

**CONDIVIDERE VALORI
PER CREARE VALORE**



Responsabilità Sociale d'Impresa

COMPENDIO 2016

FERRERO

CONDIVIDERE VALORI PER CREARE VALORE




Responsabilità Sociale d'Impresa

COMPENDIO DEL RAPPORTO 2016

FERRERO



INDICE

WELCOME	04
LETTERA DEL CEO	05
LA RESPONSABILITÀ SOCIALE FERRERO	06
GLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO FERRERO E ANALISI DI MATERIALITÀ	08
GLI OBIETTIVI DEL GRUPPO FERRERO ENTRO IL 2020	10
 IL GRUPPO	12
 LE PERSONE	14
 IL PIANETA	20

WELCOME . . .

La redazione della versione integrale del rapporto 2016 e del presente compendio è curata dall'Ufficio Affari Istituzionali, Pubbliche Relazioni e Comunicazione Corporate del Gruppo Ferrero (e-mail: csr@ferrero.com).

La versione integrale del rapporto 2016 di responsabilità sociale d'impresa, che sarà pubblicata sul sito internet all'indirizzo www.ferrero.com, è redatta in conformità agli standard "GRI Sustainability Reporting Standards" (2016) e al "Food Processing Sector Disclosures" (2014), entrambi definiti dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione Core.

Sono 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".

Tale versione integrale sarà sottoposta al GRI Content Index Service e a revisione limitata da parte di Deloitte & Touche S.p.A.

LETTERA DEL CEO

Il 2016 ha segnato il 70° anniversario del Gruppo Ferrero: 70 anni improntati ad una visione a lungo termine, al miglioramento continuo e ad alti valori costruiti sulla nostra storia e sulla nostra passione, la formula del “Modo Ferrero di fare le cose”: l’amore per le cose fatte bene, il rispetto e la dedizione per soddisfare i nostri consumatori, la cura costante della qualità, oltre ad una straordinaria creatività. Questi valori sono le nostre radici. Questo è il DNA della nostra azienda di famiglia.

Mio padre, Michele, ha avuto il coraggio di sperare e la vocazione per pensare. Da imprenditore illuminato, non ha mai smesso di esplorare nuove frontiere diffondendo la “cultura del fare”. Il mondo sarà sempre di coloro che “fanno” e che hanno la determinazione di ricercare continuamente l’eccellenza.

E ancora una volta, la nostra eccellenza ci ha portato lontano. Alla chiusura dell’anno fiscale 2015/2016, il Fatturato Netto del Gruppo Ferrero è ammontato a 10,3 miliardi di euro, in crescita del +8,2% rispetto all’anno precedente. Siamo stati in grado di crescere nonostante le perduranti difficoltà nel contesto economico internazionale e abbiamo consolidato la nostra posizione sul mercato mantenendo il terzo posto nella classifica mondiale delle multinazionali nel settore dolciario del cioccolato. Siamo stati in grado di crescere espandendoci, costruendo un portfolio di marca globale, con una proiezione a lungo raggio.

Oltre a strategie di lungo termine, necessitiamo anche di rigore e coerenza nel nostro presente. Tutti i valori, le esperienze e le buone pratiche rendono Ferrero anche espressione continua di etica commerciale nei confronti dei consumatori. La nostra crescita è imprescindibile dal rispetto per le Persone e il Pianeta, riconoscendo ad essi una valenza non meno importante degli obiettivi di performance economica. Inoltre essere un Gruppo globale non ci impedisce di agire localmente, mantenendo così il forte legame con le Persone e le comunità in cui operiamo.

Con questo Rapporto, rinnoviamo il nostro supporto al Global Compact delle Nazioni Unite che rappresenta l’iniziativa strategica di cittadinanza d’impresa più ampia al mondo.



Dal 2011 ne sosteniamo le attività e svolgiamo un ruolo attivo ai fini del raggiungimento dei Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite per il 2030.

Infine, le nostre azioni vogliono mettere in pratica il “Modo Ferrero di fare le cose”: condividere i nostri valori, che rimangono attuali oggi come lo erano in passato, per creare valore per tutti i nostri stakeholder, dalle nostre Persone alle comunità in cui operiamo.

Luglio 2017

Giovanni Ferrero
Chief Executive Officer
Ferrero International

LA RESPONSABILITÀ SOCIALE FERRERO



Ferrero ha da sempre voluto assumere dei concreti impegni di cura e attenzione verso le Persone e il Pianeta, privilegiando tali aspetti piuttosto che gli obiettivi finanziari. Questa propensione è insita nel DNA aziendale ed è emblematicamente rappresentata in una lettera che Michele Ferrero inviò ai dipendenti dell'azienda nel 1957, quando ne assunse la guida:

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

Michele Ferrero

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

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

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

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

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



PERSONE

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

PIANETA

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



Ai fini della determinazione e gestione della politica di Gruppo in materia di responsabilità sociale (CSR), il Gruppo Ferrero si avvale di un ufficio con specifiche responsabilità in ambito CSR (email: csr@ferrero.com).

GLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO FERRERO E ANALISI DI MATERIALITÀ

Nel 2015, in applicazione del nuovo *standard* di rendicontazione *G4 Sustainability Reporting Guidelines*, **il Gruppo ha aggiornato l'analisi dei temi rilevanti in ambito di sostenibilità** attraverso un processo interno di materialità: in particolare, l'analisi di materialità ha lo

scopo di identificare e valutare l'importanza dei vari temi di sostenibilità che influenzano la capacità del Gruppo di creare valore e le tematiche ritenute rilevanti dai propri *stakeholder*.

