato come segregato dalla RSPO.



RSPO – 1106110*

Per effetto di questa certificazione, è stato rilasciato il Trademark RSPO: **la produzione di Nutella negli stabilimenti indicati contiene fisicamente 100% di olio di palma certificato RSPO come sostenibile e di tipo segregato.**



* Codice della certificazione RSPO Ferrero.

GLI STABILIMENTI FERRERO E L'OLIO DI PALMA CERTIFICATO COME SOSTENIBILE DI TIPO SEGREGATO

Ferrero ha affidato al **gruppo SGS**, leader mondiale della certificazione, di verificare in maniera indipendente, gli aspetti gestionali e logistici, dell'utilizzo dell'olio di palma segregato presso gli stabilimenti Ferrero.

Per dare evidenza del processo in corso della certificazione della filiera dell'olio di palma sostenibile di tipo segregato sino all'interno dei nostri stabilimenti, indichiamo qui di seguito il piano previsto per la produzione di Nutella, nei 9 stabilimenti che attualmente la producono a livello globale:

STABILIMENTI	OLIO DI PALMA SEGREGATO RSPO
Alba (Italia), Villers-Ecalles (Francia), Stadtallendorf (Germania)	dal marzo 2013
Sant'Angelo dei Lombardi (Italia), Belsk (Polonia) e Vladimir (Russia)	dal luglio 2013
Lightow (Australia), Poços de Caldas (Brasile), Brantford (Canada)	entro la fine del 2013

PROSSIMI PASSI

Nel corso del 2014 e in vista del raggiungimento dell'obiettivo del 100%, l'olio di palma segregato, acquistato da Ferrero, verrà destinato a tutti gli stabilimenti ed a tutti i prodotti, dove le ricette lo prevedono.



Il Gruppo Ferrero sta predisponendo una **"Palm Oil Charter"**, da **finalizzare entro il 2015**, come documento di divulgazione della propria strategia sul tema. Considerato che è ora possibile tracciare la provenienza dell'olio di palma dalle piantagioni di origine sino al prodotto finale, sempre nell'ambito della RSPO, la Ferrero intende attribuire il giusto rilievo agli aspetti di sostenibilità attivati nelle piantagioni. Entro il 2015, Ferrero opererà con i fornitori, di grandi e di piccole dimensioni, mettendo l'accento sulla difesa dei diritti umani, sugli aspetti di gestione delle emissioni, sugli aspetti agricoli e più in generale per assicurare la sostenibilità nelle piantagioni di approvvigionamento, nel modo più completo possibile e coinvolgendo gli *stakeholder* interessati.

CACAO

L'impegno di Ferrero a favore del cacao sostenibile

Ogni anno, Ferrero acquista circa 100.000 tonnellate di fave di cacao che sono in seguito lavorate all'interno dei nostri stabilimenti. Pertanto, una delle nostre priorità non è solamente quella di garantire un approvvigionamento di cacao della migliore qualità, ma anche di aiutare i coltivatori ad acquisire le conoscenze e le competenze necessarie per coltivare il cacao in maniera sostenibile migliorando al contempo le proprie condizioni di vita.

Per raggiungere l'obiettivo di utilizzo del 100% di cacao certificato sostenibile entro il 2020, Ferrero lavora in stretta collaborazione con vari enti ed organismi certificatori per promuovere la sostenibilità lungo tutta la catena di approvvigionamento del cacao, partendo dai coltivatori e dalle loro comunità. Tale obiettivo sarà raggiunto tramite verifiche delle nostre forniture di cacao da parte di enti esterni accreditati e indipendenti. Tale verifica contribuirà, tra l'altro, ad assicurare che la tratta di persone, le forme peggiori di sfruttamento di lavoro minorile ed il lavoro forzato degli adulti non siano presenti nella nostra catena di fornitura del cacao. Grazie ai *partenariati* sviluppati con i



nostri fornitori ed alla partecipazione a numerosi progetti, siamo prossimi al raggiungimento di tale obiettivo, secondo la tabella di marcia seguente:

CACAO VERIFICATO SUL VOLUME TOTALE	ANNI	STANDARD E PROGETTI DI VERIFICA	PAESI PRODUTTORI DI CACAO
20%	2011/2013		
40%	2013/2015		
60%	2015/2017		
80%	2017/2019	UTZ, Rainforest Alliance, Certification Capacity Enhancement, Source Trust ed altri	Principalmente da Costa d'Avorio, Ghana, Nigeria, Ecuador
100%	2020		

I NOSTRI PARTNER LUNGO LA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO

Ferrero lavora con schemi e programmi di certificazione quali UTZ, *Rainforest Alliance* e CCE (*Certification Capacity Enhancement*) e con fornitori, cooperative e partner quali *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 2011/2012 Ferrero ha acquistato circa il 25% del cacao tramite queste attività:

- ▶ 5% di cacao certificato UTZ o *Rainforest Alliance*
- ▶ 4% schema CCE e *Fundacion Maquita*
- ▶ 16% cacao tracciabile tramite *Source Trust* ed altri

Nel 2012/2013 Ferrero acquisterà circa il 40% del cacao tramite queste attività:

- ▶ 25% cacao certificato UTZ o *Rainforest Alliance*
- ▶ 5% schema CCE e *Fundacion Maquita*
- ▶ 10% cacao tracciabile tramite *Source Trust* ed altri



PROSSIMI PASSI

Oltre alle nostre attività di approvvigionamento sostenibile abbiamo avviato un progetto pilota con *Fair Trade* (www.fairtrade.net) in Costa d'Avorio e inaugurato anche altre iniziative con nuovi partner e nuove fonti di approvvigionamento.

CACAO SOSTENIBILE PER I PRODOTTI FERRERO

I volumi di cacao certificati come sostenibili che Ferrero acquisterà nel 2012/2013, corrispondono ai volumi¹ necessari per la produzione di **Nutella e Ferrero Rocher**, due dei nostri prodotti più amati, nei loro cinque rispettivi mercati principali.

CONDIZIONI DI VITA DEI COLTIVATORI

Nella maggior parte dei paesi produttori, il cacao è solitamente coltivato in piccole aziende a conduzione familiare (90-95% di piccoli proprietari con 4-5 milioni di coltivatori in tutto il mondo secondo i dati della *World Cocoa Foundation*). In questo momento, i coltivatori devono fronteggiare una serie di sfide quali: la mancanza di adeguate attrezzature per la coltivazione; il calo di produttività delle piantagioni di cacao; l'invecchiamento degli alberi e la mancanza di competenze e pratiche di gestione. Pertanto, gli agricoltori di alcune aree decidono di dedicarsi ad altri tipi di colture più redditizie e con maggiore supporto tecnico. Inoltre aumentano i fenomeni di migrazione dalle zone rurali a quelle urbane a seguito del fatto che i giovani sono sempre meno attratti dalle attività rurali.

1 Previsioni basate sui volumi 2011/2012.

Al fine di **sostenere i coltivatori e le loro comunità**, lavoriamo in stretta collaborazione con i nostri fornitori per:

- **Garantire che nella catena di approvvigionamento del cacao non siano presenti le peggiori forme di sfruttamento del lavoro minorile, la tratta ed il lavoro forzato di persone adulte.**

Inoltre, in virtù del suo Codice di Condotta Commerciale, Ferrero conferma la propria ferma intenzione a contribuire all'eliminazione del lavoro minorile, partendo 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 Commerciale Ferrero si basa sui principi della Convenzione dell'ILO n. 138 sull'età minima 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/responsabilita-sociale/codice-di-condotta.

- Fornire ai coltivatori le competenze necessarie **per produrre cacao di alta qualità e sostenibile** con certificazione UTZ o *Rainforest Alliance*.

In tal modo, gli agricoltori sono in grado di migliorare le loro pratiche agricole, incrementare la qualità e la resa del cacao, acquisire nuove competenze gestionali e godere di un reddito superiore. Questo a sua volta incoraggia i coltivatori a ristrutturare le proprie piantagioni, attraendo nuovi coltivatori nella produzione

di cacao anche fra le generazioni future che possono così beneficiare dell'esperienza dei coltivatori più anziani. Le comunità locali fruiscono di migliori infrastrutture e sono in grado di investire nell'istruzione e nelle cure sanitarie per i loro bambini.

Per approvvigionarsi di cacao sostenibile e tracciabile, Ferrero paga premi aggiuntivi. Questi importi sono in parte destinati direttamente agli agricoltori e in parte contribuiscono al finanziamento di progetti e di servizi che mirano al miglioramento delle pratiche agricole e delle condizioni di vita dei coltivatori.

Ferrero porta avanti il suo impegno e sostegno tramite un approccio collettivo di ampio respiro (come spiegato qui di seguito) ma anche con progetti specifici nei paesi produttori (si veda l'ultima parte di questa sezione).



FONTI DI APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILI

APPROCCIO COLLETTIVO

Oltre ai progetti di *partenariato* pubblico-privato, Ferrero continua a sostenere un approccio collettivo di settore.

1. World Cocoa Foundation



World Cocoa Foundation

Dal 2006 Ferrero è membro esecutivo del Consiglio d'amministrazione della *World Cocoa Foundation* (www.worldcocoafoundation.org).

Fondata nel 2000, la *World Cocoa Foundation* (WCF) è un'organizzazione internazionale che rappresenta oltre 100 imprese affiliate, attive nella catena del valore del cacao. La WCF si impegna a creare un'economia del cacao sostenibile che ponga al centro gli agricoltori, promuovendo la gestione agricola e ambientale e rafforzando lo sviluppo delle comunità produttrici di cacao.

La WCF opera a livello locale e globale, andando incontro sia alle necessità dei produttori di cacao e delle loro famiglie e che a quelle ambientali e settoriali. La WCF persegue i suoi obiettivi tramite partenariati pubblici-privati che vedono la partecipazione di donatori, aziende affiliate, governi dei paesi produttori, istituti di ricerca e organizzazioni non governative.

La WCF sostiene i programmi che coinvolgono i coltivatori direttamente nelle loro piantagioni, prima che avvenga la vendita e la commercializzazione del cacao. In questo modo, i programmi offrono ai coltivatori le competenze di cui hanno bisogno per gestire le loro piantagioni in modo produttivo e per prendere adeguate decisioni commerciali.

Nel quadro dei programmi principali della *World Cocoa Foundation*, Ferrero sostiene l'**African Cocoa Initiative (ACI)** insieme con le agenzie "USAID", "IDH" e 14 aziende produttrici di cacao e cioccolato con un budget complessivo di 13,5 milioni di dollari, in 5 anni, in 4 paesi (Camerun, Costa d'Avorio, Ghana e Nigeria).



Coltivatori di cacao

GLI OBIETTIVI PRINCIPALI SONO:

- ✓ **Rafforzare le piattaforme nazionali di partenariato pubblico-privato (PPP) volte ad investimenti nell'agricoltura e nel cacao:** far convergere i partner del settore pubblico e privato nell'attuazione di una tabella di marcia per la produzione di cacao sostenibile. Le piattaforme nazionali utilizzeranno le loro risorse e il loro know-how per trainare un sistema uniforme di sostegno al settore.
- ✓ **Migliorare la produttività del cacao grazie a piante di migliore qualità:** eseguire un inventario degli stock nazionali e mettere a disposizione dei coltivatori



di cacao le varietà migliori certificate. Sostenere le agenzie di ricerca nazionali nelle loro attività di ricerca a lungo termine per ottenere piante più resistenti e redditizie.

- ✓ **Potenziare l'ampliamento del settore pubblico e privato e i servizi di formazione agli agricoltori:** promuovere le migliori prassi di coltivazione e di gestione nei curricula nazionali e potenziare la formazione agricola nazionale, nel settore pubblico e nel privato.
- ✓ **Promuovere una fornitura di strumenti agricoli che sia orientata verso il mercato:** fare un inventario dei commercianti di input nazionali certificati e sostenere una diffusione più efficiente di canali di distribuzione di strumenti altamente necessari, come i fertilizzanti.

2. International Cocoa Initiative

Come menzionato nei nostri precedenti rapporti CSR, Ferrero è anche membro del Consiglio d'amministrazione dell'ICI, l'*International Cocoa Initiative* (www.cocoainitiative.org)

Fondata nel 2002, l'*International Cocoa Initiative* (ICI) è un *partenariato* unico tra la società civile e l'industria del cioccolato, **dedito alla lotta contro lo sfruttamento minorile e il lavoro forzato nella produzione di cacao**. Il modello emancipatore proposto dalla comunità ICI si è rivelato vincente nel cambiare radicalmente le pratiche agricole.

L'ICI è attualmente composta da 19 imprese, nonché partner e organizzazioni della società civile. L'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) fornisce consulenza al Consiglio d'amministrazione dell'ICI.



Nel 2012, tramite varie campagne di sensibilizzazione, di mobilitazione e azioni promosse presso le comunità, l'ICI ha promosso, varie attività tra le quali:

- ▶ **324** azioni di sviluppo messe in opera dalle comunità stesse;
- ▶ **192** azioni di sviluppo sostenute dalle autorità locali e dagli attori per lo sviluppo;
- ▶ la costruzione o il ripristino di **205** aule scolastiche, garantendo in tal modo migliori possibilità d'istruzione a **10.050** bambini;
- ▶ l'installazione di **1.789** banchi e panche, migliorando così le condizioni d'apprendimento di **3.578** bambini;
- ▶ la costruzione di **40** case per insegnanti.

Le attività dell'ICI in Costa d'Avorio e in Ghana hanno coinvolto oltre **800.000** persone in **331** comunità coltivatrici di cacao. Per il 2013, l'ICI

prevede di estendere il proprio raggio d'azione ed occuparsi di altre 160 comunità.

L'anno scorso, l'ICI ha rinforzato la sua presenza in Costa d'Avorio e in Ghana. Ha sostenuto i governi nei loro sforzi di coordinamento, di prevenzione e di riduzione del lavoro minorile, fornendo formazioni a 141 aziende di cacao e ai rappresentanti dei governi locali. Si è occupata altresì di progetti pilota innovativi, incentrati sul monitoraggio dello sfruttamento del lavoro minorile. Ha effettuato inoltre un'analisi sulla tutela dei bambini e ha avviato nuovi partenariati con gli enti certificatori di cacao.

La responsabilità condivisa e l'azione collettiva a tutti i livelli della catena di approvvigionamento del cacao sono i perni di un modello ottimale che consente di generare un cambiamento positivo e assicurare ovunque un futuro migliore e più sicuro ai figli dei coltivatori di cacao.

Oltre al nostro impegno con la WCF e l'ICI, portiamo avanti il nostro lavoro mondiale nel quadro delle "Attività post protocollo".

3. "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 esplicherà attraverso il progetto “Ferrero Cocoa Community Commitment – F3C” in collaborazione con Source Trust (per maggiori dettagli si veda qui di seguito).

4. Progetto CEN–ISO sul cacao sostenibile e tracciabile

CAOBISCO, Associazione europea delle industrie dolciarie, ed i suoi membri tra cui Ferrero, stanno collaborando con il Comitato europeo di normazione (CEN), al fine di creare una norma sul cacao sostenibile e tracciabile.

Tale norma costituirà una solida base per promuovere pratiche di produzione che riconoscano le necessità in continua evoluzione dei consumatori e dei produttori. Avrà, inoltre, un importante ruolo nell'impegno comune per la protezione dei bambini dai pericoli del lavoro minorile.

Nel 2012, secondo le procedure del CEN, è stato creato un processo parallelo in ISO (*International Standards Organisation*).

Ferrero sostiene CAOBISCO per:

- ▶ ottenere il pieno coinvolgimento dei paesi produttori di cacao;
 - ▶ riconoscere gli enti certificatori già esistenti.
- CAOBISCO ed i suoi membri si stanno adoperando alacremente per assicurare che tale norma sia velocemente adottata, secondo le esigenze delle catene di approvvigionamento, senza complicare ulteriormente il procedimento di certificazione del cacao e dando priorità alle necessità dei coltivatori di cacao.

5. German Initiative on Sustainable Cocoa: GISCO

La “German Initiative on Sustainable Cocoa” (GISCO), lanciata nel giugno 2012 è un'alleanza tra industriali, aziende di commercio di prodotti alimentari, il governo federale tedesco e gruppi della società civile. Ferrero è membro attivo di questa organizzazione il cui scopo è quello di individuare e esaminare progetti già esistenti nell'area della produzione sostenibile di cacao. GISCO intende promuovere le iniziative esistenti, sviluppare ulteriormente il metodo CCE - *Certification Capacity Enhancement* per sostenere una crescente produzione di cacao sostenibile in risposta ad un aumento della domanda.

Ferrero è uno dei membri fondatori e partecipa attivamente ai vari gruppi di lavoro GISCO. La *Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)* assumerà il ruolo di segretariato per due anni.

GISCO è tesa alla promozione della cooperazione di tutti gli attori del settore. Lo scopo di questa iniziativa di ampia portata è di incrementare in modo sostanziale la quantità di cacao sostenibile, tramite la cooperazione con i paesi *partner* (quali Costa d'Avorio, Ghana, Nigeria). Il Forum avrà l'incarico di sviluppare una nozione comune della sostenibilità nel settore del cacao e di elaborare i curriculum formativi corrispondenti nei paesi produttori. Il Forum, valuterà inoltre gli approcci esistenti al fine di rinforzare la sostenibilità generale del settore del cacao. Le misure più efficienti saranno poi documentate e divulgate come buone prassi.

Per ulteriori informazioni si rinvia al sito:

www.bmelv.de/SharedDocs/Standardartikel/EN/International/Sustainable-Cocoa-Forum.html.

6. Dichiarazione di Abidjan sul cacao:

Le catene di approvvigionamento di cacao dell'Africa occidentale presentano una serie di problemi che devono essere fronteggiati per ridurre la predominanza delle peggiori forme di lavoro minorile e di violazione dei diritti umani. Come parte di tale obiettivo, Ferrero ha partecipato alla prima Conferenza Mondiale del Cacao tenutasi a Abidjan, sostenuta dal governo della Costa d'Avorio. L'obiettivo della conferenza è stato quello di porre in rilievo l'importanza della cooperazione tra tutti gli attori della catena di approvvigionamento del cacao cosicché si possa tendere verso una produzione più



sostenibile ed aiutare i proprietari di piccole piantagioni, uomini e donne, ad uscire dalla povertà.

La conferenza ha offerto la possibilità di riunire i principali *stakeholder* della catena di approvvigionamento del cacao; 1.200 delegati provenienti da 46 paesi vi hanno preso parte, compresi governi, coltivatori, fornitori, società civile e produttori. Al termine della conferenza, i partecipanti sono stati invitati a firmare la Dichiarazione di Abidjan sul cacao, un accordo volontario fra tutte le parti coinvolte per rendere la catena di approvvigionamento del cacao un'attività più sostenibile per tutti.

Con la firma della Dichiarazione, Ferrero riafferma il suo impegno ad utilizzare cacao sostenibile e ad assicurarsi dell'assenza delle peggiori forme di lavoro minorile e di lavoro forzato all'interno della sua catena di approvvigionamento.

PROGETTI SPECIFICI IN COSTA D'AVORIO, GHANA E NIGERIA

Costa d'Avorio

Noble Resources S.A. è da diversi anni uno dei nostri principali fornitori di cacao.

Nel 2011-2012, grazie a questo *partenariato*, 700 agricoltori della Costa D'Avorio hanno potuto fornire oltre 1.000 tonnellate di cacao certificato UTZ. Tre gruppi/cooperative di agricoltori sono stati formati alla produzione sostenibile di cacao. L'obiettivo delle formazioni è quello di migliorare l'efficienza delle aziende, garantire un accesso ai servizi sanitari e formativi e poter preservare l'habitat forestale delle aziende agricole.

Inoltre, possiamo già annunciare che dal 2012 al 2013, il progetto è stato esteso al fine di inclu-

dere altri coltivatori facenti parte delle cooperative già coinvolte e di nuove cooperative. Nel 2013, 2914 coltivatori provenienti da sei cooperative diverse sono stati formati alla produzione di cacao certificato UTZ, per una quantità pari a circa 10.000 tonnellate.

Per maggiori informazioni su *Noble Resources*, si rinvia al sito www.thisisnoble.com.

RIDURRE L'IMPATTO AMBIENTALE

Nel 2011/2012 abbiamo acquistato, dalla Costa d'Avorio, 7.500 tonnellate di cacao con impatto di carbonio pari a zero. Abbiamo in tal modo contribuito a ridurre la nostra impronta ecologica e a mitigare gli effetti del cambiamento climatico. Con la collaborazione di *Noble Resources*, stiamo lavorando alla mappatura di soluzioni più efficienti volte a ridurre la nostra impronta di carbonio, partendo dall'attività dei coltivatori. Abbiamo lavorato in collaborazione con TÜV NORD, per estendere la portata del progetto a più comunità, per produrre più cacao nel rispetto del clima e per identificare i prodotti più efficienti.

A tal scopo, sono stati raccolti dati sui tragitti dei trasporti e sui depositi in provenienza da dieci fornitori. È stato effettuato il calcolo del consumo energetico e delle emissioni, è stata verificata l'impronta di carbonio e sono state compensate le emissioni tramite progetti di efficienza energetica in India e in Cina. Le principali fonti di emissioni all'interno della nostra catena di approvvigionamento sono: l'utilizzo dei suoli e il cambiamento dell'utilizzo dei suoli, i fertilizzanti e i pesticidi utilizzati durante la coltivazione, i carburanti e l'elettricità consumati dai macchinari, i depositi, i siti di lavorazione dei prodotti e il trasporto.

COSTRUZIONE DI UNA SCUOLA

Come menzionato nel terzo rapporto CSR, abbiamo contribuito alla costruzione di una scuola collaborando con *Noble Resources/COCAFIVOIRE* e con una delle sue cooperative partner, la "Coopérative Anonklon de Bianouan" (COABIA) in un piccolo villaggio della Costa d'Avorio.



Scuola a Sinikossou

COABIA è il primo fornitore di cacao con certificazione UTZ per COCAFIVOIRE.



Situata ad Est, vicino alla frontiera ghanese, Sinikossou è una comunità rurale produttrice di cacao, che conta oltre 250 coltivatori appartenenti alla cooperativa COABIA.

La scuola si occupa dell'istruzione di **120 bambini**, principalmente figli delle famiglie coltivatrici di cacao. La costruzione di tale scuola è parte integrante dei nostri obiettivi relativi al miglioramento delle infrastrutture delle comunità da cui ci approvvigioniamo di cacao. La scuola è **stata inaugurata il 24 settembre 2012, in tempo per l'inizio dell'anno scolastico 2012/2013.**

Il costo per la costruzione e per l'apertura della scuola è stato di 11.643.000 FCFA, di cui 6.135.000 FCFA finanziati da Ferrero, 3.008.000 FCFA da "NobleResources/Cocaf Ivoire" e 2.500.000 FCFA da "COABIA".



Con la collaborazione di altri partner quali **Touton e Armajaro, ci siamo approvvigionati di oltre 3.000 tonnellate di fave di cacao con certificazione Rainforest Alliance.**

Ghana

SOURCE TRUST

In Ghana, Ferrero lavora direttamente con le organizzazioni dei coltivatori in *partenariato* con *Source Trust*, un'organizzazione senza scopo di lucro. L'obiettivo è di affrontare le problematiche agricole, sociali e commerciali tramite una serie d'interventi ben progettati e identificati per mezzo di un processo di pianificazione d'azioni. I progetti di *Source Trust* aprono le porte ad una produzione a lungo termine di cacao sostenibile migliorando al contempo le prospettive commerciali dei coltivatori.

Con il sostegno di Ferrero, *Source Trust* fornisce formazioni sulle buone pratiche agricole, ambientali e sociali e aiuta i coltivatori a migliorare la resa e la qualità delle loro colture. Ferrero si impegna, entro il 2016, a formare **13.000 coltivatori di cacao provenienti da 11 distretti del Ghana**, permettendo loro di ottenere la certificazione secondo gli **standard UTZ**. Oltre alla formazione, i contadini hanno accesso a materiale per la coltivazione più avanzata, ivi compresi semi di cacao di alta qualità e più resistenti, permettendo loro di sostituire le vecchie piante improduttive con varietà più recenti e di limitare il disboscamento, praticato per estendere le loro piantagioni.

In collaborazione con il *Ghana Education Service*, Ferrero sostiene i programmi *Village Resource Centres (VRC)* di *Source Trust*, centri sovvenzionati e forniti di computer e connessione Internet che possono essere utilizzati dalle scuole, dai coltivatori e dalla comunità per sviluppare l'apprendimento e le capacità informatiche. Tali centri sono situati in scuole rurali senza accesso a strutture informatiche, consentendo un insegnamento pratico e l'apprendimento di tecnologie informatiche agli studenti. Sono inoltre utilizzati per la formazione dei coltivatori di cacao attraverso l'utilizzo di materiale audiovisivo sulle buone pratiche agricole, ambientali e sociali. I VRC servono anche come strumento di sensibilizzazione alle tematiche dello sfruttamento minorile e per offrire moduli di formazione sulla prevenzione.

Ad oggi, cinque scuole rurali hanno beneficiato dei *Village Resource Centres* e sono in corso d'opera piani per estendere la presenza dei VRC in 11 distretti.

PROGETTO FERRERO COCOA COMMUNITY COMMITMENT IN GHANA (F3C)

Ferrero Cocoa Community Commitment (F3C) è un *partenariato* pubblico-privato tra Ferrero e *Source Trust* Ghana, che vede la partecipazione del Governo del Ghana ed è specificatamente teso alla realizzazione del piano d'azione nazionale per l'eliminazione del lavoro minorile, denominato NPECLC 2009-2015 (*National Plan of Action for the Elimination of the Worst Form of Child Labour*).

Ferrero è una delle prime aziende private ad essersi associata al NPECLC, prendendo così parte ad un *partenariato* storico stretto tra l'industria mondiale del cioccolato e del cacao, il Dipartimento del Lavoro statunitense, il senatore statunitense Tom Harkin ed il deputato statunitense Eliot Engel. Ferrero ha riaffermato il suo impegno a favore della promozione di una coltivazione responsabile del cacao investendo nel programma F3C che si prefigge di aiutare oltre 35.000 persone in Ghana, di cui 8.800 coltivatori, 1.760 donne e 26.400 bambini entro il 2015.

L'investimento di Ferrero consentirà di portare da 30 a 150 il numero di comunità pilota in cui è in atto un piano NPECLC, apportando un notevole contributo al Piano d'Azione Nazionale 2009-2015 per l'eliminazione delle peggiori forme di sfruttamento minorile e includendo i seguenti quattro elementi:

1. Promuovere lo sviluppo, l'attuazione, la sostenibilità del CLMS (Sistema di monitoraggio dello sfruttamento minorile).
2. Sensibilizzare le comunità alle peggiori forme di sfruttamento minorile.
3. Educare e formare le persone al fine di evitare che siano implicate nelle peggiori forme di sfruttamento minorile.
4. Offrire mezzi di sostentamento alle famiglie con figli di età inferiore ai 18 anni con l'obiettivo di impedire che siano implicati nelle peggiori forme di sfruttamento minorile o per permettere loro di uscirne.

Il progetto F3C è una parte importante del programma generale con *Source Trust* in Ghana.



GEOTRACCIABILITÀ

Per meglio comprendere la nostra catena di approvvigionamento del cacao e identificare come meglio raggiungere i coltivatori che possono beneficiare dei programmi di formazione, Ferrero è impegnata in Ghana nella tracciatura del cacao tramite il sistema di mappatura delle aziende agricole denominata *GeoTraceability*. Finora sono stati mappati 3.500 agricoltori che forniscono a Ferrero cacao tracciabile e/o certificato.

Le piccole aziende agricole che producono cacao sono mappate tramite l'utilizzo di Sistemi Informativi Territoriali palmari che permettono di raccogliere una serie di dati come ad esempio l'età delle piante, la densità della piantagione, la prevalenza di malattie e le pratiche agricole. Questo permette a Ferrero di ottenere informazioni importanti circa le realtà socio-economiche dei coltivatori di cacao. Queste informazioni sono in seguito utilizzate da Ferrero e da *Source Trust* al fine di mirare gli interventi agricoli e comunitari in modo tale da rispondere meglio alle necessità dei coltivatori e delle loro famiglie e per assicurarsi che Ferrero realizzi dei miglioramenti di produttività e di condizioni di vita dei coltivatori che gli forniscono cacao.

Entro il 2016, 13.000 coltivatori saranno integrati nel sistema di geotracciabilità e forniranno a Ferrero fave di cacao certificate UTZ. Quando il cacao è prodotto, viene insaccato e identificato tramite un codice a barre nell'azienda agricola, permettendo la sua tracciabilità lungo tutta la catena di approvvigionamento. Ferrero potrà tracciare il cacao nei suoi spostamenti dall'azienda agricola verso i suoi stabilimenti e garantire in tal modo una tracciabilità continua.

NOBLE RESOURCES

Ferrero lavora inoltre con *Noble Resources* in Ghana, dove 3.200 coltivatori sono stati formati

in pratiche agricole sostenibili in preparazione alla stagione del cacao 2012/2013. La loro formazione si è basata sullo schema *CCE-Certification Capacity Enhancement*. In totale, 85 comunità hanno preso parte al programma per produrre fave di cacao sostenibili di elevata qualità che miglioreranno le competenze manageriali e organizzative dei coltivatori. Queste comunità provengono dai distretti settentrionali e meridionali di Ahafo-Ano della regione di Ashanti del Ghana.

Il programma di formazione permette ai coltivatori un miglior utilizzo delle loro terre e un miglioramento della loro qualità di vita. Sono state istituite *Farmer Business School* in cui coltivatori già formati e con più esperienza possono a loro volta formare altri coltivatori. Si pone inoltre l'accento sul coinvolgimento delle donne nelle attività legate al settore del cacao. Per incrementare la sicurezza alimentare, gli agricoltori sono incoraggiati a diversificare le loro colture tramite la produzione di mais e manioca.

La partecipazione femminile è passata dal 23% al 27% e in generale il reddito dei coltivatori aumenta grazie ad altre colture che sono state affiancate a quelle del cacao, con un miglioramento generale delle condizioni di vita delle comunità. Queste fonti di sussistenza supplementari rappresentano per i coltivatori un incentivo a perseguire le attività di produzione di cacao e permettono loro di accrescere il reddito familiare.

Questa esperienza in Africa Occidentale combina una produzione di cacao sostenibile a iniziative formative che affrontano le tematiche sulla sicurezza e sulla parità di genere e per Ferrero è diventata un esempio di produzione sostenibile di cacao.

Nigeria

PROGETTO FADU (KOKODOLA)

Come già indicato nel terzo rapporto CSR,

Ferrero sostiene il progetto "FADU" con altre imprese internazionali di primo piano, all'interno del CPQP, "The Cocoa Productivity and Quality Program" gestito da IDH (Sustainable Trade Initiative, www.idhsustainabletrade.com), con Continaf (www.continaf.com), Petra Foods Limited (www.petrafoods.com), Oxfam Novib (www.oxfamnovib.nl), Fadu (www.fadu.info) e Solidaridad West Africa (www.fadunigeria.org/westafrica).

Gli obiettivi e target principali sono:

- ▶ Migliorare la produzione e la qualità del cacao
- ▶ Migliorare la disponibilità di capitali e l'accesso ai fattori produttivi
- ▶ Migliorare le competenze dei gruppi di coltivatori
- ▶ Affrontare le questioni sociali ed emancipare le categorie più vulnerabili
- ▶ Creare piattaforme nazionali con una pluralità di stakeholder
- ▶ Raggiungere i risultati seguenti:

I COLTIVATORI FADU SI CONVERTONO AL:
Cacao sostenibile negli stati Osun e Ondo in Nigeria



	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3	ANNO 4
Numero complessivo di coltivatori coinvolti	1.500	3.500	5.500	7.500
Numero di nuovi coltivatori	1.500	2.000	2.000	2.000
Media ettari / coltivatore	1,5	1,5	1,5	1,5
Volumi totali di Cacao Certificato (MT)	900	2.400	4.400	7.200

Nel 2012, i principali risultati del progetto sono stati i seguenti:

	TARGET	UOMINI	DONNE	TOTALE
Numero di coltivatori certificati	1.500	1.274	387	1.661
Ettari UTZ certificati	2.200	n.a.	n.a.	2.948
Resa media kg per ettaro	400	325	289	320
Età media dei coltivatori		52	50	51
Media ettaro / coltivatore		2,3	1,7	2,15

I 4 pilastri

Il Gruppo Ferrero

Le donne e gli uomini Ferrero

Le pratiche agricole sostenibili

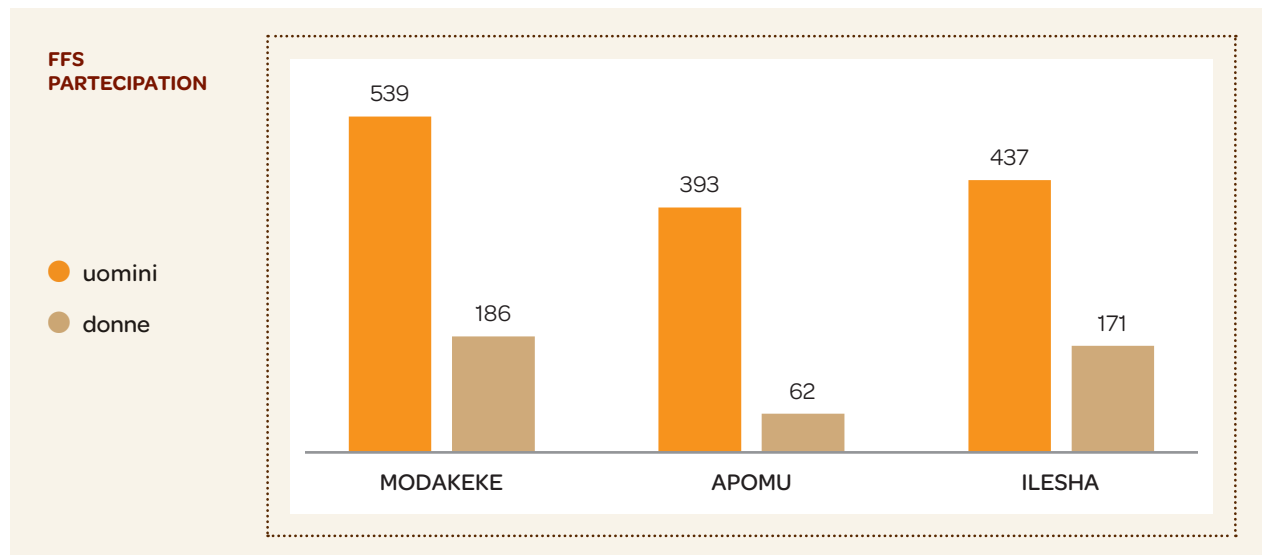
Minimizzare l'impatto ambientale

R. S. I. del Gruppo Ferrero

Ferrero Rocher

Paesi

Sono state organizzate molte attività di formazione nelle regioni coperte dal progetto, con il seguente tasso di partecipazione:



Gli obiettivi del Progetto FADU per il 2013 sono i seguenti:

OBIETTIVI PER IL 2013	
Numero di nuovi coltivatori con certificazione UTZ primo anno (30% donne)	2.000
Numero di coltivatori certificati UTZ secondo anno	1.500
Revitalizzazione dei terreni (ettari)	3.550
Numero nuove piantine	38.776
Numero di appezzamenti Demo (10 per zona)	30
Numero di Team per la potatura (Anno 1&2)	462
Progetto pilota IDH Fertilizer (ettari)	60

L'obiettivo di Ferrero è di mantenere saldo il proprio impegno e ove possibile di accelerare l'approvvigionamento di fave di cacao con certificazione di sostenibilità e creare nuovi progetti con altri *partner* in diversi paesi produttori.



