

# **CONDIVIDERE VALORI PER CREARE VALORE**

**Responsabilità Sociale d'Impresa**

**RAPPORTO 2014**

**FERRERO**

*Siamo fieri di te. Grazie Michele*



# Premessa metodologica

## A proposito di questo rapporto di responsabilità sociale d'impresa

**I**l presente rapporto ha l'obiettivo di illustrare la strategia di responsabilità sociale del Gruppo Ferrero e le relative iniziative mondiali riferite all'anno 2013/2014 (1° settembre 2013 - 31 agosto 2014). Tenuto conto degli obiettivi definiti nei precedenti rapporti, le tematiche di questa sesta edizione sono state selezionate attraverso il costante confronto con i principali stakeholder e in base al loro livello di rilevanza per il Gruppo Ferrero.

Inoltre il presente rapporto dedica il focus sulle Grandi Marche Ferrero a KINDER SORPRESA E KINDER MERENDERO e quello sulla presenza del Gruppo a Expo Milano 2015. I focus dedicati ad altri prodotti Ferrero, così come ad altri Paesi in cui il Gruppo opera, sono inclusi nel terzo, quarto e quinto rapporto, disponibili sul sito [www.ferrerocsr.com](http://www.ferrerocsr.com).

La redazione è stata curata dall'Ufficio Affari Istituzionali, Pubbliche Relazioni e Comunicazione Corporate del Gruppo Ferrero (e-mail: [csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com)), in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" (versione 3.1, 2011) e al "Food Processing Sector Supplement", entrambi definiti dal GRI (Global Reporting Initiative).

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".

*1. La società Ferrero Industrial Services G.E.I.E. e la ONLUS Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero non rientrano all'interno del perimetro di consolidamento del bilancio consolidato di Ferrero International in quanto considerate "parti correlate" ai fini dello IAS 24.*

*2. Le produzioni dei conti lavori del the, inclusi nei precedenti rapporti, quest'anno non rientrano nella rendicontazione in quanto non inclusi nel perimetro del Gruppo. Sono invece inclusi i dati relativi agli stabilimenti di Messico e Turchia e all'Impresa Sociale Ferrero in India.*

*3. Per rendere i dati comparabili, è stato considerato lo stesso perimetro di analisi, ovvero: non sono stati considerati i processi dei conti lavoro del the e i nuovi stabilimenti di Messico e Turchia e l'Impresa Sociale Ferrero in India.*

Nell'anno in esame:

- è in fase di costruzione il nuovo stabilimento in Cina;
- non sono avvenuti cambiamenti significativi nell'assetto generale tali da impattare la comparabilità con il precedente rapporto CSR;
- non sono state intraprese operazioni straordinarie.

Si segnala che la joint venture societaria Stelliferi & Itavex Srl, attiva nel settore della preparazione e vendita di nocciole tostate in differenti gradi di lavorazione, è esclusa dal perimetro del presente rapporto. Sono invece incluse la società Ferrero Industrial Services G.E.I.E. e la Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero<sup>1</sup>.

Inoltre, a seguito dell'ampliamento e delle modifiche del perimetro<sup>2</sup> di rendicontazione dei dati ambientali, nel capitolo "Minimizzare l'impatto ambientale" non sono presentati i

dati comparativi relativi agli esercizi precedenti. Ciononostante, per evidenziare l'andamento del Gruppo, sono riportate le variazioni rispetto all'anno 2012/2013, calcolate considerando un perimetro equivalente<sup>3</sup>.

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

La revisione del presente rapporto è stata affidata a Deloitte.

Al rapporto di responsabilità sociale è data diffusione anche via internet, all'indirizzo [www.ferrerocsr.com](http://www.ferrerocsr.com), ove sono altresì disponibili i precedenti rapporti CSR, pubblicati nel giugno 2010, giugno 2011, luglio 2012, luglio 2013 e ottobre 2014. Altri rapporti seguiranno annualmente.



# Indice

Lettera del CEO	8
La responsabilità sociale Ferrero	10
Gli obiettivi del Gruppo Ferrero entro il 2020	12
Gli stakeholder del Gruppo Ferrero	14

## Il Gruppo

I numeri del Gruppo	19
Ferrero nel Mondo	20
La struttura organizzativa e di governance del Gruppo	22
Il Valore Aggiunto Ferrero	24
Conformità a leggi e regolamenti	25
Principali organizzazioni e associazioni	26
Il Piano ABCDE	28
Acquisti dai fornitori locali	29
Premi e riconoscimenti	30

## Le Persone

I Nostri Consumatori	40
La Fondazione Ferrero	64
Le Donne e gli Uomini Ferrero	80
Le Imprese Sociali Ferrero	120
Kinder+Sport	132

## Il Pianeta

F-ACTS: le pratiche agricole sostenibili Ferrero	150
Minimizzare l'impatto ambientale	194

## Focus

Focus KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO	232
Focus Expo Milano 2015	260
Indicatori GRI	273
Revisione indipendente a cura di Deloitte	286

# Lettera del CEO

Nel presentare il nuovo rapporto di Responsabilità Sociale del Gruppo Ferrero per l'anno 2014, desidero rivolgere il primo pensiero a mio Padre, Michele Ferrero, che ci ha lasciati lo scorso 14 febbraio. Imprenditore illuminato e innovatore, capace di precorrere i tempi, Michele Ferrero ha saputo accogliere e fare proprie visioni sfidanti. La sua forza morale e intellettuale gli ha consentito di armonizzare fra tradizione e innovatività, fra locale e globale, fra massificazione e logica di nicchia.

Michele Ferrero è stato un precursore della responsabilità sociale d'impresa. Da lui sono nati i numerosi impegni del nostro Gruppo relativi al rispetto delle persone che lavorano e hanno lavorato con noi e per noi. Da lui sono nate le Imprese Sociali Ferrero in Asia e in Africa per creare in quei continenti nuovi posti di lavoro. Era lui a sollecitarci, sempre e fortemente, alla protezione dell'ambiente in cui operiamo. E' stato sempre lui a incitarci all'approvvigionamento sostenibile delle materie prime, sempre della migliore qualità in assoluto. Questi impegni rappresentano la migliore garanzia per tutti i nostri "stakeholder" e, in particolare, per i nostri consumatori.

Nella visione di Michele Ferrero, infatti, il primo bilancio del Gruppo non è mai stato quello annualmente depositato presso il registro del commercio, ma quello di responsabilità sociale d'impresa. Egli sapeva bene che se non si condividono valori, non si può creare valore stabile, duraturo, valore al servizio della comunità: la fabbrica per l'uomo, non l'uomo per la fabbrica. Una concezione del lavoro che mette al centro gli aspetti sociali prima e il profitto dopo.

Sono valori solidi che continuano e continueranno a guidare il nostro operato. Grazie a essi, alla passione e all'impegno di tutti i nostri collaboratori e alla costante e rinnovata fiducia dei nostri consumatori, il Gruppo Ferrero ha registrato un aumento delle vendite anche nell'esercizio commerciale 2013/2014, con una crescita di quasi il 4% rispetto al periodo precedente, che diventa del 7% in termini di "crescita organica"\*, "trend" che risulta confermato anche per il 2015 dai dati attualmente disponibili.

\*Dato ottenuto ricalcolando le vendite 2013/2014 ai cambi dell'anno precedente.



Tale successo riflette il dinamismo nello sviluppo dei nuovi mercati in Asia, Russia, Stati Uniti, Canada, Brasile, Messico e Turchia. Importanti crescita sono state registrate anche nei Paesi del Medio Oriente. Nuovi investimenti, pari a oltre il 5% delle vendite, sono stati dedicati dal Gruppo al potenziamento delle attività industriali e produttive: in particolare, la nostra capacità produttiva conta 20 stabilimenti nel Mondo. Un nuovo sito è in procinto di essere aperto in Cina.