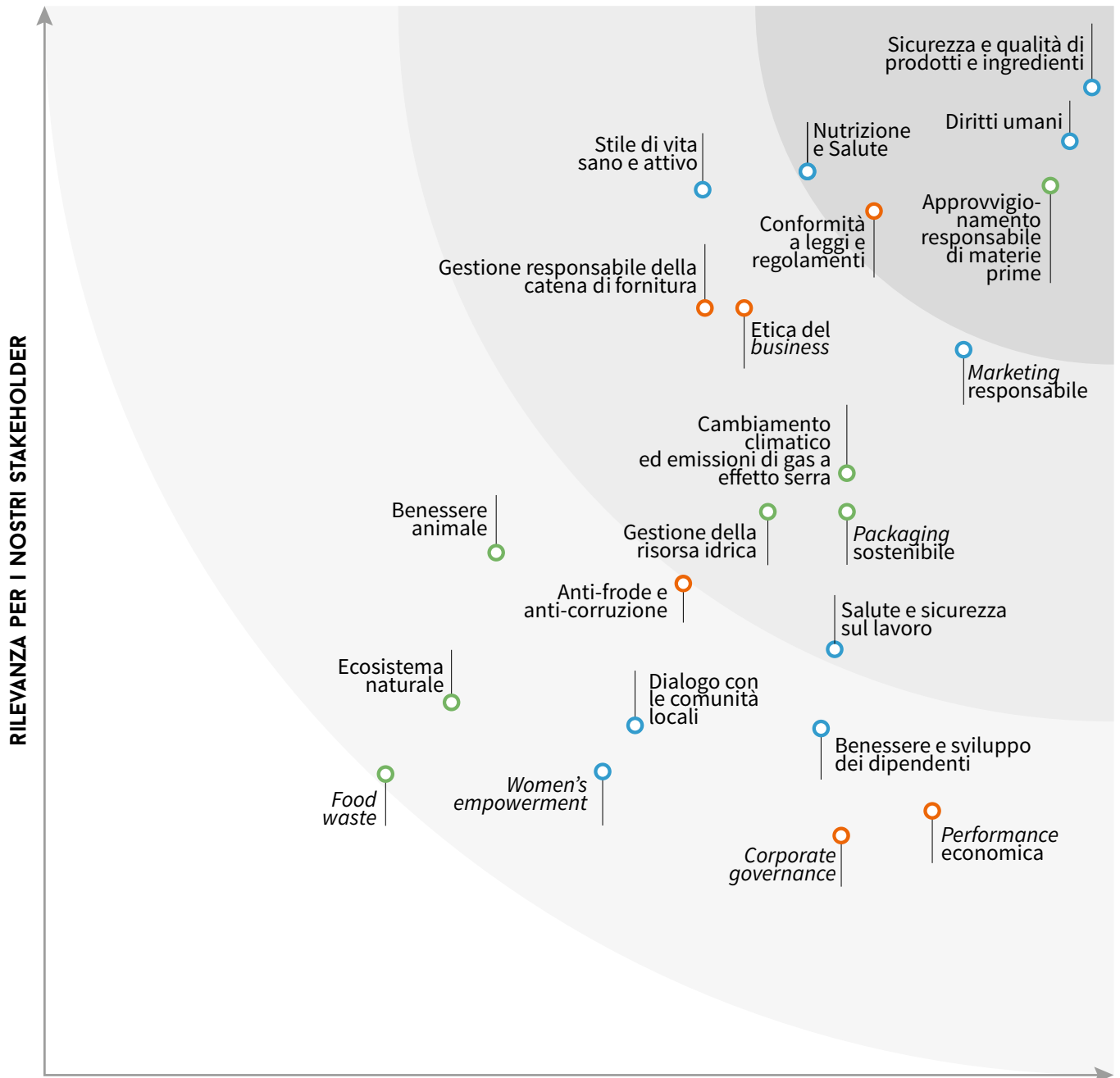
STAKEHOLDER MAPPING



Ai fini della redazione del rapporto CSR e del presente compendio, **è stata confermata la mappatura degli interlocutori interni ed esterni (stakeholder mapping), così come la matrice di materialità delle tematiche rilevanti**, aggiornate nel corso dello stesso anno.





















Con gli *stakeholder* individuati il Gruppo Ferrero ha instaurato un dialogo costante, partecipando attivamente a dibattiti e a gruppi di lavoro delle associazioni di categoria e settoriali di cui è membro. Inoltre, il Gruppo ha sviluppato un dialogo strutturato con alcune ONG attive anche in ambito CSR.

















MATRICE DI MATERIALITÀ



GLI OBIETTIVI DEL GRUPPO FERRERO ENTRO IL 2020

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

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

AMBITO	DESCRIZIONE	AVANZAMENTO
	Energia elettrica autoprodotta pari al 70% (anziché 75%) dell'energia consumata da tutti gli stabilimenti europei, di cui il 18% (anziché 25%) da fonti rinnovabili	Raggiunto parzialmente a settembre 2014 
	Certificazione ISO 50001 di Gruppo per i 17 siti produttivi attivi nell'agosto 2014 – esclusi gli stabilimenti del Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero – compresi i siti di generazione energetica	Entro il 2020 
	Applicazione di un piano di azioni energetiche a livello mondiale , compatibile con i vincoli locali degli stabilimenti esistenti e futuri, volto alla riduzione delle emissioni	Entro il 2020 
	Riduzione del 40% delle emissioni di CO₂ derivanti dalle attività produttive (rispetto al 2007)	Entro il 2020 
	Riduzione del 30% delle emissioni di gas effetto serra (tonnellate di CO _{2eq}) nelle attività di trasporto e stoccaggio (rispetto al 2009)	Entro il 2020 
	Utilizzo negli imballaggi di materiali derivanti da risorse rinnovabili (+10% rispetto al 2009)	Entro il 2020 
	100% cartone² vergine da filiera sostenibile certificata	Raggiunto a dicembre 2014 
	100% carta³ vergine da filiera sostenibile certificata	Prolungato al 2017 



LE PERSONE



IL PIANETA



IN LINEA

NON
IN LINEA

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

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

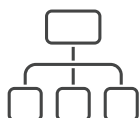
01

IL GRUPPO



1.830.193 t

MATERIE PRIME AGRICOLE E
MATERIE PRIME IMBALLAGGI
UTILIZZATE¹



86

SOCIETÀ CONSOLIDATE E
CONTROLLATE DA FERRERO
INTERNATIONAL S.A.



1.265.950 t

PRODUZIONE TOTALE



10.325.845
(€/000)