Coltivatori durante le attività di formazione

NOCCIOLE

Ferrero è tra i maggiori utilizzatori al mondo di nocciole ed **ha adottato un piano che prevede di ottenere, entro il 2020, la tracciabilità del 100% delle nocciole utilizzate.**

Tale obiettivo comporta una strategia dettagliata sull'approvvigionamento basata sull'applicazione del progetto, denominato piano *Ferrero Farming Values* (FFV) basato sui seguenti principi:

- ▶ **assicurare l'eccellenza della produzione di nocciole**, partendo dalla piantagione e dalle operazioni successive alla raccolta. Questo, in collaborazione con gli agricoltori e gli altri operatori del settore contribuirà al rispetto degli standard sulla freschezza, qualità e sicurezza;
- ▶ **rispettare e far rispettare dai propri fornitori, condizioni di lavoro** 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 illegali, dal lavoro forzato e dei detenuti, promuovendo la parità di genere e **nel pieno rispetto dei diritti umani**;
- ▶ **Mettere in pratica uno schema di lavoro sicuro** che possa essere integrato a monte da ogni fornitore nella sua catena di approvvigionamento per garantire sicurezza, servizi e informazioni aggiornate ad ogni *stakeholder*.

Il piano di Ferrero verso la piena tracciabilità prevede programmi dettagliati attivati direttamente sul terreno dei paesi produttori.

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. Tale processo è garantito da visite frequenti e *audit* svolti da enti esterni che Ferrero paga ai propri fornitori durante l'anno.



Il piano *Ferrero Farming Values* per l'approvvigionamento di nocciole provenienti dalla Turchia include due fasi:

1. creazione di uno standard di approvvigionamento responsabile, metodologia di *audit* e sistemi di *reporting*
2. valutazione delle *"labor practices"* tra i coltivatori ed operatori del settore sulla base delle prestazioni ambientali e della trasparenza economica attraverso visite sul campo.

Il nostro piano di approvvigionamento sostenibile, prevede il coinvolgimento di un istituto di certificazione mondiale, il *"Scientific Certification System"* (SCS Global Services,

www.scsglobalservices.com/), e lo sviluppo di azioni concrete sul campo in Turchia.

La fase 1 è iniziata con il coinvolgimento di SCS nel 2012 e con la valutazione dello scenario di base. Per attuare pienamente i principi stabiliti nelle norme di approvvigionamento responsabile, Ferrero ha adottato un approccio sviluppato su 4 pilastri principali:

- ▶ Buone Pratiche Agricole
- ▶ Buone Pratiche Sociali
- ▶ Qualità Post-Raccolta,
- ▶ Tracciabilità.

SCS effettuerà una verifica degli sforzi di Ferrero come terza parte per promuovere una migliore gestione del lavoro e pratiche di produzione con aziende partecipanti.



Il Piano *"Ferrero Farming Values"* (FFV) definisce che:

- ▶ Le nocciole dovrebbero essere tracciabili in ogni momento, dalla provenienza (il coltivatore) fino al cancello della fabbrica Ferrero,
- ▶ Le nocciole tracciabili dovrebbero essere riconosciute come *"prodotti premium"* lungo tutta la catena di approvvigionamento.

Per mantenere la massima qualità di nocciole, abbiamo sviluppato processi di tostatura con tecnologie esclusive, **che permettono di esaltare l'aroma e il gusto di questo nostro ingrediente di base**. Per saperne di più, si veda la sezione successiva del presente rapporto *"Le aziende agricole Ferrero"*.

ACCORDO DI PARTENARIATO PUBBLICO-PRIVATO PER LA TURCHIA

L'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) e l'Associazione europea delle industrie dolciarie (CAOBISCO) hanno siglato un progetto di collaborazione denominato "Partenariato Pubblico-Privato" (PPP), il 22 aprile 2013, per contribuire allo sradicamento delle peggiori forme di lavoro minorile durante la raccolta stagionale di nocciole in Turchia.

Tale progetto servirà da sostegno ad un programma già esistente tra l'ILO ed il governo olandese. Il progetto sarà attuato congiuntamente dal Ministero turco del Lavoro e della Sicurezza Sociale, nonché l'ILO presente nella regione del Mar Nero, nella provincia di Ordu. Le attività ed i fondi previsti dall'accordo PPP copriranno un periodo di 12 mesi, tra aprile 2013 ed aprile 2014. Come membro di CAOBISCO, Ferrero sostiene attivamente il programma di attività derivante dall'accordo con l'ILO.



Fiori di nocciolo

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

L'obiettivo principale del progetto PPP è quello di sostenere ed attuare, durante le attività agricole stagionali in Turchia, la strategia già adottata dal governo turco tramite l'apposito "Programma Nazionale per l'eliminazione delle peggiori forme di lavoro minorile" da completare entro il 2015.

Gli obiettivi del progetto sono:

- ▶ Potenziare a livello locale la capacità di sottrarre i minori al lavoro minorile stagionale durante la raccolta delle nocciole, nella provincia di Ordu;
- ▶ Impedire che i minori vengano coinvolti in attività a rischio, sostenendo le istituzioni pubbliche locali, il comune di Ordu, la Camera di Agricoltura di Ordu, le ONG locali e sviluppando modelli di monitoraggio e di *partenariato* in stretta collaborazione con il Ministero del Lavoro e della Sicurezza Sociale turco.

ZUCCHERO

Ferrero prosegue il proprio impegno decennale con cooperative agricole e produttori di zucchero situati all'interno dell'Unione Europea.

In particolare, in Germania e in Italia intratteniamo relazioni con gli stessi fornitori da più di 40 anni.

Lo zucchero che acquistiamo può essere indicativamente ripartito come segue: **75% zucchero da barbabietola e 25% zucchero di canna raffinato**, con un incremento futuro verso la quota di canna.

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 applicati da sempre.

In accordo con quanto previsto dalla strategia di Gruppo sul non utilizzo di Organismi Geneticamente Modificati – OGM, il Gruppo si approvvigiona esclusivamente di zucchero non derivante da OGM.

Come menzionato nei precedenti rapporti CSR, Ferrero partecipa all'organizzazione multi-stakeholder "BonsucroTM (www.bonsucro.com). L'obiettivo di Bonsucro è quello di favorire la sostenibilità del settore della canna da zucchero attraverso un sistema di certificazione e supportando i continui miglioramenti dei suoi membri. Il *Bonsucro Production Standard* definisce gli indicatori globali relativi a elementi chiave per una filiera della canna da zucchero sostenibile: aspetti economici, ambientali e rispetto dei diritti umani. A sostegno, nel 2012/2013 prevediamo di acquistare 5.000 crediti Bonsucro, in quello che risulterà uno dei primi concreti apporti a questa importante iniziativa.



L'obiettivo del Gruppo è il raggiungimento nel 2020 del 100% di zucchero di canna raffinato da

fonti di approvvigionamento sostenibili secondo la tabella seguente:

ANNI	PERCENTUALE DI APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE
2012/2014	10%
2014/2016	40%
2016/2018	70%
2018/2020	100%

NEW SOUTH WALES SUGAR MILLING COOPERATIVE MANILDRA HARWOOD SUGARS

Recently the New South Wales Sugar Milling Cooperative and Manildra Harwood Sugars announced that they became the first in Australasia to become Bonsucro certified. The Bonsucro certification is obtained by strict audit by an independent certification body as being in compliance with the Bonsucro Standard.

Customers who purchase Bonsucro Certified Sugar are assured that the product they receive has been ethically, environmentally and economically manufactured in a sustainable way by all involved within the supply chain from the farmer to the customer.

The Cooperative is now delighted to announce that a key customer, Ferrero, is supporting this important sustainable initiative through the purchase of 5,000 Bonsucro credits in what will be the first trade in Australasia.

Being the fourth largest confectionery group in the world, Ferrero has a very clear practice of supporting the highest quality products and careful selection of the finest raw materials and through this purchase is supporting and rewarding the local industry through their commitment to the certification process. By

supporting those sugar cane producers who implement good agricultural practices and farm management, companies like Ferrero encourage better farming practices, increased yields, better quality, less impact on the environment, better social working circumstances and a more efficient way of production.

Chairman of Sunshine Sugar Mr Ian Causley said "The certification and subsequent agreement with Ferrero is an important part of the Cooperative's continuous improvement program targeting social and environmental improvement. We congratulate Ferrero on being the first customer to participate in a process that is beneficial to all facets and levels of the community. We are proud that an Australian grower-owned enterprise in conjunction with our partners, Australian icon Manildra Group, has been able to lead the way in such a responsible manner. Personally I think that having the makers of my favourite chocolate as our first Bonsucro partner is a very positive move."

Bonsucro CEO Nick Goodall welcomed the sale "Congratulations to Sunshine Sugar and Ferrero for demonstrating their commitment and support for the sustainable production of sugarcane".



LATTE

Il Gruppo si approvvigiona di latte proveniente da fornitori scrupolosamente selezionati, costantemente controllati, estremamente affidabili, in aree di vocazione lattiera, con caratteristiche di elevata qualità per un prodotto così delicato e prezioso, in particolare per i bambini.

I rapporti di lunga durata con i fornitori ci consentiranno di realizzare nel tempo un programma di sviluppo e crescita reciproca, con l'obiettivo di arrivare ad una **filiera corta, controllata e sostenibile**.

Come anticipato nei precedenti rapporti CSR, il progetto Ferrero sulla filiera permane e si prefigge obiettivi sempre più sfidanti, tra i quali i principali sono:

- ▶ fidelizzare, monitorare e controllare tutta la catena di approvvigionamento, dal campo all'allevatore ed al produttore di semilavorati (latte scremato in polvere, latte intero in polvere e burro anidro), corrispondendo un prezzo adeguato e limitando i fattori speculativi;
- ▶ garantire sempre e comunque eccellente qualità e tracciabilità al nostro consumatore finale.

Ferrero ha raggiunto l'obiettivo del 30% di approvvigionamento da filiera "integrata" nel 2012 e si prefigge di far evolvere il progetto secondo il concetto di filiera "corta, controllata e sostenibile" entro il 2015.

L'obiettivo del progetto "filiera corta, controllata e sostenibile", per il periodo 2013-2015, è quello di sviluppare e consolidare le azioni necessarie al raggiungimento degli *standard* previsti dal protocollo Ferrero per acquisire

30.000 tonnellate, relativamente ai tre aspetti caratterizzanti la filiera:

- ▶ "corta": fruibilità dei dati di tracciabilità, inclusa la distanza tra gli enti coinvolti, con un programma di implementazione documentale dell'azienda agricola;
- ▶ "controllata": rispetto della "Qualità Ferrero" per i limiti chimici e microbiologici;
- ▶ "sostenibile": monitoraggio indici di benessere animale e della sostenibilità ambientale. In particolare gli indici di benessere animale che Ferrero intende monitorare, saranno così ripartiti: alimentazione animale, strutture aziendali, salute animale e comportamento animale.



CAFFÈ

La quantità di caffè acquistato da Ferrero, anche se piuttosto contenuta rispetto ad altre materie prime come il cacao, è pienamente conforme con i nostri valori ed impegni.

Crediamo che sia importante approvvigionarci di caffè che:

- ▶ soddisfi i nostri elevati standard di qualità
- ▶ sia prodotto in modo sostenibile e certificato come tale.

Ben consapevoli dei problemi sociali e ambientali che possono verificarsi nella coltivazione del caffè, abbiamo fissato il nostro obiettivo di acquisire il **100% caffè sostenibile certificato entro il 2013, ovvero quasi due anni di anticipo** rispetto alle scadenze originariamente previste.

Negli ultimi anni, sono stati compiuti notevoli progressi in tema di formazione e certificazione dei produttori di caffè, in **Sud e**



Centro America, dove ci approvvigioniamo, permettendoci così di aumentare la quantità di caffè sostenibile acquistato, al punto che ci sarà possibile **raggiungere il nostro obiettivo per la fine del 2013**.

Il caffè acquistato nel 2012/13 è stato certificato da UTZ.

"UTZ has an online traceability system (the Good Inside Portal) where all registered members have to administer their sales and purchases of UTZ coffee. This helps us identify not only where our coffee beans originate from, but it also serves as an additional assurance that the coffee was produced sustainably, with respect for people and planet. Farmers are trained to adopt better farming practices, and in this way enabled to improve their livelihoods and provide a better quality of life for their families, while safeguarding the environment and securing the earth's natural resources."

Il programma *UTZ Certified* garantisce la produzione e l'approvvigionamento responsabile che i consumatori si aspettano. UTZ ha un sistema di tracciabilità *online* (portale *Good Inside*) dove tutti i membri registrati devono inserire i propri dati relativi alle vendite e agli acquisti di caffè UTZ. Questo ci aiuta a identificare non solo la provenienza dei nostri chicchi di caffè, ma anche il modo in cui sono stati prodotti ed essere certi che gli agricoltori hanno ricevuto gli strumenti e il supporto necessari per rendere la loro attività sostenibile. Così gli agricoltori sono in grado di migliorare le proprie condizioni di vita e quelle delle loro famiglie. Questo avrà anche un impatto sulla comunità locale, con la costruzione di nuove infrastrutture e il potenziamento dell'economia locale.

UOVA

La Ferrero utilizza le uova principalmente nei suoi prodotti da forno; esse rappresentano una piccola percentuale del volume totale delle nostre materie prime. L'anno scorso, come riportato nell'ultimo *Report* CSR, il Gruppo Ferrero, sensibile alle tematiche sul benessere degli animali e in particolare sul benessere delle galline ovaiole, ha deciso di adottare di propria iniziativa un programma volontario interno per l'utilizzo di uova "sostenibili".

Il programma prevedeva l'acquisto di uova provenienti da galline allevate a terra secondo questa progressione:

- ▶ **40% Entro settembre 2012**
- ▶ **60% Entro settembre 2013**
- ▶ **100% Entro settembre 2014**

Si è lavorato con determinazione insieme ai nostri fornitori per il conseguimento dell'obiettivo annuale. Questo approccio è in linea con il no-

stro impegno nel mantenere relazioni durature con i nostri fornitori, invece di stipulare contratti con nuovi fornitori, che sarebbero maggiormente allineati ai nostri nuovi standard.

Grazie a tale lavoro, **siamo lieti di affermare che da novembre 2012 utilizziamo più del 44% del volume totale di uova provenienti da galline allevate a terra e la percentuale è costantemente in crescita.**

Per questo, il Gruppo Ferrero rinnova il suo impegno nel raggiungere il suo obiettivo finale nel 2014, raggiungendo già il 60% di approvvigionamento di uova provenienti da galline allevate a terra entro settembre 2013.

Continuiamo il nostro dialogo con alcune esperte ONG attive nel campo del benessere degli animali.

Il programma di approvvigionamento è in linea con il nostro piano, rispettando le scadenze e le quantità sopra evidenziate.



LECITINA DI SOIA

La lecitina di soia è una miscela di fosfolipidi estratta dai semi di soia.

È un emulsionante di origine naturale, la cui principale funzione è quella di migliorare le caratteristiche di lavorazione e conservazione dei prodotti finiti.

Oltre a influire positivamente su alcuni processi tecnologici, la lecitina di soia presenta positivi aspetti nutrizionali, infatti svolge un ruolo essenziale influenzando positivamente sul metabolismo del colesterolo.

Ferrero si approvvigiona di lecitina dal Brasile e dall'India e la utilizza nella produzione dei cioccolati, dei ripieni e dei prodotti da forno.

La filiera di produzione e approvvigionamento si può sintetizzare in:

- ▶ selezione delle sementi,
- ▶ coltivazione della soia,
- ▶ conferimento agli stabilimenti di estrazione,
- ▶ standardizzazione della lecitina ottenuta,
- ▶ consegna agli stabilimenti Ferrero.

Come evidenziato di seguito la garanzia di assenza di Organismi Geneticamente Modificati viene validata a ogni step della filiera.

Per tutte le fasi della filiera sono definite e certificate procedure documentali e test analitici di controllo per assicurare l'origine **NON OGM** del prodotto.

Ferrero:

- ▶ Acquista materie prime solo da fornitori in grado di dimostrare di non avvalersi di coltivazioni transgeniche;
- ▶ Richiede al fornitore un'analisi **per ogni lotto** in partenza presso laboratori accreditati;
- ▶ Effettua su ciascun lotto 2 analisi internamente:
 - ✓ su un campione pre-spedizione.
 - ✓ su un campione prelevato prima dello scarico.

Solo se **tutti gli esiti** (fornitore, pre-spedizione e arrivo) sono negativi, la materia prima può essere utilizzata nei processi Ferrero.



Fagioli di soia

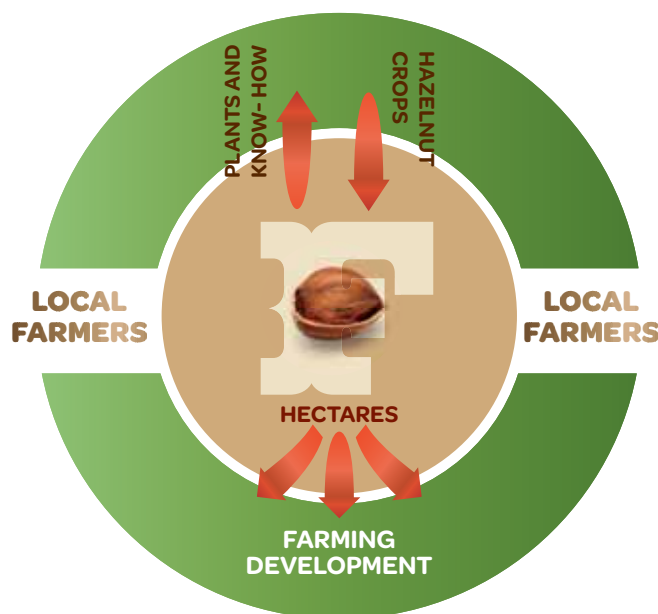
LE AZIENDE AGRICOLE FERRERO PER LA COLTIVAZIONE DEL NOCCIOLO

L'intervento di Ferrero a favore dello sviluppo del settore corilicolo si svolge secondo una strategia collaudata da più di un decennio in diversi paesi nel mondo, così riassumibile:

- ▶ Acquisizione e gestione di aziende pilota: l'azienda pilota, gestita direttamente dall'*Hazelnuts Business Development* (HBD) di Ferrero, ha una triplice funzione:
 1. **sperimentale**: per verificare l'adattabilità delle differenti varietà di nocciolo alle condizioni agro-climatiche locali e sperimentare le differenti tecniche agronomiche;
 2. **dimostrativa**: per incentivare e promuovere presso gli operatori vicini la coltivazione del nocciolo;
 3. **produttiva**: per assicurare una parte significativa del raccolto alla Ferrero e per agevolare la vendita ai prezzi di mercato.

- ▶ Attività vivaistica: le piantine di varietà selezionate prodotte dai vivai Ferrero/HBD sono vendute agli agricoltori locali ad un prezzo equo¹. Assieme alla vendita delle piantine, Ferrero assicura un'attività di assistenza tecnica agli agricoltori per la realizzazione delle piantagioni.

- ▶ Ricerca e formazione: Ferrero collabora con istituzioni di ricerca nazionali e internazionali su diverse tematiche relative alla gestione tecnica dei nocciolati. Sono inoltre realizzate attività di formazione e divulgazione presso gli agricoltori, in collaborazione con progetti internazionali e istituzioni di formazione locali.



I risultati positivi sinora ottenuti dai progetti HBD sono anche dovuti alle caratteristiche della coltivazione del nocciolo, che può rappresentare una valida alternativa produttiva per grandi imprenditori agricoli ma anche per piccole e medie aziende contadine. **La coltivazione del nocciolo, infatti, può fornire ottimi risultati con l'impiego di mezzi di produzione più contenuti rispetto ad altre colture.**

Le principali caratteristiche agro-economiche di tale coltivazione possono essere sintetizzate come segue:

- ▶ In età di piena produzione, oltre i 7-10 anni, i nocciolati possono assicurare **redditi² superiori ai 1.000 €/ha** in condizioni produttive marginali (rispetto ai 300-700 €/ha medi forniti da colture annuali in asciutto) **e oltre i 2.500 €/ha** in condizioni di gestione intensiva. Da notare che **l'età di un nocciolato può arrivare a circa 50 anni.**

1 Cioè con un margine che copre i costi diretti ed i costi strutturali *standard*.

2 Valore della produzione vendibile al netto dei costi di conduzione agronomica e di gestione aziendale.

- ▶ **Il fabbisogno idrico di un nocciolo** è sensibilmente inferiore ai fabbisogni di colture arboree da frutto (per esempio, in ambiti temperato-aridi come la VII Regione del Cile, 5.000-7.000 metri cubi anno/ha rispetto agli 8.000-12.000, e oltre, di frutteti intensivi). Ciò rende conveniente la coltura del nocciolo in situazioni di limitata disponibilità di risorse idriche o in assenza di irrigazione in ambienti agro-climatici che presentano delle precipitazioni di 700-900 mm di pioggia se adeguatamente distribuiti lungo il ciclo vegetativo della pianta.
- ▶ Il nocciolo è meno esigente rispetto ad altre colture arboree da frutto anche per **il controllo fitosanitario** di routine, richiedendo non più di 4 trattamenti (i frutteti intensivi ne richiedono oltre gli otto). Lo stesso vale per le **fertilizzazioni azotate**, visto che il nocciolo ha un fabbisogno che si aggira sulle 80 unità di azoto per ettaro (rispetto alle 120 ed oltre dei frutteti).
- ▶ **L'impiego di manodopera** necessaria per la gestione di un nocciolo varia sensibilmente a seconda del modello di conduzione aziendale. Si passa, infatti, dalle 420 ore/ha (52 giornate) in situazioni di basso impiego di meccanizzazione, come nelle aziende a conduzione familiare, alle 175 ore/ha (21 giornate) in aziende intensive altamente meccanizzate.
- ▶ In virtù delle sue contenute esigenze agronomiche ed alla longevità delle piantagioni, il nocciolo è considerato una coltivazione a **basso impatto ambientale** che si presta ad essere coltivata in zone con condizioni agro-ecologiche sensibili (quali zone collinari e pedemontane) e ad essere utilizzata in ambito di iniziative a bilancio di carbonio positivo.

Il fattore maggiormente limitante alla diffusione della coltivazione del nocciolo è rappresentato dalla **lunghezza del periodo pre-produttivo** dell'impianto pari a 4-5 anni per raggiungere produzioni significative, ed a 7-10 anni per raggiungere la fase di piena produzione (peraltro caratteristico per tutta la frutta in guscio).

Oltre alla vendita di piantine ad un prezzo equo, Ferrero intende favorire, presso istituzioni finanziarie nazionali ed internazionali, la creazione di strumenti creditizi ad-hoc che permettano agli agricoltori di affrontare l'investimento iniziale in condizioni agevolate.

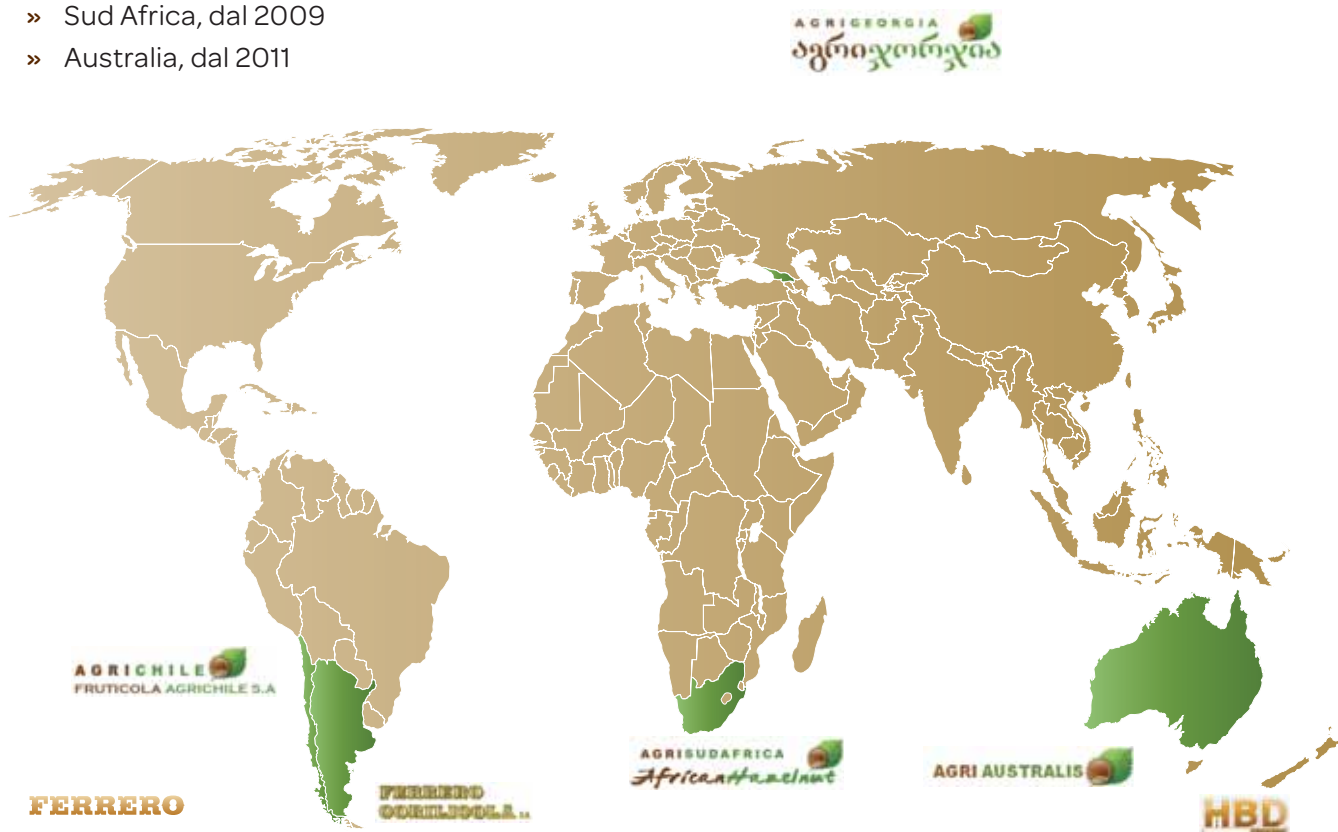


ALCUNI DATI SULLE AZIENDE AGRICOLE FERRERO

Le aziende agricole Ferrero dedicate alla coltivazione del nocciolo, denominate "Agri" sono attive in:

- » Cile, dal 1991
- » Argentina, dal 1994
- » Georgia, dal 2007
- » Sud Africa, dal 2009
- » Australia, dal 2011

per un totale di **9.000 ettari coltivabili** e in gran parte già coltivati. Vi lavorano **oltre 1.000 persone**, inclusi gli agricoltori stagionali.



Ferrero ha deciso di investire in tali coltivazioni per poter disporre di nocciole:

- ▶ **di qualità eccellente, sempre fresche, in tutto il mondo;**
- ▶ **anche in contro-stagionalità rispetto alla produzione dell'emisfero nord.**

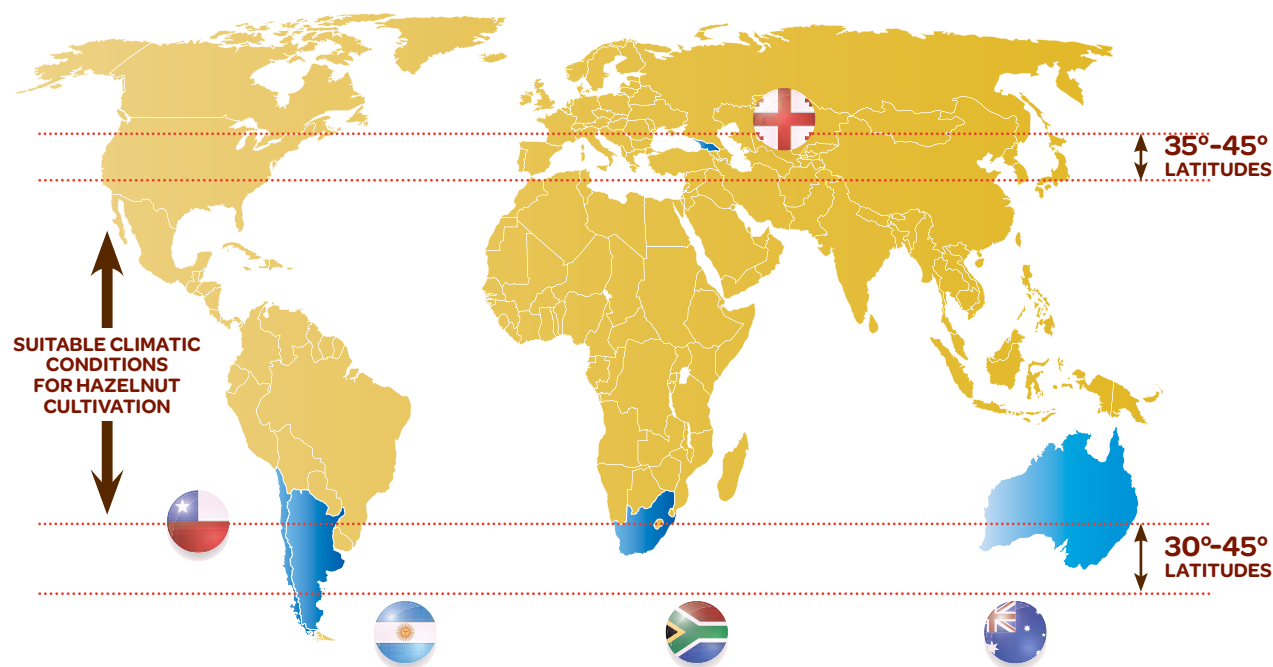
Considerato che i prodotti Ferrero non utilizzano né aromi né conservanti, è sempre stata una priorità del Gruppo quella di disporre di materie prime agricole di eccellente qualità, durante tutto l'anno.

I terreni sono stati scelti sulla base di una serie

di ragioni climatiche, ambientali e logistiche tra cui:

- » le temperature ideali per la crescita del nocciolo;
- » la natura dei suoli;
- » biodiversità delle aree destinate alla coltivazione e assenza di foreste o aree protette;
- » presenza pregressa di agricoltori specializzati;

oltre naturalmente a criteri collegati al rispetto dei diritti umani nei paesi considerati, alle condizioni di rischio legate agli investimenti e ad un'analisi costi-benefici.



Il concetto delle **"3F: Food, Fiber, Fuel"** ispira l'organizzazione delle piantagioni che producendo nocciole, legna e combustibile si rendono indipendenti. I gusci di nocciole, inoltre, vengono utilizzati anche per riscaldare gli edifici. La presenza di noccioli aiuta a combattere l'erosione del suolo e l'effetto slittamento.

Il **"Millennium Ecosystem Assessment"** (MA)³, commissionato dalle Nazioni Unite, definisce quali sono i criteri per una gestione più sostenibile del patrimonio naturale. Tra tali criteri, **"Food, Fiber, Fuel"** viene indicato come uno strumento per porre freno all'inarrestabile degradazione degli ecosistemi terrestri.