Continua, in parallelo, il forte impegno del nostro Gruppo a minimizzare l'impatto ambientale: nel 2013/2014, le nostre emissioni di CO<sub>2</sub>, per unità di prodotto derivanti dalle attività produttive, sono diminuite di un ulteriore 5% rispetto all'esercizio precedente. Il consumo di acqua è diminuito di quasi il 6%.

Gli stringenti criteri dell'eccellenza nella qualità, del rispetto dei diritti umani, della sostenibilità e del benessere animale, per noi categorici nel selezionare le materie prime, ci hanno permesso di raggiungere altri due importanti traguardi. Infatti, a dicembre 2014, abbiamo conseguito l'obiettivo dell'approvvigionamento di olio del frutto di palma 100% sostenibile certificato RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) come segregato: livello di certificazione che ci fornisce la piena tracciabilità dell'olio del frutto di palma fino alle piantagioni. Inoltre, a settembre 2014, abbiamo conseguito l'obiettivo del 100% di approvvigionamento di uova provenienti da galline allevate a terra, per tutti i nostri stabilimenti europei.

Rinnoviamo il nostro impegno nel perseguire con tenacia il raggiungimento degli ulteriori obiettivi di tracciabilità e sostenibilità delle filiere delle nostre principali materie prime agricole. Inoltre, anche per l'olio del frutto di palma non ci fermiamo al raggiungimento dell'obiettivo della certificazione, ma andiamo oltre implementando presso i nostri fornitori i severi principi e criteri di sostenibilità definiti nella nostra "Palm Oil Charter".

Prosegue, poi, l'impegno nella promozione di stili di vita attivi tra le giovani generazioni e le loro famiglie attraverso il programma globale Kinder+Sport, incoraggiando la pratica sportiva e diffondendo la gioia di muoversi tra i bambini di tutto il Mondo.

Il Gruppo continua a crescere ed espandersi e lo fa sulla base dei principi che hanno sempre guidato la nostra attività:

- mantenere un altissimo livello di qualità delle materie prime;
- sviluppare prodotti innovativi;
- dedicare ogni attenzione e dedizione al soddisfacimento delle esigenze del consumatore;
- mantenere forte il senso etico, che è alla base della nostra cultura imprenditoriale.

Questi principi e valori mi impegno personalmente a perseguire, con l'aiuto di tutti i nostri collaboratori, per far prosperare e crescere sempre di più le nostre Grandi Marche nel Mondo, continuando a fare tutto il possibile per renderlo migliore e più dolce di come l'abbiamo trovato.

Buona lettura!

Luglio 2015

**Giovanni Ferrero**

Chief Executive Officer  
Ferrero International

# La responsabilità sociale Ferrero

**L**a **responsabilità sociale Ferrero ha un cuore antico**. Il primo convegno organizzato da 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 coniata.

**IL TERMINE RESPONSABILITÀ SOCIALE D’IMPRESA PER IL GRUPPO FERRERO HA DA SEMPRE RAPPRESENTATO L’ATTENZIONE PER LE PERSONE E PER IL TERRITORIO, OVVERO I DIPENDENTI E GLI EX DIPENDENTI, CHE NEGLI ANNI HANNO CONTRIBUTITO ATTIVAMENTE ALLA CRESCITA DEL GRUPPO, IL CONSUMATORE, PRINCIPALE INTERLOCUTORE CHE HA GUIDATO LE SCELTE AZIENDALI, LE FAMIGLIE E LE COMUNITÀ LOCALI IN CUI OPERA.**

Questi principi di responsabilità sociale hanno guidato i primi passi di Ferrero più di sessantacinque anni fa ad Alba e rimangono immutati oggi. Infatti, per il Gruppo Ferrero, il primo bilancio non è mai stato quello annualmente depositato presso il registro del commercio, bensì quello di responsabilità sociale, che **ha per obiettivo il rispetto delle persone** che lavorano e hanno lavorato per il Gruppo, l’approvvigionamento sostenibile delle materie prime, la protezione dell’ambiente.

Questa visione ha portato alla definizione dei 4 pilastri della responsabilità sociale Ferrero, descritti nei precedenti rapporti e rappresentati da: i Nostri Prodotti, la Fondazione Ferrero, le Imprese Sociali Ferrero e Kinder+Sport.

La crescita globale del Gruppo ha portato a un’**evoluzione di tale approccio**: l’attenzione per le persone e per il territorio si estende oggi lungo tutta la catena del valore, dai dipendenti degli stabilimenti Ferrero

nel mondo fino alle famiglie dei coltivatori delle materie prime, dal legame e l’attenzione per il territorio di Alba alla protezione dell’ambiente a livello globale.

Le attività del Gruppo sono costantemente guidate da solidi e immutati valori e dall’impegno di creare valore per le comunità in cui esso è presente, attraverso un forte radicamento con il territorio e riconoscendosi nel motto della Fondazione Ferrero **“Lavorare, Creare, Donare”**. Inoltre Ferrero è impegnata nel pieno rispetto del Pianeta, perseguendo sia una politica di riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e dei consumi idrici sia una politica di sostenibilità nell’approvvigionamento delle principali materie prime.

Le azioni e gli impegni intrapresi hanno pertanto condotto a un’evoluzione della strategia della responsabilità sociale del Gruppo Ferrero, sempre più faro del proprio agire in ogni ambito.

Tale strategia si fonda oggi sulle seguenti due aree tematiche:



## LE PERSONE

Per Ferrero l’attenzione al consumatore non è solo un valore ma una pratica quotidiana che ha il suo fondamento in un senso di responsabilità che va ben oltre gli obiettivi commerciali. Tale responsabilità si concretizza attraverso la strategia Ferrero per la nutrizione, la continua innovazione, la qualità e la freschezza dei prodotti, la sicurezza alimentare e

la comunicazione responsabile. Inoltre, Ferrero pone una costante attenzione alla vita dei propri dipendenti ed ex dipendenti e alle persone che vivono nelle comunità in cui opera. Tale impegno è dimostrato anche attraverso le attività della Fondazione e delle Imprese Sociali Ferrero e del programma educativo Kinder+Sport.


## IL PIANETA

Monitorare e migliorare l’impatto delle proprie attività lungo tutta la catena di fornitura è una priorità per il Gruppo Ferrero, perseguita attraverso l’approvvigionamento sostenibile delle principali materie prime. Inoltre, il Gruppo si impegna a produrre nel rispetto dell’ambiente, avvalendosi delle migliori tecnologie disponibili, utilizzando l’energia, i

materiali e le risorse naturali in modo efficiente e consumando le risorse idriche in modo responsabile e ragionevole. Consapevole di tale responsabilità, Ferrero persegue il forte impegno volto a minimizzare l’impatto ambientale dalle materie prime agli stabilimenti produttivi, fino alla logistica, lungo tutta la catena del valore.