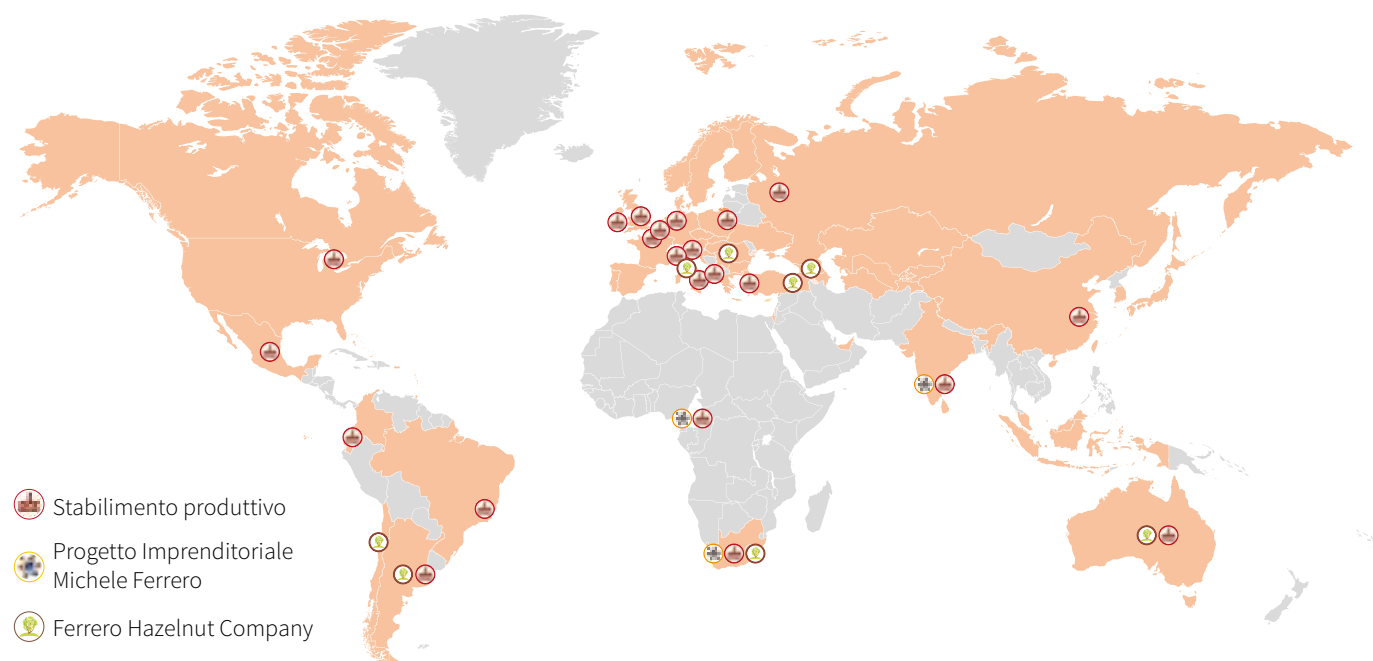
FATTURATO NETTO CONSOLIDATO




1° AZIENDA ALIMENTARE AL MONDO
A LIVELLO DI REPUTAZIONE



17° NELLA CLASSIFICA
GLOBALE

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



-  Stabilimento produttivo
-  Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero
-  Ferrero Hazelnut Company

IL GRUPPO FERRERO È PRESENTE IN 55 PAESI

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

22

STABILIMENTI
PRODUTTIVI IN
5 CONTINENTI



6
8

AZIENDE
AGRICOLE
IMPIANTI DI
LAVORAZIONE

170+

PAESI IN CUI I PRODOTTI
SONO COMMERCIALIZZATI

PROGETTO IMPRENDITORIALE
MICHELE FERRERO



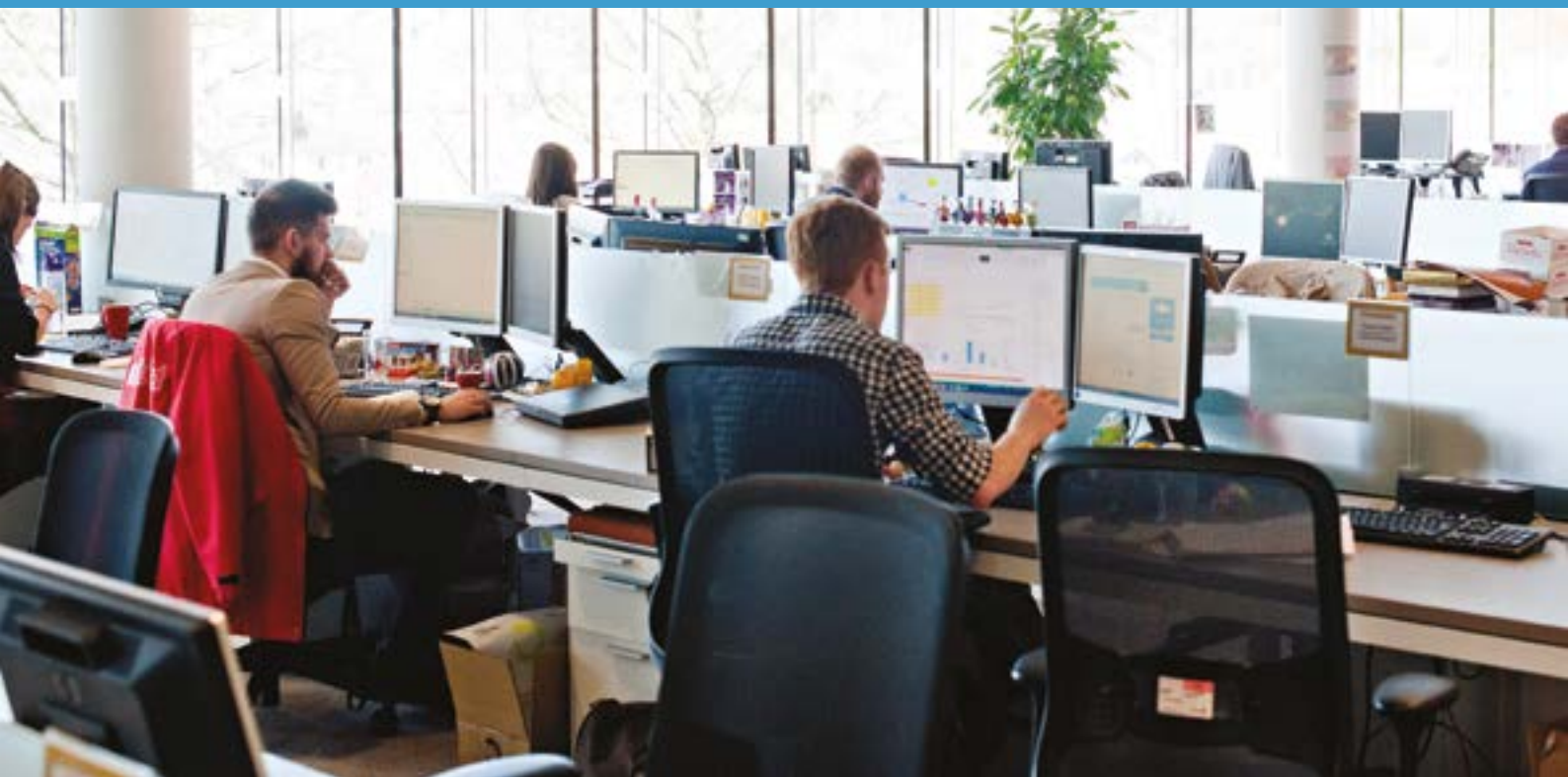
ATTIVO IN
3
PAESI

Ferrero fa parte di numerose **organizzazioni e associazioni europee e internazionali** che operano nel rispetto delle linee guida e dei valori del Gruppo, in relazione a tematiche chiave quali sostenibilità sociale, economica e ambientale, trasparenza, sicurezza alimentare e tutela degli interessi di categoria.