³ Il *Millennium Ecosystem Assessment* (MA) è stato commissionato dal Segretario Generale delle Nazioni Unite, Kofi Annan, nel 2000. Avviato nel 2011, l'obiettivo del MA è di valutare le conseguenze del cambiamento dell'ecosistema sul benessere umano e le basi scientifiche per azioni necessarie a migliorare la salvaguardia e l'uso sostenibile di tali sistemi ed il loro contributo al benessere umano. Il MA ha coinvolto più di 1.360 esperti di tutto il mondo. Le loro conclusioni, contenute in cinque volumi tecnici e sei sintesi, forniscono una valutazione all'avanguardia sulla situazione e sull'andamento degli ecosistemi mondiali. Per maggiori informazioni si veda il sito <http://www.unep.org/maweb/en/index.aspx>.

LA CATENA DEL VALORE DELLE NOCCIOLE

Il grafico che segue mostra le cinque principali tappe della produzione delle nocciole.



LE PERSONE DELLE AZIENDE AGRICOLE FERRERO

Le aziende agricole Ferrero impiegano, al 31 agosto 2012, un totale di 1.012 persone di cui 595 in Georgia, 372 in Cile, 34 in Sud Africa, 9 in Argentina, 2 in Australia. **Di queste il 77% sono operai agricoli.**



GLI OPERAI AGRICOLI DELLE AZIENDE AGRICOLE AL 31.08.2012

	ARGENTINA	AUSTRALIA	CILE	GEORGIA	SUD AFRICA	TOTALE
Operai agricoli	89%	100%	86%	70%	100%	77%
Totale	9	2	372	595	34	1.012

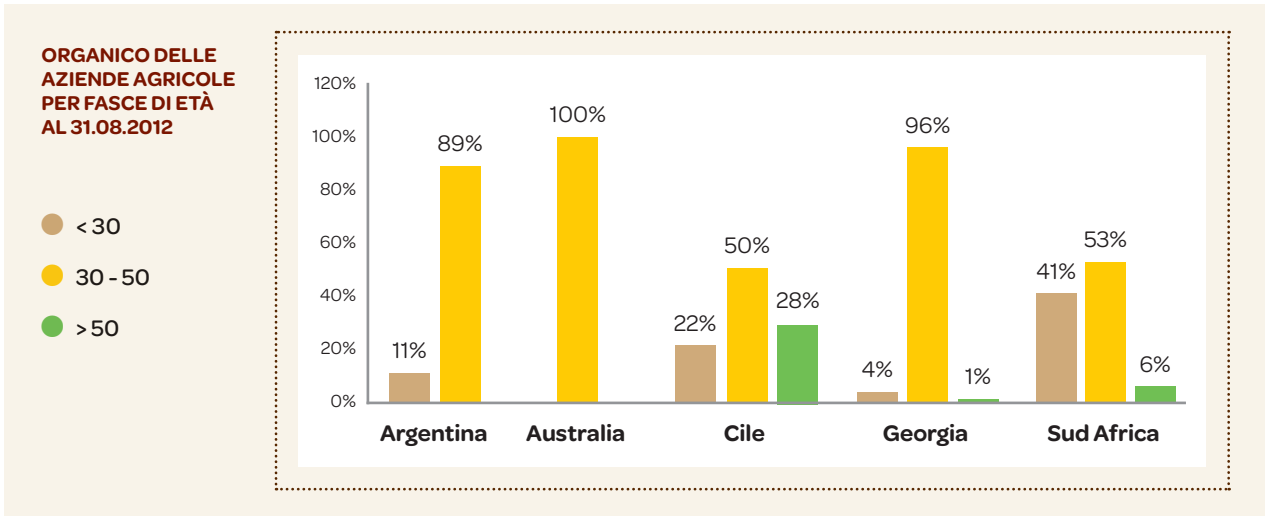
Di seguito è riportata la scomposizione del personale delle aziende agricole per genere e per età.

OCCUPAZIONE FEMMINILE PER CATEGORIA PROFESSIONALE NELLE AZIENDE AGRICOLE AL 31.08.2012

Inquadramento	Uomini	Donne	Totale	di cui donne
Operai	646	125	771	16%
Impiegati	172	31	203	15%
Middle manager	25	7	32	22%
Senior manager	6	0	6	0%
Totale	849	163	1.012	16%

Al 31 agosto 2012, **la percentuale delle donne sul totale della forza lavoro è pari al 16%**. In particolare in Cile e in Georgia, le due aziende

più numerose, le donne rappresentano rispettivamente il 22% e il 12% del totale dei dipendenti.



La fascia di età che accoglie la maggiore concentrazione di dipendenti è quella tra i 30 e i 50 anni che rappresenta circa il 77% del totale.

Il 41% dei contratti di lavoro in essere nelle aziende agricole del Gruppo è a tempo indeterminato.

ORGANICO DELLE AZIENDE AGRICOLE PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO AL 31.08.2012

Tipologia Contrattuale	Argentina	Australia	Cile	Georgia	Sud Africa
Tempo indeterminato	100%	50%	47%	33%	100%
Tempo determinato	0%	50%	53%	67%	0%
Totale	9	2	372	595	34

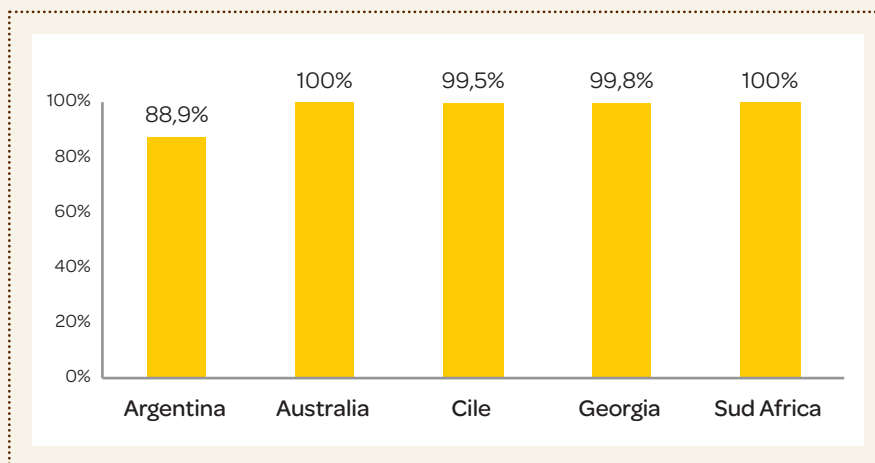


Nell'anno in esame, **sono state assunte un totale di 58 persone e si è registrato un turnover in uscita pari al 2,4%.**

Nella politica di assunzioni delle "Agri", Ferrero tende a privilegiare gli appartenenti

alle comunità locali. **Il 99,6% del totale dei dipendenti delle aziende agricole Ferrero, al 31 agosto 2012, è assunto localmente, ovvero con nazionalità del paese in cui opera l'azienda.**

ASSUNZIONI LOCALI SUL TOTALE DEGLI ORGANICI AL 31.08.2012



LA FORMAZIONE DEDICATA AGLI AGRICOLTORI

Ferrero dedica molta attenzione alla formazione degli agricoltori operanti nelle "Agri", tenendo conto delle diverse realtà locali e delle diverse categorie di agricoltori già presenti nelle aree considerate.

Considerate le recenti costituzioni delle aziende agricole, gli attuali progetti pilota di Ferrero si concentrano principalmente in Georgia e in Cile.

In **Georgia**, tramite un progetto con USAID (*United States Agency for International Development*), denominato EPI (*Economic Prosperity Initiative*), Ferrero ha già sviluppato attività di formazione locali che raggiungeranno 2.000 agricoltori entro il 2014.

Nel 2012, sono stati circa 800 i beneficiari di tale programma.



Il corso di **formazione** per gli **agricoltori georgiani** relativo alla coltivazione del nocciolo, è così strutturato:

- ▶ partecipazione di **aziende agricole di diverse dimensioni**: da pochi ettari a centinaia di ettari;
- ▶ **selezione degli agricoltori** partecipanti al corso, dando precedenza a chi tra di loro coltiva nocciole come fonte di reddito principale;
- ▶ attivazione del sistema **micro-crediti agli agricoltori a tassi agevolati** per l'acquisizione dei mezzi tecnici;

- ▶ avvio della formazione di **tecnici specializzati** che a loro volta eseguiranno corsi di formazione agli agricoltori.



Il programma di formazione EPI pone il coltivatore di nocciole al centro del sistema agricolo locale, migliorandone la professionalità e le motivazioni. Ciò ha consentito:

- » **un incremento nella qualità delle nocciole**, attraverso l'introduzione di tecniche di coltivazione moderne;
- » lo sviluppo di iniziative di aggregazione tra agricoltori per l'**acquisto facilitato di mezzi e prodotti utili alle coltivazioni**.

Tra i possibili sviluppi futuri del programma vi è l'eventuale estensione delle attività descritte al mondo corilicolo georgiano costituito da decine di migliaia di agricoltori.

In **Cile**, AgriChile si relaziona direttamente con oltre **200 "productores"**.

Si tratta di veri e propri imprenditori agricoli moderni che posseggono ciascuno tra 50 e 500 ettari coltivati a nocciolo. Per sviluppare la coltivazione locale del nocciolo e per migliorarne costantemente la qualità, AgriChile

ha sviluppato un programma di scambio di pratiche agricole e di tecniche agronomiche tra gli agronomi Ferrero ed i "productores" locali.



Tale programma si conclude ogni anno con la proposta di acquisto da parte di AgriChile della produzione di nocciole locali a prezzi di mercato mondiale.



Si prevede che entro il 2020, gli investimenti cileni a favore della produzione del nocciolo potranno situare tale paese tra i primi al mondo per superficie coltivata.



L'OTTENIMENTO DI "CREDITI CARBONIO"

Il progetto **"Afforestazione con Piantagioni di Nocciolo in Georgia Occidentale"** ha permesso di evidenziare:

- ▶ l'assorbimento della CO₂ atmosferica attraverso i processi naturali di fotosintesi e lo stoccaggio, a lungo termine, nella biomassa legnosa degli alberi di nocciolo;
- ▶ il recupero di terre, prima abbandonate e in avanzato stato di degrado, sulle coste del Mar Nero, ora dedicate alle piantagioni.

AgriGeorgia ha già ottenuto 500.000 crediti carbonio sulla base del *Carbon Fix Standard*, dopo la validazione indipendente condotta da *Tuev Sued*.

Maggiori informazioni sul progetto sono disponibili al seguente indirizzo in varie lingue:



www.climateprojects.info/GE-HAP.





MINIMIZZARE L'IMPATTO AMBIENTALE

Fiore di nocciolo

FERRERO

CONDIVIDERE **VALORI** PER CREARE **VALORE**

MINIMIZZARE L'IMPATTO AMBIENTALE

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Il Gruppo ha costituito uno specifico Dipartimento "Sostenibilità Ambientale Prodotto" con lo scopo di definire un programma di sostenibilità per l'area prodotto, garantendone la coerenza e l'integrazione con i piani strategici.

Il programma con cui il Gruppo ha deciso di affrontare questa sfida consiste in sette aree strategiche che coprono tutta la catena del

valore del prodotto. Alcune aree sono ad oggi monitorate (Imprese Sociali e Investimenti Tecnici) e/o misurate (Materie Prime, Packaging, Produzione, Logistica, Sorprese) e prevedono in molti casi già degli obiettivi specifici e delle metriche associate: materie prime, imballaggi, produzione, logistica, investimenti tecnici, MPG, Imprese Sociali Ferrero.

PRINCIPALI AREE PER IL DIPARTIMENTO SOSTENIBILITÀ PRODOTTO



Principale obiettivo per Ferrero è quello di integrare l'approccio di Gruppo con un approccio di prodotto per perseguire l'obiettivo della massima innovazione.

In quest'ottica, Ferrero parteciperà nel corso del 2013 al test dell'**ENVIFOOD PROTOCOL** con lo scopo di contribuire

all'implementazione di una metodologia europea per la conduzione di analisi di impatto ambientale dei prodotti alimentari e delle bevande che permetta all'azienda e a tutti i partecipanti di comunicare su basi scientifiche e con una metodologia condivisa.

In merito all'ENVIFOOD PROTOCOL si precisa che:

L'“*European Food Sustainable Consumption and Production Round Table's Draft ENVIFOOD PROTOCOL*” è il primo documento che racchiude una metodologia armonizzata per la misurazione dell'impronta ambientale dei prodotti alimentari e delle bevande. Adottato il 21 novembre 2012, tale documento contribuirà ad aiutare aziende e consumatori a valutare l'impatto ambientale dei prodotti alimentari e a sostenere scelte consapevoli, favorendo in tal modo un consumo e modelli di produzione più sostenibili.

Il progetto pilota è stato avviato il 27 marzo 2013, con 21 partecipanti che hanno accettato di testare la bozza di Protocollo. Il progetto ha visto la partecipazione di aziende del settore alimentare e delle bevande, associazioni di categoria e istituti di ricerca, tra cui Ferrero.

Tra i tanti prodotti che saranno valutati secondo il PROTOCOLLO compaiono: caffè, soia, cioccolato, cibo per animali, vino e prodotti alimentari per neonati.

TEST PILOTA DEL PROTOCOLLO

Il test si basa su modifiche a valutazioni esistenti, oppure su nuove valutazioni, effettuate sui prodotti scelti dai partecipanti, che non hanno alcun obbligo di comunicarne i risultati.

Dopo la fase test e la consultazione, la Tavola Rotonda valuterà i vari risultati, raccolti tramite un questionario standardizzato, e modificherà il PROTOCOLLO di conseguenza.

La partecipazione al test è gratuita e non è previsto alcun finanziamento o assistenza tecnica per sostenere la partecipazione delle organizzazioni durante la fase test:

- ▶ **27 Marzo - 30 Settembre 2013:** Fase test del Protocollo
- ▶ **Ultimo trimestre 2013:** Analisi dei risultati e integrazione delle modifiche al Protocollo
- ▶ **Fine 2013:** Pubblicazione della versione finale del Protocollo

Per maggiori informazioni:

www.food-scp.eu



FERRERO

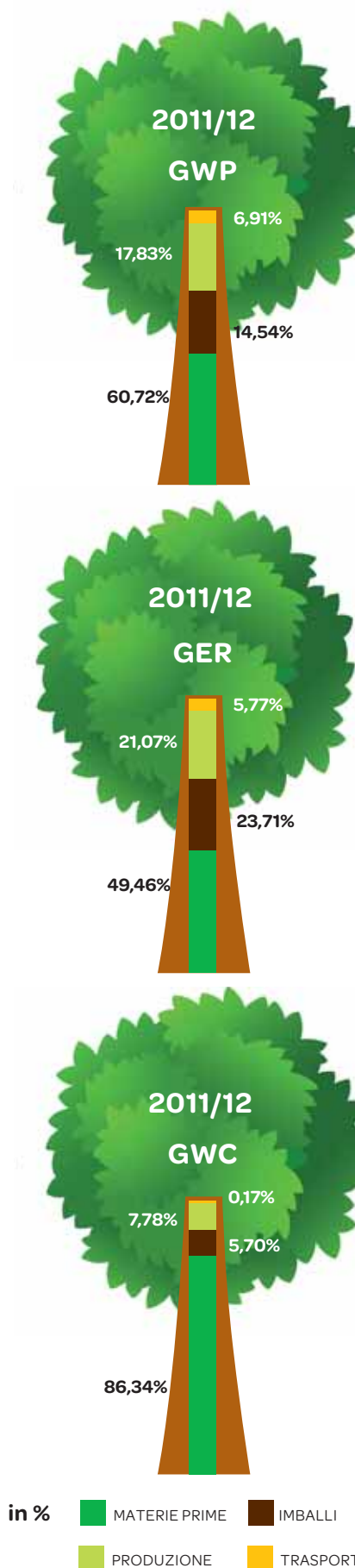
L'innovazione, l'eccellenza e la sicurezza del prodotto, unite alla salvaguardia dell'ambiente, costituiscono i principali fattori di competitività sostenibile a livello globale. In particolare, incidere sulla sostenibilità ambientale presuppone una profonda consapevolezza delle interazioni tra prodotti ed ecosistema lungo l'intero ciclo di vita, dalla produzione delle materie prime alla gestione del fine vita.

Nell'operare secondo la logica del ciclo di vita, Ferrero utilizza da anni il *Life Cycle Assessment* (LCA), strumento scientificamente ed internazionalmente riconosciuto, in grado di supportare le decisioni strategiche nel modo più oggettivo possibile e utile nell'identificazione delle aree critiche della catena del prodotto. Nel calcolo di seguito riportato, **Ferrero ha applicato la metodologia LCA come regolamentata dalle norme ISO della serie 14040.**

Al fine di misurare l'impatto ambientale lungo la catena del valore, Ferrero ha individuato tre indicatori rilevanti sulle aree più sensibili:

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

I grafici a destra riportano i valori di tali indicatori ripartiti sulla base del loro impatto percentuale sull'intera catena del valore:



¹ GWP a 100 anni calcolato in kg di CO₂ equivalenti.

Nota: per trasporto si intende il trasporto delle materie prime agricole e dei materiali di imballo dai fornitori agli stabilimenti Ferrero ed il trasporto dei prodotti finiti dagli stabilimenti Ferrero ai clienti.

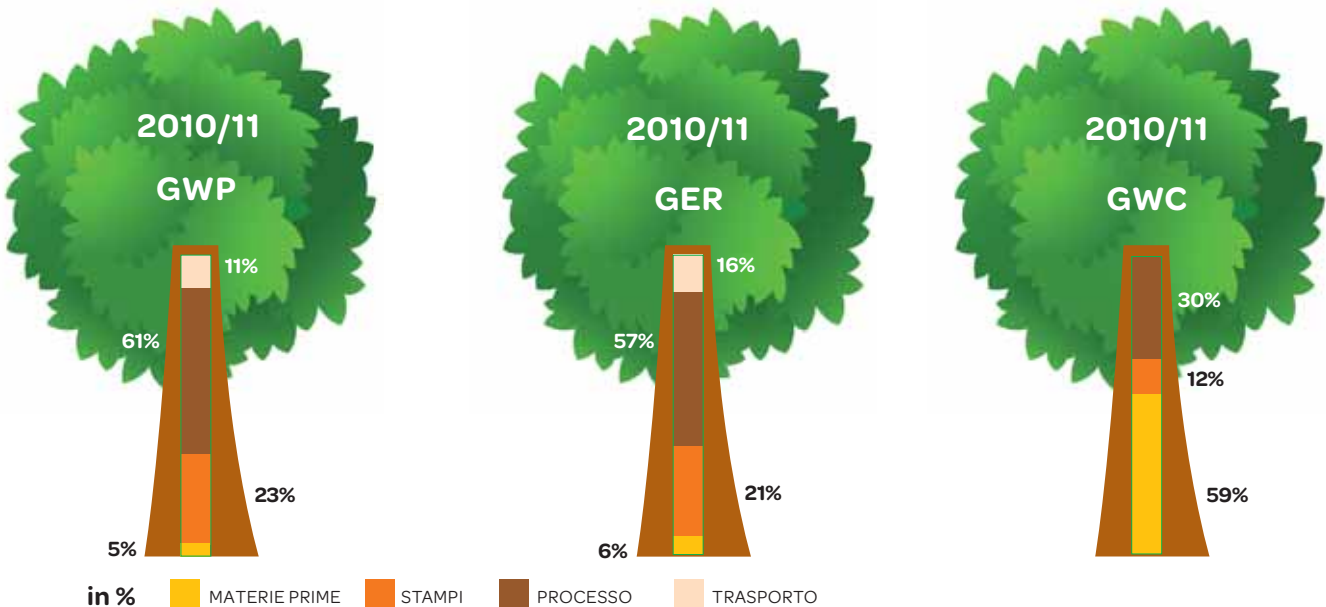
Secondo le analisi ad oggi disponibili, nel ciclo di vita di un prodotto alimentare, in media meno del 20% degli impatti ambientali deriva dalla fase di "processo", ovvero della produzione del prodotto stesso, a fronte di quasi il 70% degli impatti derivanti dalla fase produzioni delle materie prime agricole e degli imballaggi. Ciò significa che la parte più rilevante dell'impatto non è sotto diretto controllo Ferrero, e che è perciò indispensabile collaborare con gli attori della filiera.

Il Gruppo Ferrero si è perciò posto obiettivi sfidanti in termini di tracciabilità e sostenibilità delle filiere delle **principali materie prime agricole e di carta e cartone**. Per avere una

migliore conoscenza delle proprie filiere ed in un'ottica di miglioramento continuo Ferrero sta portando avanti degli studi LCA delle principali materie prime agricole utilizzate dal Gruppo.

Come lo scorso anno, è stata aggiornata l'analisi di "performance" ambientale delle "sorprese" presenti in alcuni prodotti Kinder (Kinder Joy/Merendero, Kinder Sorpresa e le uova Kinder GranSorpresa).

I valori si riferiscono all'anno 2011/12² per la messa in commercio delle sorprese e comprendono il loro ciclo di vita, dalla produzione delle materie prime e degli stampi fino ai processi di stampaggio ed ai trasporti.



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 CO₂, 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 «Le pratiche agricole sostenibili» del presente rapporto).

2 I dati si riferiscono all'anno 2010/11 in quanto tutte le fasi descritte del ciclo delle sorprese avvengono con un anno di anticipo rispetto all'anno di commercializzazione.

- I 4 pilastri
- Il Gruppo Ferrero
- Le donne e gli uomini Ferrero
- Le pratiche agricole sostenibili
- Minimizzare l'impatto ambientale
- R. S. I. del Gruppo Ferrero
- Ferrero Rocher
- Paesi

LA PERFORMANCE AMBIENTALE DI GRUPPO

Gli stabilimenti che rientrano nel perimetro di analisi di questo capitolo sono 15, distribuiti tra Europa, Americhe e Oceania (per la lista completa degli stabilimenti si veda il capitolo “Il Gruppo Ferrero”)³.

Ecco le principali novità di quest’anno.



Tra tali 15 stabilimenti, 11 sono dotati di un “Sistema di Gestione Ambientale”, certificato secondo la norma ISO 14001, “Sistemi di gestione ambientale – Requisiti e guida per l’uso”, e la loro attività copre in media il 90% della produzione Ferrero.

A partire da quest’anno, l’obiettivo di certificare singolarmente tutti i nostri siti entro il 2020 si è trasformato in un progetto di **Certificazione ISO 14001 di Gruppo**, che prevede un unico certificato per il sistema produttivo Ferrero già a partire dal 2013, **con l’inserimento al suo interno dei 4 siti non ancora certificati, entro il 2017.**

A tale scopo, oltre al documento sulla “Politica Ambientale”, già diffuso negli scorsi anni, sono stati redatti, a livello centrale, **un manuale di gestione e nuove procedure**, volti a dare una

visione comune sulla gestione dell’energia, del ciclo idrico, dei rifiuti, delle emissioni in atmosfera e della prevenzione della contaminazione del suolo, nonché sull’analisi dei dati e degli obiettivi ambientali dei siti Ferrero.

Il primo progetto lanciato in questo ambito è quello di favorire sempre di più la comunicazione all’interno del Gruppo, con iniziative che hanno lo scopo di unificare i metodi di controllo operativo degli impatti, favorire l’integrazione, lo scambio di *know-how* e *best practice*.

Al suo interno è nato **P.I.X.A. (Program of Internal eXchange of Auditors)**, un programma di partecipazione incrociata agli *audit* ambientali interni tramite la creazione di team di *audit* composti da funzioni centrali e tecnici provenienti da stabilimenti diversi da quello sottoposto a verifica interna. Ciò favorisce lo scambio di esperienze sociali, culturali e professionali tra i nostri dipendenti. Allo stesso scopo è stata creata una **Community** riservata ai temi ambientali sul portale intranet aziendale per i documenti (di gruppo e locali, interni ed esterni), le normative e le certificazioni che coinvolgono gli stabilimenti.

Il secondo progetto ha riguardato la raccolta e la gestione dei dati ambientali. Per poter analizzare i dati all’interno di un sistema di gestione unificato occorre infatti non soltanto raccogliere dati omogenei per tutti i siti, ma avere un criterio di confronto comune. Il progetto **C.A.M.E.D. (Collection, Analysis and Management of Environmental Data)** ha risposto a questa esigenza con la creazione di un software dedicato alla raccolta dei dati ambientali, uguale per tutti gli stabilimenti del Gruppo, in grado di migliorare il flusso dei dati e di garantirne la sicurezza. Tale sistema

³ Per maggiori precisazioni sul perimetro, si rinvia alla scheda tecnica alla fine del presente capitolo.

è stato anche oggetto della certificazione ISO 14001 degli stabilimenti.

Questo sistema facilita il confronto tra le funzioni centrali e locali del Gruppo, favorisce la discussione dei dati e lo scambio tra gli stabilimenti, anche e soprattutto durante gli *audit* a partecipazione incrociata.

Il crescente impegno del Gruppo è ulteriormente attestato dal conseguimento, **nel novembre 2012, da parte dello stabilimento di Villers-Ecalles (Francia) della Certificazione ISO 50001:2011 "Sistemi di gestione dell'energia - Requisiti e linee guida per l'uso". Alla data di stesura di questo rapporto CSR anche lo stabilimento tedesco di Stadtallendorf ha superato con esito positivo l'audit di certificazione.** Entrambi i progetti sono coordinati da un gruppo di lavoro formato da tecnici centrali e locali, al fine di creare una linea di gestione comune per il Gruppo.

CONSUMI ENERGETICI

		2009	2010	2010/11	2011/12
Consumo di energia elettrica	MWh	747.625	751.452	761.897	763.758
Indice di consumo di energia elettrica	MWh/t	0,76	0,73	0,72	0,70
Consumo di energia termica	MWh	965.356	952.752	971.400	968.898
Indice di consumo di energia termica	MWh/t	0,98	0,92	0,92	0,88

I consumi energetici degli stabilimenti Ferrero si presentano in valore assoluto in linea con quelli degli anni precedenti, nonostante l'incremento della produzione;

LA PERFORMANCE AMBIENTALE DEGLI STABILIMENTI

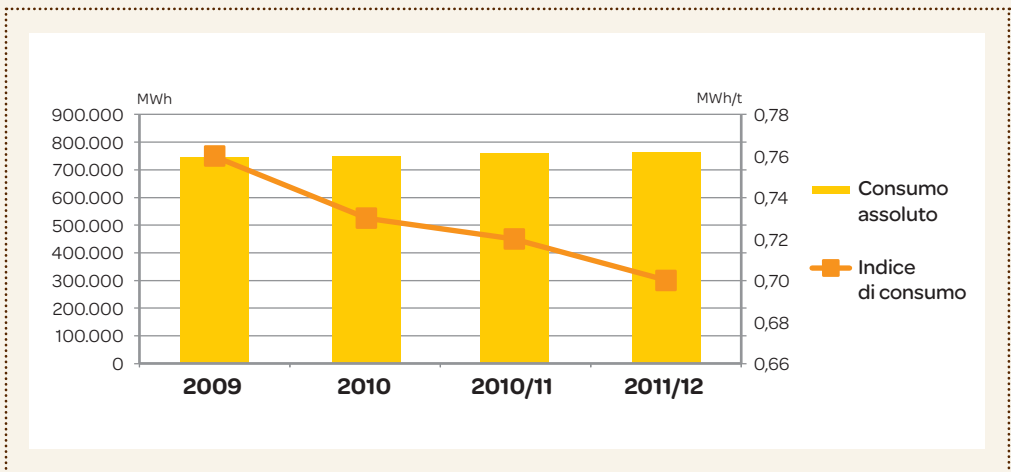
Come anticipato nelle precedenti edizioni, **a partire da questo rapporto CSR i dati contenuti nel presente capitolo si riferiscono al periodo 1° settembre 2011 - 31 agosto 2012 e non più all'anno solare⁴**, ma il perimetro di analisi dei dati è rimasto lo stesso rispetto agli anni passati.

Di seguito sono riportati gli indicatori (KPI - *Key Performance Indicators*), divisi per categorie, che permettono anche di descrivere ed analizzare la performance ambientale di ciascun stabilimento rispetto al proprio andamento negli anni e rispetto al Gruppo, in modo da favorirne il miglioramento continuo.

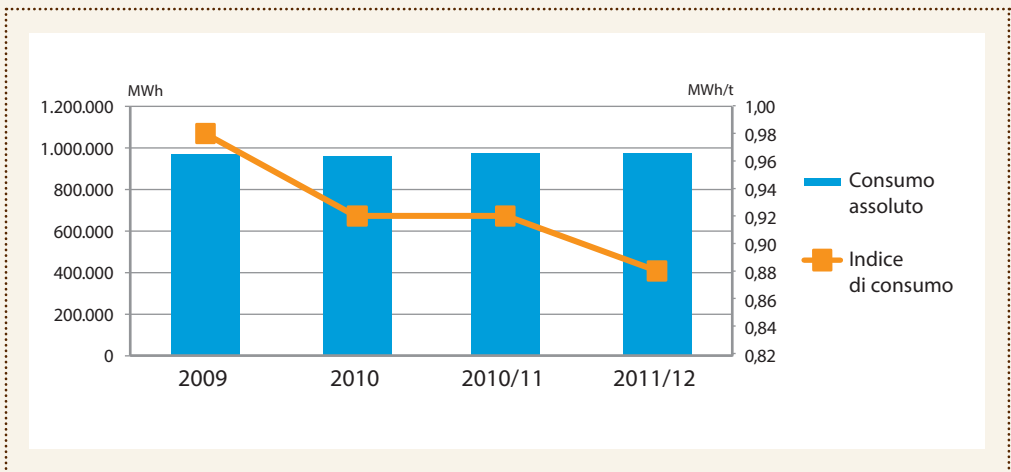
infatti i relativi indicatori mostrano un andamento positivo della riduzione dei consumi complessivi, che quest'anno sono stati di 1,58 MWh/t.

⁴ A partire da questo rapporto i dati contenuti nel presente capitolo si riferiscono al periodo 1° settembre 2011 - 31 agosto 2012 e non più all'anno solare come nelle precedenti edizioni. Questo passaggio, che permette di uniformare la reportistica del capitolo a quella dell'intero rapporto CSR, comporta la sovrapposizione parziale dei periodi 2010 e 2010/11. Occorre pertanto tenere conto di tale limite alla comparabilità dei dati relativi a tali periodi.

ENERGIA ELETTRICA



ENERGIA TERMICA



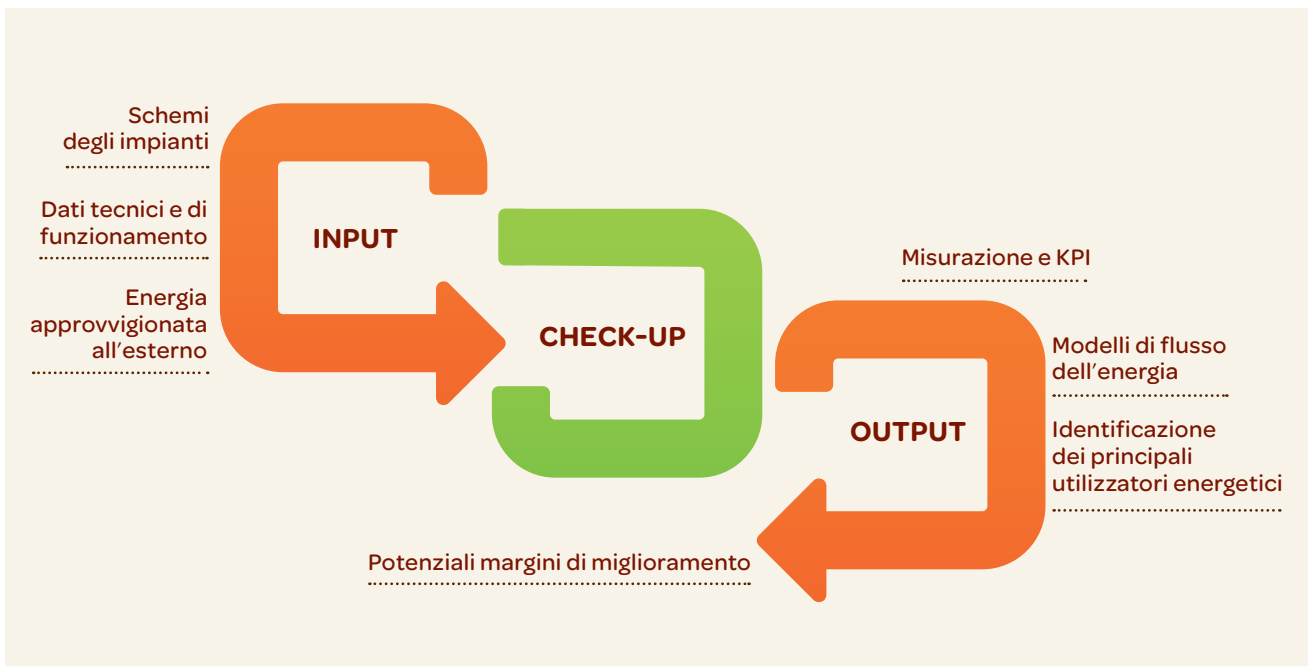
L'obiettivo di riduzione del consumo energetico per unità di prodotto del 5% nel 2020 rispetto al 2009 è stato quest'anno superato.



Per proseguire nel nostro intento di uso efficiente dell'energia, continua lo svolgimento dei *check-up* energetici, ormai effettuati in 14 stabilimenti, raggiungendo una copertura superiore al 99% del fabbisogno energetico complessivo. In tre stabilimenti è stato già svolto o è attualmente in corso un aggiornamento del *check-up*. In tal modo il

Gruppo si sta avvicinando al conseguimento dell'obiettivo di svolgere i *check-up* energetici in tutti gli stabilimenti entro il 2020.