# Gli obiettivi del Gruppo Ferrero entro il 2020

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

AMBITO	DESCRIZIONE	AVANZAMENTO
	<b>Certificazione ISO 50001 di Gruppo per i 17 attuali siti produttivi</b> - escluse le Imprese Sociali Ferrero - compresi i siti di generazione energetica. Nuovo obiettivo funzionale all'implementazione del piano di azione energetico globale al 2020	Entro il 2020 
	<b>Implementazione di un piano di azioni energetiche a livello mondiale</b> , compatibile con i vincoli locali degli stabilimenti esistenti e futuri, volto alla riduzione delle emissioni	Entro il 2020 
	<b>Riduzione del 40% delle emissioni di CO<sub>2</sub></b> derivanti dalle attività produttive (rispetto al 2007)	Entro il 2020 
	<b>Riduzione del 30% delle emissioni di gas effetto serra</b> (tonnellate di CO <sub>2</sub> eq) nelle attività di trasporto e stoccaggio (rispetto al 2009)	Entro il 2020 
	<b>Utilizzo negli imballaggi di materiali derivanti da risorse rinnovabili</b> (+10% rispetto al 2009)	Entro il 2020 
	<b>100% cartone<sup>4</sup> vergine da filiera sostenibile certificata</b>	Raggiunto a dicembre 2014 
	<b>100% carta<sup>5</sup> vergine da filiera sostenibile certificata</b>	Prolungato al 2017 
		
LE PERSONE	IL PIANETA	IN LINEA
		
		NON IN LINEA

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

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

# Gli stakeholder del Gruppo Ferrero

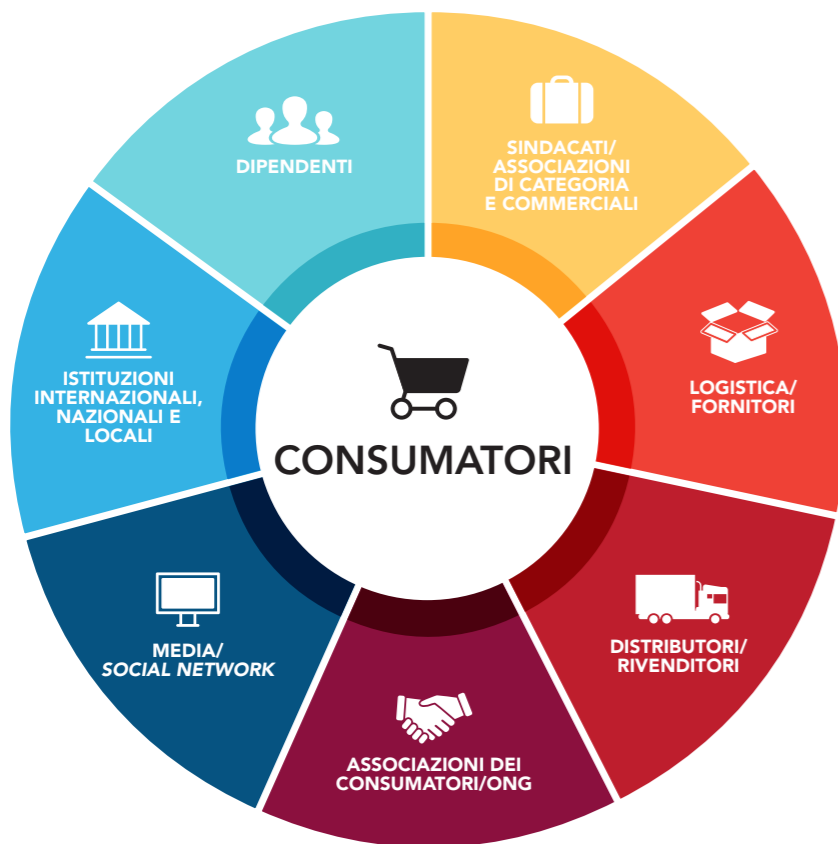
**A**i fini della determinazione e gestione della politica di Gruppo in materia di responsabilità sociale (CSR), il Gruppo Ferrero si avvale di un **ufficio con specifiche responsabilità in ambito CSR** (e-mail: [csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com)) **che fa capo al Vicepresidente di Gruppo**.

Per la redazione del presente rapporto CSR, sono confermate la mappatura degli interlocutori interni ed esterni (*stakeholder mapping*) e l'analisi di materialità delle tematiche rilevanti, condotte nel corso del 2014 coinvolgendo le numerose realtà nazionali del Gruppo.

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.

Come già messo in evidenza nelle analisi condotte in tutti i precedenti rapporti CSR, è confermata **la centralità del consumatore**, che rimane quindi il primo *stakeholder* di riferimento per Ferrero.

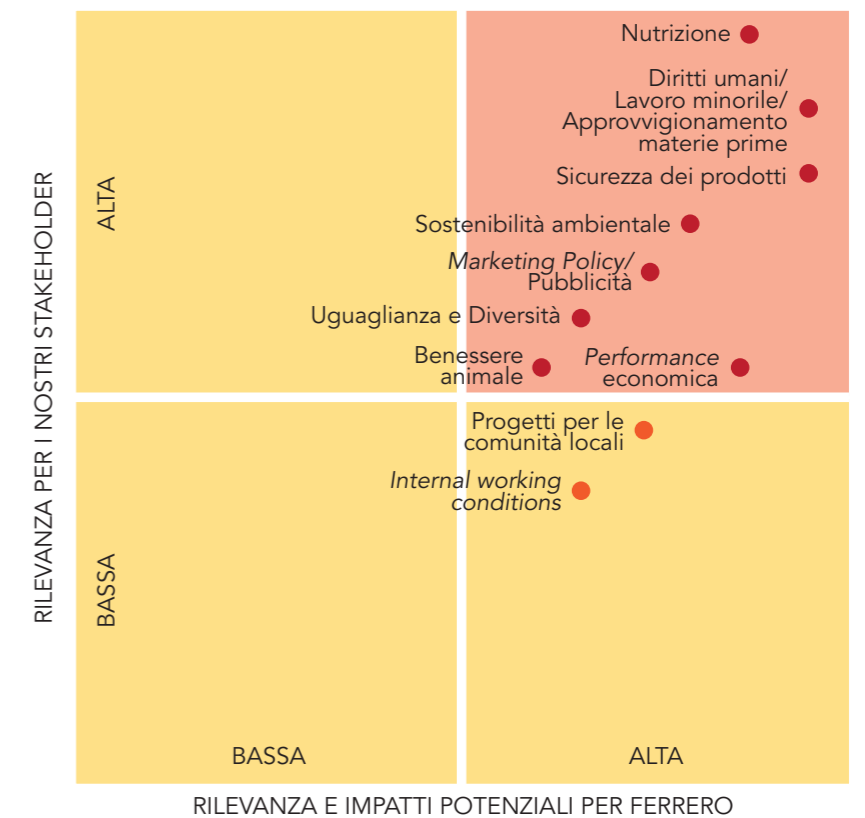
## STAKEHOLDER MAPPING



Come illustrato nell'immagine precedente, gli *stakeholder* a cui è destinato il seguente rapporto sono i consumatori, i dipendenti, le istituzioni internazionali, nazionali e locali, i media e i *social network*, le associazioni dei consumatori e le ONG, i distributori e i rivenditori, la logistica e i fornitori, i sindacati e le associazioni di categoria e commerciali.

La seguente immagine riporta le **tematiche materiali**, ovvero risultate ad alta rilevanza sia per Ferrero che per i suoi *stakeholder*. Tra queste si segnalano la strategia Ferrero per la nutrizione, la difesa dei diritti umani, compresa la tematica del lavoro minorile e gli aspetti etici dell'approvvigionamento delle materie prime, la sicurezza dei prodotti, la sostenibilità ambientale, la strategia di *marketing* e quella dedicata alla pubblicità. Tali argomenti sono trattati nel presente rapporto con appositi capitoli.

## MATRICE DI MATERIALITÀ



Per quanto riguarda le modalità di coinvolgimento degli *stakeholder*, il Gruppo Ferrero partecipa attivamente ai dibattiti e ai gruppi di lavoro delle **associazioni di categoria e settoriali** di cui è membro a livello internazionale, europeo e nazionale (si veda la lista nel capitolo "Il Gruppo Ferrero"). In aggiunta, il Gruppo ha sviluppato un **dialogo strutturato con alcune ONG**, attive anche in ambito CSR. Tra i temi più affrontati, compaiono: la nutrizione, la 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.



# II Group ppo





## I numeri del Gruppo

**F**a parte della responsabilità sociale Ferrero offrire al consumatore di tutto il mondo prodotti innovativi, di altissima qualità e freschezza e realizzati con materie prime selezionatissime.