A partire dal 2011 il Gruppo Ferrero ha implementato il Piano ABCDE (*A Business Code Dialogue Engagement*), volto a condividere il Codice di Condotta Commerciale del Gruppo con tutti gli *stakeholder* coinvolti nella catena del valore. Il Codice si basa sui principi Ferrero ed è conforme al Codice Etico del Gruppo.

02

LE PERSONE



40.351¹

COLLABORATORI DEL GRUPPO AL 31/08/2016



2.700+

COLLABORATORI DEL PROGETTO
IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO
AL 31/08/2016



113

NAZIONALITÀ DI PROVENIENZA
DEI DIPENDENTI



3.500+

EX COLLABORATORI E CONIUGI
SERVITI DALLA FONDAZIONE



**4,4
MILIONI**

BAMBINI MOSSI²
CON KINDER+SPORT

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

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

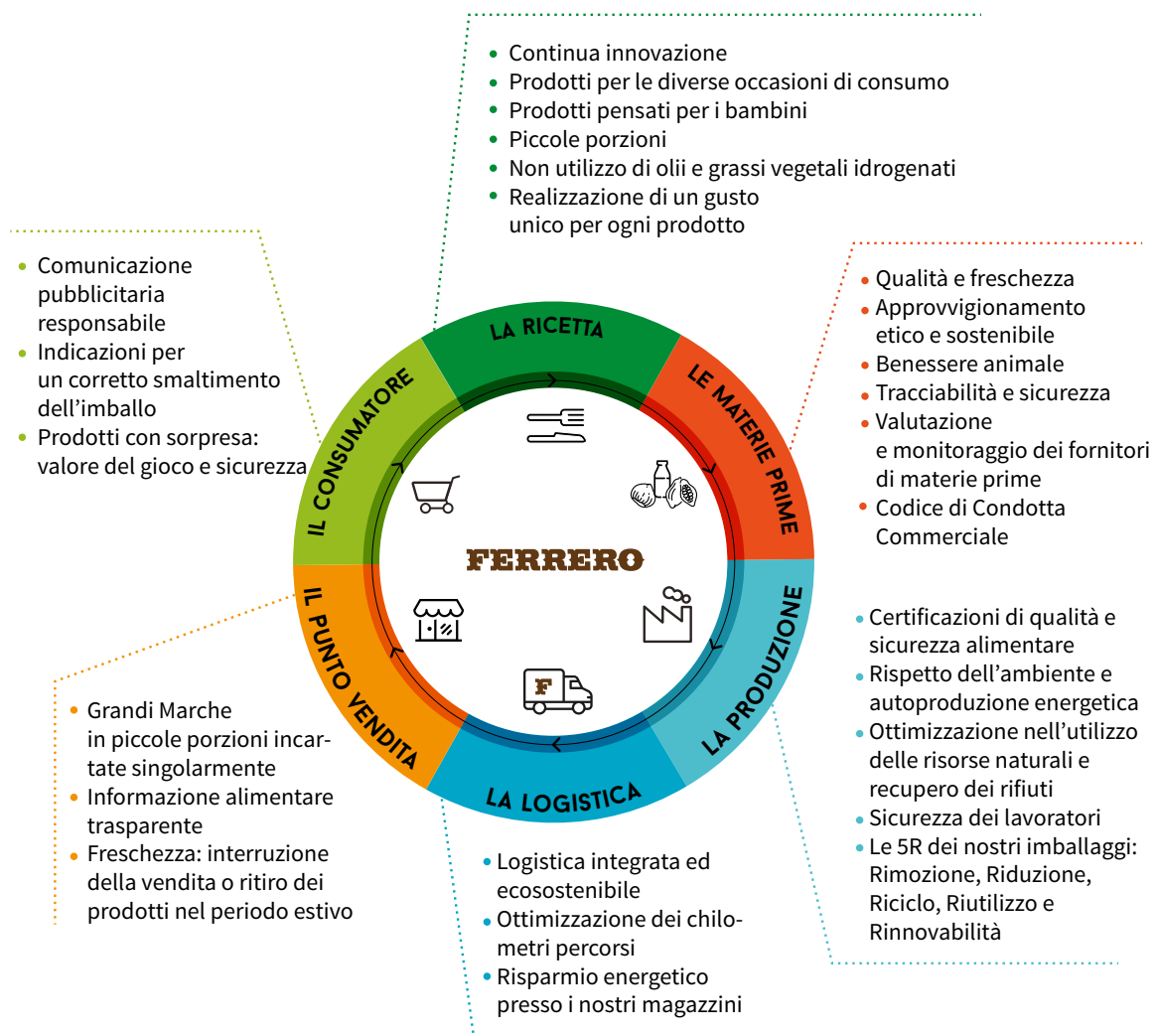
Il Gruppo Ferrero è nato e cresciuto, generazione dopo generazione, grazie alla **passione delle persone** che ne hanno fatto e ne fanno parte e alla costante fiducia che i consumatori ripongono nei prodotti e nell'azienda.

L'impegno Ferrero nei confronti delle Persone si esprime e si riconosce nella **catena del valore dei prodotti**, un autentico percorso di responsabilità e sostenibilità che inizia con la formulazione di ricette nutrizionalmente

equilibrate, passando per un'accurata selezione delle materie prime e finendo con una corretta comunicazione nei confronti dei consumatori e dei più piccoli.

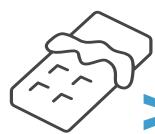
Le Persone sono da sempre al centro della strategia di Gruppo e costituiscono un **valore aggiunto insostituibile** cui è riservata un'attenzione speciale, concretizzata in una serie di iniziative e progetti dedicati.

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



I NOSTRI CONSUMATORI

Ferrero ha messo in pratica la sua **passione e il suo impegno nel soddisfare il Consumatore**, ponendolo al centro del proprio lavoro quotidiano.



>95%

DEI VOLUMI DEI PRODOTTI
FERRERO È IN PORZIONI

<150 kcal

NUTRIZIONE

Ferrero ha sviluppato una strategia che può essere considerata unica, perché si basa su una particolare tipologia di prodotti dolciari la cui base è rappresentata da materie prime nobili che non solo contribuiscono, attraverso la loro naturale composizione, all'apporto di energia, ma anche alla tipologia e alla quantità di micronutrienti che sono essenziali per la salute.

I piccoli formati e le ricette dei prodotti Ferrero aiutano il consumatore ad adottare un modello nutrizionale basato su diversi episodi alimentari durante il giorno, sostenuti dall'adozione di etichette nutrizionali chiare e complete. Il Gruppo contribuisce inoltre alla **promozione di buone abitudini alimentari** attraverso un forte impegno nella ricerca scientifica.