I *check-up* forniscono un'istantanea dei flussi di energia che attraversano i nostri siti e sono alla base delle azioni di gestione dei consumi e di miglioramento dell'efficienza nell'uso dell'energia.



Attraverso i *check-up* energetici vengono individuati i principali utilizzatori di energia negli stabilimenti, calcolato il valore dei KPI definiti ed identificati i potenziali margini di miglioramento. Tali miglioramenti si sono concretizzati in questi anni con l'installazione di motori ad alta efficienza e *inverter*, l'ottimizzazione del funzionamento degli

impianti frigoriferi e l'installazione di nuovi e più efficienti, 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.

- I 4 pilastri
- Il Gruppo Ferrero
- Le donne e gli uomini Ferrero
- Le pratiche agricole sostenibili
- Minimizzare l'impatto ambientale
- R. S. I. del Gruppo Ferrero
- Ferrero Rocher
- Paesi

GESTIONE E CONSERVAZIONE DELL'ACQUA

		2009	2010	2010/11	2011/12
Consumo idrico	m ³	5.171.117	4.788.176	4.334.380	4.156.350
Prelievo da fiume	%	23,3%	27,6%	17,2%	19,0%
Prelievo da falda	%	41,2%	32,4%	36,8%	33,3%
Prelievo da acquedotto	%	35,4%	40,0%	46,0%	47,6%
Indice di consumo idrico	m ³ /t	5,26	4,63	4,10	3,79
Scarichi idrici	m ³	2.981.574	3.183.841	3.173.836	3.012.981
A rete fognaria	%		94,0%	93,2%	92,8%
In acque superficiali	%		5,7%	6,0%	6,2%
In suolo o sottosuolo	%		0,3%	0,7%	1,0%
Indice di scarico idrico	m ³ /t	3,03	3,08	3,00	2,74

Gli stabilimenti si impegnano per:

- » ridurre sempre di più l'approvvigionamento idrico
- » applicare in tutti i siti le tecniche di risparmio idrico consolidate nel tempo, quali sistemi di lavaggio *Cleaning In Place* (CIP) e l'installazione di erogatori ad azionamento automatico, l'adozione di impianti di raffreddamento con ricircolo dell'acqua (es. a torri evaporative).

I prelievi da acque superficiali, che non sono comunque tali da alterare i corpi idrici interessati, hanno subito una riduzione del 34%, rispetto al 2009. Ove possibile si sta prendendo in considerazione l'approvvigionamenti da fonti meno vulnerabili e con minore impatto sugli utilizzatori, quali le acque di falda. In parallelo, gli stabilimenti

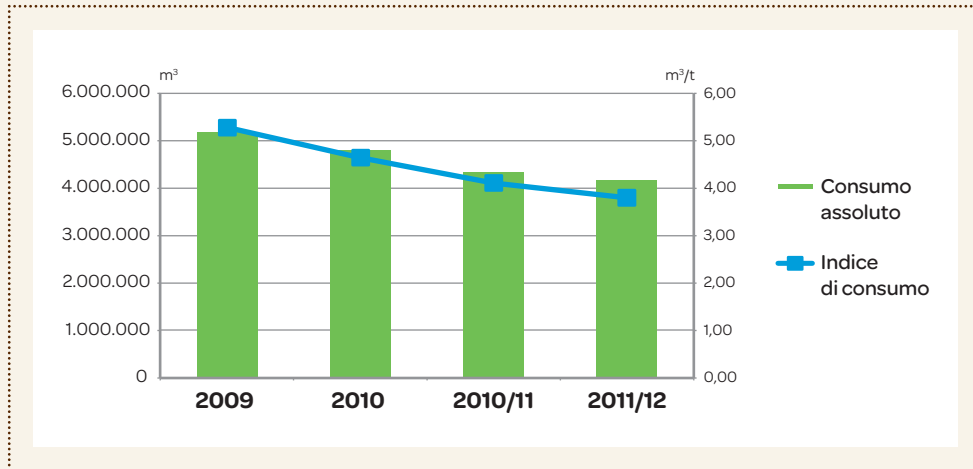
continuano ad impiegare e ricercare forme di riuso dell'acqua, che rimangono ancora minoritarie.

Gli scarichi idrici, privi di sostanze tossiche o pericolose, presentano una composizione tale da renderli facilmente depurabili. Tali caratteristiche, tipiche della produzione dolciaria da materie prime vegetali, permettono a molti stabilimenti di avviare i propri reflui ad impianti di trattamento esterni, facilitando il processo biologico di trattamento esterno, eliminando l'impiego di sostanze chimiche e migliorando ulteriormente gli aspetti di igiene dello stabilimento.

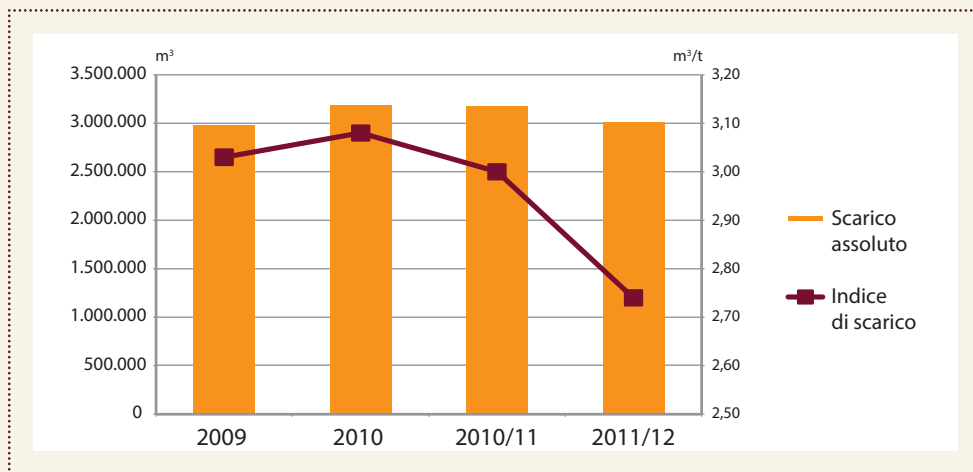
Osservandone l'andamento, gli indicatori di consumo idrico presentano una progressiva diminuzione con l'indice che è passato da 5,26 m³/t nel 2009 a 3,79 m³/t nell'ultimo anno.



CONSUMI IDRICI



SCARICHI IDRICI



L'obiettivo di riduzione del consumo idrico per unità di prodotto (-20% nel 2020 rispetto al 2009) è stato quest'anno superato. L'acqua

risparmiata dai nostri stabilimenti in questi anni potrebbe riempire otto volte l'arena di Verona⁵.



⁵ Dato calcolato confrontando i consumi idrici degli stabilimenti del Gruppo Ferrero dal 1° gennaio 2009 al 31 agosto 2012 con i volumi che il Gruppo avrebbe consumato se l'indice di consumo idrico fosse rimasto costante al valore del 2009.

I principali interventi svolti hanno riguardato il miglioramento dei circuiti di raffreddamento, l'eliminazione di perdite dalle reti di

distribuzione ed interventi di ottimizzazione degli impianti esistenti.

GESTIONE DEI RIFIUTI E PREVENZIONE

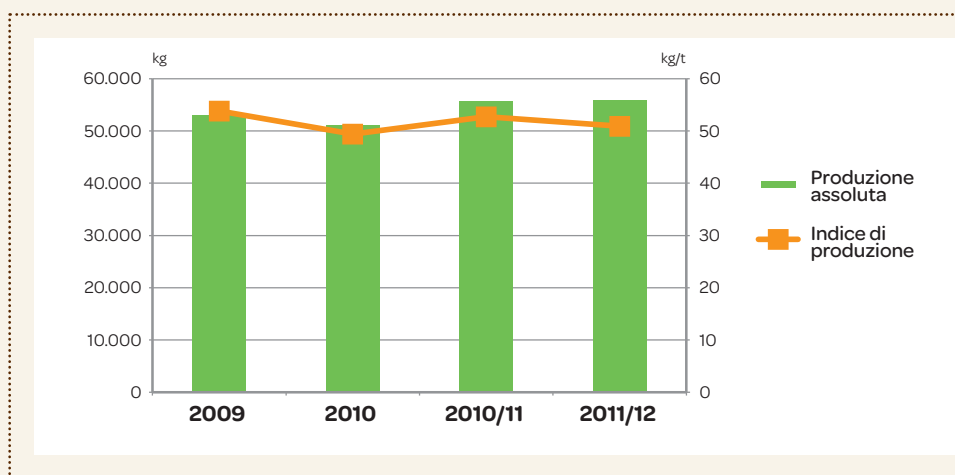
		2009	2010	2010/11	2011/12
Rifiuti dei 15 stabilimenti	t	52.947	51.116	55.632	55.908
Indice di produzione rifiuti	Kg/t	53,8	49,4	52,7	50,9
Indice di recupero rifiuti	%	88,4%	89,6%	89,1%	90,9%

L'aumento della produzione ha portato negli ultimi anni ad un incremento della produzione di rifiuti. Per contro l'indice, pari a 50,9 kg/t nel 2011/12, presenta un trend positivo.

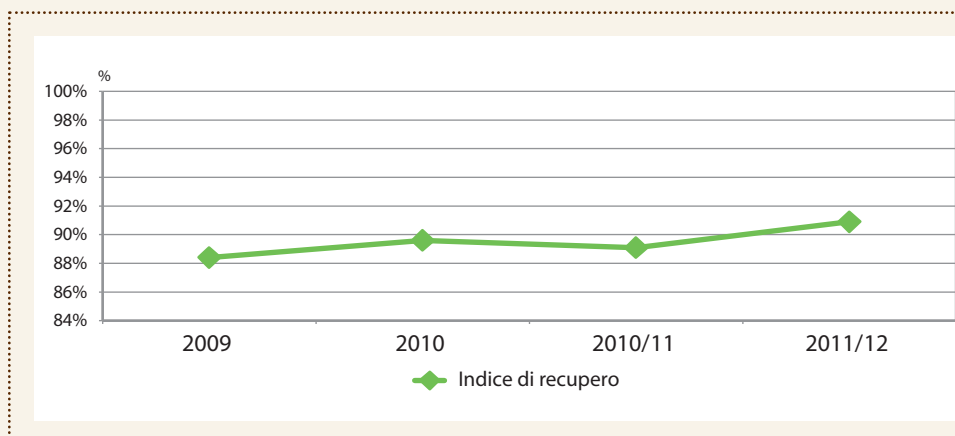
Il Gruppo rimane costantemente impegnato

a ridurre ogni forma di spreco delle risorse, privilegiando le azioni di prevenzione e ponendo attenzione al recupero, come dimostra l'incremento della **percentuale di recupero dei rifiuti che ha superato quest'anno il 90%.**

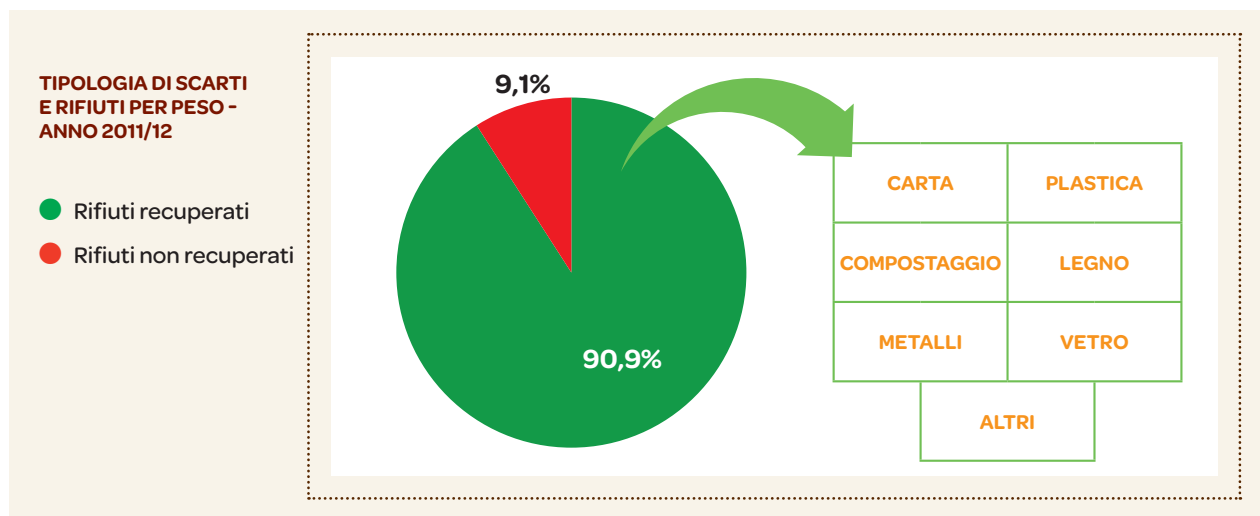
RIFIUTI



RECUPERO RIFIUTI



Di seguito sono rappresentate le categorie di rifiuti prodotti dai nostri stabilimenti; in verde sono riportati i rifiuti recuperati.



Rispetto ai dati pubblicati nelle precedenti edizioni, la raccolta differenziata negli stabilimenti ha condotto, ad oggi, all'individuazione e gestione di 98 diverse categorie di rifiuti separate; questo livello di dettaglio è stato raggiunto al fine di massimizzare la valorizzazione ambientale dei rifiuti stessi. Nell'ultimo anno è stato adottato un criterio omogeneo in tutti gli stabilimenti per la raccolta dei dati relativi alle categorie di rifiuti. I rifiuti non recuperati sono principalmente costituiti da rifiuti non differenziati, residui della depurazione delle acque, detersivi e lubrificanti.

Come in passato, ampia attenzione viene rivolta al recupero di carta, plastica, vetro e metalli nelle filiere specifiche gestite da consorzi, al recupero in compostaggio e, dove possibile, al recupero energetico.

Le principali azioni di prevenzione riguardano la sensibilizzazione di tutto il personale, il miglioramento dell'efficienza delle linee di produzione e di imballaggio,

e, infine, la destinazione degli inevitabili residui di produzione alla filiera della mangimistica animale.

A conclusione si sottolinea che nel 2011/12 non sono avvenuti sversamenti significativi di sostanze nell'ambiente o incidenti in nessuno dei 15 stabilimenti, né si sono ricevute segnalazioni esterne.

BIODIVERSITÀ

Si segnala che, sulla base di un'analisi interna⁶, i 18 stabilimenti Ferrero non includono nei loro perimetri 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 e la "Brant Conservation Authority Area" in Canada.

⁶ L'analisi include i 18 stabilimenti Ferrero attivi al 31 agosto 2012. Tale analisi, svolta a inizio 2012, sarà aggiornata nel 2014, con cadenza biennale.

ENERGIA E AMBIENTE

Nell'esercizio 2011/12, Energhe⁷ ha consolidato la sua attività in Europa e progressivamente esteso la propria azione presso i siti produttivi nei paesi extra EU.

EVOLUZIONE DEL PARCO DI GENERAZIONE

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

MW	gas naturale	biomasse liquide	fotovoltaico	eolico
Italia	34,6*	17,2	1,30	
Germania	13		0,63	
Polonia	5,6			0,03
Belgio	4,2			
Canada	4,6**			
Australia	0,7			
Totale per fonte	62,7	17,2	1,93	0,03
Totale		81,86		

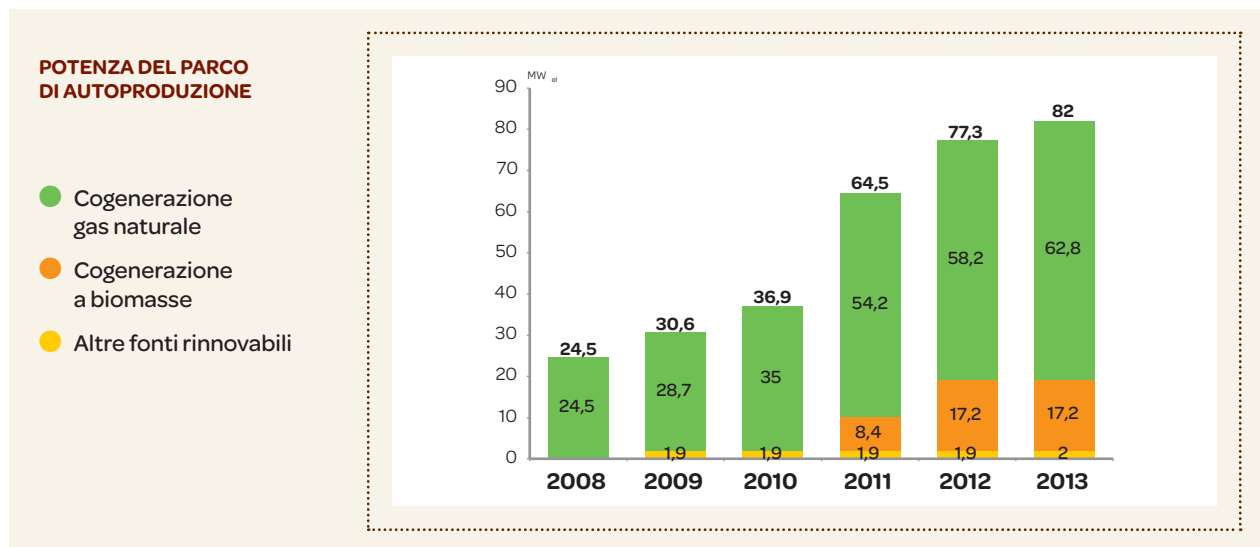
* Include 25 MW di Alba Power pari al 51% della potenza (% di partecipazione Ferrero nella società Alba Power S.p.A.).

** In costruzione.



7 Energhe: società del Gruppo Ferrero.

Il grafico seguente mostra la capacità di auto-produzione progressivamente entrata in esercizio a partire dal 2008.



LO SVILUPPO DEI NUOVI PROGETTI

Nel corso del 2012 è entrato in funzione, presso lo stabilimento di Stadtallendorf, un nuovo impianto fotovoltaico ad inseguimento di potenza pari a 27 KW_{peak}.

È iniziata la fase realizzativa dell'impianto di tri-generazione ad alta efficienza a gas naturale (4,6 MWe) presso lo stabilimento di Brantford (Canada); la sua entrata in servizio è confermata entro il 2013.

Prosegue lo sviluppo dei progetti eolici in Italia e Polonia; le potenze effettivamente installate e le tempistiche della loro realizzazione sono legate ai processi autorizzativi oltre che agli effetti dell'entrata in vigore di nuove normative.

Sono proseguiti gli studi e le valutazioni tecnico-ambientali per i progetti di impianti di cogenerazione a biogas ottenuto dalla digestione anaerobica dei sottoprodotti dei nostri processi industriali. Le indicazioni provenienti dai test di fermentazione e l'orientamento delle politiche nazionali in materia di priorità di utilizzo dei sottoprodotti dei processi industriali, sembrano privilegiare la loro attuale valorizzazione nel-

la mangimistica piuttosto che a fini energetici. Continua la valutazione di ulteriori impianti di autoproduzione (cogenerazione ad alta efficienza o da fonti rinnovabili) presso i rimanenti siti produttivi (Irlanda, Messico, Brasile, Russia) a conferma dell'interesse del Gruppo a cogliere tutte le opportunità di riduzione delle emissioni di CO₂ dei propri processi.

ALTRE AZIONI / INFORMAZIONI

Certificazioni

Gli impianti di autoproduzione di Stadtallendorf, Belsk ed Arlon sono ricompresi nel perimetro della certificazione ISO 14001 dei rispettivi stabilimenti.

Alba Power ha confermato le certificazioni ISO 14000 ed EMAS. Alla data di stesura di questo rapporto CSR, lo stabilimento di Stadtallendorf ha superato l'audit di Certificazione ISO 50001.

Attività di ricerca

Ferrero intrattiene proficui rapporti a livello internazionale con il mondo Accademico e della ricerca scientifica. In Italia prosegue la collaborazione con università e partner

industriali in un progetto di ricerca che ha per oggetto la valutazione delle diverse tecnologie per la valorizzazione energetica dei sottoprodotti dei nostri processi industriali.

Continua l'osservazione degli sviluppi della ricerca nel campo delle biomasse liquide vegetali non in competizione con il settore alimentare (alghe).

OBIETTIVI AL 2013/2014

Gli obiettivi al 2013 dichiarati nelle precedenti edizioni del CSR sono stati riformulati.

Tale riformulazione è stata necessaria per tener conto di quanto riportato nel precedente capitolo in merito ai progetti di cogenerazione a biogas da sottoprodotti e degli effetti dei seguenti fattori:

- ▶ entrata in vigore di nuove normative che hanno introdotto vincoli nello sviluppo di iniziative in impianti di generazione;
- ▶ incertezze dei processi autorizzativi.

Tali fattori hanno determinato la necessità di modificare alcuni progetti o, in altri casi, ne stanno rallentando lo sviluppo.

Di seguito gli obiettivi per quanto attiene la potenza di autoproduzione: 85 MW di cui il 25% da fonte rinnovabile, da raggiungere nel 2013/14. Per quanto riguarda la produzione di energia elettrica i nuovi obiettivi sono rispettivamente:

- ▶ al 2013/14: energia elettrica autoprodotta pari al 75% dell'energia consumata da tutti gli stabilimenti europei del Gruppo (Belgio, Francia, Germania, Irlanda, Italia, Polonia ad esclusione di Russia e Turchia) di cui il 25% da fonte rinnovabile.
- ▶ al 2020: implementazione di un piano di azioni energetiche a livello mondiale, compatibile con il contesto locale degli stabilimenti esistenti e futuri.

ALBA POWER E IL TELERISCALDAMENTO DELLA CITTÀ DI ALBA

Nell'anno in corso è proseguita l'attività di Alba Power, l'impianto di cogenerazione ad alta efficienza realizzato nel 2007 in *partnership* tra Ferrero e la società di gestione dei servizi pubblici locali.

L'impianto è tra i pochi in Italia che, in virtù della destinazione dell'energia prodotta sia a scopi di teleriscaldamento civile sia per il miglioramento dell'efficienza energetica di un sito industriale, ha ottenuto l'assegnazione di "certificati verdi" e di titoli di efficienza energetica.

Alba Power ha la finalità di erogare sia energia elettrica che termica allo stabilimento Ferrero di Alba, energia termica alla rete del teleriscaldamento della città di Alba ed energia elettrica per i clienti finali.

A partire dalla sua entrata in esercizio l'impianto ha prodotto oltre 5 milioni di MWh (elettrici e termici) e grazie alla sua elevata efficienza ha fornito un significativo contributo alla riduzione delle emissioni di CO₂.

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.

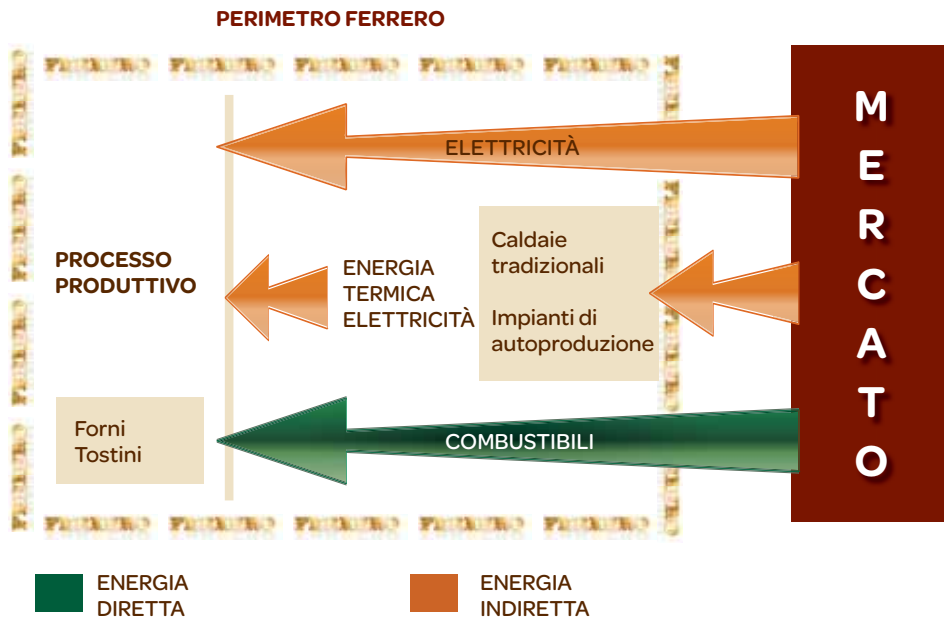
PRODUZIONE E ACQUISTO DELL'ENERGIA

Nel presente rapporto CSR, si utilizzano i seguenti termini:

► **energia diretta**, esclusivamente quella di processo utilizzata in forni e tostini;

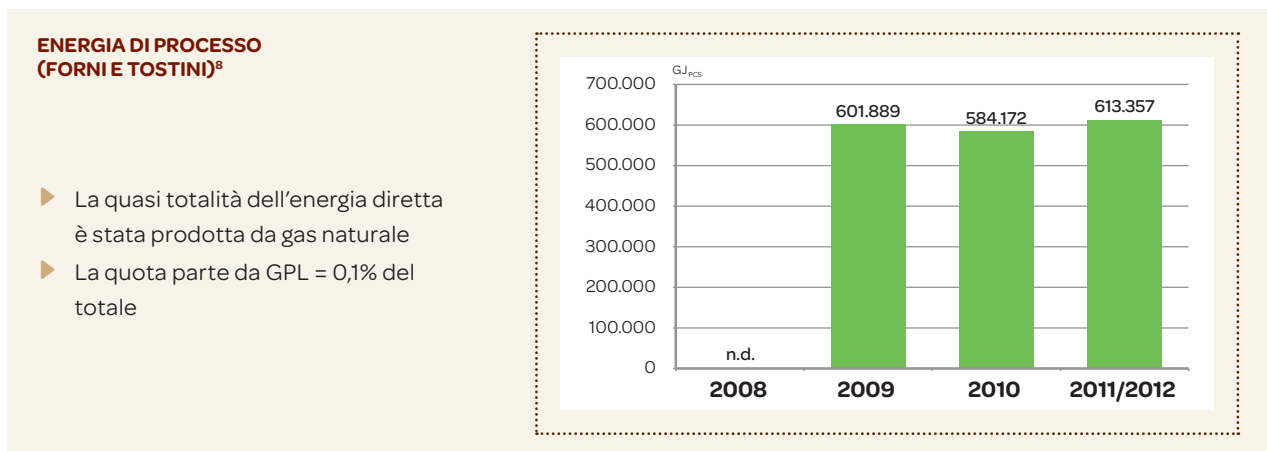
► **energia indiretta**,

- ✓ **termica**, sotto forma di vapore e acqua calda, completamente autoprodotta;
- ✓ **elettrica**, in parte autoprodotta e in parte acquistata dal mercato.



ENERGIA DIRETTA

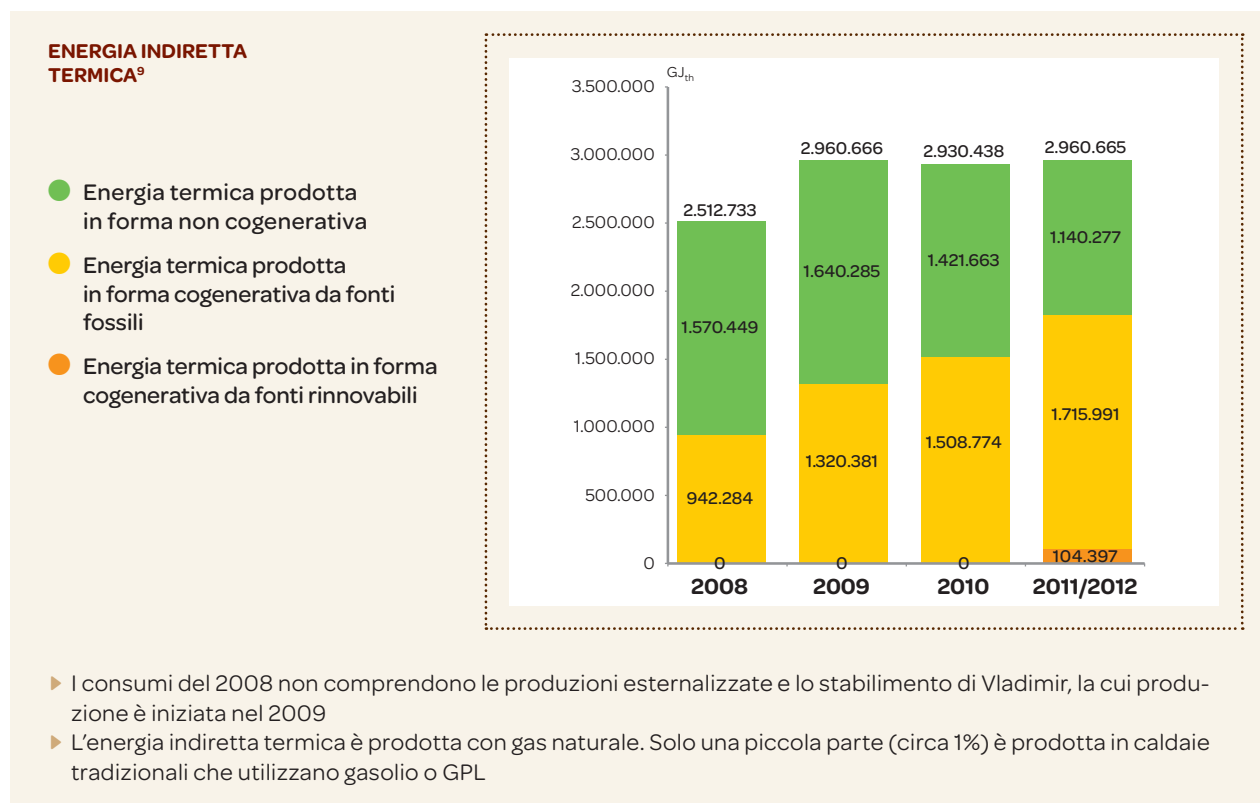
Il grafico seguente riporta i consumi annui di energia diretta.



8 Il dato 2011/12 si riferisce al periodo 1° settembre 2011 – 31 agosto 2012, gli anni di confronto 2010, 2009 e 2008 si riferiscono invece all'anno solare dal 1° gennaio al 31 dicembre; occorre pertanto tenere conto di tale limite alla comparabilità dei dati relativi a tali periodi.

ENERGIA INDIRETTA TERMICA

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



Si evidenzia:

- il progressivo aumento dell'energia termica prodotta negli impianti di cogenerazione ad alta efficienza;
- la produzione di energia termica da fonti rinnovabili;
- la produzione di energia termica in linea con quella degli anni precedenti nonostante l'aumento dei volumi produttivi, a testimonianza dell'efficienza dei nostri processi.

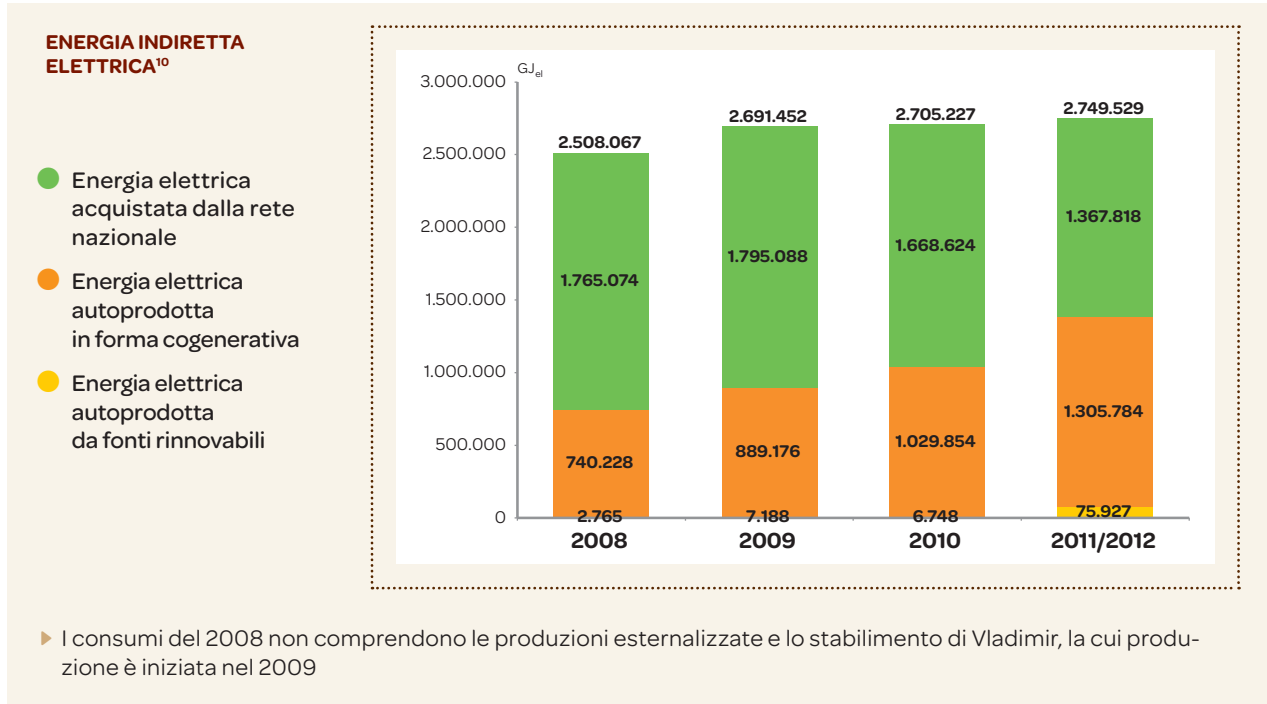


⁹ Il dato 2011/12 si riferisce al periodo 1° settembre 2011 – 31 agosto 2012, gli anni di confronto 2010, 2009 e 2008 si riferiscono invece all'anno solare dal 1° gennaio al 31 dicembre; occorre pertanto tenere conto di tale limite alla comparabilità dei dati relativi a tali periodi.