### TOTALE PRODUZIONE (quintali)

2012/2013	2013/2014	AUMENTO PRODUZIONE
11.198.000	11.499.000	2,7%

### FATTURATO NETTO CONSOLIDATO (€/000)

2012/2013	2013/2014	AUMENTO FATTURATO NETTO
8.100.261	8.412.438	3,9%

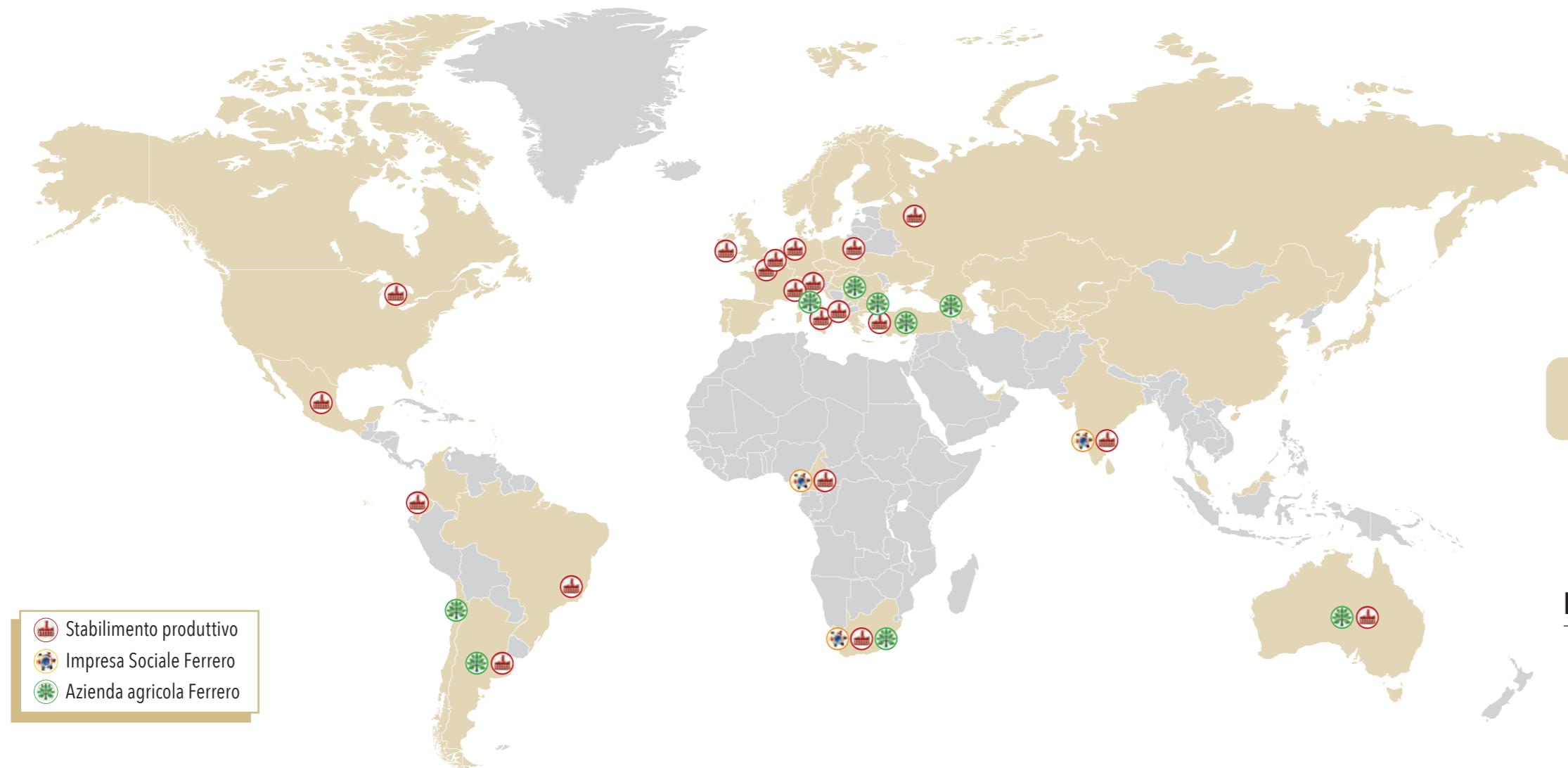
### RIPARTIZIONE GEOGRAFICA DEL FATTURATO NETTO CONSOLIDATO 2013/2014

ITALIA	RESTO D'EUROPA	EXTRA EUROPA
17%	59%	24%

### ORGANICO MEDIO DI GRUPPO

2012/2013	2013/2014	AUMENTO ORGANICO MEDIO
22.831	24.836	8,8%

# Ferrero nel Mondo



- Stabilimento produttivo
- Impresa Sociale Ferrero
- Azienda agricola Ferrero

## IL GRUPPO FERRERO È PRESENTE IN 53 PAESI

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

I prodotti Ferrero sono presenti, commercializzati direttamente o mediante 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-Écalles	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 Duży	1992
ARGENTINA	La Pastora	1992
BRASILE	Poços de Caldas	1994
CANADA	Brantford	2006
CAMERUN	Yaoundé*	2006
INDIA	Baramati*	2007
SUDAFRICA	Walkerville*	2007
RUSSIA	Vladimir	2009
MESSICO	S. José Iturbide	2013
TURCHIA	Manisa	2013

\*Impresa Sociale Ferrero

## LE NOSTRE 9 AZIENDE AGRICOLE

### PER LA COLTIVAZIONE DIRETTA



CILE	1991
ARGENTINA	1994
GEORGIA	2007
SUDAFRICA	2009
AUSTRALIA	2011
SERBIA	2013

### PER LA LAVORAZIONE

BULGARIA	1996
ITALIA	2013
TURCHIA	2013

**UNA PRESENZA CAPILLARE E IN CONTINUA ESPANSIONE, CHE TESTIMONIA IL SUCCESSO E LA QUALITÀ DEI PRODOTTI, LE CAPACITÀ ADATTIVE E LA PRONTEZZA DI RISPOSTA ALLE RICHIESTE DEI DIFFERENTI MERCATI, MA ANCHE LA VICINANZA DEL GRUPPO E DEI SUOI PRODOTTI ALLE ESIGENZE QUOTIDIANE DEI CONSUMATORI DI TUTTO IL PIANETA.**

## MATERIE PRIME

6. Il totale materie prime agricole include i quantitativi d'acqua previsti nelle ricette dei prodotti Ferrero.

Il totale delle materie prime agricole<sup>6</sup> e delle materie prime imballaggi utilizzate dal Gruppo nell'anno 2013/2014 corrisponde a 1.651.194 tonnellate.

## 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 2014, il Gruppo risulta composto da 74 società consolidate e controllate dalla capogruppo **Ferrero International S.A.**, società di diritto lussemburghese con sede in Lussemburgo, cuore strategico e operativo del Gruppo, ove operano oltre 700 dipendenti.

Tra le novità emerse nell'anno di riferimento, il Gruppo Ferrero ha annunciato a luglio 2014 l'acquisizione, completata a marzo 2015, del 100% del gruppo a gestione familiare Oltan, operatore leader nel mercato della fornitura, lavorazione e vendita di nocciole.

Si segnala anche la decisione di investire nel completamento della costruzione del nuovo stabilimento industriale in Cina per sostenere lo sviluppo dei prodotti Ferrero in quell'area geografica.

Ferrero International, fin dal 1998, 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 di indirizzo. Il CdA include anche membri non appartenenti alla famiglia Ferrero, tra cui il Vicepresidente. I membri esecutivi del CdA sono scelti per le loro qualifiche e competenze, in base a una costante valutazione meritocratica.

Il CdA si avvale dell'attività del **Group Leadership Team**, comitato direttivo basato e operante in Lussemburgo, istituito nel 2011 e 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.

Inoltre, il CdA ha istituito l'**Audit Committee**, operante a livello di capogruppo. Tale comitato, composto in maggioranza da professionisti esterni al Gruppo, svolge una funzione consultiva e propositiva per il CdA in materia di sistema di controllo interno; con il suo 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.