QUALITÀ E FRESCHEZZA

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

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



>600.700

CONTROLLI E ANALISI
SULLE MATERIE PRIME

>1.400.000

CONTROLLI EFFETTUATI SU
IMBALLAGGI, SEMILAVORATI E
PRODOTTI FINITI



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

12
ANNI

COMUNICAZIONE RESPONSABILE

Per il Gruppo Ferrero, responsabilità sociale significa anche adottare una serie di **sistemi di autoregolamentazione, in particolare riguardo all'etichettatura nutrizionale e alla pubblicità**. Tali impegni sono **monitorati costantemente da enti terzi indipendenti**, i quali confermano tassi di conformità elevati.

Il Gruppo si impegna a rispondere al meglio alle esigenze del consumatore fornendogli comunicazioni veritiere e accurate, nel tentativo di **aiutare i consumatori a compiere le scelte più appropriate** in relazione all'alimentazione e allo stile di vita.

KINDER SURPRISE COMPANY

Da oltre 40 anni, i prodotti KINDER® Ferrero hanno contribuito alla **crescita felice dei bambini di tutte le età** generando momenti quotidiani di intensa emozione. In tutto questo tempo il processo di creazione delle sorprese si è evoluto, pur mantenendo lo stesso impegno nel creare prodotti sicuri e innovativi e cercando sempre di migliorare.

Kinder Surprise Company (KSC) è la Divisione del Gruppo Ferrero dedicata alla creazione e produzione dei piccoli giocattoli KINDER®, le cui caratteristiche e la giocabilità devono essere sviluppate e ottimizzate specificamente per il formato in miniatura del mondo KINDER®.

65



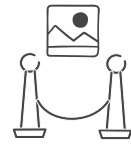
TEST SUI GIOCATTOLI IN
MATERIA DI SICUREZZA
E QUALITÀ RISPETTO
AI 38 RICHIESTI
DAI REGOLAMENTI
INTERNAZIONALI

LA FONDAZIONE FERRERO



Fondata nel 1983 come Opera Sociale da un'idea di Michele Ferrero e sotto la guida del suo instancabile Presidente, la signora Maria Franca Ferrero, la Fondazione ha come obiettivo principale il **miglioramento della qualità della vita della persona anziana, coltivando socialità, relazioni, l'impegno e le conoscenze.**

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



>90.000

VISITE ALL'ESPOSIZIONE
FUTURBALLA



1.112

VISITE MEDICHE FORNITE
AGLI "ANZIANI" FERRERO
E LORO CONIUGI

LE DONNE E GLI UOMINI FERRERO

Al 31 agosto 2016, il Gruppo è formato da 32.990 dipendenti, a cui si aggiungono 13 dipendenti della Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero e 7.348 collaboratori esterni³, per un totale di **40.351 persone**, appartenenti a 113 nazionalità diverse.

Il Gruppo Ferrero conferma **l'incremento della presenza extraeuropea (37,3%) e la consistenza dell'occupazione femminile (44,2%)**. Inoltre, Ferrero si impegna a sostenere e tutelare la sicurezza e la salute dei propri dipendenti, degli appaltatori, dei visitatori e di tutti coloro che entrano nella sua sfera di influenza, e investe nella formazione professionale, istituzionale e manageriale dei dipendenti: a tale scopo, opera la *Ferrero University* – attraverso i 4 *Learning Pillars*, pilastri dell'apprendimento – e si realizzano numerose iniziative presso le sedi locali.



44,2%

DONNE



564.038

ORE DI FORMAZIONE NELLA
FERRERO UNIVERSITY

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

IL PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO



Camerun (Yaoundé)



Sudafrica (Walkerville/Midvaal Gauteng)



India (Baramati/Pune, Maharashtra)

Lo spirito imprenditoriale e filantropico che da sempre caratterizza il Gruppo Ferrero ha ispirato la nascita delle Imprese Sociali Ferrero, ideate e avviate circa dieci anni fa da Michele Ferrero, prima in Camerun e successivamente in Sudafrica e in India. Si tratta di imprese commerciali vere e proprie: **la realizzazione di profitti**, tuttavia, **si riflette in uno spirito “sociale”, che mira a creare posti di lavoro** nelle aree meno favorite dei Paesi emergenti.

Inoltre, la realizzazione di **progetti e di iniziative a carattere sociale e umanitario** mira a tutelare la salute e la crescita educativa e sociale dei bambini e dei ragazzi in quei Paesi.

L’iniziativa delle Imprese Sociali Ferrero è stata ribattezzata **“Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero”**, in memoria del Cavaliere del Lavoro Michele Ferrero, che le aveva appassionatamente volute e sostenute in ogni fase del loro sviluppo.

PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO

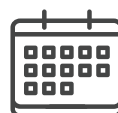


KINDER+SPORT



Promuovere la qualità della vita e uno stile di vita attivo è una delle missioni principali del Gruppo,

e Kinder+Sport è il programma dedicato a tale missione da più di 10 anni: **incoraggia la pratica sportiva** e mira a **diffondere la gioia di muoversi** tra i bambini di tutto il mondo, stimolandoli ad adottare abitudini di vita attive sin da piccoli. È un percorso di responsabilità, attualmente **presente in 28 Paesi**, che ha dato vita al “Manifesto *Joy of Moving*”, presentato a Expo Milano 2015. I risultati mostrano un **sensibile progresso, coerente con gli obiettivi del progetto** (fissati per il 2017/2018): per citarne alcuni, Kinder+Sport nel 2015/2016 ha mosso 4,4 milioni di bambini, attraverso 23 diversi sport praticati, coinvolgendo 125 federazioni e associazioni sportive.



>7.000

EVENTI ORGANIZZATI



28

PAESI ATTIVI



11,5 Mil €

INVESTIMENTI



23

SPORT PRATICATI



125

FEDERAZIONI E ASSOCIAZIONI

03

IL PIANETA



100%

OLIO DI PALMA SOSTENIBILE
CERTIFICATO
RSPO COME SEGREGATO
DA GENNAIO 2015



95%

RIFIUTI RECUPERATI



39%

MATERIALE RICICLATO
NEGLI IMBALLAGGI



~18%

POTENZA INSTALLATA DI
AUTOPRODUZIONE DERIVANTE DA
FONTI RINNOVABILI

L'attenzione e il rispetto del Pianeta sono tra i pilastri fondanti della strategia di responsabilità sociale Ferrero: per questo il Gruppo si impegna ad associare una forte motivazione alla crescita a una **grande attenzione alla sostenibilità**.