ENERGIA INDIRETTA ELETTRICA

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

Le "caratteristiche ambientali" (energia primaria impiegata ed emissioni di CO₂) della quota parte acquistata dipendono dalla composizione del parco di generazione di ogni singolo paese.



Si evidenzia:

- il progressivo aumento dell'energia elettrica autoprodotta negli impianti di cogenerazione ad alta efficienza o da fonti rinnovabili;
- i consumi di energia elettrica (autoprodotta + acquistata) in linea con quelli degli anni precedenti, nonostante l'aumento dei volumi produttivi, a testimonianza dell'efficienza dei nostri processi.



¹⁰ Il dato 2011/12 si riferisce al periodo 1° settembre 2011 – 31 agosto 2012, gli anni di confronto 2010, 2009 e 2008 si riferiscono invece all'anno solare dal 1° gennaio al 31 dicembre; occorre pertanto tenere conto di tale limite alla comparabilità dei dati relativi a tali periodi.

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 nei processi produttivi continuano a migliorare le *performance* energetiche ed ambientali del Gruppo: riduzione dei consumi di energia primaria e di emissioni di CO₂. Tali riduzioni espresse in valore assoluto, sono ancora più importanti se

si considera l'andamento dei volumi annui di produzione, in costante crescita.

Il grafico sotto riportato tiene conto anche del contributo derivante dalla fornitura di energia elettrica da mercato per lo stabilimento di Stadtallendorf, certificata 100% da fonte rinnovabile.



¹¹ Il dato 2011/12 si riferisce al periodo 1° settembre 2011 – 31 agosto 2012, gli anni di confronto 2010, 2009 e 2008 si riferiscono invece all'anno solare dal 1° gennaio al 31 dicembre; occorre pertanto tenere conto di tale limite alla comparabilità dei dati relativi a tali periodi.

* I consumi di energia primaria del 2009 e 2010 sono stati ricalcolati sulla base di un aggiornamento dei dati relativi alle produzioni esternalizzate successivo alla pubblicazione del rapporto di responsabilità sociale d'impresa 2011.

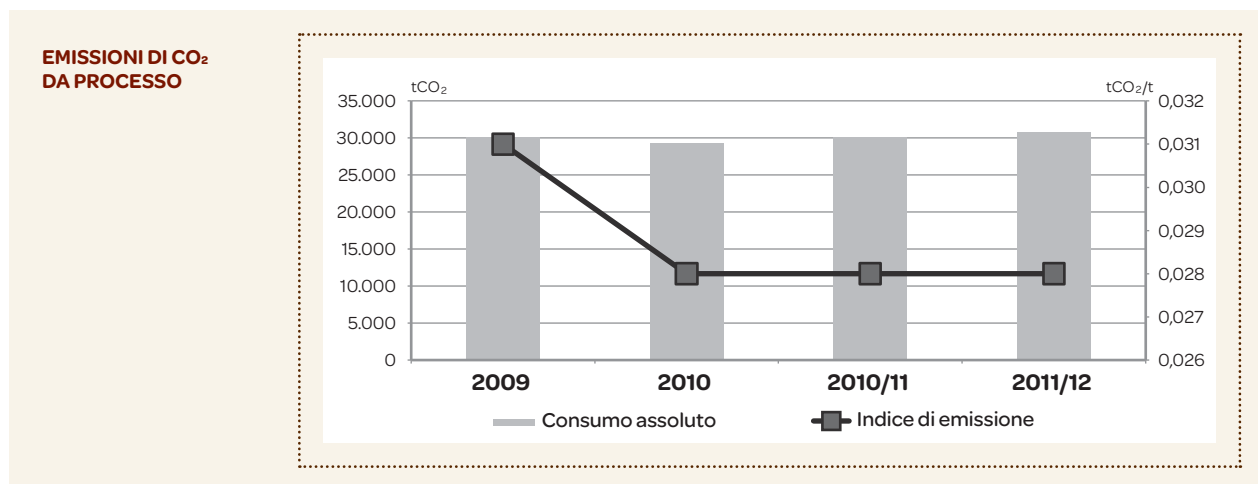
LE EMISSIONI DI CO₂

EMISSIONI DIRETTE

		2009	2010	2010/11	2011/12
Emissioni dirette di CO₂ da impianti di processo produttivo	tCO ₂	30.135	29.254	30.092	30.738
Indice di emissione dirette di CO₂ da impianti di processo produttivo	tCO ₂ /t	0,031	0,028	0,028	0,028
ODP connesso a consumo di gas refrigeranti	g _{R11eq} /t	0,33	0,22	0,19	0,15
GWP connesso a consumo di gas refrigeranti	tCO _{2eq} /t	0,022	0,019	0,017	0,013

I dati dei nostri stabilimenti mostrano un andamento costante dell'indice di emissione di CO₂ derivante dai processi produttivi; sono invece in diminuzione i due indicatori legati alle emissioni fuggitive di gas usati nei sistemi di refrigerazione, ODP (*Ozone Depletion Potential*, ossia la potenziale distruzione

dell'ozono atmosferico dovuta all'immissione di una sostanza nell'aria, espresso in termini di R₁₁ equivalente, gas con ODP pari ad 1) e GWP (*Global Warming Potential*, ossia il contributo all'effetto serra dato da un gas refrigerante rilasciato in atmosfera, espresso in termini di CO₂ equivalente).



I 4 pilastri

Il Gruppo Ferrero

Le donne e gli uomini Ferrero

Le pratiche agricole sostenibili

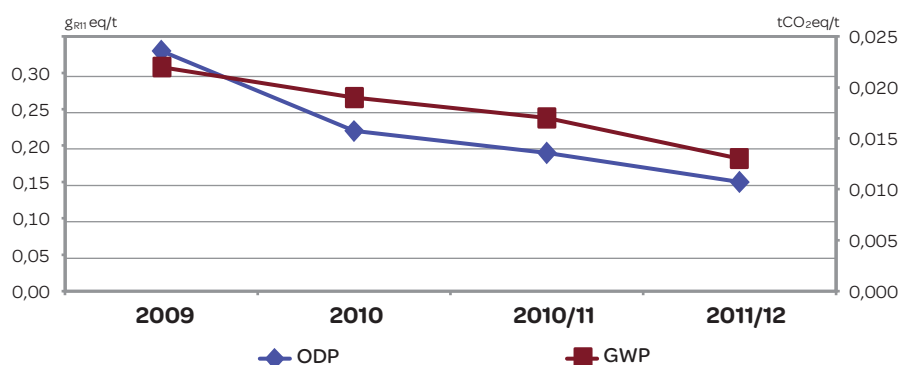
Minimizzare l'impatto ambientale

R. S. I. del Gruppo Ferrero

Ferrero Rocher

Paesi

ODPE GWP



Continua l'applicazione dei principi di prevenzione all'origine e gestione, attraverso l'utilizzo delle tecnologie di abbattimento più appropriate, quali filtri, cicloni, "scrubber" a umido¹² per il contenimento delle sostanze presenti nelle emissioni (principalmente polveri alimentari e composti organici volatili).

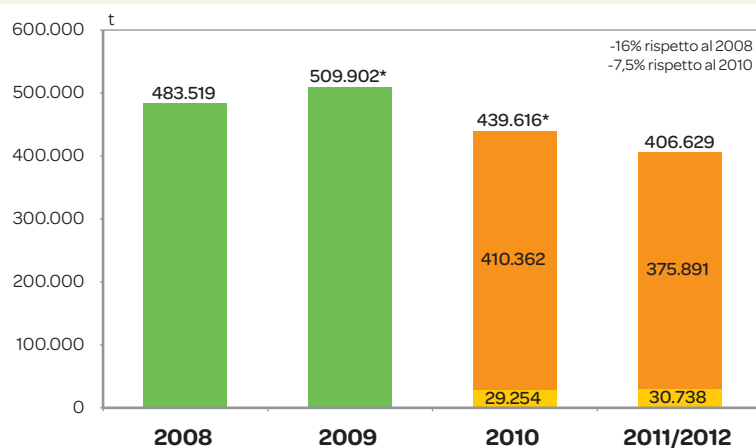
EMISSIONI TOTALI DERIVANTI DALLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE

Il seguente grafico riporta le emissioni annue totali derivanti dalle attività produttive del Gruppo Ferrero:

EMISSIONI DI CO₂¹³

- Totale
- Indiretta
- Diretta

► Le emissioni del 2008 non comprendono le produzioni esternalizzate e lo stabilimento di Vladimir, la cui produzione è iniziata nel 2009



Il risparmio di emissioni di CO₂ conseguito dal 2010 (quasi 33.000 tonnellate) è pari alle emissioni complessive in un anno provocate da circa 14.000 auto di media cilindrata.

¹² 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.

¹³ Il dato 2011/12 si riferisce al periodo 1° settembre 2011 – 31 agosto 2012, gli anni di confronto 2010, 2009 e 2008 si riferiscono invece all'anno solare dal 1° gennaio al 31 dicembre; occorre pertanto tenere conto di tale limite alla comparabilità dei dati relativi a tali periodi.

* Le emissioni di CO₂ relative all'energia elettrica acquistata da rete nel 2009 e 2010 sono state ricalcolate sulla base dei nuovi coefficienti di emissione pubblicati da IEA (2012).

I NOSTRI IMBALLAGGI

Gli imballaggi, come evidenziato nelle diverse edizioni precedenti del CSR, sono parte integrante del prodotto, considerando la loro funzione di protezione a garanzia della qualità dell'alimento.

Ferrero ha adottato una strategia di attenta porzionatura dei prodotti, che offre il grande vantaggio di poter meglio controllare l'assunzione di alimenti in ottica di una dieta bilanciata e di ridurre il "food waste" grazie al frazionamento della porzione di consumo.

Non bisogna infatti dimenticare che la produzione dell'alimento stesso (a partire dalla materia prima) rappresenta la parte più rilevante dell'impatto ambientale complessivo di un prodotto. La funzione del *packaging*, oltre a garantire la qualità, le caratteristiche organolettiche ed una maggiore *shelf life*, è quella di impedire il deterioramento dell'alimento contenuto, prevenendo contaminazioni e manomissioni e limitando così il *food waste* ed il relativo impatto ambientale e sociale.

Gli imballi Ferrero sono realizzati utilizzando diverse tipologie di materiali, in funzione delle specificità e prestazioni necessarie per ogni prodotto. Le principali categorie di materiali utilizzate dall'Azienda sono vetro, carta, cartone ondulato e cartoncino compatto, plastica rigida, film plastici, legno e alluminio. Grazie a Nutella, la principale materia prima di imballaggio in peso continua ad essere il vetro con poco meno di 150.000 tonnellate consumate. A seguire la categoria carta/cartone con circa 130.000 tonnellate. Sul

totale degli imballi utilizzati dal Gruppo nell'anno 2011/12 il contributo di materiale proveniente da riciclo è stato del 36%¹⁴.

I fornitori Ferrero ricoprono un ruolo strategico anche nel settore del *packaging*: ai fini della loro selezione, oltre ai rigidi criteri in termini di qualità e sicurezza della fornitura, sono presi in considerazione anche principi etici, sociali ed ambientali. Ferrero ha realizzato una *scorecard* con cui monitorare le *performance* dei propri fornitori rispetto a tematiche qualitative, etiche ed ambientali.

PROGRESSI SUI NOSTRI OBIETTIVI

Le strutture interne a Ferrero sono attive da tempo per perseguire obiettivi pluriennali prefissati: il Gruppo prosegue con l'obiettivo di anticipare al 2014 l'utilizzo di carta e cartone vergine proveniente al 100% da filiera sostenibile certificata e di aumentare, ove tecnicamente e qualitativamente possibile, il contenuto di riciclato.

Considerata l'importanza dell'*ecodesign del packaging*, Ferrero prosegue la formazione dei progettisti sulle tematiche ambientali e sull'utilizzo dello strumento operativo a supporto dei *designer* per la quantificazione degli impatti ambientali già dalle prime fasi di progettazione.

Tra le funzioni del *packaging* vi sono anche aspetti di informazione al consumatore, sia in merito al prodotto, sia in merito all'imballaggio. Per questo motivo, volendo contribuire al rafforzamento della cultura ambientale e di educazione sul tema, Ferrero ha sviluppato

¹⁴ Tale % rappresenta una stima del contenuto di riciclato rispetto al totale di materie di imballaggi del Gruppo. Per carta e cartone il dato è originato da un calcolo interno basato sulla composizione dei materiali acquistati, mentre per vetro ed alluminio il dato deriva da indagine presso fornitori e tiene conto dei diversi stabilimenti di provenienza del materiale, è perciò legato all'efficienza di raccolta e riciclo dei Paesi dove sono ubicati ed operano i fornitori d'imballi.

un'etichetta che permette al consumatore di identificare i materiali che compongono il *packaging*, in modo da aiutarlo nella corretta gestione dell'imballaggio a fine vita. In linea con il piano definito *Esthé* sarà il primo *Brand* ad applicare l'etichetta nel 2013.

In Francia inoltre è stato attivato un tavolo di lavoro con il consorzio che gestisce la raccolta differenziata per poter adottare l'etichetta Ferrero seguendo le specificità nazionali.

Il *design* consapevole ed il miglioramento continuo contribuiscono a ridurre l'impatto ambientale di un imballaggio. Anche nell'anno 2011/12 **la strategia Ferrero delle "5R"** (già descritta nel primo rapporto CSR) ha permesso di ottenere miglioramenti ambientali secondo i diversi *driver* come nel seguito riportato:

LE 5 R DEL PACKAGING: ESEMPI DI AZIONI ATTIVATE NELL'ANNO 2011/12¹⁵

R - Rimozione: eliminazione di alcune componenti d'imballo di *Kinder Bueno* con conseguente risparmio di circa 510 tonnellate/annue di imballi.

R - Riduzione: ulteriore processo di ottimizzazione dei pack del *Gran Soleil* e delle bottiglie *Esthé* da 1,5 l e 0,5 l con conseguente risparmio di circa 290 tonnellate/annue di plastica rigida.

R - Riciclabilità: incremento progressivo nell'utilizzo di rPet (pet proveniente da materiali riciclati) negli imballi secondari per un totale di oltre 3.000 tonnellate nel 2011/12 di materiale riciclato in sostituzione di componenti vergini.

R - Riutilizzo: nuovo formato del vasetto da 1kg di Nutella riutilizzabile come contenitore richiudibile non dimenticando che altre nuove idee di "riutilizzabilità" sono sempre in fase di studio per altre tipologie di *packaging*.

R - Rinnovabilità: passaggio, per alcune confezioni natalizie, da una struttura in plastica rigida ad una struttura cartotecnica con un beneficio di riduzione nel consumo di risorse pari a circa 140 tonnellate/annue.

Le azioni relative alle R "riciclabilità" e "riutilizzo" rappresentano l'impegno del Gruppo 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.

Ferrero continua la sua attività e partecipazione a progetti finalizzati allo sviluppo di materiali derivanti da fonti rinnovabili, non in concorrenza con la filiera alimentare. Per questo motivo, perseguendo l'obiettivo al 2020 di un maggior uso di materiali da fonte rinnovabile, è attiva con Centri di Ricerca, prestigiose Università ed altre industrie in diversi progetti europei e nazionali (*Biopack, Namatech, Ecofood ed Ecopaper*) 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.



¹⁵ I valori indicati rappresentano una stima calcolata sui volumi annuali.

COSÌ PROGETTIAMO LE NOSTRE INFRASTRUTTURE ED I NOSTRI MACCHINARI

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);
- ▶ studio per l'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, 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 di certificazioni europee di Valutazione Ambientale (seguendo *standard* locali es. Protocollo ITACA in Italia) per i nuovi edifici adibiti ad uffici 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

La ricerca di soluzioni per una *supply chain* sempre più verde è una delle priorità del Gruppo Ferrero, che prevede lo sviluppo di programmi rivolti alla ottimizzazione dei processi di *supply* con particolare attenzione agli aspetti di sostenibilità ambientale.

Quanto sopra si articola attraverso azioni e progetti indirizzati:

- ▶ a minimizzare i km percorsi per il trasporto dei nostri prodotti e, al tempo stesso, incrementare la saturazione dei mezzi;
- ▶ a identificare soluzioni che permettano di utilizzare mezzi di trasporto a minore impatto ambientale (es. Camion ibridi) o segmentare le tratte con tipologie di mezzi che permettano di ridurre le emissioni sviluppate (es. Trasporto Intermodale);
- ▶ a sviluppare collaborazioni con i nostri partner per definire insieme soluzioni eco sostenibili.

Le emissioni relative al trasporto e stoccaggio Ferrero sono stimate nel 2011/12 a circa 289.000 teq CO₂. Pur crescendo in valore assoluto rispetto agli anni precedenti, tali emissioni risultano ridotte dell'8% per tonnellata prodotta, rispetto al 2009¹⁶, in virtù delle azioni rivolte a minimizzare l'impatto ambientale.

Tra le attività che hanno caratterizzato il perimetro temporale di questo rapporto citiamo:

- ▶ Le prime evidenze della collaborazione in atto con Hershey Co. registrano una riduzione di 95.000 kg di CO₂eq nei primi 6 mesi di operatività.
- ▶ I primi trasporti intermodali marittimo +

aereo dalla Cina all'Europa (per il trasporto di alcuni dei giocattoli della linea Kinder) che portano ad un abbattimento del 34% di emissioni generate.

- ▶ *Routing* europeo tra Germania, Belgio e UK utilizzando *equipment Mega Jumbo* che permettono di aumentare la saturazione al carico del 37% e che, combinato con la gestione coordinata dei ritorni (diminuendo significativamente il numero di camion senza carico), permette di avere una riduzione del 33% di CO₂ emessa.

Inoltre, attività locali dei mercati in focus sono riportate nelle sezioni specifiche.

Tra le sfide che ci aspettiamo per il futuro possiamo elencare:

- ▶ l'ottimizzazione del *network* europeo che porterà, quando implementato, una importante riduzione dei km percorsi come anche una razionalizzazione degli spazi di stoccaggio e conseguente beneficio dal punto di vista ecosostenibile;
- ▶ la partecipazione a tavoli di lavoro tra attori del mercato distributivo per la ricerca di soluzioni che sviluppino il "*sistema green logistic*" a beneficio comune.



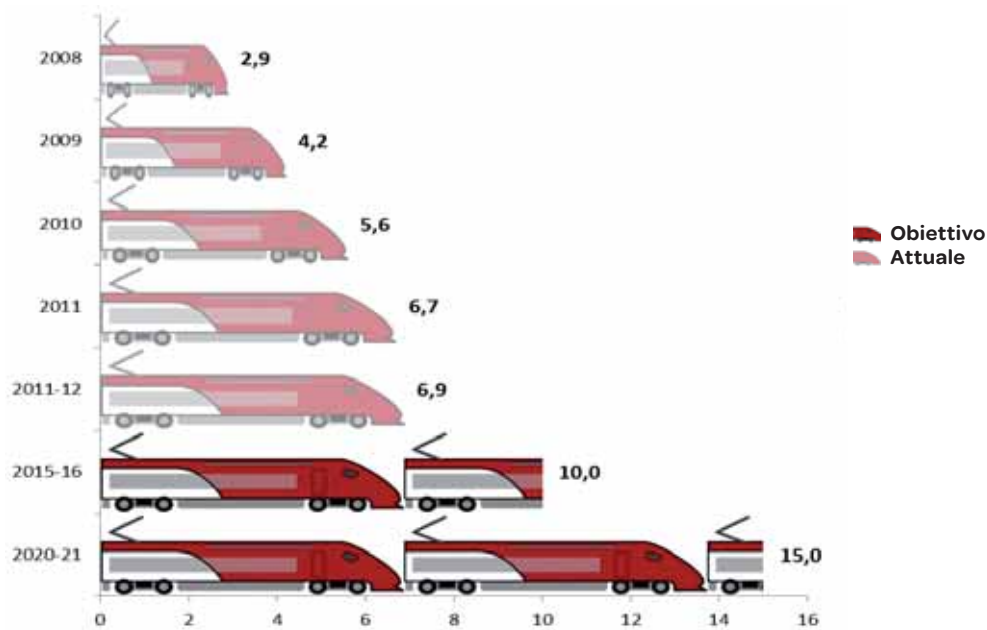
¹⁶ Il dato delle emissioni relative al trasporto e stoccaggio del 2011/12 è stato reso omogeneo al dato del 2009, al fine di permetterne il confronto.

OBIETTIVI AL 2020

Sono confermati gli obiettivi al 2020 orientati ad un sistema logistico di Gruppo sempre più attento agli aspetti ambientali:

- ▶ Riduzione del 30% delle emissioni di gas a effetto serra (teqCO₂/t) che hanno origine da attività di trasporto e stoccaggio.
 - ✓ Nell'anno in esame registriamo una riduzione dell'8% rispetto al 2009.
- ▶ Utilizzo di intermodale per trasporti gestiti direttamente in ingresso ed uscita, dei siti produttivi Ferrero pari al 10% entro il 2015/16 e al 15% entro il 2020.
 - ✓ Raggiunto nel 2011/12 il 6,9% a conferma della scarsità di *equipment* che permettano di preservare le caratteristiche organolettiche dei prodotti Ferrero.
 - ✓ Si stanno valutando soluzioni innovative per poter raggiungere entrambi gli obiettivi di riduzione impatto ambientale con uso intermodale e soddisfazione del consumatore offrendogli prodotti di eccellenza anche da un punto di vista organolettico.

- ▶ Certificazione ISO14001, che rientra negli obiettivi di Gruppo, per tutti i siti di stoccaggio gestiti direttamente.
 - ✓ Raggiunto ad oggi: circa 2 siti su 4 sono certificati ISO 14001;
 - ✓ In corso: progetto per la creazione di un sistema di gestione ambientale per la *supply chain* di Gruppo, che nei prossimi 8 anni porterà alla certificazione ISO14001 dei restanti siti;
 - ✓ Per i siti non gestiti direttamente (tra il 75% e 80% del *network* complessivo), nel selezionare i nostri fornitori, applichiamo il Codice di Condotta Commerciale Ferrero che richiede, tra gli altri, un'analisi di costi-benefici con aspetti di sostenibilità ambientale.
- ▶ In analogia con quanto dichiarato nel paragrafo "Energia e ambiente" anche per i magazzini gestiti direttamente l'obiettivo è quello di implementare un piano di azioni energetiche a livello mondiale, compatibile con il contesto locale dei siti esistenti e futuri¹⁷.



¹⁷ Tale obiettivo è già conteggiato all'interno dell'obiettivo più generale pubblicato nel paragrafo dedicato all'autoproduzione energetica.

VIAGGI DI LAVORO DEL PERSONALE

Per quel che riguarda le emissioni derivanti dai viaggi di lavoro del personale, Ferrero ha proseguito un'indagine interna ampliandone il perimetro al fine di comprenderne l'impatto ambientale in termini di tonnellate di CO₂ emessa.

Per l'anno 2011/12, sono stati presi in considerazione i viaggi in treno e in aereo dei dipendenti appartenenti alle sedi di Francia, Germania, Italia e Lussemburgo, che corrispondono a circa il 60%¹⁸ dei dipendenti del Gruppo. I fattori di emissione utilizzati per la stima sono stati forniti dalle agenzie di viaggio alle quali il Gruppo si è appoggiato; laddove non disponibili sono stati utilizzati i fattori di emissione del *GHG Protocol*¹⁹ che, per i viaggi in aereo, prevede coefficienti differenti in base alla lunghezza delle tratte e alla classe di viaggio.

Per l'anno in esame sono stimate emissioni pari a 7.806,9 teq CO₂, di cui 70,0 teq CO₂ derivanti dagli spostamenti in treno e 7.736,9 teq CO₂ dal trasporto aereo.

VIAGGI IN TRENO

Paesi	Totale n° viaggi	Totale CO ₂ (teq)
Francia Germania* Lussemburgo**	3.275	70,0

* Dati relativi alla sola società Ferrero O.H.G.m.b.H..

** Dati relativi alle società Ferrero International S.A. e Ferrero Trading Lux. S.A..

VIAGGI IN AEREO

Paesi	Totale n° viaggi	Totale CO ₂ (teq)
Francia Germania* Italia** Lussemburgo***	26.405	7.736,9

* Dati relativi alle società Ferrero O.H.G.m.b.H., Ferrero Deutschland G.m.b.H. e Ferrero MSC G.m.b.H & Co KG..

** Dati relativi alle società Alba Power S.p.A., Ferrero S.p.A., Energhe S.p.A. e Soremartec Italia S.r.l..

*** Dati relativi alle società Ferrero International S.A. e Ferrero Trading Lux. S.A..



¹⁸ Escluse le aziende agricole del Gruppo.

¹⁹ Per la stima delle emissioni di CO₂ derivanti dai viaggi di lavoro dei dipendenti delle società in Italia e Lussemburgo e dei soli viaggi in treno della società Ferrero O.H.G.m.b.H. in Germania sono stati utilizzati i fattori di emissione del GHG Protocol Tool for mobile combustion version 2.4.

SCHEDA TECNICA SUI DATI AMBIENTALI DEL PRESENTE CAPITOLO

A partire da questo rapporto i dati contenuti nel presente capitolo si riferiscono al periodo 1° settembre 2011 – 31 agosto 2012 e non più all'anno solare come nelle precedenti edizioni. Questo passaggio, che permette di uniformare la reportistica del capitolo a quella dell'intero report CSR, è stato possibile grazie all'implementazione dei sistemi di raccolta interni dei dati. Questo comporta la sovrapposizione parziale dei periodi 2010 e 2010/11; occorre pertanto tenere conto di tale limite alla comparabilità dei dati relativi a tali periodi.

Gli argomenti trattati 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; le sorprese.

Per una futura estensione del perimetro di analisi, nell'arco del prossimo esercizio si prevede il coinvolgimento di: 1) tutti gli attuali stabilimenti, inclusi i due nuovi stabilimenti produttivi avviati nel 2013 e le Imprese Sociali Ferrero 2) altre società del Gruppo; e nell'arco dei prossimi due esercizi il coinvolgimento di: 1) trasporti e punti di stoccaggio non gestiti direttamente dalla direzione *Supply Chain*.



- I 4 pilastri
- Il Gruppo Ferrero
- Le donne e gli uomini Ferrero
- Le pratiche agricole sostenibili
- Minimizzare l'impatto ambientale
- R. S. I. del Gruppo Ferrero
- Ferrero Rocher
- Paesi

RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA DEL GRUPPO FERRERO



Obiettivi e
contesto di riferimento

FERRERO

CONDIVIDERE **VALORI** PER CREARE **VALORE**

I 10 OBIETTIVI DA RAGGIUNGERE ENTRO IL 2020

OBIETTIVI	RIFERIMENTI
PER I DIRITTI UMANI	
<p>1 Potenziamento delle attività della “Fondazione Ferrero di Alba” e delle “Imprese Sociali” Ferrero</p>	Raggiunto e prolungato ●
<p>2 Condivisione del Codice di Condotta Commerciale lungo la catena del valore (Piano ABCDE)</p>	Fine 2013 ●
<p>3 Promozione di iniziative interne a supporto di una “cultura delle diversità”</p>	Entro il 2015 ●

OBIETTIVI	RIFERIMENTI
PER L'AMBIENTE	
<p>4 Energia elettrica autoprodotta pari al 75% dell'energia consumata da tutti gli stabilimenti europei, di cui il 25% da fonte rinnovabile</p> <p>Implementazione di un piano di azioni energetiche a livello mondiale, compatibile con il contesto locale degli stabilimenti esistenti e futuri</p>	Entro il 2013/2014 ●
<p>5 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>	Entro il 2020 ●
<p>6 Riduzione del consumo idrico per unità di prodotto del 20% nel 2020 (rispetto al 2009)</p>	Entro il 2020 ●
<p>7 Utilizzo negli imballaggi di materiali derivanti da risorse rinnovabili (+10%, rispetto al 2009)</p> <p>100% carta e cartone vergine da filiera sostenibile certificata</p>	Raggiunto in anticipo ●
	Entro il 2020 ●
	Entro il 2014 ●



IN LINEA



LEGERMENTE RIFORMULATO



IN ANTICIPO

OBIETTIVI	RIFERIMENTI
PER LE MATERIE PRIME	
8 100% cacao certificato come sostenibile	Entro il 2020 ●
100% caffè certificato come sostenibile	Anticipato al 2013 ●
100% olio di palma certificato come sostenibile e segregato	Anticipato al 2014 ●
100% zucchero di canna da fonti di approvvigionamento sostenibili	Entro il 2020 ●
Implementazione del piano sulla tracciabilità per il 100% delle nocciole	Entro il 2020 ●
9 100% uova da galline a terra nel rispetto del benessere animale	Entro il 2014 ●

OBIETTIVI	RIFERIMENTI
PER UNO STILE DI VITA SANO	
10 Continuo sostegno ed espansione del nostro programma per lo sport "Kinder+Sport"	Raggiunto e prolungato ●



I 4 pilastri

Il Gruppo Ferrero

Le donne e gli uomini Ferrero

Le pratiche agricole sostenibili

Minimizzare l'impatto ambientale

R. S. I. del Gruppo Ferrero

Ferrero Rocher

Paesi

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

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, coordinati dal Vice-Presidente di Gruppo (per la loro descrizione si rinvia alle precedenti edizioni del rapporto CSR, disponibili via internet).

Tra le attività svolte nell'anno 2011/12, si segnala:

- » Nel 2011, il Gruppo Ferrero ha ufficialmente aderito ai **Dieci Principi del Global Compact** delle Nazioni Unite e nel dicembre 2012, ha inviato il **primo rapporto sui progressi** di implementazione dei dieci principi, denominato *"UN Global Compact Communitation on Progress"*, disponibile online all'indirizzo www.unglobalcompact.org/participant/15640-Ferrero-International. In base ai contenuti di tale rapporto, le Nazioni Unite hanno riconosciuto a Ferrero il *"Global Compact Advanced level"*.
- » Ferrero ha attivamente partecipato ai lavori dell'**Organizzazione "Global Reporting**

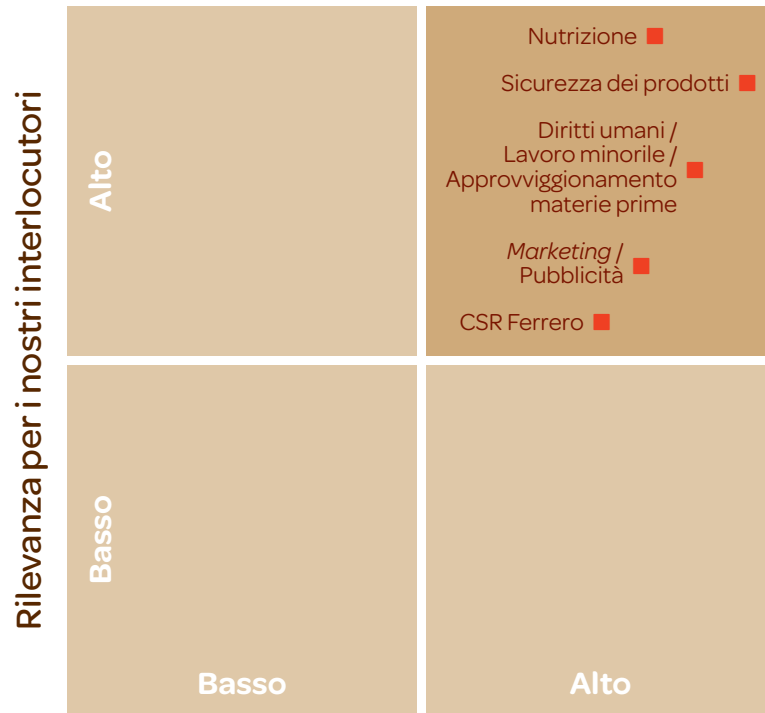
Initiative", anche nei gruppi di lavoro preposti alla redazione delle nuove linee-guida *"Sustainability Reporting Guidelines - G4"*.

- » Ferrero ha aderito a «CSR Europe», organizzazione per la responsabilità sociale d'impresa.

Il Gruppo ha continuato un percorso di riflessione sui temi più rilevanti di responsabilità sociale, selezionati sulla base dei propri principi e valori, coinvolgendo le parti interessate e condividendo obiettivi e strategie. Per la redazione del presente rapporto CSR, le numerose realtà nazionali del Gruppo sono state coinvolte in un'attività di aggiornamento della mappatura degli interlocutori interni ed esterni (*"stakeholder mapping"*, come da illustrazione a fondo pagina) e dell'analisi di materialità delle tematiche rilevanti.

Come già messo in evidenza nelle analisi condotte in tutti i precedenti rapporti CSR, risulta palese anche in questa quarta edizione, la centralità del consumatore, che rimane quindi il primo interlocutore di riferimento per Ferrero.





Rilevanza e impatti potenziali per Ferrero

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 dei prodotti; la difesa dei diritti umani, compresa la tematica del lavoro minorile e gli aspetti etici dell’approvvigionamento delle materie prime; la strategia di *marketing* e quella dedicata alla pubblicità. Tali argomenti sono trattati nel presente rapporto con appositi capitoli.