L'*Audit Committee* ha, tra i suoi compiti, il monitoraggio sul processo di formazione e revisione del bilancio individuale della capogruppo e di quello consolidato del Gruppo, la valutazione dell'efficacia del sistema di controllo interno, la verifica dell'operatività della funzione *Group Internal Audit* nonché la supervisione dell'efficacia dell'attività dei revisori esterni (*external auditor*).

Per quanto riguarda l'organizzazione operativa, il Gruppo Ferrero, a partire dalla sua sede centrale in Lussemburgo, **presidia direttamente tutti i processi core**, ovvero d'importanza fondamentale, e in particolare:

- le attività di ricerca e sviluppo di prodotti e dei relativi processi e tecniche di produzione, anche per quanto riguarda le sorprese;

- la progettazione di impianti/macchinari d'importanza strategica;
- le attività di produzione e trasformazione;

- le attività di *marketing* strategico, istituzionali e di sviluppo, nonché quelle operative.

Inoltre, continuano le specifiche iniziative di integrazione verticale avviate negli scorsi anni, 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;

- sullo 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*):

- confezionamento di prodotti promozionali/particolari per una quota pari a circa il 25-30% dei volumi di produzione del Gruppo;

- attività commerciali/distributive 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*.

## Il Valore Aggiunto Ferrero

**I**l "Valore Aggiunto" rappresenta il **valore economico generato dal Gruppo**. In particolare, il "Valore Aggiunto Netto"<sup>7</sup> 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 stakeholder** interni ed esterni del Gruppo.

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 e il pagamento dei dividendi sugli utili dell'anno in esame e la rilevazione degli interessi di competenza.

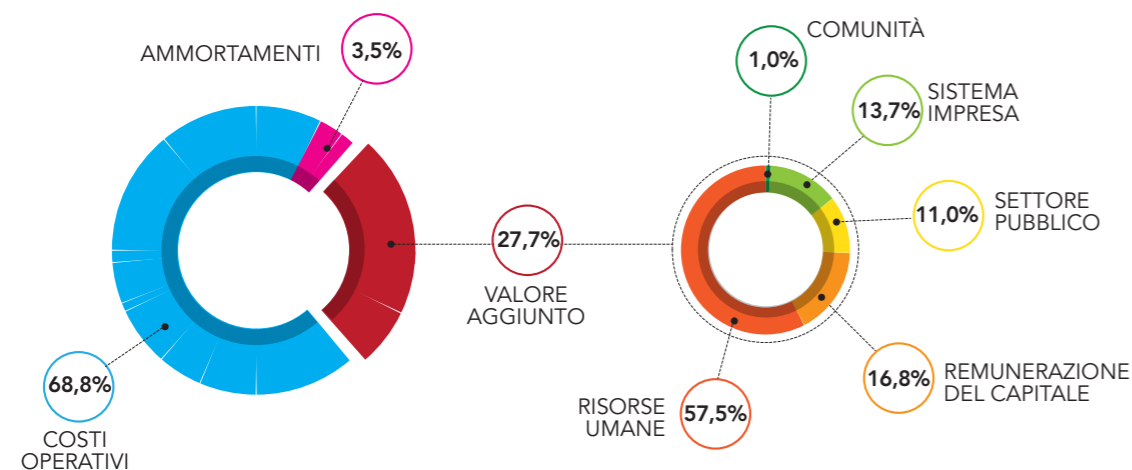
La voce "Settore pubblico" rappresenta l'importo dovuto dal Gruppo a Enti della Pubblica Amministrazione, a titolo di imposte sul reddito e altri tributi direttamente attribuibili al patrimonio aziendale, con esclusione di imposte e altri oneri accessori della gestione operativa (dazi e oneri doganali).

La voce "Comunità" include liberalità e donazioni, investimenti in progetti a carattere sociale e collaborazioni con università e centri di ricerca.

Infine, la voce "Sistema Impresa" rappresenta il valore economico trattenuto nel Gruppo, quale differenza tra il valore economico generato e il valore economico distribuito.

*7. Nel 2013/2014, il "Valore Aggiunto Netto" generato dal Gruppo Ferrero è stato pari a 2.460 milioni di euro.*

### VALORE AGGIUNTO GENERATO E DISTRIBUITO - 2013/2014



## Conformità a leggi e regolamenti



**N**ell'anno in esame, **non si sono registrate sanzioni significative** per non conformità a leggi e regolamenti né significative penalità a titolo di sanzioni e ammende per inadempienze a 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. Parimenti, 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 e alla corruzione e sono effettuate relative attività di formazione. 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 disponibili a partire dal 2014/2015.

In merito ai contributi ricevuti dalla pubblica amministrazione, si segnala che sia i contributi in conto esercizio sia i contributi in conto capitale di competenza dell'anno 2013/2014 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 stakeholder, con correttezza e secondo le disposizioni legislative vigenti nelle giurisdizioni in cui opera.

Poniamo sempre al primo posto la sicurezza: nella selezione, definizione e 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 sul sito [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)).

# Principali organizzazioni e associazioni europee e globali di cui Ferrero è parte attiva

## ORGANIZZAZIONI PER LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

### UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT (con sede a New York)

Iniziativa politica e strategica che coinvolge aziende impegnate ad allineare le loro attività secondo dieci principi universalmente accettati, relativi a diritti umani, lavoro, ambiente e lotta alla corruzione ([www.unglobalcompact.org](http://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, attraverso un quadro completo di parametri per la rendicontazione ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

### CSR EUROPE (con sede a Bruxelles)

Organizzazione fondata nel 1995 per stimolare e sostenere la responsabilità sociale d'impresa. A CSR Europe aderiscono 41 associazioni nazionali e 70 compagnie, per un totale di oltre 10.000 aziende.

## 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 comunicazione pubblicitaria rivolta ai bambini ([www.aeforum.org](http://www.aeforum.org)).

### AIM EUROPEAN BRANDS ASSOCIATION

Associazione europea che raggruppa le industrie di marca, per un totale di circa 1.800 imprese in 21 Paesi, creando informazione e consapevolezza su tematiche quali lo sviluppo, la distribuzione e la commercializzazione dei brand ([www.aim.be](http://www.aim.be)).

### BONSUCRO

Organizzazione non-profit che promuove la sostenibilità del settore della canna da zucchero, fornendo un sistema di misurazione e certificazione. Ad oggi sono coinvolti nel progetto oltre 400 membri in 32 Paesi, in rappresentanza di tutte le fasi della filiera produttiva ([www.bonsucro.org](http://www.bonsucro.org)).

### CAOBISCO EUROPEAN ASSOCIATION OF CHOCOLATE, BISCUIT & CONFECTIONERY INDUSTRIES

Associazione di rappresentanza di circa 11.000 aziende dolciarie dell'Unione europea, con l'obiettivo di stimolare un'industria dolciaria innovativa, moderna e più sostenibile ([www.caobisco.eu](http://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](http://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](http://www.fooddrinkeurope.eu)).

### IFBA INTERNATIONAL FOOD & BEVERAGE ALLIANCE

Organizzazione che raggruppa le 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](http://www.ifballiance.org)).

### TIE TOY INDUSTRIES EUROPE

Organizzazione che rappresenta gli interessi dei produttori di giocattoli nell'Unione europea e promuove il valore dei giocattoli e dell'atto di giocare nello sviluppo educativo, fisico e sociale dei più piccoli ([www.tietoy.org](http://www.tietoy.org)).

### WFA WORLD FEDERATION OF ADVERTISERS

Organizzazione mondiale delle associazioni nazionali e delle imprese del settore marketing che raccoglie oggi circa il 90% del valore del mercato pubblicitario, promuovendo una comunicazione responsabile ed efficace ([www.wfanet.org](http://www.wfanet.org)).

Le organizzazioni citate hanno tutte sede a Bruxelles, ad eccezione di Bonsucro che ha sede a Londra e di IFBA, la cui sede è a Ginevra.