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

pratiche agricole sostenibili Ferrero”, è il programma che rappresenta l’impegno del Gruppo Ferrero per **l’approvvigionamento di materie prime da filiere sostenibili**. Gli obiettivi principali sono il miglioramento delle condizioni delle aree rurali e delle comunità locali e il rispetto per l’ambiente, attraverso progetti e *partnership*, l’adozione di *standard* e certificazioni e impegni istituzionali collettivi.

Quest’impegno si traduce in una serie di scelte responsabili, finalizzate sia all’approvvigionamento sostenibile delle materie prime che alla riduzione dell’impatto ambientale lungo tutta la filiera, attraverso **due progetti**:



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

Il progetto FER-Way è basato su quattro azioni: Misurare, Educare, Progettare e Collaborare.

Il progetto FER-Way è basato su quattro azioni: Misurare, Educare, Progettare e Collaborare.

LE PRATICHE AGRICOLE SOSTENIBILI FERRERO

Per realizzare i propri progetti di sostenibilità delle filiere agricole, Ferrero ha lanciato i programmi **Ferrero Farming Values** (FFVs) per le proprie materie prime principali, **nell’ambito del F-ACTS**.

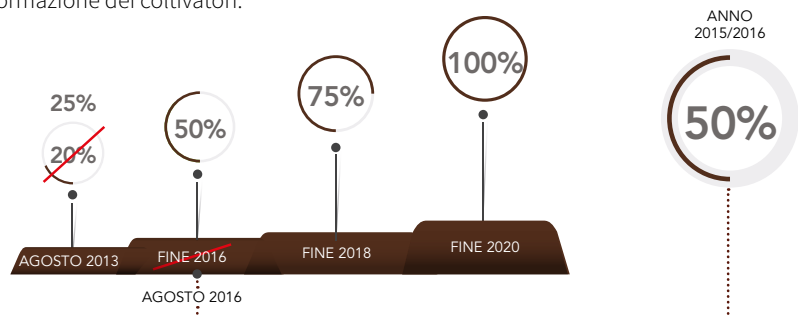


CACAO



Uno degli impegni principali di Ferrero per la realizzazione di una filiera agricola sostenibile è quello di approvvigionarsi di fave di cacao 100% certificate entro la fine del 2020. Nel 2015/2016, Ferrero ha utilizzato più di 120.000 tonnellate di fave di cacao, di cui **il 50% certificate sostenibili, raggiungendo con anticipo l’obiettivo intermedio posto alla fine del 2016**.

Ferrero collabora costantemente con organizzazioni non profit e di coltivatori per affrontare problematiche agricole, sociali, ambientali ed economiche legate alla coltura del cacao e sostiene progetti locali per lottare contro il lavoro minorile e favorire la formazione dei coltivatori.





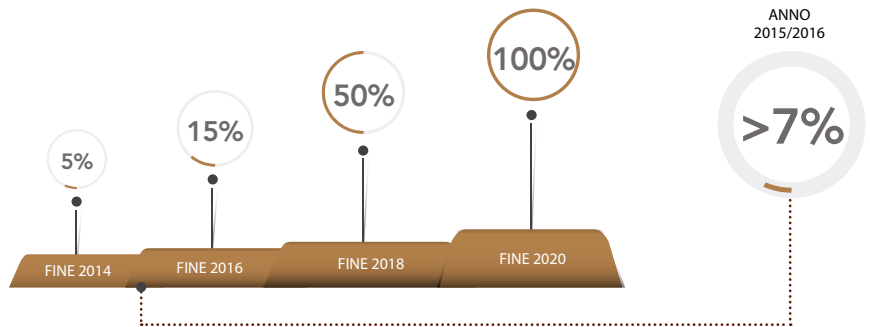
NOCCIOLE



Nell'anno 2015/2016, il Gruppo ha ottenuto **la completa tracciabilità di oltre il 7% della fornitura di nocciole.**

La tracciabilità è fondamentale per garantire gli *standard* qualitativi della produzione e dei prodotti.

La Turchia produce circa il 75% della produzione mondiale annuale di nocciole. In questo Paese, Ferrero rappresenta uno dei più importanti attori e, per tale motivo, nel 2012 il Gruppo ha deciso di creare e sviluppare **il programma Ferrero Farming Turkey (FFT)** in collaborazione con *partner* locali e internazionali: Ferrero ha prestato un'attenzione particolare alle relazioni con i suoi fornitori turchi di nocciole riguardante gli alti *standard* di qualità e di sicurezza e le problematiche etiche, sociali e ambientali. Inoltre nel 2015/2016 **il Gruppo ha continuato a sostenere e a partecipare alla partnership pubblico-privata con Caobisco** (Associazione Europea dei Produttori di Cioccolato, Biscotti e Dolci) **e ILO** (*International Labour Organization*) in Turchia, per il progetto intitolato "Modello integrato per l'eliminazione delle peggiori forme di lavoro minorile (WFCL) nell'agricoltura stagionale nella raccolta delle nocciole in Turchia".



ZUCCHERO DI CANNA

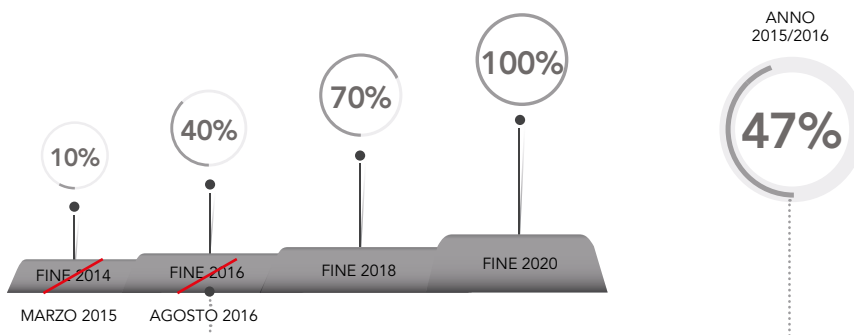
Nel corso del 2015/2016, il volume totale di zucchero acquistato da Ferrero può essere ripartito approssimativamente in 1/4 di zucchero di canna raffinato e 3/4 di zucchero di barbabietola.



Ferrero si è impegnata a consolidare le relazioni di fiducia con le numerose cooperative agricole e i produttori di zucchero, **per garantire un approvvigionamento 100% non OGM.** Nel 2015/2016 **il Gruppo, con il 47% del suo zucchero di canna certificato, ha superato il proprio obiettivo intermedio del 40% fissato per la fine del 2016.**

Dal 2010, il Gruppo Ferrero è membro della Bonsucro - *Better Sugar Cane Initiative*, un'organizzazione riconosciuta a livello mondiale che promuove la sostenibilità del settore dello zucchero di canna, attraverso un sistema di misurazione e certificazione.