In merito alla strategia di nutrizione, da due anni la Ferrero si è dotata di un comitato scientifico “*Nutrition*”, presieduto dal Vice-Presidente del Gruppo, al quale partecipano i responsabili delle aree aziendali coinvolte nelle tematiche nutrizionali dal punto di vista tecnico, commerciale e legislativo. Tale comitato, che opera in funzione delle linee-guida strategiche del Gruppo, si riunisce mensilmente e genera raccomandazioni al Presidente ed al CEO del Gruppo che gli affidano il coordinamento delle decisioni operative.

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 anche in ambito CSR. Tra le tematiche spesso affrontate, compaiono: i temi della nutrizione, della sicurezza dei prodotti; gli aspetti etici legati all’approvvigionamento delle materie prime agricole; il rispetto dell’ambiente da parte di Ferrero nello svolgimento delle attività produttive; la strategia di marketing e di pubblicità; e la strategia CSR di Gruppo. Le posizioni di Ferrero in tali ambiti sono descritte in appositi capitoli del presente rapporto e l’attuazione della responsabilità sociale lungo la catena del valore Ferrero è trattata nel testo che segue dedicato al Piano ABCDE (*A Business Code Dialogue Engagement*).

- I 4 pilastri
- Il Gruppo Ferrero
- Le donne e gli uomini Ferrero
- Le pratiche agricole sostenibili
- Minimizzare l'impatto ambientale
- R. S.I. del Gruppo Ferrero
- Ferrero Rocher
- Paesi

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*).

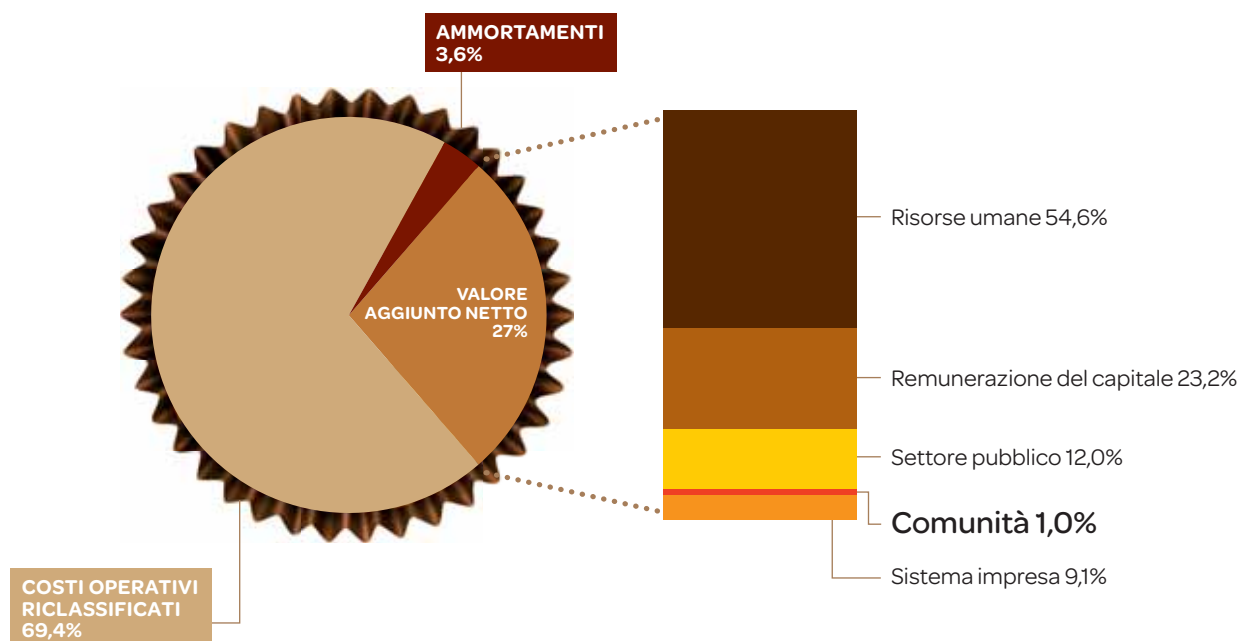
La voce “Risorse umane” comprende ogni forma di retribuzione e remunerazione erogata a fronte dell’attività lavorativa svolta dai dipendenti, inclusi gli oneri di utilità sociale sostenuti dal Gruppo.

Nella voce “Remunerazione del capitale” rientrano la distribuzione degli utili dell’anno in esame 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.



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

ORGANIZZAZIONI PER LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT

(con sede a New York)

Iniziativa politico-strategica per le aziende impegnate ad allineare le loro attività con dieci principi universalmente accettati riguardanti i diritti umani, il lavoro, l'ambiente e l'anti-corrruzione (www.unglobalcompact.org).



GLOBAL REPORTING INITIATIVE - GRI

(con sede ad Amsterdam)



Organizzazione senza scopo di lucro con l'obiettivo di promuovere la sostenibilità economica, ambientale e sociale, tramite un quadro completo di parametri per la rendicontazione (www.globalreporting.org).

CSR EUROPE

(con sede a Bruxelles)

Organizzazione per la responsabilità sociale d'impresa, fondata nel 1995, alla quale aderiscono 70 aziende e 37 associazioni nazionali (www.csreurope.org).



ASSOCIAZIONI COMMERCIALI E DI CATEGORIA

AEF

ADVERTISING EDUCATION FORUM

Organizzazione senza scopo di lucro 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).

BONSUCRO

Organizzazione che promuove la sostenibilità del settore della canna da zucchero, fornendo un sistema di misurazione e certificazione (www.bonsucro.org).

CAOBISCO

EUROPEAN ASSOCIATION OF CHOCOLATE, BISCUIT & CONFECTIONERY INDUSTRIES

Associazione di rappresentanza di circa 2.000 aziende dolciarie dell'Unione europea (www.caobisco.eu).

EUFIC

EUROPEAN FOOD INFORMATION COUNCIL

Organizzazione senza scopo di lucro, sostenuta da aziende del settore alimentare e delle bevande e dalla Commissione europea; fornisce informazioni e svolge ricerche sulla sicurezza e la qualità degli alimenti (www.eufic.org).

FDE

EUROPEAN FEDERATION OF FOOD & DRINK INDUSTRIES

Federazione europea che promuove e rappresenta gli interessi del settore alimentare e delle bevande (www.fooddrinkeurope.eu).

IFBA

INTERNATIONAL FOOD & BEVERAGE ALLIANCE

Organizzazione composta dalle principali aziende mondiali del settore alimentare e delle 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).

Tali organizzazioni hanno tutte sede a Bruxelles, ad eccezione di Bonsucro che ha sede a Londra e di IFBA che ha sede a Ginevra.

IL PIANO ABCDE

(A Business Code Dialogue Engagement)

Il Gruppo Ferrero è impegnato nella concreta attuazione del Piano ABCDE (*A Business Code Dialogue Engagement*). Come già ampiamente descritto nei precedenti rapporti CSR, tale Piano, avviato nel giugno 2011, ha l'obiettivo di condividere, con tutti gli interlocutori della catena del valore, il Codice di Condotta Commerciale del Gruppo.

Tale Codice che è disponibile su internet all'indirizzo www.ferrero.com in diverse lingue:

- ▶ si basa sui principi aziendali Ferrero, ed è conforme al Codice Etico aziendale (entrambi disponibili via internet su www.ferrero.com),
- ▶ conforme ai principi di "buone pratiche aziendali" dell'AIM (Associazione delle Industrie di Marca),
- ▶ 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 2012, il Gruppo ha concluso le attività di valutazione dell'importanza e del profilo di rischio in caso di non aderenza o di

parziale applicazione del Codice lungo la catena del valore.

Sono inoltre proseguite le attività di diffusione del Codice, tramite appositi incontri con i principali interlocutori del Gruppo, al fine di condividerne i principi e avviare un dialogo su specifiche tematiche.

In particolare, alla data di pubblicazione del presente rapporto, sono state avviate le seguenti attività:

- ▶ Diretto coinvolgimento dei responsabili locali dello stabilimento in costruzione in Turchia nel processo di implementazione del Piano ABCDE;
- ▶ Incontri con i principali fornitori di cacao, nocciole, olio di palma, uova, per la condivisione del Codice ed al fine di presentarne i principi e le finalità;
- ▶ Inclusione di una clausola contrattuale di presa visione ed accettazione del Codice nei nuovi contratti siglati nelle aree relative al *packaging*, logistica e acquisti tecnici di macchinari e impianti.

Tale processo di condivisione del Codice si concluderà entro il 2013.

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

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). Prevediamo a partire dal 2013, attraverso il Piano ABCDE, lo svolgimento di ulteriori controlli presso i fornitori al fine di verificare che gli acquisti di Gruppo siano conformi alle pratiche del Codice di Condotta Commerciale Ferrero.



ACQUISTI FERRERO DAI FORNITORI LOCALI

Si riportano qui di seguito le percentuali relative agli acquisti effettuati dai fornitori locali, calcola-

te sulla totalità degli acquisti dei principali stabilimenti europei¹:

PAESI	ACQUISTI DA FORNITORI LOCALI
Belgio	50,33%
Francia*	88,85%
Germania	99,88%
Italia*	94,27%
Polonia*	75,84%

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

Per maggiori informazioni su Germania e Polonia si rinvia alle appendici alla fine di questo rapporto.

La valutazione di eventuali impatti significativi degli stabilimenti Ferrero sulle comunità locali è un elemento chiave nelle nostre strategie. Monitoriamo attentamente i nostri impatti a livello economico, sociale ed ambientale e crediamo che valorizzare gli acquisti locali sia un importante indicatore del nostro radicamento nelle comunità dove operiamo.

I capitoli precedenti del presente rapporto includono l'analisi completa degli impatti del Gruppo sulle comunità locali, tra i quali in particolare "La Fondazione Ferrero di Alba", "Le Imprese Sociali Ferrero", "Le pratiche agricole sostenibili" e "Minimizzare l'impatto ambientale".



¹ I valori si riferiscono agli acquisti effettuati dagli stabilimenti presso i fornitori nazionali sul valore totale degli acquisti dell'anno 2011/12. Sono escluse le forniture infragruppo e le forniture centralizzate (quali ad esempio quelle relative alle materie prime e agli imballaggi).

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. 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 è 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.

In merito ai contributi ricevuti dalla pubblica amministrazione, si segnala che i contributi in conto esercizio ed i contributi in conto capitale di competenza dell'anno 2011/2012 non raggiungono un valore complessivo significativo a livello di bilancio consolidato.

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. Per maggiori informazioni, si rinvia al Codice Etico di Gruppo (disponibile via internet all'indirizzo www.ferrero.com).





APPENDICE I - FOCUS SU FERRERO ROCHER



Evento Ferrero Rocher, Dubai

FERRERO

CONDIVIDERE **VALORI** PER CREARE **VALORE**

FERRERO ROCHER

Ferrero Rocher nasce nel 1982 dal desiderio di rendere accessibile a tutti un'elegante specialità dolciaria, moltiplicando momenti di piacere e di convivialità.

Inizialmente venduto in Italia, Francia e Regno Unito, rapidamente Ferrero Rocher diviene la specialità favorita da milioni di consumatori in tutto il mondo. Oggi è il prodotto leader nella sua categoria: **è venduto in 140 paesi nei 5 continenti.**

Si tratta di una specialità davvero unica in quanto offre emozioni multisensoriali inimitabili, per soddisfare le varie esigenze del consumatore: dal consumo personale, alla condivisione, al dono.

FERRERO ROCHER È UN PIACERE UNICO E INIMITABILE

Ferrero Rocher viene realizzato da personale altamente specializzato con estrema attenzione e cura artigianale. Ogni Rocher custodisce al suo interno **un ingrediente nobile come la nocciola intera**, ed è ricoperto all'esterno da una granella di nocciola enrobata di finissimo cioccolato al latte: questo fa sì che ogni Rocher sia leggermente differente l'uno dall'altro.



Le nocciole sono l'ingrediente più distintivo di questa complessa ricetta e la Ferrero è la maggior specialista nella loro selezione e trasformazione.

Le nocciole vengono tostate attraverso un processo attento e rigoroso teso a preservare l'irresistibile fragranza di questa preziosa materia prima. Ogni fase della produzione è poi seguita e controllata con passione e competenza a partire dalla scelta delle migliori nocciole che diventeranno il cuore di Ferrero Rocher.

Solo così viene assicurata l'alta qualità che fa di Ferrero Rocher un piacere unico e inimitabile che ha conquistato milioni di consumatori.

ROCHER È UNICO ANCHE PER LA SUA PRESENTAZIONE

Ogni specialità è incartata singolarmente in un raffinato involucro dorato ed è racchiusa nella caratteristica ed innovativa confezione trasparente. Proprio tale confezione, consentendo per la prima volta la completa visibilità del contenuto, ha sorpreso i consumatori, rivoluzionando il mercato.

UN "PICCOLO" LUSSO ACCESSIBILE.

È qualcosa di speciale: è il piacere di concedersi una meritata gratificazione che nasce dall'esperienza di gusto unica di questa raffinata specialità preziosamente avvolta nell'oro.

FESTIVITÀ. Il mondo di Ferrero Rocher prende vita durante le feste ed in tutti quei momenti di celebrazione che è bello condividere con i nostri cari: Ferrero Rocher aggiunge da sempre un tocco di brillio speciale all'occasione.

GIOIA. Ferrero Rocher aggiunge gioia ed emozione ai momenti speciali come quelli in cui si riceve o si dona un regalo a qualcuno a noi caro.

STARE INSIEME. Sono i momenti in cui è bello stare assieme e che Ferrero Rocher sottolinea rendendoli unici.

Quali i segreti di tanto successo?

- » Le proprietà sensoriali della nocciola intera ed in particolar modo la sua fragranza;
- » Il ripieno vellutato e cremoso;
- » La croccantezza del wafer;
- » La gustosa granella esterna ricoperta di finissimo cioccolato.

Ferrero processa in modo esclusivo le materie prime di Rocher, salvaguardandone i contenuti organolettici e le caratteristiche, mediante:

- » la costante ricerca e selezione di ingredienti esclusivi;

- » un severo controllo sulla sicurezza, la qualità e la freschezza in accettazione;
- » un'accurata certificazione dei fornitori;
- » innovativi processi industriali di trasformazione;
- » specifiche tecniche di controllo qualitative e tecnologiche;
- » il rispetto dei tempi e delle temperature per una corretta tostatura delle nocciole.

Il formato ad oggi più venduto al mondo di Rocher, in termini di volumi, è la confezione da 200 g, contenente 16 praline.

I primi 5 paesi dove Rocher è più apprezzato, in base ai volumi di vendita del 2011/12, sono: Francia, Stati Uniti, Cina, Germania e Regno Unito.

APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE

La Ferrero produce ad oggi Ferrero Rocher in quattro stabilimenti: Alba (Italia), Brantford (Canada), Stadtallendorf (Germania) e Poços de Caldas (Brasile). Gli ingredienti utilizzati sono chiaramente indicati in etichetta in conformità delle normative vigenti in tema di etichettatura nei diversi paesi in cui il prodotto è commercializzato.



Le materie prime agricole utilizzate per la produzione di Ferrero Rocher corrispondono ad un totale di 70.657 tonnellate, sempre nell'anno 2011/12.

La ricetta di Ferrero Rocher è costituita da una perfetta armonia di materie prime e di ingredienti, principalmente cioccolato al latte, nocciole e zucchero, di elevatissima qualità e freschezza, senza conservanti e coloranti.



In base alla strategia del Gruppo sull'acquisto delle materie prime, possiamo affermare che a partire dall'anno 2012/2013:

- » **tutto il cacao** utilizzato in Ferrero Rocher, secondo le quantità necessarie nei cinque principali mercati, **è certificato come sostenibile**¹;
- » **per tutte le altre materie prime utilizzate in Rocher valgono le strategie di approvvigionamento sostenibile adottate da Ferrero e descritte nel capitolo "Pratiche agricole sostenibili" del presente rapporto CSR.**

PERFORMANCE AMBIENTALE

Due dei quattro stabilimenti, Alba (Italia) e Stadtallendorf (Germania), in cui Rocher è prodotto hanno già conseguito la certificazione del sistema di gestione ambientale secondo la norma ISO 14001. Entro il 2017, tale certificazione sarà estesa agli altri due stabilimenti situati a Brandfort (Canada) ed a Poços de Caldas (Brasile).

In particolare, la produzione di Rocher rientra negli obiettivi di Gruppo che prevedono sistemi di autoproduzione energetica, da impianti di cogenerazione o da fonte rinnovabile.

Per il dettaglio del parco di generazione energetico installato presso gli impianti che producono Rocher e per gli obiettivi del Gruppo in tale ambito, si rinvia al capitolo "Minimizzare l'Impatto Ambientale" del presente rapporto CSR.



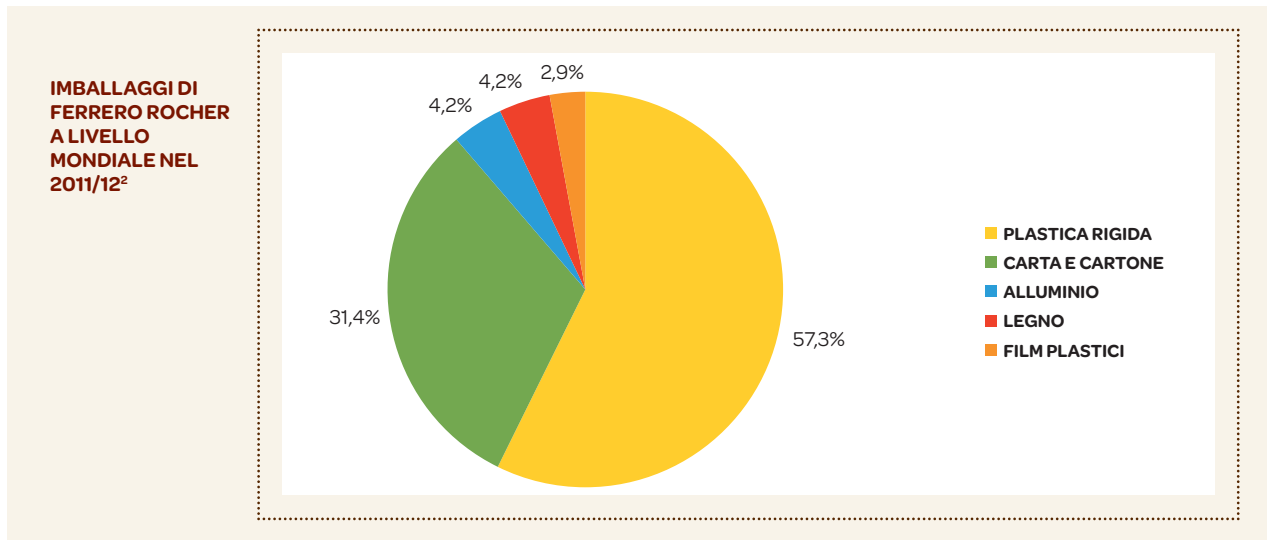
1 Si tratta di una simulazione di calcolo basata sui volumi relativi all'anno commerciale 2011/12, sulle previsioni di vendita per il 2012/2013 e sui volumi di materie prime certificate acquistate nel 2012/13. Come previsto dal Codice di Condotta Commerciale Ferrero, il Gruppo non utilizza organismi geneticamente modificati e chiede ai propri fornitori e partner commerciali di fornire tutte le informazioni rilevanti, incluse le evidenze delle analisi condotte.

IMBALLAGGI

Il *packaging* di Ferrero Rocher è studiato per proteggere nel tempo la perfetta qualità e l'elevatissima freschezza delle praline; l'imballo varia in funzione del formato e del paese di

destinazione, pur mantenendo la medesima funzione.

Di seguito sono riportati i materiali utilizzati per gli imballaggi di Ferrero Rocher a livello mondiale.



Il materiale che caratterizza maggiormente le confezioni di Rocher è la plastica; a seguire, la componente cellulosa (che comprende tra l'altro il tipico pirottino della pralina e il cartone utilizzato come imballo secondario), l'alluminio, con cui è realizzato l'incarto dorato della pralina ed il legno utilizzato nelle pedane espositive (imballo terziario).

L'utilizzo dei diversi imballi è pensato con

l'obiettivo di:

- » salvaguardare la fragranza e la qualità di un prodotto estremamente complesso e delicato,
- » garantire la protezione dall'umidità ed altri agenti esterni,
- » assicurare un'adeguata resistenza meccanica a protezione delle praline.



² Suddivisione % in peso dei materiali utilizzati per gli imballi di Ferrero Rocher, nel mondo, nell'anno 2011/2012.

Volendo garantire l'eccellenza del prodotto non è stato finora possibile utilizzare materiale riciclato nell'imballo primario a contatto con il prodotto. Si è comunque utilizzato materiale riciclato ove possibile e non a diretto contatto con il prodotto, ad esempio nei vassoi espositivi delle confezioni nei punti vendita e per tutti gli imballi secondari cellulosici. **Questo ci ha permesso di ottenere una percentuale di**

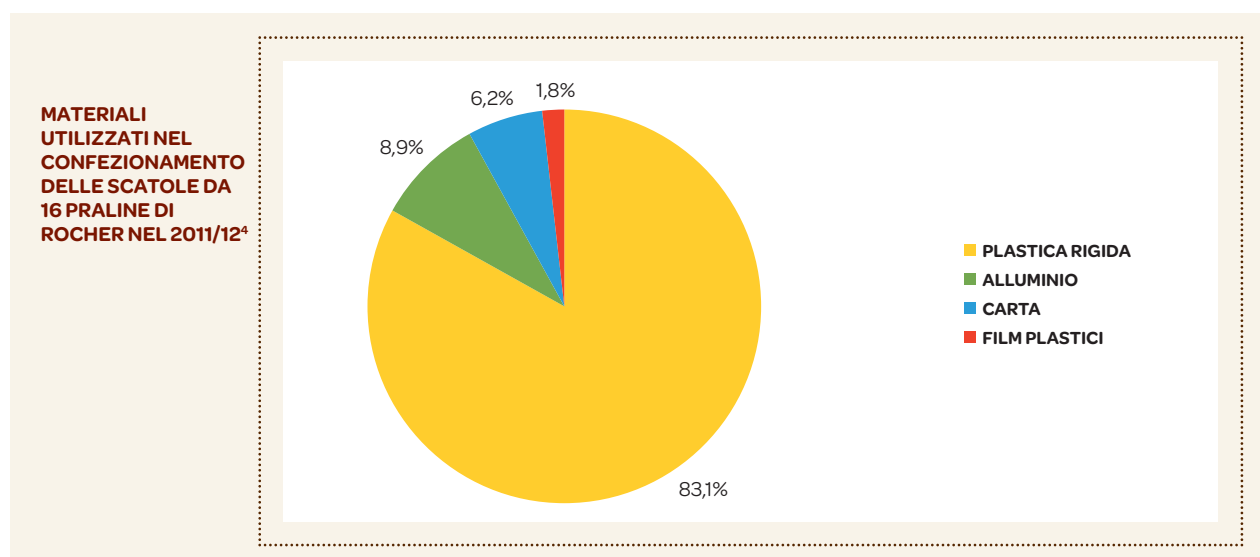
materiale riciclato pari a circa il 20% del totale utilizzato.

Negli anni, Ferrero ha applicato anche diverse buone prassi di progettazione, seguendo le linee guida di Gruppo in tema di imballaggi. Nel 2011-2012, ad esempio, la confezione da 8 praline Rocher è stata riprogettata con una conseguente riduzione in peso dei materiali utilizzati pari a circa 80 tonnellate³.



Il materiale di imballo utilizzato per le scatole da 200 g è la plastica rigida. Di seguito, i materiali

utilizzati nel confezionamento delle scatole da 200 g (16 praline).



³ Il valore indicato rappresenta una stima calcolata sui volumi annuali.

⁴ Suddivisione % in peso del materiale di imballaggio primario utilizzato per una scatola di Ferrero Rocher da 200 g., nel mondo, nell'anno 2011/2012.



La scatola da 200 g (16 praline) è una delle confezioni storiche ed emblematiche di Ferrero Rocher. Le scelte di *design* della confezione nel tempo sono state dettate da fattori di natura

qualitativa, estetici ed ambientali (in figura, l'evoluzione dei diversi interventi con impatto sul peso della scatola da 200 g).

CRONISTORIA SCATOLA DA 16 PRALINE DI ROCHER



Nella figura risulta evidente la riduzione del peso della scatola da 200 g nel tempo. Ad oggi esistono tre diverse versioni di scatola, questo è dovuto alle differenti tecnologie presenti nei vari stabilimenti di produzione.

Considerati i volumi di produzione dell'anno 2011/12, grazie alle modifiche effettuate nel corso degli anni, si è ottenuto **un risparmio annuale pari quasi a 3.000 tonnellate di materiale plastico.**

I 4 pilastri

Il Gruppo Ferrero

Le donne e gli uomini Ferrero

Le pratiche agricole sostenibili

Minimizzare l'impatto ambientale

R. S. I. del Gruppo Ferrero

Ferrero Rocher

Paesi

TRACCIABILITÀ E SICUREZZA

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

Tutti gli stabilimenti Ferrero che producono Rocher sono certificati per gli aspetti legati alla qualità 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 “Qualità e Freschezza” del presente rapporto CSR).

Affinché Rocher 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 sul gusto del prodotto, in tutte le sue sfaccettature, e

sull’aspetto estetico e di presentazione.

Gli assaggi effettuati globalmente su Ferrero Rocher nell’esercizio 2011/2012 sono stati oltre 18.000.

I reclami ricevuti nell’esercizio 2011-2012, rapportati alla confezione da 200 g, **corrispondono a 7,6 reclami ogni milione di confezioni da 200 g.**

Entro il 2015, Ferrero prevede di realizzare un centro unico di raccolta reclami, dove confluiscono tutte le segnalazioni, costituendo una banca dati globale.

Per Ferrero, la responsabilità sociale consiste anche nell’offrire al consumatore del mondo intero, prodotti innovativi, di altissima freschezza e qualità, garantiti sempre e comunque.

CURIOSITÀ SU FERRERO ROCHER

Se mettessimo in fila tutti i Ferrero Rocher consumati in un anno, copriremmo più di 3 volte la circonferenza della Terra.



"ROCHERONE"

Il **"Rocherone"** è un'originale interpretazione di Ferrero Rocher e nasce dalla combinazione di ingredienti accuratamente selezionati quali: un finissimo cioccolato al latte e profumatissime nocciole, che conferiscono al prodotto una particolare e soave fragranza.

Attualmente in fase sperimentale, il **"Rocherone"** rappresenta un passo importante per la riaffermazione dei valori storici della marca.

IL **"ROCHERONE"** È INFATTI UN PRODOTTO DA GUSTARE IN OGNI MOMENTO E DA CONDIVIDERE CON I PROPRI CARI DURANTE LE PRINCIPALI FESTIVITÀ.



L'imballaggio dorato ed elegante, il gusto unico ed inimitabile ed il piccolo tesoro custodito al proprio interno, alcuni Ferrero Rocher, permettono al **"Rocherone"** di affermarsi sul mercato e di rafforzare il legame con i consumatori.

Stabilimento Ferrero
a Stadtlendorf,
Germania



APPENDICE II - FOCUS SU FERRERO IN GERMANIA E IN POLONIA

Stabilimento Ferrero a Belsk, Polonia



FERRERO

CONDIVIDERE **VALORI** PER CREARE **VALORE**

FERRERO IN GERMANIA

Leader di mercato nella produzione dolciaria, Ferrero ha un profilo altamente attrattivo in Germania con i suoi 27 marchi, tra i quali: Nutella, Kinder Überraschung (Kinder Sorpresa), Milch Schnitte (Kinder Fetta al Latte), Duplo e Mon Chéri. Le caratteristiche distintive dell'azienda sono la conduzione familiare, la capacità d'innovazione, l'elevata attenzione per la qualità e la passione che caratterizza tutto lo *staff* di Francoforte e di Stadtallendorf.

Ferrero inizia la propria attività in Germania, nel settembre del 1956 a Stadtallendorf, nello Stato federato dell'Assia, con uno staff di cinque dipendenti.

Il primo prodotto realizzato localmente si chiamava Cremalba offerto in vasetti da 200 grammi. Sei mesi dopo, Ferrero contava oltre sessanta dipendenti e alla fine del 1957 erano già centocinquanta. La produzione in Germania della famosa pralina Mon Chéri, sempre nel 1957, determinò un'importante svolta.

Oggi Ferrero è la principale azienda dolciaria in Germania, con 4.794 dipendenti.

La sede amministrativa di Ferrero si trova a Francoforte sul Meno, lo stabilimento ed il deposito a Stadtallendorf.

Sul mercato tedesco ad oggi sono commercializzati i seguenti prodotti: Nutella, Mon Chéri, Milch Schnitte (Fetta al Latte), Kinder Überraschung (Kinder Sorpresa), Kinder Riegel (Kinder Maxi), Duplo, Hanuta, Yogurette, Ferrero Rocher, Ferrero Küsschen, Raffaello, Giotto, Die Besten, Pocket Coffee, Rondnoir, Nutella & Go, Tic Tac, Kinder Schoko Bons, Kinder Chocofresh, Kinder Maxi King, Kinder Bueno, Kinder Pinguì, Kinder Friends, Kinder Country (Kinder Cereali), Kinder Joy (Kinder Merendero), Kinder Schokolade (Kinder Cioccolato), Kinder Happy Hippo Snack.

Nel 2011/2012 il fatturato consolidato di Ferrero in Germania è stato pari a 2,2 miliardi di euro.



Stabilimento Ferrero a Stadtallendorf

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Ferrero attribuisce molta importanza al dialogo ed allo scambio continuo con i diversi gruppi di *stakeholder*. Le aspettative e le opinioni da loro espresse sono considerate come un importante strumento di approfondimento dell'impegno sociale e come leva per gli obiettivi di sostenibilità.

A livello locale e mondiale, i consumatori, i dipendenti, i fornitori, le Istituzioni, la comunità scientifica e le organizzazioni non governative nutrono numerose aspettative e formulano complesse richieste circa i piani di sostenibilità di Ferrero.

Dal 2011, Ferrero organizza in Germania dei momenti di confronto a cadenza regolare denominati *"National Stakeholder Dialogues"*. L'incontro svolto a Stadtallendorf nel maggio 2012, con rappresentanti politici ed esperti scientifici, esponenti di ONG e di organizzazioni per la tutela dell'ambiente ha permesso di approfondire importanti tematiche, quali l'approvvigionamento delle materie prime, l'efficienza e la gestione energetica e la sicurezza alimentare.

L'incontro svoltosi ad ottobre 2012 si è invece concentrato sul tema dell'efficienza energetica e della gestione degli aspetti ambientali, mentre quello del maggio 2013 sull'approvvigionamento sostenibile delle materie prime.

PARTECIPAZIONE NELLE ASSOCIAZIONI E LEGAME CON LA COMUNITÀ LOCALE

Anche in Germania, Ferrero è membro di numerose associazioni e comitati di esperti locali, con lo scopo principale di favorire uno scambio di conoscenze tra l'azienda e le parti interessate. Ciò è importante anche per condividere la strategia di responsabilità sociale dell'azienda.

Ferrero, inoltre, mantiene stretti legami con le comunità locali, la pubblica amministrazione e le altre aziende dell'Assia e in particolare a Stadtallendorf. In particolare sono oggetto di discussione a livello locale, i temi legati all'efficienza energetica, in merito ai quali Ferrero partecipa a tavole rotonde con i rappresentanti regionali ed altre aziende.

GERMAN INITIATIVE ON SUSTAINABLE COCOA (GISCO)

La *"German Initiative on Sustainable Cocoa"* (GISCO), è stata istituita a Berlino il 13 giugno 2012 al fine di migliorare le condizioni nei paesi produttori di cacao. Il Ministero Federale per l'Alimentazione, l'Agricoltura e la Tutela dei Consumatori e il Ministero Federale per la Cooperazione e lo Sviluppo economici hanno lanciato tale iniziativa in collaborazione con i rappresentanti della distribuzione, dell'industria e della società civile. L'iniziativa si prefigge di sostenere

i paesi produttori di cacao attraverso lo sviluppo di una produzione di cacao sostenibile, aggregando attività e creando collaborazioni infrasettoriali con tutte le parti interessate. Circa settanta rappresentanti dell'industria di trasformazione del cacao, del commercio alimentare ed enti di standardizzazione, quali *Rainforest Alliance* e *UTZ Certified*, sindacati e organizzazioni non governative hanno dichiarato di voler aderire a questa iniziativa.

INIZIATIVE LOCALI PER I DIPENDENTI

In Germania sono attivi numerosi progetti e programmi tesi a creare un ambiente di lavoro il più positivo e stimolante possibile per permettere ai dipendenti di realizzare al meglio le loro mansioni, e di instaurare un buon equilibrio tra la vita familiare e lavorativa. Una struttura salariale competitiva, percorsi professionali ed offerte formative di alto livello costituiscono i pilastri di un ampio programma per i dipendenti denominato "Primavera".

Tale programma include cinque aree strategiche:

- » Sviluppo dei talenti;
- » *Benefit* ed iniziative a favore dei dipendenti;
- » Salute e sicurezza;
- » Ambiente di lavoro;
- » Lavoro di squadra.

Persostenere lo sviluppo dei talenti, Ferrero offre un vasto programma formativo a chi realizza le migliori *performance* attraverso ad esempio la cooperazione con la *Saint Joseph University* di Philadelphia, negli Stati Uniti e con l'*International Business School INSEAD* di Fointainebleau, in Francia.