## Il piano ABCDE

**D**al 2011 il Gruppo Ferrero è impegnato nell'implementazione del Piano ABCDE (A Business Code Dialogue Engagement), volto a **condividere il Codice di Condotta Commerciale del Gruppo con tutti gli stakeholder** della catena del valore.

Tale Codice si basa sui principi Ferrero, è conforme al Codice Etico del Gruppo (entrambi disponibili al sito [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)) e 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. garanzia delle condizioni dell'ambiente di lavoro;
5. integrità commerciale.

Nel 2013 è stato raggiunto l'obiettivo di condivisione del Codice di Condotta Commerciale Ferrero lungo la catena del valore.

Inoltre, si è proceduto a includere la clausola contrattuale di presa visione e accettazione del Codice nei nuovi

contratti siglati nel 2013/2014, in particolare nelle aree relative alla produzione delle sorprese KINDER® e nelle produzioni terziarizzate (*manufacturing agreements*).

Nondimeno, il Gruppo Ferrero non si è fermato al raggiungimento dell'obiettivo ma, a partire dal Codice di Condotta Commerciale, ha ideato specifici protocolli di verifica per la sostenibilità delle materie prime agricole; in particolare, il protocollo *Ferrero Farming Values* per la produzione in campo delle nocciole, sviluppato con la collaborazione di *SCS Global Services* a cui sono stati affidati gli *audit* per la verifica della filiera Ferrero.

Allo stesso modo, è stato sviluppato un protocollo *Ferrero Farming Values* per la filiera del latte nell'ambito del "*Milk Supply Chain Partnership Project*". Tale progetto ha l'obiettivo di sviluppare e consolidare azioni volte a raggiungere gli *standard* definiti dal protocollo di filiera Ferrero, attraverso partenariati di fornitori.

Per ulteriori dettagli si rinvia al capitolo "F-ACTS: le pratiche agricole sostenibili".

La politica di approvvigionamento Ferrero, basata sul Codice di Condotta Commerciale, è conforme ai principi aziendali, al Codice Etico, al "Codice interno per la progettazione e produzione delle sorprese" e ai "Requisiti Etici, Sociali e Ambientali per i fornitori di giocattoli KINDER®", agli *standard* internazionali dei sistemi di gestione della qualità e della sicurezza alimentare (ISO, IFS), agli specifici protocolli di verifica per la sostenibilità delle materie prime agricole e ai vari *standard* ambientali (ISO ed EMAS). Nel 2013/2014, sono state effettuate attività di *audit* presso i fornitori nei seguenti ambiti: sistemi di gestione della qualità e della sicurezza alimentare, specifiche certificazioni delle materie prime agricole e codici Ferrero per le sorprese sopra indicati (per maggiori dettagli, si rinvia agli appositi capitoli del presente rapporto).

Inoltre, da dicembre 2013, il Gruppo Ferrero partecipa alla *Supply Chain Initiative* promuovendo l'implementazione dei "Principi di buone pratiche nei rapporti verticali nella filiera di approvvigionamento alimentare" ([www.supplychaininitiative.eu](http://www.supplychaininitiative.eu)).

La *Supply Chain Initiative* è un'iniziativa congiunta lanciata da sette associazioni a livello europeo con l'obiettivo di aumentare l'equità nelle relazioni commerciali lungo tutta la catena di approvvigionamento alimentare.

Nel gennaio 2015 i promotori della *Supply Chain Initiative* hanno pubblicato la prima relazione annuale, for-

nendo una panoramica completa di ciò che è stato realizzato nel primo anno di attività, compresi i risultati di un'indagine indipendente ([www.supplychaininitiative.eu/sites/default/file/sci\\_1st\\_annual\\_report.pdf](http://www.supplychaininitiative.eu/sites/default/file/sci_1st_annual_report.pdf)). Nessun reclamo è mai stato presentato o ricevuto da Ferrero da quando ha preso parte alla *Supply Chain Initiative*.

## Acquisti da fornitori locali

**S**i riportano di seguito le percentuali relative agli acquisti effettuati dai fornitori locali, calcolate sulla totalità degli acquisti nei Paesi dei principali stabilimenti<sup>8</sup>:

### ACQUISTI DA FORNITORI LOCALI NEI PRINCIPALI PAESI

PAESI	ACQUISTI DA FORNITORI LOCALI
Italia*	93,02%
Germania*	99,69%
Francia	91,16%
Belgio*	63,80%
Polonia	78,86%
Canada	77,28%
Russia	96,61%
Turchia*	99,23%
Messico	94,11%

\*Il dato non considera tutte le società di Ferrero nel Paese, ma solo la società che gestisce lo stabilimento.

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 e ambientale e crediamo che valorizzare gli acquisti locali sia un importante indicatore del nostro radicamento nelle comunità dove operiamo.

I capitoli successivi 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", "F-ACTS: le pratiche agricole sostenibili" e "Minimizzare l'impatto ambientale".

8. I valori si riferiscono agli acquisti effettuati dagli stabilimenti presso i fornitori nazionali sul valore totale degli acquisti dell'anno 2013/2014. Sono escluse le forniture infragruppo e le forniture centralizzate (quali ad esempio quelle relative alle materie prime e agli imballaggi).

# Premi e riconoscimenti

## ITALIA

### Marzo 2015 Randstad Award 2015

Ferrero ha ottenuto il massimo riconoscimento nell'ambito della quinta edizione del "Randstad Award", premio assegnato dall'agenzia per il lavoro Randstad sulla base dei risultati della più grande indagine globale sull'*employer branding*.

Lo studio ha misurato il livello di attrattività percepita delle aziende da parte dei possibili dipendenti che dichiarano di conoscerle, ovvero quanto e per quali fattori i brand sono capaci di attirare chi cerca lavoro o vuole cambiarlo. Da ottobre a dicembre 2014, a 8.900 potenziali dipendenti (studenti, lavoratori occupati e disoccupati) di età compresa tra 18 e 65 anni, è stato chiesto quale fosse il più interessante datore di lavoro tra un novero di 150 aziende con oltre 1.000 dipendenti, attive in 14 settori diversi. Dall'indagine, Ferrero è risultata la realtà più desiderata.

### Maggio 2015 Reputation Awards 2015 Best CSR



Il *Reputation Institute*, leader mondiale nella valutazione della reputazione aziendale, ha attribuito a Ferrero i seguenti riconoscimenti:

- il primo posto, in Italia, per la "Migliore reputazione". Ferrero ha saputo distinguersi "per la qualità dei servizi offerti e per la capacità di operare in modo responsabile, trasparente ed etico nei confronti della società e del territorio";
- il premio "Best CSR". Ferrero è risultata al primo posto in Italia, su 100 aziende, nell'ambito della responsabilità sociale d'impresa.

### Giugno 2015 Benessere animale – Compassion In World Farming CIWF Premio Good Egg



Il Gruppo Ferrero, azienda dolciaria di rilievo internazionale, caratterizzato da un forte impegno globale in termini di sostenibilità e responsabilità sociale, ha ricevuto il "Premio *Good Egg*" per la scelta di utilizzare, in tutti gli stabilimenti produttivi in Europa, solo uova provenienti da galline non allevate in gabbia.

## FRANCIA



### Novembre 2013 Trophée de la Relation - Franprix (Categoria Engagement)

*Franprix* ha insignito Ferrero Francia di due premi:

- Il "Premio di prossimità" riconosce le aziende che hanno dimostrato un impegno supplementare per adattare i loro prodotti e servizi alle specificità del commercio di prossimità: ad esempio mediante *packaging* di dimensioni ridotte o servizi di informazione e aggiornamento ai direttori dei negozi per aiutarli a vendere meglio i prodotti.
- Il "Premio per l'impegno", in virtù delle iniziative congiunte tra il marchio Ferrero e l'insegna *Franprix* nel campo dello sviluppo sostenibile, della CSR e della solidarietà. Infatti, Ferrero e *Franprix* hanno sviluppato e attuato un progetto continuativo che si iscrive nella politica di CSR dei due gruppi: modificando la catena logistica e sostituendo il trasporto su gomma con il trasporto via fiume tra Rouen e Parigi, hanno ridotto sensibilmente la *Carbon footprint* ad esso correlata.