Lo schema è supportato dall'implementazione degli *standard* di produzione, con un focus sulla riduzione degli impatti ambientali e sociali, inclusi la biodiversità, l'ecosistema, i diritti umani e le condizioni di lavoro, la conformità normativa.





OLIO DEL FRUTTO DI PALMA



DA GENNAIO
2015



Il Gruppo Ferrero ha lavorato per un approvvigionamento responsabile dell'olio del frutto di palma sin dal 2005, anno in cui si è scelto di investire nella certificazione *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO).

Dal gennaio 2015, **Ferrero utilizza esclusivamente olio del frutto di palma 100% sostenibile certificato RSPO come segregato.**

Il Gruppo si impegna a perfezionare la tracciabilità e garantire il rispetto del pianeta, dei lavoratori e delle comunità locali, anche attraverso la *Ferrero Palm Oil Charter* e la *partnership* con TFT.

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

UOVA



DA SETTEMBRE
2014



Per gli stabilimenti UE



LATTE



Nel corso degli anni, Ferrero ha sviluppato e alimentato relazioni a lungo termine con produttori di latte accuratamente selezionati a livello locale.

Ferrero si approvvigiona di latte direttamente dai propri *partner* lattiero-caseari, selezionati secondo rigidi *standard*

volti a **garantire il controllo dell'intera filiera e assicurare costante freschezza, gusto e sicurezza.**

Attraverso la catena di approvvigionamento corta e controllata, Ferrero è in grado di creare **un sistema di tracciabilità razionalizzato**, che va oltre la normativa (inclusa la tracciabilità al 100% delle aziende lattiero-casearie), per fornire un quadro chiaro del percorso dalla fattoria al prodotto. Nel 2015, il Gruppo ha implementato il MQP - *Milk Quality Project* - su 14 fornitori strategici in diverse aree geografiche (dall'Italia alla Turchia, dalla Scandinavia all'India), che rappresentano più del 98% del latte approvvigionato negli stabilimenti europei Ferrero.

HCo - FERRERO HAZELNUT COMPANY

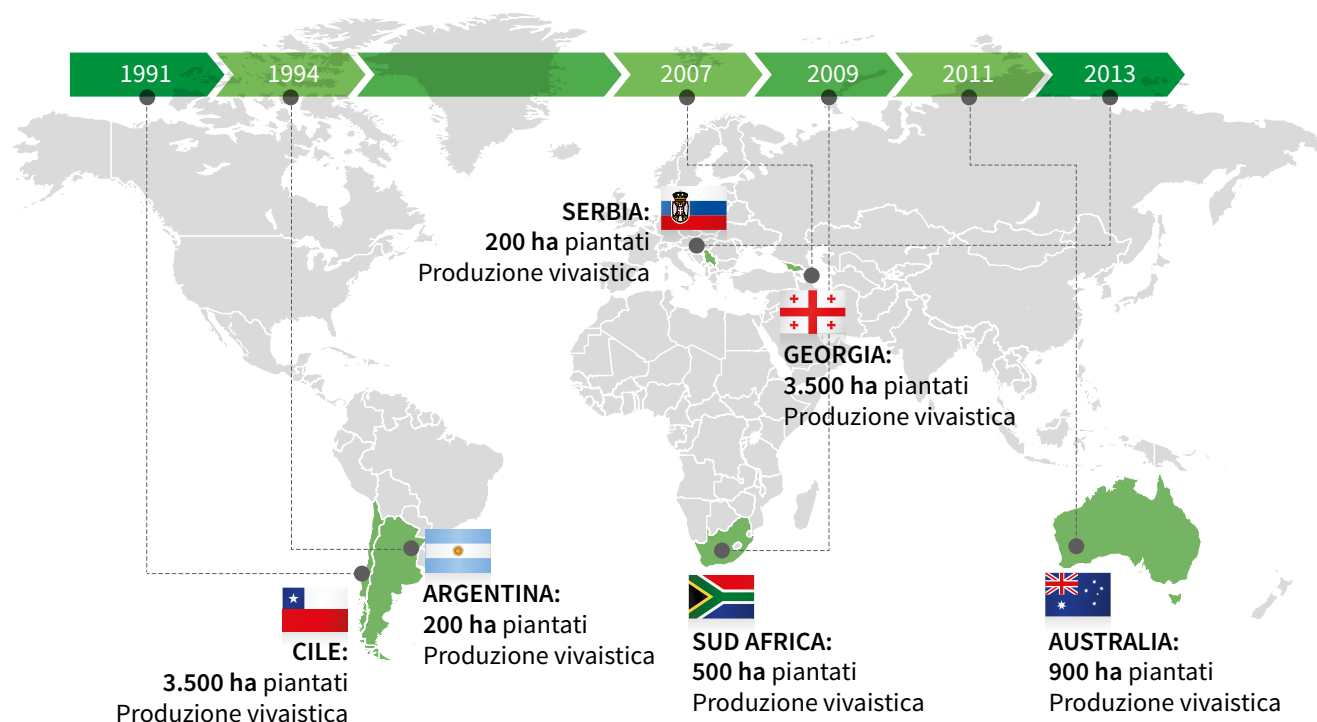


In Ferrero *Hazelnut Company* (HCo), al 31 agosto 2016, collaborano più di 4.000 persone¹, ripartite tra sei aziende agricole Ferrero (in Cile, Argentina, Georgia, Sudafrica, Australia e Serbia), otto impianti di lavorazione (situati in Italia, Cile e Turchia) e cinque *Business unit* (Lussemburgo, Italia, Turchia, Francia e Regno Unito).

Oggi Ferrero agisce lungo tutta la filiera della nocciola, dal campo alle fasi di lavorazione e di *processing* industriali, fino alla vendita di semilavorati, realizzando un esempio di **filiera agroalimentare completamente integrata**. Alla fine del 2014, tale gestione ha portato alla nascita di **Ferrero Hazelnut Company** (HCo), che raggruppa in un'unica struttura tutti gli attori della filiera corilicola: la coltivazione nelle aziende agricole, lo sviluppo della coltivazione del nocciolo presso gli agricoltori, la ricerca e sviluppo agronomica, il *sourcing*, la trasformazione industriale e la vendita di prodotti e semilavorati a base nocciola.

Il nuovo ruolo del Gruppo attraverso la Ferrero *Hazelnut Company* ha portato a una ridefinizione e a un allargamento del proprio perimetro di azione: mentre prima il Gruppo agiva esclusivamente a livello di *procurement*, oggi tramite HCo, oltre ad aver integrato un notevole *know how* nel *processing* della materia prima, è diventato tra i maggiori *player* al mondo nel settore delle nocciole.