EQUILIBRIO TRA VITA PRIVATA E LAVORATIVA

In ogni dipartimento è posta una forte attenzione nel consentire il migliore equilibrio possibile tra vita privata e lavorativa attraverso:

- ▶ Orari di lavoro flessibili per le funzioni amministrative, tra cui modelli *flexitime*, a tempo parziale e in telelavoro;
- ▶ Un sistema remunerativo e pensionistico esteso a tutto il personale, recentemente aggiornato e reso ancora più flessibile e con indennità maggiori per i dipendenti;
- ▶ Piccoli e grandi vantaggi quotidiani quali: l'offerta di frutta, caffè e *soft drink* gratuiti,

un biglietto di trasporto "*Jobticket*" valido per la zona Reno/Meno, un servizio interno di lavanderia, corsi di lingua e collaborazioni con centri sportivi, con una catena di palestre e con l'Opera di Francoforte.

Per migliorare l'ambiente di lavoro, sono stati rinnovati e ammodernati gli uffici di Francoforte e creati spazi moderni, luminosi ed aerati. A Stadtallendorf una mensa interna offre tre pasti durante tre turni di lavoro diversi.

A Stadtallendorf, Ferrero offre iniziative speciali per lo svago dei dipendenti su base stagionale: il "*Ferrero Summer Camp*" per i figli dei dipendenti, giochi di Natale, attività sportive (gare di *dragonboat*, *Chase Run*, *Bowling*), la giornata delle ragazze (giornata speciale per promuovere mansioni tradizionalmente svolte da uomini, quali quelle di alcuni dipartimenti tecnici).



Servizio navetta per i dipendenti

Nello stabilimento di Stadtallendorf, Ferrero offre da cinquant'anni un servizio bus navetta per permettere ai dipendenti di giungere con facilità al posto di lavoro. Il servizio copre tre turni di lavoro ed abbraccia un perimetro di 50 km. A Francoforte, i dipendenti di Ferrero che vanno a lavorare con i mezzi pubblici possono beneficiare di un biglietto a tariffa speciale.

PARTECIPAZIONE DEL PERSONALE E COMUNICAZIONE

Per sostenere la comunicazione interna, un portale intranet chiamato "myFerrero" ed un giornale dei dipendenti "Giornalino" con pubblicazione bi-mensile costituiscono gli strumenti a favore della comunicazione interna. Il Giornalino fornisce informazioni generali su tematiche relative all'azienda ed ai prodotti mentre il portale permette di diffondere informazioni brevi e veloci. Inoltre, il portale fornisce l'accesso a tutte le informazioni generali con una sezione dedicata alle risorse umane che include una pagina per i rappresentanti dei lavoratori.



Il "Giornalino", la rivista pubblicata per i dipendenti

Inoltre, bimensilmente, si svolge una Tavola rotonda CSR tra la Business Unit Ferrero e lo stabilimento di Stadallendorf che coinvolge i

dipendenti delle principali funzioni. Tale iniziativa permette di discutere e condividere idee sulle diverse tematiche legate alle sostenibilità, di imparare reciprocamente e creare sinergie.

Ogni due anni si realizza un'indagine interna per monitorare il livello di soddisfazione dei dipendenti nei confronti di Ferrero come datore di lavoro.

Inoltre, l'azienda ha avviato ad aprile 2012 un'indagine rivolta a tutti i dipendenti di Francoforte ed al management di Stadallendorf sulla CSR per verificare l'adeguatezza della comunicazione di sostenibilità, il livello di informazione dei dipendenti e di consapevolezza dell'importanza delle tematiche di CSR per l'azienda. Da tale indagine sono emersi i seguenti risultati: l'88,6% del personale conferma che le attuali attività CSR di Ferrero creano una buona base per registrare sviluppi positivi in futuro. L'82,3% è a conoscenza di quelle che sono le tematiche più importanti per Ferrero nell'ambito della CSR. Il 71,4% dei dipendenti afferma di contribuire alla CSR tramite il proprio lavoro. I risultati ci indicano che le attività di comunicazione interna sulla CSR dell'anno precedente sono state di successo e che sia il management che i dipendenti attribuiscono alla CSR una grande importanza e rilevanza nel loro lavoro quotidiano. L'83,8% conferma di essere fiero di lavorare per Ferrero.

La Business Unit Ferrero incentiva una comunicazione aperta e incentrata sulla fiducia e la creazione di un forte legame tra il Senior Management e lo staff, base per lavorare verso un obiettivo congiunto e consolidare ulteriormente il successo aziendale. Pertanto, l'azienda promuove un flusso informativo

I 4 pilastri

Il Gruppo Ferrero

Le donne e gli uomini Ferrero

Le pratiche agricole sostenibili

Minimizzare l'impatto ambientale

R. S. I. del Gruppo Ferrero

Ferrero Rocher

Paesi

continuo dall'alto, dal basso e trasversale che permetta ai dipendenti di esprimersi e confrontarsi reciprocamente.

A tal scopo, l'azienda ha avviato, nel 2010, un ampio programma di comunicazione "Mein Ferrero" dalle componenti seguenti:

- ✓ *Conferenza Management* (una volta l'anno, a maggio): riunione trans-funzionale tra tutti i *Senior Manager* sulla strategia e la leadership.



Ferrero incentiva la comunicazione interna ed esterna all'azienda

- ✓ Riunione di tutti i dipendenti (una volta l'anno, a giugno): la riunione è dedicata alla presentazione e alla condivisione della strategia e degli obiettivi aziendali.
- ✓ *Sales Convention* a livello nazionale (una volta l'anno, ad agosto): all'inizio di ogni anno commerciale, i *Middle Manager* e i *Senior Manager* si incontrano per un allineamento strategico e per la pianificazione delle attività di marketing e di vendita.
- ✓ L'evento di Natale per tutto il personale (una volta l'anno, a dicembre): retrospettiva dell'anno e prospettive a breve termine.

- ✓ "*Marketing Ambassadors*" (quattro volte l'anno): scambio regolare tra il CEO ed i *Marketing Middle Manager*. Gli "Ambasciatori Marketing" sono selezionati quattro volte l'anno dai *Middle* e *Junior Manager*.
- ✓ Indagine completa fra i dipendenti (ogni due anni): indagine generale per definire lo status quo generale.
- ✓ Inchiesta ImPulse (tre volte l'anno): inchiesta sulle tematiche d'attualità e per monitorare il clima aziendale.

BENESSERE, SALUTE E SICUREZZA

Dal 2012, Ferrero Germania ha lanciato un vasto Programma di Salute basato su tre pilastri: "benessere mentale", "attività fisica" e "attenzione alla salute". Si comunica ampiamente sulle tematiche afferenti alla salute con lo scopo di consapevolizzare i manager e i dipendenti sull'importanza di avere un ambiente di lavoro sano. Sono ad esempio previsti controlli gratuiti per i lavoratori d'età superiore ai trentacinque anni o moduli formativi per una *leadership* sana. Altre iniziative consistono in programmi di assistenza/consulenza esterna e anonima per i dipendenti, giornate della salute, consulenze ergonomiche e "settimane della salute" in mensa per rispondere al desiderio dei dipendenti di nutrirsi in modo equilibrato.

Nel 2011, Ferrero implementa nella *Business Unit* e nello stabilimento le prime iniziative tese a migliorare il benessere sul posto di lavoro e a favorire maggiormente l'equilibrio tra la vita privata e lavorativa.

La risposta positiva a queste prime iniziative, la partecipazione dei dipendenti e i risultati delle inchieste condotte internamente ed



Controlli medici e consigli nutrizionali per i dipendenti

esternamente hanno spinto Ferrero a creare un *team* interno per la definizione di programmi specifici per la salute. Il *team* definisce gli obiettivi e le azioni per tutto lo *staff* prendendo in considerazione le specificità e le richieste del comparto commerciale e di produzione.

La prima serie d'azioni del Programma di Salute è stata comunicata nel 2012 e comprende:

- » curriculum con informazioni sulla salute,
- » controlli medici,
- » consulenze ergonomiche,
- » programma di assistenza ai dipendenti,
- » programma nutrizionale speciale.

Il susseguirsi di tali iniziative è accompagnato da sedute informative e da "giornate della salute" al fine di creare una consapevolezza e comprensione comune fra tutti i dipendenti e di promuovere attività sportive secondo il motto "Ferrero in movimento".

Inoltre lo stabilimento di Stadtallendorf ha stretto una collaborazione con un fondo assicurativo d'assistenza sanitaria per promuovere menu a basso contenuto calorico e vaccini stagionali contro l'influenza. Lo stabilimento mette a disposizione dei dipendenti che vivono situazioni difficili un'assistente sociale.

PARI OPPORTUNITÀ E PERSONALE DIVERSAMENTE ABILE

Ferrero Germania offre ai suoi dipendenti la possibilità di sostenere iniziative per persone disabili attraverso il "Programma di Volontariato aziendale" lanciato nel 2012 e la "Giornata sociale". Alcuni dipendenti Ferrero hanno contribuito attivamente al rinnovo degli interni del "*Lebenshilfe Frankfurt*", un istituto che ospita persone affette da disabilità mentali ed hanno prestato volontariato per il centro di riabilitazione mentale "*Werkstätten Hainbachtal*" creando un giardino per persone con disabilità mentali. Ferrero organizza inoltre in collaborazione con un'associazione locale, viaggi per non vedenti o per non vedenti parziali.



Evento "Social Day" - dipendenti Ferrero mentre ridipingono un istituto per persone con disabilità mentali

OPERA SOCIALE FERRERO

Come già menzionato all'interno del capitolo "La Fondazione Ferrero di Alba", Ferrero fornisce un luogo d'incontro per i lavoratori di Ferrero Germania ormai in pensione e una gamma di programmi e attività gratuiti, contribuendo così ad un pensionamento sano e attivo. L'Opera Sociale di Stadtallendorf è stata fondata nel settembre del 2008 dalla Signora Maria Franca Ferrero, Presidente della Fondazione Ferrero di Alba, a prova dell'infaticabile impegno per il benessere dei dipendenti in quiescenza. Questo luogo d'incontro è ora aperto a oltre 430 ex dipendenti Ferrero.



"Anziani" Ferrero presso l'Opera Sociale

Il programma Opera Sociale offre un ampio ventaglio di attività e incentiva gli ex dipendenti a vivere una nuova fase della loro vita in modo attivo e sano. L'Opera Sociale propone un vasto programma di attività sociali, la possibilità di imparare nuove cose o di partecipare a delle escursioni. I pensionati Ferrero restano a far parte di una comunità in cui possono apportare il loro contributo e sentirsi utili. L'Opera Sociale offre per esempio corsi di pittura, escursioni, conferenze o visite a musei che spesso rappresentano il punto di partenza per altre attività organizzate dai membri stessi. Gli ex dipendenti possono così formare gruppi d'interesse e al contempo restare attivi insieme.

Tuttavia, l'impegno dei pensionati va oltre l'Opera Sociale. Nell'ambito del progetto "Ponte generazionale", lanciato nel maggio del 2011, gli ex dipendenti parlano con i giovani neoassunti delle loro esperienze personali vissute durante la loro lunga vita lavorativa, contribuendo così a trasmettere i valori aziendali alla giovane generazione. Altri membri dell'Opera Sociale si dedicano alla raccolta di francobolli a sostegno di cause caritatevoli e tramite due programmi di *sponsorship* di bambini all'estero apportano un piccolo contributo all'istruzione e alle infrastrutture nei paesi in via di sviluppo.

È evidente che l'Opera Sociale rappresenta un esempio di pensionamento attivo e impegno sociale sulla scia dei valori guida della Fondazione Ferrero di Alba e di tutto il Gruppo Ferrero: "Lavorare, Creare, Donare". Anche gli ex dipendenti possono percepirlo e sono fieri di fare parte dell'impresa in un nuovo modo.

Al 31 agosto 2012, l'Opera Sociale Ferrero contava 434 membri, il 74% dei quali erano ex dipendenti di Stadtallendorf ed il 26% di Francoforte. Di questi, il 68% degli ex dipendenti di Stadtallendorf e il 33% degli ex dipendenti di Francoforte hanno utilizzato almeno un'offerta proposta. Sono stati registrati 2.842 partecipanti a oltre 100 eventi proposti durante l'anno commerciale 2011/2012.



Opera Sociale, "anziani" Ferrero durante un corso di "nordic walking", Stadtallendorf

ALTRE INIZIATIVE INTRAPRESE DA FERRERO IN GERMANIA

SOSTENERE UNO STILE DI VITA SANO

KINDER+SPORT IN GERMANIA

Ferrero ha elaborato il programma "Kinder+Sport" per promuovere uno stile di vita sano e un'attività sportiva quotidiana, soprattutto fra le giovani generazioni. Ferrero Germania incoraggia uno stile di vita attivo promuovendo il movimento e una dieta equilibrata.

Seguendo la filosofia "We move children" (Bambini in Movimento), nell'ottobre del 2011 è stata creata a Berlino "l'Accademia di Basket Kinder+Sport". Il gruppo target è rappresentato dai bambini e adolescenti delle scuole berlinesi della fascia d'età dai 7 ai 15 anni. Questa iniziativa è stata pensata e promossa in collaborazione con ALBA Berlin, l'associazione di basket più



L'Accademia di Basket "Kinder+Sport"

famosa e di successo in Germania. L'obiettivo è di infondere la passione per il basket al più gran numero di bambini. L'Accademia di Basket Kinder+Sport offre un corso innovativo chiamato "Test your skills" (testa le tue capacità). In una serie di centri diversi, sono proposti esercizi di *dribbling*, di coordinazione, passaggi e lanci. Il corso è disponibile per festival scolastici selezionati o per tornei organizzati dalla lega ALBA nelle scuole primarie e vede la partecipazione di professionisti selezionati degli Albatrosses. Il programma è inoltre utilizzato per corsi di Basket di ottanta scuole partner di ALBA Berlin.

A seguito di un primo anno di fruttuosa cooperazione con ALBA Berlin, ad ottobre del 2012 "l'Accademia di Basket Kinder+Sport" ha conosciuto un ulteriore sviluppo. A partire dalla stagione 2012/2013 il concetto dell'Accademia di Basket Kinder+Sport è diventato parte integrante del programma giovanile "Beko Basketball Bundesliga". Oltre a ALBA Berlin, tre altri importanti club della prima divisione integreranno l'Accademia nei loro programmi per la gioventù: i *Brose Baskets*, gli *EWE Baskets Oldenburg* e il *FC Bayern Munchen*.

"Kinder+Sport" è sponsor nazionale dell'evento *Sports Badge Tour*. Si occupa della fornitura di tutto il materiale informativo rendendo così possibile grazie al suo contributo, l'organizzazione di questo evento che conta ogni anno la partecipazione di 30.000 bambini. Lo *Sports Badge Tour* è un evento organizzato dalla DOSB, la Federazione sportiva olimpica tedesca, in cui tutti hanno la possibilità di vincere il brevetto sportivo tedesco. Il marchio è partner della DOSB dal 2006.

SPORTS FINDER DAY

Lo *Sports Finder Day* è un progetto congiunto tra i dipartimenti delle politiche sportive delle regioni, le scuole, i club sportivi, patrocinato da Nutella. Il progetto si prefigge di spiegare agli studenti in modo ludico come l'esercizio, la nutrizione e il rilassamento siano strettamente connessi tra di loro e come trovare il giusto equilibrio. Lo *Sports Finder Day* vuole motivare gli allievi a fare più sport e offrire la possibilità di trovare uno sport o un'attività ludica appropriata. Nel corso degli ultimi cinque anni il progetto ha coinvolto 60.000 studenti. Nel 2011, quindici scuole hanno organizzato lo *Sports Finder Day*.

PROMOZIONE DELLE COMUNITÀ LOCALI

Come azienda, Ferrero vuole essere un partner responsabile nella comunità in cui opera, di seguito sono riportati alcuni esempi dei progetti Ferrero:

- ▶ Ferrero sostiene la *Bundesverband Deutsche Tafel* e.V. (Associazione federale tedesca delle banche alimentari) fornendo generi alimentari alle persone meno privilegiate. I prodotti donati da Ferrero sono distribuiti dalle associazioni locali.
- ▶ L'iniziativa di Volontariato Aziendale "la Giornata Sociale", permette a tutti i dipendenti di impegnarsi in attività sociali per una "giornata di lavoro". L'intento è quello di assumersi la responsabilità nei confronti delle istituzioni sociali o prender parte a progetti per la protezione degli animali o per la tutela dell'ambiente. L'impegno di volontariato



"Dal frutto amaro alla dolce delizia" una mostra itinerante sul cacao

attivo a favore di attività non-profit apporta benefici a entrambe le parti: per i dipendenti, per cui la giornata avrà un impatto tangibile e duraturo, permettendo loro di sottrarsi alla routine quotidiana, e per le istituzioni sociali o le organizzazioni ambientali che riceveranno un aiuto pratico e gratuito.

- ▶ All'interno del Volontariato Aziendale, abbiamo anche creato a settembre del 2012 la prima "Giornata per la Donazione di Sangue". Complessivamente, 55 dipendenti hanno donato il loro sangue. Considerata la reazione positiva a questa prima iniziativa, Ferrero propone altre due date per il 2013 (il 27 febbraio e il 9 settembre).
- ▶ Il 3 luglio del 2012, Ferrero ha sostenuto la *Deutsche Knochenmarkspenderdatei* (DKMS) un'iniziativa tedesca per la donazione del midollo osseo e ha offerto ai dipendenti la possibilità di effettuare un test di midollo osseo. L'obiettivo consiste nell'aiutare la gente colpita da malattie gravi, come la leucemia.
- ▶ "Dal frutto amaro alla dolce delizia" è il titolo di una mostra itinerante dedicata ai bambini che amano i dolci. La "*Mitnashaustellung*" (mostra partecipativa, *Join and Nosh Exhibition*) è completamente dedicata al cacao e al cioccolato. Tratta in modo esaustivo l'apparenza, l'origine e la produzione di cacao e di cioccolato. Tutti coloro che si sono sempre chiesti a cosa assomiglia il frutto di cacao e qual è il suo sapore potrà scoprirlo alla "*Join and Nosh Exhibition*".
- ▶ In collaborazione con il Museo per l'Infanzia di Norimberga, Ferrero promuove dal 2004 la campagna "Museo in valigia". I musei e le scuole hanno la possibilità di prenotare la mostra per un certo periodo di tempo.
- ▶ Ferrero collabora con l'Università di Kassel, in Germania, nell'ambito di progetti volti ad ottimizzare i sistemi di climatizzazione in edifici industriali e nei processi produttivi, al fine di aumentarne l'efficienza energetica.

FORNITORI LOCALI

In Germania, Ferrero lavora con molti fornitori locali. Il 97,6% degli acquisti¹ della *Business Unit* sono effettuati presso fornitori locali. Anche lo stabilimento di Stadtallendorf intrattiene relazioni commerciali con i fornitori: il 99,88% degli acquisti dello stabilimento² sono effettuati presso fornitori locali.

In particolare, gli acquisti da fornitori locali di attrezzature tecniche ha registrato nel 2011/2012 un aumento del 16% rispetto al 2010/2011, con oltre il 92% dei materiali fornito localmente.

Per saperne di più sulla strategia Ferrero in merito ai fornitori locali, si rinvia al capitolo "Responsabilità Sociale d'Impresa del Gruppo Ferrero".

MINIMIZZARE L'IMPATTO AMBIENTALE

Per gli stabilimenti Ferrero è estremamente importante produrre nel rispetto dell'ambiente, avvalersi delle migliori tecnologie disponibili, utilizzare l'energia, i materiali e le risorse naturali in modo efficiente, consumare le risorse idriche in modo responsabile e ragionevole come pure prevenire e mitigare, laddove sia possibile, l'impatto ambientale (acqua, suolo e aria).

IL SITO DI PRODUZIONE

Lo stabilimento di Stadtallendorf è certificato ISO 14001 dal 2008.

Ad aprile del 2012, Ferrero ha avviato l'imple-

mentazione dello standard ISO 50001. Alla data di pubblicazione del presente rapporto, lo stabilimento ha superato con successo l'*audit* di certificazione.

Lo stabilimento Ferrero ha lanciato un programma completo denominato "Quattro Stagioni" incentrato sull'efficienza energetica con l'obiettivo di ridurre il consumo energetico e le emissioni di CO₂ dello stabilimento in modo sostenibile. Il dipartimento di gestione energetica ha pertanto analizzato i consumi e il livello d'efficienza dello stabilimento identificando possibili risparmi dei consumi energetici da realizzare nei sistemi d'aria compressa, d'illuminazione, dell'aria condizionata e del riscaldamento. Numerosi progetti sono stati ideati tenendo in considerazione l'efficienza delle performance energetiche e sono state realizzate sessioni formative e attività di informazione e comunicazione sulle tematiche energetiche. Inoltre sono stati nominati dei "rappresentanti dell'energia", con il compito di sensibilizzare e motivare i colleghi a questa tematica, promuovere ulteriori riduzioni ai consumi energetici e contribuire alla salvaguardia dell'ambiente.

Dal gennaio del 2012, il 100% degli acquisti di energia elettrica sono certificati da fonti rinnovabili.

Obiettivi principali realizzati da Ferrero in Germania nel 2011/2012 rispetto all'anno precedente:

- ✓ Riduzione del consumo energetico per unità di prodotto
- ✓ Riduzione delle emissioni di CO₂
- ✓ Riduzione del consumo idrico e di scarico delle acque reflue per tonnellata di prodotto

¹ Sono escluse le forniture in intragruppo e le forniture centralizzate (quali ad esempio quelle relative alle materie prime e agli imballaggi).

² Sono escluse le forniture in intragruppo e le forniture centralizzate (quali ad esempio quelle relative alle materie prime e agli imballaggi).

Lo stabilimento Ferrero ha ridotto il suo consumo di energia elettrica e termica tramite diverse azioni:

- ▶ Il programma “Quattro Stagioni” (per più informazioni vedere sopra);
- ▶ Applicazione ISO 50001;
- ▶ Formazioni e opere di sensibilizzazione tramite comunicazione interna;
- ▶ Isolamento dei tubi;
- ▶ “Fine settimana verdi” (arresto dei macchinari, delle apparecchiature e di altri strumenti energivori) durante i lunghi week-end a ridosso di giorni festivi;
- ▶ Creazione di un team di gestione energetica;
- ▶ Miglioramento dell’efficienza della tecnologia di refrigerazione;
- ▶ Utilizzo di convertitori di frequenza per le pompe da processo;
- ▶ Miglioramento dei processi nei circuiti di raffreddamento.

Ferrero ha saputo ridurre le emissioni di CO₂ tramite le seguenti azioni:

- ▶ Riduzioni del consumo energetico, menzionate qui sopra, che hanno contribuito alla riduzione di CO₂;
- ▶ Primo anno commerciale completo con un secondo impianto di cogenerazione attivo nello stabilimento;
- ▶ Installazione di pannelli solari all’ingresso principale di potenza pari a 27KW.

Lo stabilimento Ferrero ha implementato molte azioni per ridurre il consumo idrico:

- ▶ Sistema di recupero sistematico delle perdite;
- ▶ Installazione di rompigetto ai rubinetti nelle zone di lavaggio più frequentate;
- ▶ Additivi non pericolosi (tecnologia *silver grid* e altro);
- ▶ Progetti ideati per ridurre il consumo idrico (es. macchine pulitrici);

- ▶ Corso di formazione, piattaforma d’informazione e di comunicazione, *target* nei processi di gestione dei sistemi, film sugli aspetti ambientali di Ferrero (aria, acqua, rifiuti).

In linea con le politiche interne di Ferrero, lo stabilimento tedesco offre un servizio bus navetta che permette il trasporto dei lavoratori e copre tre turni di lavoro. Ciò permette di risparmiare circa 1.000 tonnellate di CO₂ ogni anno e di ridurre il numero di incidenti legati al trasporto del personale.

MAGAZZINO

L’applicazione della norma ISO 14001 a livello di Gruppo prevede l’inclusione del deposito e lo stesso vale per l’implementazione della norma ISO 50001.

Nel deposito di Stadtallendorf, Ferrero ha realizzato una riduzione del consumo energetico sostituendo le apparecchiature di raffreddamento nel deposito delle materie prime e dei materiali per l’imballaggio.

La sostituzione dei sistemi di raffreddamento e l’installazione di porte a chiusura rapida per separare aree con temperature diverse nel Centro di Distribuzione Logistica di Stadtallendorf ha consentito di ridurre il consumo energetico totale del Centro rispetto all’anno precedente.

Inoltre, grazie ad un sistema di gestione informatico è stato possibile eliminare le etichette apposte sui *pallet* alla ricezione dei beni, consentendo così di stampare 24.000 etichette in meno.

Per ridurre gli effetti diretti e indiretti delle emissioni di gas a effetto serra, sono stati integrati gli aspetti energetici nei criteri di selezione dei fornitori Ferrero.

CATENA LOGISTICA

Nel 2012, Ferrero ha attuato diverse iniziative per ridurre l'impatto ambientale legato al trasporto dei prodotti:

- ▶ Riduzione delle emissioni di CO₂ nel 2011, riducendo i trasporti dai depositi di imballaggio esterni al deposito dello stabilimento;
- ▶ Maggiore utilizzo dei rimorchi a due piani riducendo l'utilizzo dei camion per le consegne ai clienti;
- ▶ Maggiore utilizzo di rimorchi a due piani per l'*export Standard*;
- ▶ Test di camion alternativi per le forniture, con *container* più grandi e flessibili.

CERTIFICAZIONI DI QUALITÀ

Lo stabilimento di Stadallendorf ha ottenuto le seguenti certificazioni di qualità:

- ▶ ISO 9001:2008 dal 2012
- ▶ FSSC 22000:2010 dal 2012
- ▶ IFS versione 5 dal 2012
- ▶ Costco dal 2012
- ▶ Kosher dal 2013
- ▶ SQMS McDonalds dal 2012
- ▶ Laboratorio microbiologico: ISO 17025/2005 dal 2012
- ▶ Standard di certificazione della catena di fornitura RSPO, dal 2013.

Per maggiori informazioni sulla strategia di qualità e freschezza del Gruppo Ferrero, si rinvia al capitolo "I nostri prodotti" del presente rapporto CSR.



Stabilimento Ferrero, Stadallendorf

FERRERO IN POLONIA

Ferrero inizia la propria attività in Polonia nel 1992, anche come primo segno di apertura verso una nuova area geografica, offrendo ai consumatori tre grandi marchi: Raffaello, Kinder Sorpresa e Tic Tac.

Il primo stabilimento apre a Wilanow, nel 1993, nel distretto di Varsavia per la produzione di Tic Tac, a tutt'oggi uno dei prodotti più popolari. Nel 1995, lo staff dello stabilimento di Wilanow era di settanta persone e in quell'anno furono lanciati sul mercato polacco Nutella e Kinder Cioccolato, a cui seguirono altri prodotti dell'ampio assortimento del Gruppo: Kinder Bueno, Kinder Cereali e Kinder Délice.

Nel 1997, Ferrero apre un nuovo stabilimento a Belsk Duży, piccola città a 45 Km da Varsavia avviando le produzioni di Nutella e Kinder Sorpresa. Entro l'anno successivo, anche il processo d'imballaggio è realizzato nella nuova fabbrica ed alla fine del 1999 sono avviate nuove linee di produzione per Kinder Bueno, Kinder Merendero nel 2002, Raffaello nel 2004 e Kinder Bueno White l'anno seguente.

Nel 2003, gli uffici commerciali si trasferiscono nel nuovo ufficio di Wilanow, la forza vendita e la distribuzione dei prodotti Ferrero notevolmente ampliate.

Oggi Ferrero in Polonia:

- » È la terza azienda del mercato della produzione dolciaria;
- » Impiega direttamente 1.332 persone (dati al 31 agosto 2012);
- » Commercializza oltre venti prodotti, di cui alcuni sono diventati icona del gusto e della qualità, come Nutella, Tic Tac, Kinder Bueno e Kinder Sorpresa.

Il fatturato di Ferrero in Polonia nel 2011/12 è stato pari a 2.647 milioni di zloty polacchi (619 milioni di euro).

Ferrero in Polonia partecipa attivamente alle discussioni delle Associazioni del Commercio e dell'Industria, come Polbisco, la Federazione polacca dell'Industria alimentare, ed ai loro gruppi di lavoro. Inoltre, Ferrero in Polonia ha sviluppato un dialogo strutturato con alcune ONG attive nel campo della responsabilità sociale d'impresa (CSR).



Stabilimento Ferrero a Belsk, Polonia

INIZIATIVE LOCALI PER I DIPENDENTI

Ferrero promuove diverse attività a sostegno dei dipendenti e delle loro famiglie e promuove la salute e la sicurezza sul posto di lavoro.

Alcune iniziative si spingono oltre i requisiti richiesti dalla legge, come l'assistenza medica privata, l'accesso a strutture sportive e attività per i dipendenti e le loro famiglie.

Più nel dettaglio:

- » Ogni anno, ottanta figli di dipendenti dello stabilimento e della *Business Unit*, della fascia d'età 7-13 anni, hanno la possibilità di partire in vacanza al mare o in montagna, in campi estivi specificatamente organizzati per loro;
- » Circa 400 dipendenti ricevono un contributo finanziario per le loro vacanze, il cui importo dipende dal livello di reddito e dal numero di persone che compongono la famiglia;
- » Tutti i dipendenti hanno la possibilità di partecipare a programmi sportivi, a tariffe agevolate, quali l'accesso alla piscina di Grójec ed a tornei di calcio;
- » I libri scolastici per i bambini sono parzialmente rimborsati secondo il reddito del dipendente e del numero dei membri della famiglia.

Ferrero sostiene inoltre molte iniziative volte a promuovere la sicurezza e la salute sul posto di lavoro ed a favore di uno stile di vita sano:

- » Tutto lo staff partecipa regolarmente a corsi di formazione sulla Salute e Sicurezza

e sull'importanza della prevenzione, incentrate specificatamente sulle attività quotidiane nella catena di produzione;

- » È ritenuto molto importante aver accesso a servizi integrativi oltre a quelli offerti dal servizio pubblico polacco. I dipendenti e le loro famiglie possono quindi beneficiare di una copertura assicurativa ad un tasso preferenziale;
- » È stata avviata una cooperazione regolare con medici specialisti;
- » Sono realizzati *audit* indipendenti sulla salute e sicurezza al fine di verificare le condizioni di lavoro per ogni posizione lavorativa all'interno dello stabilimento. Ferrero collabora attivamente con enti esterni per identificare soluzioni e buone prassi per la massima sicurezza;
- » Si investe costantemente per migliorare le condizioni di lavoro, come l'automatizzazione del processo d'imballaggio dei *pallet* di Nutella, operazione in precedenza effettuata manualmente;
- » Tutto il personale ha la possibilità di condividere idee innovative tramite apposite caselle per consigli. Le idee raccolte sono regolarmente esaminate e suddivise in categorie. Le proposte attinenti alla salute e alla sicurezza sono attuate in linea prioritaria.

Nel 2013/2014

Nel 2013/2014 la *Business Unit* Ferrero lancerà il "programma Intercultura" per i figli dei dipendenti: ogni anno, saranno disponibili due programmi finanziati da Ferrero che permettono di trascorrere un anno a studiare in Italia.

L'IMPEGNO DI FERRERO NEI CONFRONTI DELLA COMUNITÀ LOCALE

PER UNO STILE DI VITA SANO

Ferrero Polonia sostiene attivamente i progetti seguenti:

- ▶ Progetto *"Keep fit!"* (Restare in forma!): dieci aziende affiliate al Comitato Nutrizionale della Federazione dell'Industria Alimentare polacca ne hanno assicurato il coordinamento e il finanziamento. Il programma è volto alla promozione dei principi di una dieta equilibrata e di un'attività fisica regolare fra gli adolescenti che frequentano la scuola superiore. In totale, hanno aderito al programma novantasei scuole in tutta la Polonia (circa dieci mila studenti). Il programma *"Keep fit!"* ha l'obiettivo di educare i bambini all'importanza di mantenere delle abitudini alimentari sane nonché promuovere uno stile di vita attivo e una dieta equilibrata.
- ▶ Partecipazione attiva a importanti progetti coordinati dalla Federazione Polacca dell'Industria Alimentare, quali l'attuazione

della strategia dell'Organizzazione Mondiale della Salute sull'alimentazione, l'attività fisica e la salute in Polonia. La Federazione è membro della Piattaforma Nazionale sull'Alimentazione, l'Attività Fisica e la Salute, creata sotto gli auspici dell'Istituto nazionale per l'Alimentazione e per la Nutrizione di Varsavia.

- ▶ Ulteriori progetti includono il sostegno ad attività volte ad assicurare al consumatore l'accesso a generi alimentari di elevata qualità e diffusione di conoscenze su questa tematica. Ne è un esempio la preparazione di una campagna pubblicitaria destinata agli ipermercati per aiutare i consumatori a leggere le etichette.

Per maggiori informazioni sulla strategia a favore di uno stile di vita sano del Gruppo Ferrero, si rinvia all'apposito capitolo *"Kinder+Sport"* del presente rapporto CSR.

KINDER+SPORT IN POLONIA

"Kinder+Sport" è stato introdotto in Polonia nel 2008. Negli ultimi quattro anni, è diventato sempre più riconosciuto nella comunità polacca ed ha permesso una maggiore diffusione



Evento Kinder+Sport in Polonia

dell'attività sportiva e di uno stile di vita sano fra bambini e teenager. "Kinder+Sport" è noto in Polonia per la sua iniziativa di pallavolo, la più grande del paese, gestita in collaborazione con la "Polish Volleyball Association" (PVA), che contribuisce, ovunque in Polonia, alla promozione dello sport e di uno stile di vita attivo fra i bambini.