### Sviluppo del trasporto fluviale

Ferrero ha ricevuto il Premio per l'innovazione logistica durante la "Settimana internazionale del trasporto e della logistica" (SITL), per la creazione del primo collegamento merci via nave a temperatura controllata. Si tratta di un riconoscimento rivolto ai fornitori di trasporti e logistica per l'implementazione di un servizio innovativo nei processi, nel modello economico e nella creazione di valore.

### Settembre 2014 Trophée LSA "Management de la diversité sociale"



Un nuovo metodo di selezione sulla base delle competenze e con un focus significativo sulle pari opportunità e la tutela della diversità. In sinergia con questa "politica della differenza", Ferrero si è impegnata per costruire e attuare un processo di selezione ampliando e diversificando le fonti e incentivando la diversità dei percorsi e dei profili. Così facendo, Ferrero ha promosso le pari opportunità e lottato contro le discriminazioni.



## REGNO UNITO

### Novembre 2014 Best Confectionery Brand of the Year

KINDER® ha conquistato il premio *Asian Trader "Best Confectionery brand of the year"* come riconoscimento all'impegno, all'esperienza e al considerevole lavoro che hanno fornito un contributo straordinario alla categoria.

## REPUBBLICA CECA



### Novembre 2014 Silver Effie

Il progetto corporate Kinder Day ha permesso a Ferrero Repubblica Ceca di vincere il premio "Silver Effie" nel settore alimentare. Effie, presente in

30 Paesi in tutto il mondo, è un riconoscimento che premia le aziende che si sono distinte per le campagne pubblicitarie più creative ed efficaci. Tali campagne sono valutate incrociando la validità del risultato finale con il costo sostenuto per realizzarla.

## UCRAINA



### Dicembre 2014 Effie Award Ukraine

Ferrero Ucraina ha ottenuto il premio "Effie" nel settore alimentare, per la categoria "Best Marketing Team". Il premio riconosce le migliori campagne di pubblicità sviluppate nel mercato ucraino e permette di porre l'attenzione sull'importanza della pubblicità, strumento principe dei team di marketing.

## AUSTRALIA



### Settembre 2013 POPAI Awards 2013

Ferrero Australia ha vinto il premio "Outstanding Performance in Design" grazie al Kinderino Counter Display e al modo in cui "l'iconico e distintivo

KINDER SORPRESA, con la sua forma ovoidale, ha da sempre spiccato sugli scaffali". In aggiunta a ciò, Ferrero Australia ha ricevuto il primo premio "Permanent Display in Convenience" per il distributore di KINDER SORPRESA e il "Temporary Display in Grocery" per l'incarto dorato del Ferrero Rocher.



### Novembre 2013 Australian Biosecurity Award 2013

Il Dipartimento di Agricoltura, Pesca e Politiche Forestali (DAFF) del governo australiano ha consegnato a Ferrero Australia un riconoscimento per l'ammirevole contributo all'integrità della sicurezza ambientale del Paese. Agri Australis ha lavorato fianco a fianco con DAFF, Bio-security e il Dipartimento di industria primaria per costituire due siti

di quarantena con protocolli personalizzati e un sistema di *Project Management* atto a gestire i materiali importati in accordo alle regole di quarantena stabilite.



### Novembre 2014 Bonsucro Leadership Award 2014

Il Gruppo Ferrero è stato premiato con il premio "Bonsucro Leadership Award", alla luce della sua *leadership* e innovazione e della capacità di ispirare e incoraggiare i membri *Bonsucro* a incrementare il loro impegno nell'associazione. "Ferrero è stata la prima azienda a modificare la sua filiera produttiva,

acquistando lo zucchero Bonsucro Certified, che garantisce una spedizione tracciata dello zucchero dal Brasile all'Unione europea e al Canada".

## CANADA



### Gennaio 2014 Best New Product Award 2014

Tic Tac® Arctic Rush è stato eletto "Best New Product 2014" per il settore *Food & Beverage* nella categoria "Mint". Questo premio è votato esclusivamente dai consumatori canadesi: oltre 90.000 persone hanno scelto i migliori prodotti del 2014, in quello che è il sondaggio consumer più vasto del Canada.



### Aprile 2015 Canadian Event Industry Award 2015

Nel mercato canadese KINDER® ha conquistato, grazie alla campagna "Unwrap a Smile", il premio "Best Experiential Marketing Event" nel "Canadian Event Industry Award 2015". I vincitori sono stati selezionati tra centinaia di partecipanti e valutati da un pool di 21 esperti del settore industriale, provenienti da tutto il Nord America.

## CINA



**Novembre 2014**  
**Golden Flag Awards 2014 - Most Influential Public Relationship Event**

L'associazione *China International Public Relationship* ha premiato Ferrero Cina per il progetto *Kinder+Sport*. Il "Golden Flag Award" riconosce gli sforzi di *Kinder+Sport* nella promozione di uno stile di vita salutare e sportivo tra i giovani cinesi.



**Giugno 2015**  
**Ethic Panda Award**

L'evento è patrocinato dall'Ambasciata d'Italia in Cina, dal Ministero degli Affari Esteri e dal Ministero dello Sviluppo Economico e promosso dalla Camera di Commercio in collaborazione con la Fondazione Italia-Cina. Ferrero Cina è stata premiata, tra le aziende italiane, per il miglior approccio e la miglior attuazione dei valori di responsabilità sociale d'impresa.

## COLOMBIA



**Settembre 2014**  
**EFR Empresa Familiarmente Responsable**

La Fondazione *Masfamilia* ha riconosciuto a Ferrero LADM (*Latin America Developing Markets*) il premio "Empresa Familiarmente Responsable" (EFR) in relazione alla Colombia. *Masfamilia* è un istituto di certificazione, con sede in Spagna, riconosciuto in tutto il mondo. EFR è invece un movimento internazionale che, nel quadro della CSR, si occupa di creare miglioramenti e dare risposte in ambito di responsabilità e di rispetto

per conciliare lavoro e vita familiare e per sostenere le pari opportunità e l'inclusione delle persone più svantaggiate, sulla base della corrente e vincolante legislazione e sulla contrattazione collettiva. L'obiettivo è fare in modo che le compagnie EFR possano sviluppare un'autoregolamentazione volontaria in tali aree. La certificazione riconosciuta a Ferrero LADM è il risultato delle interviste ai lavoratori del Gruppo in relazione al livello di soddisfazione sul lavoro.

## RUSSIA



**Maggio 2015**  
**Best Office Awards 2015**

L'ufficio Ferrero Mosca ha vinto il Premio del Pubblico del concorso "Best Office Awards 2015". I "Best Office Awards" sono assegnati, una volta all'anno, ai migliori progetti di ufficio russi e internazionali. La giuria, composta da architetti di fama, *designer* e *project manager*, valuta tutti i progetti presentati in 12 categorie.

Nella cerimonia di premiazione di quest'anno, circa 700 ospiti hanno festeggiato i vincitori dei "Best Office Awards" per il "Grand Prix" e altre 12 candidature. La giuria ha votato in totale 109 progetti presentati. Il concorso è indetto ogni anno nel contesto dell'*Office Next Moscow*.

**DONAZIONE IN FAVORE DEL DAY CARE CENTER FOR CHILDREN AND YOUTH WITH DISABILITIES**

Si segnala a titolo esemplificativo la donazione effettuata dal Gruppo Ferrero a favore del *Day Care Center for children and youth with disabilities* che opera nel territorio di Belgrado. Il *Day Care Center* conta 14 centri operanti in Serbia a favore dei bambini e dei giovani con disabilità mentali, aiutando le loro famiglie e migliorando la loro qualità di vita. In particolare, la donazione ha contribuito alla ricostruzione dei locali e al ripristino delle attività del *Day Care Center* di Obrenovac, pesantemente danneggiati dall'alluvione che ha colpito nel maggio 2014 il nord-ovest della Serbia.