LE AZIENDE AGRICOLE FERRERO



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

MINIMIZZARE L' IMPATTO AMBIENTALE

Dal 2013/2014, con il lancio del progetto **FER-Way**, volto alla buona gestione della sostenibilità ambientale, il Gruppo ha prestato particolare attenzione a **misurare l'impatto dell'intera supply chain dei suoi prodotti**.

Il progetto è basato sull'approccio del *Life Cycle Thinking* (LCT), che considera le differenti fasi di vita dei prodotti e i loro principali impatti sull'ambiente, valutando anche le fasi che non sono sotto il diretto controllo del Gruppo, ed è basato su 4 azioni fondamentali.



Inoltre Ferrero, attraverso il progetto FER-Way, sostiene e promuove lo sviluppo di un'**economia circolare**, ovvero un modello di economia progettata per auto-rigenerarsi, che sta sostituendo il classico modello di consumo lineare.

A tale scopo, il Gruppo ha iniziato a ripensare la gestione di alcune delle principali risorse utilizzate, nello specifico materie prime alimentari, energia e materiali di imballaggio, come "cicli" piuttosto che come convenzionali catene di approvvigionamento lineare.



FERRERO4FUTURE (FERRERO FOR FUTURE)

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



1. USO EFFICIENTE DELLE RISORSE

Le risorse sono un bene prezioso per Ferrero, ed è **importante utilizzarle in modo responsabile**. Risorse quali materie prime agricole, imballaggi, acqua ed energia sono disponibili in quantità limitate. Per questo motivo Ferrero sta lavorando per ridurre l'uso lungo la catena di produzione dei propri prodotti.

2. EMISSIONI

Il Gruppo vuole crescere come *business* a basse emissioni e per tale motivo, al fine di ridurre il proprio impatto, **misura e gestisce la propria Carbon Footprint** puntando sull'innovazione tecnologica e la collaborazione e focalizzandosi non solo sull'impatto del proprio *business*, ma anche su quello dell'intera catena del valore.



3. GESTIONE DEI RIFIUTI

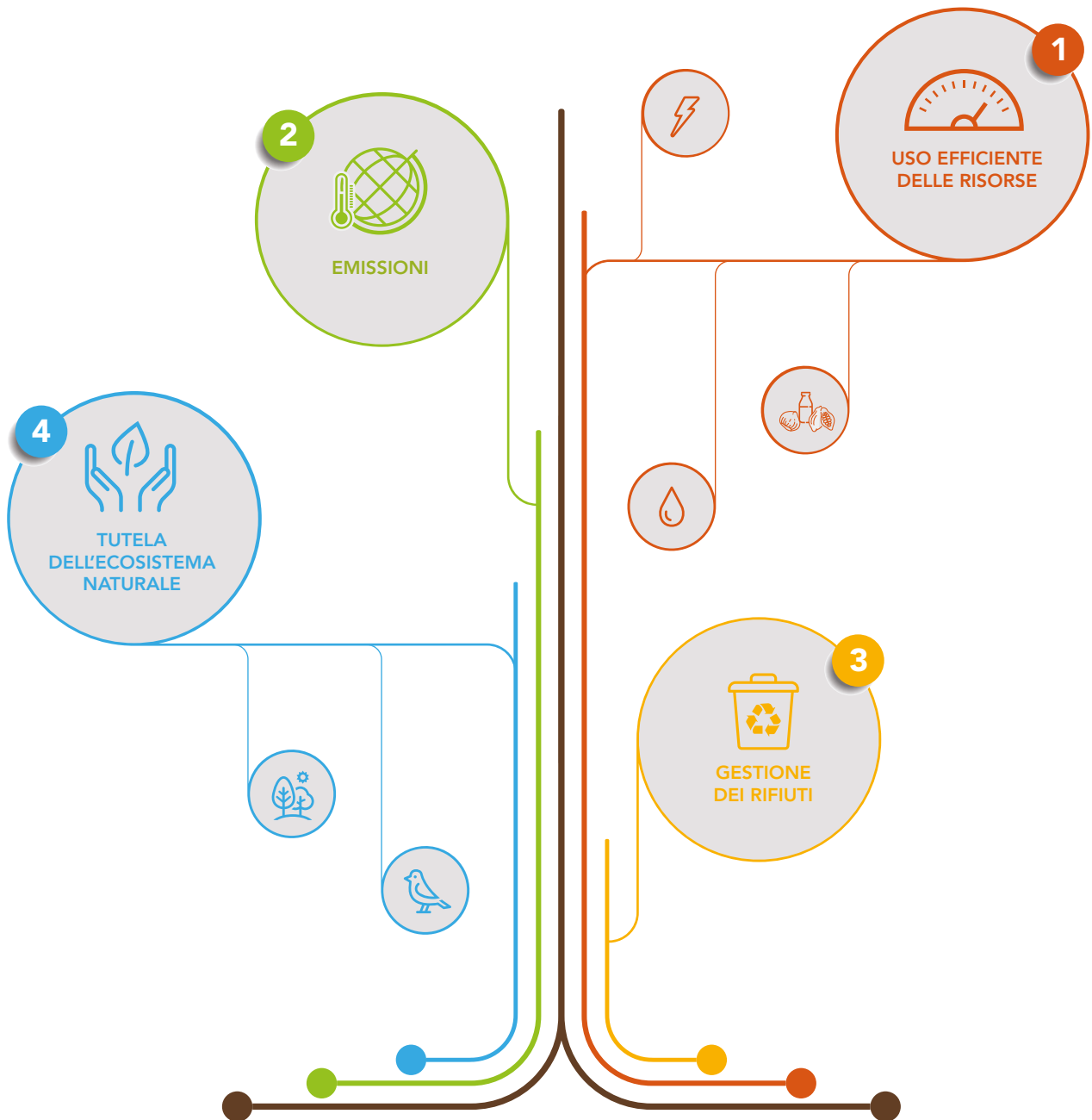
In linea con la politica del Gruppo per la **riduzione generale degli sprechi e una migliore gestione della filiera produttiva**, e in coerenza con gli orientamenti dell'Unione europea per l'aumento della quantità di rifiuti recuperati, le due principali aree d'intervento degli stabilimenti produttivi del Gruppo sulla questione dei rifiuti riguardano la riduzione della loro produzione in termini assoluti e l'indice di recupero, pari al 95%.

4. TUTELA DELL'ECOSISTEMA NATURALE

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



FERRERO4FUTURE



FER
Way

Stampato su carta certificata FSC™