Il programma si svolge nelle infrastrutture della PVA, in diciassette uffici regionali.

"Kinder+Sport" è patrocinato dal Ministero nazionale dell'Istruzione, responsabile della definizione dei corsi scolastici, e dal Ministero dello Sport e del Turismo responsabile dell'organizzazione e della supervisione di tutte le associazioni sportive.

"Kinder+Sport" organizza tornei sportivi su scala nazionale che contribuiscono al benessere, permettono di creare nuove amicizie e incoraggiano l'attività sportiva, offre anche attrezzature sportive e materiale educativo ma anche team di educatori nei club sportivi e nelle scuole che ne hanno maggiore necessità.

Sebastian Świdorski, pallavolista polacco di fama internazionale, sostiene attivamente "Kinder+Sport" perorandone i valori, aiutando nella formazione dei partecipanti, incoraggiando nuovi giovani a prendervi parte e promuovendo l'importanza di una buona dieta, di un esercizio regolare e di uno stile di vita sano.

Dal 2008, in Polonia, 107.151 bambini di età compresa fra i sette e dodici anni hanno partecipato ai tornei di "Kinder+Sport" e oltre un milione hanno avuto contatti col programma.

Ogni anno, i sette uffici regionali della PVA si occupano della supervisione di centinaia di tornei e della grande finale PVA che vede la partecipazione di oltre 700 persone, giocatori, supporter, genitori, insegnanti, allenatori e altri spettatori, riuniti per tre giorni per il grande evento "Kinder+Sport".

Nel 2011/2012, hanno partecipato ai tornei 32.547 giovani (14.187 ragazzi e 18.360 ragazze).

Complessivamente si possono stimare 100.000 persone coinvolte in modi diversi agli eventi di "Kinder+Sport".



NUTELLA MINI TOUR DELLA POLONIA

Ferrero sponsorizza dal 2007 il "Tour ciclistico di Polonia dell'Unione Ciclistica Internazionale (UCI)" uno dei principali eventi sportivi polacchi e dal 2008 il "Mini Tour Nutella della Polonia".

La partecipazione alla corsa *multistage*, dalla tradizione settantennale, è un appuntamento fisso delle più grandi squadre ciclistiche del mondo. Ogni anno il "Tour di Polonia UCI World Tour" suscita forti emozioni ad amatori e professionisti.

Da numerosi anni, l'obiettivo di Ferrero non è solamente quello di promuovere il ciclismo ma anche di diffondere il messaggio di uno stile di vita attivo e di un sano sviluppo dei bambini.

Per questo motivo, dal 2007, Ferrero organizza in diverse sezioni del "Tour di Polonia UCI World Tour" gare speciali per i bambini quali il "Mini Tour Nutella della Polonia". La gara gode del "patrocinio ad honorem" del Ministero dello Sport e del Turismo e nel 2011 è stata anche sostenuta dalla Presidenza polacca dell'UE.

La gara combina momenti educativi, passione e divertimento per bambini dai nove ai tredici anni d'età. I ragazzi e le ragazze, divisi in due categorie per fascia d'età, scuole elementari (9-12) e scuole medie (12-14), possono testare le loro capacità su percorsi professionali, percepire l'atmosfera e la competitività della gara e realizzare il loro sogno di salire sul podio a fianco ai migliori corridori. Per rendere la gara più simile a quelle dei professionisti, ogni partecipante riceve alla partenza un pacchetto con la tenuta sportiva, un numero e un timer. Ogni bambino può partecipare individualmente o in gruppo. Per ogni opzione prescelta è importante rispettare le regole di sicurezza e di correttezza sportiva.

Il più grande successo è rappresentato dalla crescente partecipazione di giovani ciclisti. Finora, circa 7.500 bambini dai 9 ai 14 anni hanno partecipato al "Mini Tour Nutella della Polonia". Le precedenti edizioni della corsa hanno permesso di scoprire nuovi giovani talenti polacchi come Michał Kwiatkowski, ma cosa ancora più importante, sono state occasioni che hanno permesso a molti bambini di scoprire lo sport e trascorrere il loro tempo in modo "eccezionale".



Eventi Kinder+Sport in Polonia

LA PASSIONE PER IL MARE E LA VELA

Nel 2010, Mateusz Kusznierevicz, famoso velista polacco e pluricampione olimpionico, con il sostegno del marchio Kinder, crea un programma che si prefigge di offrire ai giovani studenti delle scuole superiori, la possibilità di imparare a veleggiare e di amare la vita attiva in mare. Il programma si svolge nella località costiera di Gdansk, dove i bambini possono veleggiare nel perimetro della Baia di Gdansk e lungo il canale del porto in imbarcazioni Kinder, accompagnati da staff professionista. I bambini possono vedere Gdansk da una prospettiva marittima e quindi diversa, imparare maggiormente la storia e la geografia di Gdansk e certamente la vela. Il programma è stato in seguito esteso per concentrarsi su tematiche sociali quali il risparmio di acqua potabile e l'interesse per il mare polacco, il Mar Baltico, con l'organizzazione di una competizione tra le scuole superiori di tutta la Polonia. I vincitori hanno potuto veleggiare a Gdansk con Mateusz Kusznierevicz.



Dal lancio del programma nel 2010, 10.500 bambini hanno seguito corsi di vela. Fra i nostri partner annoveriamo la Fondazione per lo Sviluppo dell'Università di Gdansk, il Ministero nazionale dell'Istruzione e la Stazione marittima dell'Istituto d'Oceanografia. Per il 2013, stiamo pianificando di includere nella competizione ambientale nazionale oltre 7.000 scuole superiori, comunicando con loro tutto l'anno. Le tre migliori squadre riceveranno in premio la possibilità di salpare a bordo della leggendaria nave Generale Zaruski a giugno/luglio del 2013.

Ferrero continua a sostenere tale programma, coinvolgendo nuovi studenti del primo anno delle scuole superiori. L'ammissione per tutti i potenziali candidati è gratuita.

Ferrero Polonia ha definito i seguenti obiettivi per il 2013/2014 sempre a sostegno di uno stile di vita attivo:

- ▶ La *Business Unit* avvierà una cooperazione con le università polacche e le facoltà di scienze dell'alimentazione, per creare programmi nutrizionali che promuovano uno stile di vita sano
- ▶ Continuerà il sostegno e lo sviluppo di progetti "Kinder+Sport"

VALORIZZARE LE COMUNITÀ LOCALI

Eventi scientifici interattivi per famiglie con *Space Mission*

L'obiettivo di questo progetto è di diffondere la scienza e l'istruzione, stimolare la curiosità scientifica e l'interesse per lo spazio e l'universo. In linea con il proprio impegno a favore dell'istruzione e dello sviluppo dei bambini e degli adolescenti, Ferrero ha sponsorizzato una serie di eventi creati da *Focus Magazine*.

Gli eventi sono stati articolati in sette sezioni dal diverso contenuto educativo (es. planetario sferico, meteoriti, modello di sistema solare, ecc.). Ogni sezione è stata creata per mostrare il cosmo e i suoi segreti, insegnare ed incuriosire i bambini in modo ludico. Oltre a questi eventi,



Focus Magazine ha dedicato una sezione speciale a queste tematiche e pubblicato un numero speciale per i bambini.

Programmi elaborati con scuole e università

Ferrero coopera con le scuole locali. In particolare modo con:

1. le scuole medie: ogni anno, 150 giovani visitano lo stabilimento e ricevono informazioni circa gli aspetti commerciali, professionali e di responsabilità ambientale;
2. l'istituto professionale di Grójec: Ferrero coopera ufficialmente ad un programma formativo di durata triennale. Ogni anno, venti studenti completano i loro studi ottenendo una qualifica professionale valida anche per lo stabilimento.

Inoltre Ferrero coopera regolarmente con le Università di Varsavia (facoltà tecniche e di scienze dell'alimentazione) per sviluppare le iniziative seguenti:

1. Visite educative allo stabilimento per gli studenti che possono osservare le attività produttive e raffrontare la loro conoscenza teorica ad un ambiente manifatturiero reale.
2. Stage estivi di un mese (20 ogni anno): vari progetti individuali che facciano coincidere le aspettative degli studenti con i progetti Ferrero, le tematiche affrontate devono infatti apportare nuove prospettive, raccomandazioni e idee.

Di seguito gli obiettivi definiti da Ferrero in Polonia per "Promuovere le comunità locali":

- ▶ Partecipazione a Saloni e Workshop universitari. Formare i responsabili della catena di produzione per presentare dei *business case* nelle Università entro il 2013-2014.

FORNITORI LOCALI

Sin dal suo insediamento, Ferrero si è adoperata per integrarsi nelle comunità locali polacche ed uno degli indicatori utile a misurare tale integrazione è il tasso di acquisti svolti localmente.

Ad oggi, il 75,84% degli acquisti totali dello stabilimento di Belsk¹ ed il 100% delle forniture della *Business Unit* sono di provenienza locale.

Inoltre, circa il 50% dei fornitori di materiale tecnico e di servizi si trova ad un raggio di 50km dallo stabilimento ed il 20% ad un raggio di 100km.

Per maggiori informazioni sulla strategia di Ferrero per i fornitori locali, si rinvia all'apposita sezione del presente rapporto CSR.

MINIMIZZARE L'IMPATTO AMBIENTALE

Per gli stabilimenti Ferrero è estremamente importante produrre nel rispetto dell'ambiente, avvalersi delle migliori tecnologie disponibili, utilizzare l'energia, i materiali e le risorse naturali in modo efficiente, consumare le risorse idriche in modo responsabile e ragionevole come pure prevenire e mitigare, laddove sia possibile, l'impatto ambientale (acqua, suolo e aria).



LO STABILIMENTO DI BELSK

Lo stabilimento produttivo di Belsk è certificato ISO 14001 dall'ottobre 2003.



Stabilimento Ferrero a Belsk, Polonia

Conformemente alla strategia energetica di Gruppo, nello stabilimento di Belsk sono state intraprese azioni mirate al rispetto dell'ambiente naturale circostante tenendo conto dei processi produttivi e delle numerose attività ad esso legate.

Lo stabilimento è munito di due impianti di cogenerazione energetica: un motore a metano dalla potenza pari a 1 MW ed una turbina a metano dalla potenza pari a 4,6 MW.

In seguito ad analisi tecniche ed ambientali, condivise anche con la comunità locale, è stata avviata la costruzione di impianti eolici. Attualmente sono in funzione tre generatori eolici con potenza limitata, ed è in fase conclusiva un'analisi per la costruzione di un generatore ad alta potenza, nonché un'analisi di fattibilità relativa ad impianti a biogas. Lo stabilimento è inoltre impegnato in un progetto finalizzato al contenimento del consumo energetico, idrico e degli scarichi. Tra le attività in fase di implementazione si citano

¹ Esclusi gli acquisti intra-gruppo, gli acquisti centralizzati (come quelli di materie prime e degli imballaggi) e le forniture di servizi marketing e pubblicitari.

i sistemi di produzione ecologica del freddo e di condizionamento economico delle aree di produzione.

Sono stati inoltre realizzati impianti di produzione e distribuzione di aria compressa con ottimizzazione dei consumi di energia elettrica. È attualmente in corso di completamento l'installazione di un impianto ad assorbimento per la trasformazione di energia termica inutilizzata ai fini della produzione del freddo; analogamente è in corso di implementazione un progetto per il recupero del calore proveniente da emissioni degli impianti termici di processo.

Specifiche azioni sono state implementate con l'obiettivo di razionalizzare il consumo idrico ed è stato costruito l'impianto di depurazione dell'acqua e riutilizzo nelle torri evaporative.

Negli anni Ferrero ha sempre strettamente collaborato con la comunità locale del comune di Belsk. Negli anni 1996-1997, in collaborazione con il comune, è stato costruito l'impianto di depurazione degli scarichi.

Negli anni successivi tale impianto è stato oggetto di ammodernamenti ed ampliamenti grazie alla compartecipazione economica e tecnica tra il comune e lo stabilimento.

Obiettivi principali realizzati da Ferrero Polonia nel 2011-2012 rispetto al 2010/11:

- ▶ Riduzione dell'energia utilizzata per la produzione e distribuzione d'aria compressa
- ▶ Mantenimento costante dei livelli di emissioni di CO₂
- ▶ Riduzione del consumo d'acqua e degli scarichi di acque reflue per tonnellata di produzione.

Ferrero Polonia ha ridotto il consumo energetico per la produzione e distribuzione d'aria compressa rispetto al 2010/2011 tramite le azioni seguenti:

- » Attività di misurazione del consumo di aria presso le linee produttive ed installazione di un sistema automatico di controllo per ottimizzare la produzione di aria compressa.
- » Eliminazione graduale delle fuoriuscite nella rete di aria compressa.
- » Aumento del livello di consapevolezza degli addetti e raccolta di opinioni secondo un progetto di miglioramento che prevede soluzioni innovative.

Ferrero ha saputo mantenere lo stesso livello di emissioni di CO₂ tramite le azioni seguenti:

- » Riduzione dei consumi energetici con conseguente riduzione delle emissioni di CO₂ indirette.
- » Misurazione continua del consumo di gas naturale e miglioramenti dell'efficienza dei sistemi di combustione per la riduzione di emissioni di CO₂ dirette.



Inoltre, lo stabilimento sta attuando diverse azioni per ridurre il consumo idrico, tramite:

- » Il monitoraggio dei consumi d'acqua al fine di identificare le principali aree critiche
- » L'installazione di un sistema di osmosi sequenziale
- » L'ottimizzazione dei cicli di deodorazione
- » Il miglioramento dell'efficienza di pulitura delle aree di stampaggio
- » Formazione rivolta ai dipendenti per promuovere il risparmio idrico

Per ulteriori aspetti in merito alle attività di salvaguardia dell'ambiente svolte presso gli stabilimenti del Gruppo, si rinvia all'apposito capitolo del presente rapporto CSR.

CATENA LOGISTICA

Considerate le ampie dimensioni dello stabilimento, i prodotti finiti venivano spostati internamente tramite camion dalle aree produttive al deposito. Dal 2011/12 è stato inaugurato un sistema di nastri trasportatori automatici al fine di ridurre le emissioni di CO₂, i consumi di carburante, le emissioni sonore e per migliorare la sicurezza delle persone.

In linea con le politiche interne Ferrero, lo stabilimento polacco ha implementato un sistema di trasporto collettivo attraverso autobus che permette di migliorare la mobilità casa-lavoro dei dipendenti e di ridurre il relativo impatto ambientale.

LE CERTIFICAZIONI PER LA QUALITÀ

Nel processo produttivo, l'aspetto più importante è la qualità del prodotto. Per questa ragione il comparto produttivo ha attrezzato a regola d'arte i laboratori in cui si analizzano con attenzione tutte le materie prime. Lo stabilimento è dotato di un sistema di gestione della qualità con certificazione ISO 9001:2008 e certificazioni di sicurezza alimentare richieste per rispondere alle esigenze dei diversi mercati di destinazione e delle diverse culture religiose. Si tratta in particolare delle certificazioni IFS dal 2006 e COSTCO dal 2010.

Per ulteriori aspetti sulle certificazioni degli stabilimenti del Gruppo, si rinvia all'apposito capitolo del presente rapporto CSR.



Stabilimento Ferrero a Belsk, Polonia

INDICATORI GRI-G3.1

Di seguito è presentata una sintesi dei principali contenuti del rapporto di responsabilità sociale d'impresa 2012, secondo lo schema proposto dalla linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" (versione 3.1, 2011) integrate con il "Food Processing Sector Supplement" e i riferimenti alle "Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali" e all'ISO 26000. 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 Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance		Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	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	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	4-5
1.2	Descrizione dei principali impatti, rischi e opportunità	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	4-6; 60-61; 42-43; 94; 124; 134-137; 164; 173
2. Profilo dell'organizzazione					
2.1	Nome dell'organizzazione	n.a.	n.a.	T	60
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	n.a.	n.a.	T	10-11
2.3	Struttura operativa dell'organizzazione, considerando principali divisioni, aziende operative, controllate e joint-venture	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	58-61
2.4	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	n.a.	n.a.	T	60
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.	n.a.	T	58-59
2.6	Assetto proprietario e forma legale	n.a.	n.a.	T	60
2.7	Mercati serviti	n.a.	n.a.	T	58-59; 176
2.8	Dimensione dell'azienda (numero dipendenti, numero di attività, fatturato netto, quantità prodotti serviti)	n.a.	n.a.	T	10; 68; 70
2.9	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione	n.a.	n.a.	T	2; 60
2.10	Riconoscimenti/ premi ricevuti nel periodo di rendicontazione	n.a.	n.a.	T	62-66
3. Parametri del report					
Profilo del report					
3.1	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite	n.a.	n.a.	T	2
3.2	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	n.a.	n.a.	T	2
3.3	Periodicità di rendicontazione	n.a.	n.a.	T	2
3.4	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti	n.a.	n.a.	T	2
Obiettivo e perimetro del report					
3.5	Processo per la definizione dei contenuti del report	n.a.	n.a.	T	2; 166-167
3.6	Perimetro del report (paesi, divisioni, controllate, impianti in leasing, joint venture, fornitori)	n.a.	n.a.	T	2
3.7	Dichiarazione di qualsiasi limitazione specifica dell'obiettivo o del perimetro del report	n.a.	n.a.	T	2; 68; 80; 88; 161

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance		Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	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.	n.a.	T	60-61
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.	n.a.	T	44; 55; 80-81; 88; 136-137; 143; 154; 156; 160; 178, 180
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e motivazioni di tali modifiche	n.a.	n.a.	T	2; 152; 154
3.11	Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione	n.a.	n.a.	T	2; 139; 161; 173
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.	n.a.	T	207-219
Assurance					
3.13	Politiche e pratiche attuali al fine di ottenere l'assurance esterna del report	n.a.	7.5.3 Tipologia di comunicazione sulla responsabilità sociale	T	2; 221-222
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	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	60
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)	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	60
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	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	60
4.4	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	60
4.5	Legame tra compensi dei componenti del più alto organo di governo e la performance dell'organizzazione (inclusa la performance sociale e ambientale)	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	60
4.6	Attività in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interesse	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	60
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	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	60
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	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	4-6; 23-24; 28-29; 32; 42-43; 134; 138; 171-172 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	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	60; 134; 166-167; 171-172

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance		Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
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	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	60
Impegno in iniziative esterne					
4.11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	4-5; 15; 24-26; 79; 138-139; 171-173
4.12	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relative a performance economiche, sociali e ambientali	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	2; 20; 166; 172 www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	169-170
Coinvolgimento degli stakeholder					
4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	166; 169-170
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	166-167
4.16	Approccio dell'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	96; 98; 101-114; 117-118; 134-135; 166-167; 171-172; 187; 198
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	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T	13-14; 20; 23; 28; 94; 166-167; 171-172
INDICATORI DI APPROVVIGIONAMENTO					
DMA SC	Politiche e sistemi di gestione e verifica	n.a.		T	4-5; 10-11; 28; 95; 98; 100-101; 115-116; 118; 120-125; 152; 155; 169-172 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	n.a.	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	28; 171-172
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	n.a.	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	28; 171-172
INDICATORI ECONOMICI					
DMA EC	Politiche e sistemi di gestione e verifica	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	6.2 Governo dell'organizzazione 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità	T	4-5; 10-11; 32-36; 39; 42-45; 58-59; 75-77; 94; 100-103; 108-114; 116; 118; 121; 124-125; 130-131; 168; 173

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance		Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
Performance economica					
EC1	Valore economico direttamente generato e distribuito	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	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	168
EC2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità per le attività dell'organizzazione dovuti ai cambiamenti climatici	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi	T	137
EC3	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	n.a.	T	79
EC4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	n.a.	T	174
Presenza sul mercato					
EC5	Rapporto tra lo stipendio standard dei neoassunti e lo stipendio minimo locale nelle sedi operative più significative, suddiviso per genere	n.a.	6.3.7 Discriminazione e gruppi vulnerabili 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità	P	44; 75 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	n.a.	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	45; 173; 195; 204
EC7	Procedure di assunzione di persone residenti dove si svolge prevalentemente l'attività e percentuale dei senior manager assunti nella comunità locale	n.a.	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	43; 77; 130
Impatti economici indiretti					
EC8	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente "per pubblica utilità"	n.a.	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	33-39; 45-47; 51; 90-92; 108-114; 130-131; 147; 192-194; 200-203

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance		Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
EC9	Analisi e descrizione dei principali impatti economici indiretti considerando le esternalità generate.	n.a.	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	33-39; 45-47; 108-114; 130-131; 147; 173; 195; 204
INDICATORI AMBIENTALI					
DMA EN	Politiche e sistemi di gestione e verifica	VI. Ambiente	6.2 Governo dell'organizzazione 6.5 Ambiente	T	4-5; 134-138; 146-148; 155-159; 178; 195; 204 www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/
Materials					
EN1	Materie prime utilizzate per peso e volume	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	59; 178
EN2	Percentuali dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	155; 180
Energia					
EN3	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	139-140; 149; 152
EN4	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	139-140; 150-152
EN5	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	139-141; 152; 157; 195-196; 204-205
EN6	Iniziative per fornire prodotti e servizi ad efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguenti riduzioni del fabbisogno energetico come risultato	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	139-141; 146-148; 152; 157; 195-196; 204-205
EN7	Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	139-141; 146-148; 152; 157; 195-196; 204-205
Acqua					
EN8	Prelievo totale di acqua per fonte	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	142-143
EN9	Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	142
EN10	Percentuale e volume totale dell'acqua riciclata e riutilizzata.	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	142

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance		Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temî fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
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	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali	T	145
EN12	Descrizione dei maggiori impatti di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità di aree protette o aree ad elevata biodiversità esterne alle aree protette.	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali	T	145
Emissioni, scarichi, rifiuti					
EN16	Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi	T	153-154; 158
EN17	Altre emissioni indirette di gas ad effetto serra significative per peso	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi	T	160; 197; 206
EN18	Iniziative per ridurre le emissioni di gas ad effetto serra e risultati raggiunti	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.5 Mitigazione dei cambiamenti climatici e adattamento ad essi	T	153-154; 158-159; 195-196; 204-205
EN19	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono per peso	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T	153-154
EN20	NOx, SOx, e altre emissioni significative nell'aria per tipologia e peso	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	NA	Ferrero non produce altre emissioni significative
EN21	Acqua totale scaricata per qualità e destinazione	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T	142-143
EN22	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T	144-145;
EN23	Numero totale e volumi di sversamenti significativi	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T	145
Prodotti e servizi					
EN26	Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto	VI. Ambiente	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	109; 132; 135-137; 155-156; 178-181
EN27	Percentuale dei prodotti venduti e relativo materiale di imballaggio riciclato o riutilizzato per categoria	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse 6.7.5 Consumo sostenibile	T	156
Conformità					
EN28	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale	VI. Ambiente	6.5 Ambiente	T	174
Trasporti					
EN29	Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse 6.6.6 Promuovere la responsabilità sociale nella catena del valore	T	158-160; 197; 206

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance		Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
INDICATORI SOCIALI					
Indicatori sulle pratiche di lavoro e sulle condizioni di lavoro adeguate					
DMA LA	Politiche e sistemi di gestione e verifica	V. Occupazione e relazioni industriali	6.2 Governo dell'organizzazione 6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.3.10 Principi fondamentali e diritti sul lavoro	T	4-5; 32; 42-43; 68-70; 75; 78-79; 81; 86; 88; 90; 128-130; 188; 192; 199 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	V. Occupazione e relazioni industriali	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro	T	43-44; 68; 70-72; 128-129; 186; 198
LA2	Total number and rate of new employee hires and employee turnover by age group, gender, and region.	V. Occupazione e relazioni industriali	6.4 Labour Practices 6.4.3 Employment and employment relationships	T	73-74; 130
LA15	Numero totale e tasso di nuovi assunti e di turnover del personale, suddiviso per età, genere e area geografica	V. Occupazione e relazioni industriali	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.3 Occupazione e rapporti di lavoro	NC	74 Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/15.
Relazioni industriali					
LA4	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	V. Occupazione e relazioni industriali	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	78
LA5	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative, specificando se tali condizioni siano incluse o meno nella contrattazione collettiva	V. Occupazione e relazioni industriali	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	78
FP3	Percentuale del tempo di lavoro perso a causa di vertenze, scioperi e/o serrate, per paese	V. Occupazione e relazioni industriali	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	78
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	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.6 Salute e sicurezza sul lavoro	P	80-81; Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/15.

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance		Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
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	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	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	34; 79-80; 85; 190-191; 199
Formazione e istruzione					
LA10	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.7 Sviluppo delle risorse umane e formazione sul luogo di lavoro	P	81; 85 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	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	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	35-36; 39; 81-85; 188; 192; 199
LA12	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera.	V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.7 Sviluppo delle risorse umane e formazione sul luogo di lavoro	T	77
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	V. Occupazione e relazioni industriali	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	44; 71-72; 86-87; 128-129
Remunerazione paritaria tra donne e uomini					
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	V. Occupazione e relazioni industriali	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	76 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	IV. Diritti umani	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	4-5; 28; 94; 124-125; 171-172 www.ferrero.com/social-responsibility/code-of-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	IV. Diritti umani	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	28-29; 94-95; 100-101; 108-112; 115-118; 121; 130-131; 171-172

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance		Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
HR2	Percentuale dei principali fornitori, appaltatori e altri partner commerciali che sono sottoposti a verifiche in materia di diritti umani e relative azioni intraprese	IV. Diritti umani	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	28-29; 94-95; 100-101; 108-112; 115-118; 121; 130-131; 171-172
HR3	Percentuale dei principali fornitori, appaltatori e altri partner commerciali che sono sottoposti a verifiche in materia di diritti umani e relative azioni intraprese	IV. Diritti umani	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	P	81; 174 Capitolo 2 Gli uomini e le donne Ferrero ; Attualmente i sistemi informativi di gruppo non tracciano 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	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	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	174
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	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	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	28-29; 79; 171-172
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	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	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	28-29; 94-95; 100-101; 108-112; 115-118; 121; 130-131; 171-172

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance		Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
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	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali	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	28-29; 94-95; 100-101; 108-112; 115-118; 121; 130-131; 171-172
Valutazioni					
HR10	Percentuale e numero totale di attività che sono state soggette a review in materia di diritti umani e/o valutazione degli impatti	IV. Diritti umani	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	28-29; 94-95; 100-101; 108-112; 115-118; 121; 130-131; 171-172
Azioni correttive					
HR11	Numero di reclami registrati relativi al rispetto dei diritti umani, gestiti e risolti attraverso meccanismi formali di gestione dei reclami	IV. Diritti umani	6.3 Diritti umani 6.3.6 Risoluzione delle controversie	T	28-29; 174
Indicatori Società					
DMA SO	Politiche e sistemi di gestione e verifica	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.2 Governo dell'organizzazione 6.6 Corrette prassi gestionali 6.8 Coinvolgimento e sviluppo della comunità	T	4-5; 16-17; 32-39; 42-47; 51-55; 90-92; 108-114; 130-131; 148; 173-174; 192-195; 200-204 www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/
Collettività					
SO1	Percentuale di attività che hanno implementato politiche di engagement con le comunità locali, analisi di valutazione degli impatti e programmi di sviluppo	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	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	32-39; 42-47; 51-55; 90-92; 108-114; 130-131; 148; 192-195; 200-204
SO9	Attività con significativi impatti negativi reali o potenziali sulle comunità locali.	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	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	173; 195; 204
SO10	Misure di prevenzione e mitigazione implementate per attività con significativi impatti negativi reali o potenziali sulle comunità locali.	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	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	173; 195; 204
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	IV. Diritti umani V. Occupazione e relazioni industriali VI. Ambiente	6.8.8 Salute	T	16-17; 32-34; 38-39; 50-55; 192-194; 201-203

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance		Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
Corruzione					
SO2	Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.3 Lotta alla corruzione	T	174
SO3	Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anti-corruzione dell'organizzazione	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.3 Lotta alla corruzione	P	174 Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2013/14.
SO4	Azioni intraprese in risposta a episodi di corruzione	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.3 Lotta alla corruzione	T	174
Contributi politici					
SO5	Posizioni sulla politica pubblica, partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche e pressioni esercitate	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.4 Coinvolgimento politico responsabile 6.8.3 Coinvolgimento della comunità	T	13-14; 16; 96; 103-108; 117-119; 130-131; 169-170
SO6	Totale dei contributi finanziari e benefici prestati a partiti, politici e relative istituzioni per Paese	VII. Lotta alla corruzione, all'istigazione alla corruzione e alla concussione	6.6 Corrette prassi gestionali 6.6.4 Coinvolgimento politico responsabile 6.8.3 Coinvolgimento della comunità	T	www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct/ 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					
SO8	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	X. Concorrenza XI. Fiscalità	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	174
Indicatori di responsabilità di prodotto					
DMA PR	Politiche e sistemi di gestione e verifica	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.2 Governo dell'organizzazione 6.6 Corrette prassi gestionali 6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori	T	4-5; 13-14; 16-24; 28-29; 176-177; 182

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance		Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
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	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	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	12-14; 16-17; 23-24; 28-29; 171-172 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	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	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	26; 174
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	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.7.4 Protezione della salute e della sicurezza dei consumatori	T	25-26; 182; 197; 206
FP6	Percentuale dei volumi di vendita totale di prodotti di consumo con ridotto contenuto di grassi saturi, acidi, grassi trans, sodio e zuccheri aggiunti	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.7.5 Consumo sostenibile	T	14
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)	VI. Ambiente VIII. Interessi del consumatore	6.7.5 Consumo sostenibile	T	14
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	VIII. Interessi del consumatore	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	18-19; 155-156
FP8	Politiche e pratiche di comunicazione ai consumatori su ingredienti e informazioni nutrizionali che vanno oltre quanto previsto dai requisiti di legge	VIII. Interessi del consumatore	6.7.5 Consumo sostenibile	T	18-19
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	VIII. Interessi del consumatore	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	18-22

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) o Indicatori di performance		Linee Guida OCSE destinate alle Imprese Multinazionali	ISO 26000 Temi fondamentali di responsabilità sociale e aspetti specifici	Livello di copertura GRI-G3.1 & FPSS	RIFERIMENTI
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	VIII. Interessi del consumatore	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	20-22; 28-29
Conformità					
PR9	Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi	VIII. Interessi del consumatore	6.7 Aspetti specifici relativi ai consumatori 6.7.6 Servizi di supporto ai consumatori, risoluzione dei reclami e delle dispute	T	28-29; 174
INDICATORI DI BENESSERE DEGLI ANIMALI					
DMA AW	Politiche e sistemi di gestione e verifica	n.a.	4.4 Comportamento etico 6.5.6 Protezione dell'ambiente, biodiversità e ripristino degli habitat naturali 6.7.5 Consumo sostenibile	T	12; 122; 171 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	n.a.	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	n.a.	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	n.a.	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	n.a.	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	n.a.	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.



Dichiarazione

Verifica del livello di applicazione GRI

Il Global Reporting Initiative (GRI) dichiara che **Ferrero International S.A.** ha presentato il proprio "Condividere valori per creare valore" (2013) al dipartimento GRI Report Services, il quale è giunto alla conclusione che il Report possiede i requisiti del Livello di Applicazione A+.

I Livelli di Applicazione GRI indicano in che misura il contenuto delle linee guida GRI-G3.1 è stato utilizzato nel Report di Sostenibilità. La Verifica conferma il set e il numero delle informazioni previste per lo specifico Livello di Applicazione sono stati rendicontati nel Report e che l'Indice dei Contenuti GRI fornisce una valida rappresentazione delle informazioni richieste, come descritto nelle linee guida GRI-G3.1. Per la metodologia vedi www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

I Livelli di Applicazione non rappresentano un parere né sulla performance di sostenibilità della società dichiarante, né sulla qualità delle informazioni contenute nel Bilancio di Sostenibilità.

Amsterdam, 4 luglio 2013

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Nelmara Arbex", is written over a faint background watermark of a globe.

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



Il "+" è stato aggiunto al Livello di Applicazione in quanto Ferrero International S.A. ha sottoposto (una parte) del presente bilancio ad assurance esterna. Il GRI accetta il giudizio dell'organizzazione che redige il Report per la scelta dell'Assurance Provider e per la definizione dell'obiettivo dell'attestazione.

Il GRI è un'organizzazione multi-stakeholder pioniera nello sviluppo del framework di rendicontazione di sostenibilità più utilizzata al mondo e si adopera per il suo continuo miglioramento e applicazione a livello globale. Le linee guida GRI forniscono i principi e gli indicatori che le organizzazioni possono utilizzare per misurare e rendicontare la loro performance economica, ambientale e sociale. www.globalreporting.org

Disclaimer: Laddove la rendicontazione di sostenibilità include link esterni, compreso eventuale materiale audiovisivo, la presente dichiarazione riguarda soltanto il materiale sottoposto al GRI al momento della verifica in data 28 giugno 2013. GRI esclude esplicitamente che la presente dichiarazione sia applicata a cambiamenti successivi.

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 2012. 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 Gruppo Ferrero" del rapporto di sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 agosto 2012, sul quale Deloitte Audit Société à responsabilité limitée ha emesso la relazione della società di revisione, in data 20 febbraio 2013;
 - 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 32.500,00 - 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



- 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 27 giugno 2012.

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 2012 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, 09 luglio 2013

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



Franco Amelio

Socio

Corporate Responsibility Services