# LOOPER software



**Q**uesta sezione del rapporto è dedicata alle **persone**, che **occupano un ruolo centrale nella quotidiana attività del Gruppo Ferrero**.  
Le persone sono i nostri Consumatori, le Donne e gli Uomini Ferrero, gli ex dipendenti e le comunità locali.

**IL GRUPPO FERRERO È NATO ED È CRESCIUTO, GENERAZIONE DOPO GENERAZIONE, GRAZIE ALL'INCONDIZIONATA PASSIONE DELLE PERSONE CHE NE HANNO FATTO E NE FANNO PARTE E GRAZIE ALLA CONTINUA FIDUCIA CHE I CONSUMATORI HANNO RIPOSTO NEI NOSTRI PRODOTTI.**

La passione e la fiducia sono rafforzate dall'impegno del Gruppo nel perseguire gli obiettivi imprenditoriali senza mai perdere di vista i principi che contraddistinguono il proprio agire: lealtà e fiducia, rispetto e responsabilità, integrità e sobrietà, passione per la ricerca e per l'innovazione. Sono principi che, da sempre, hanno permesso a Ferrero di far valere la centralità delle persone, l'altissima qualità del prodotto e l'attenzione per il territorio e per il sociale.

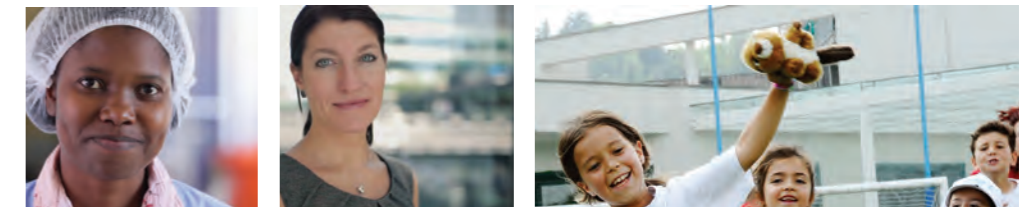
Ferrero ha voluto praticare ogni giorno la passione e l'impegno nella soddisfazione del **Consumatore**, ponendolo al centro del proprio lavoro quotidiano, attraverso un prodotto di altissimo valore qualitativo, la continua innovazione, l'impegno per la freschezza e la sicurezza alimentare e la comunicazione responsabile.

Il futuro del Gruppo non può però passare che attraverso il prezioso coinvolgimento di tutti coloro che collaborano con Ferrero investendo tempo, lavoro, idee. L'attenzione verso le **Donne e gli Uomini Ferrero** si concretizza, quotidianamente, nella creazione di un ambiente di lavoro positivo, dove poter sviluppare e accrescere le proprie capacità e competenze, e nello sviluppo di una politica sociale mirata al loro benessere.

La **Fondazione Ferrero** è poi l'espressione della stima e della gratitudine del Gruppo verso quanti hanno contribuito al suo sviluppo e ne hanno condiviso i valori. La Fondazione accoglie i dipendenti Ferrero in pensione e si è nel tempo ingrandita ampliando il proprio raggio d'azione fino a diventare un centro educativo e culturale di riferimento.

L'impegno del Gruppo Ferrero verso le persone si concretizza, inoltre, attraverso le **Imprese Sociali Ferrero**, che creano posti di lavoro in alcune aree meno favorite dei Paesi emergenti e realizzano progetti e iniziative di carattere sociale e umanitario per la tutela della salute e a supporto dell'educazione di bambini e ragazzi delle comunità locali.

Da diversi anni, la responsabilità sociale di Ferrero nei confronti delle persone prende vita anche attraverso il sostegno al movimento e allo sport giovanile, promuovendo stili di vita attivi tra i ragazzi e le loro famiglie con il programma globale **Kinder+Sport**. Kinder+Sport incoraggia la pratica sportiva e intende diffondere la gioia di muoversi tra i bambini e i ragazzi di tutto il mondo, ispirandoli ad assumere abitudini di vita attive sin da piccoli.



# I NOSTRI CONSUMATORI

## La catena del valore dei nostri prodotti: un percorso di responsabilità



## Grandi Marche in piccole porzioni

**F**errero offre prodotti dolciari tra i più rinomati al mondo, nel rispetto di un'ultra cinquantennale tradizione pasticceria. Il ruolo delle nostre Grandi Marche nell'alimentazione giornaliera è **in accordo con le basilari indicazioni della moderna scienza della nutrizione:**

1. una dieta varia garantisce l'apporto di tutti i nutrienti necessari;
2. una dieta sana si fonda sull'assunzione di ogni cibo in quantità moderata;
3. una giornaliera e modesta attività fisica integra positivamente la dieta, producendo un buono stato di salute.

Su tali assunti si fonda la strategia alimentare Ferrero, che rispetta le indicazioni nutrizionali poiché favorisce:

- un'alimentazione che comprenda re una dieta varia e completa;
- e combini tutti i cibi, secondo l'ormai consolidato principio che non esistono cibi buoni o cattivi, ma solo diete più o meno equilibrate;
- l'abitudine al consumo di porzioni piccole e controllate, idonee al raggiungimento di un equilibrio alimentare e a evitare un'eccessiva introduzione di alimenti ed energia;
- la possibilità di combinare i nostri prodotti con altri alimenti per realizzare una dieta varia e completa;
- uno stile di vita sano promuovendo l'attività fisica;
- lo sviluppo e la ricerca dell'equilibrio psicofisico;
- la promozione e il consolidamento di momenti di aggregazione familiare e sociale;
- un'educazione positiva verso le buone abitudini alimentari, come ad esempio la prima colazione.

La promozione di abitudini alimentari positive è facilitata dalla naturale scelta di prodotti buoni, il cui consumo è suggerito in associazione a frutta o come componente di episodi alimentari complessi.

**Le piccole porzioni consentono la promozione di modelli alimentari basati su un frazionamento dell'apporto calorico giornaliero in 5 episodi,** che rappresenta un approccio consigliato, consolidato e maggioritario in molte linee guida nazionali. Le pause di metà mattina/pomeriggio (*Between Meal Eating Episodes - BMEEs*) sono facilitate dal gusto unico dei nostri prodotti e integrabili nella dieta grazie alla loro porzionatura, ideata in gran parte per fornire assunzioni inferiori a 150 kcal.

**LO SFORZO COSTANTE DI FERRERO È ANCHE QUELLO DI ADOTTARE ETICHETTE CHIARE E COMPLETE, DI FACILE CONSULTAZIONE E DI VALORE NON SOLO PER LA DOVUTA INFORMAZIONE AL CONSUMATORE, MA ANCHE PER UNA VALENZA EDUCATIVA A CORRETTE ABITUDINI ALIMENTARI.**

Di grande significato è l'obiettivo di fornire anche attraverso prodotti dolciari quote di micronutrienti, senza aggiungerli in modo artificiale ma selezionando le materie prime che li apportano naturalmente. I micronutrienti sono quindi contenuti in modo naturale negli ingredienti dei nostri prodotti e conservati grazie a un'originale ricerca sui processi industriali e ad appropriate pratiche produttive.



Per rendere fruibile ogni giorno il risultato di questa strategia, Ferrero ha sviluppato e consolidato modalità di approvvigionamento delle materie prime e produttive che si basano su **rigorose regole di acquisto di ingredienti e altrettanto stringenti protocolli di igiene e sicurezza alimentare**. Questo approccio coinvolge tutti i dipendenti Ferrero, che sono formati continuamente per essere attori consapevoli della ricerca di tali risultati e per costruire un concetto di qualità quotidianamente applicato e controllato.

I principi che guidano Ferrero nell'acquisto dei suoi ingredienti sono:

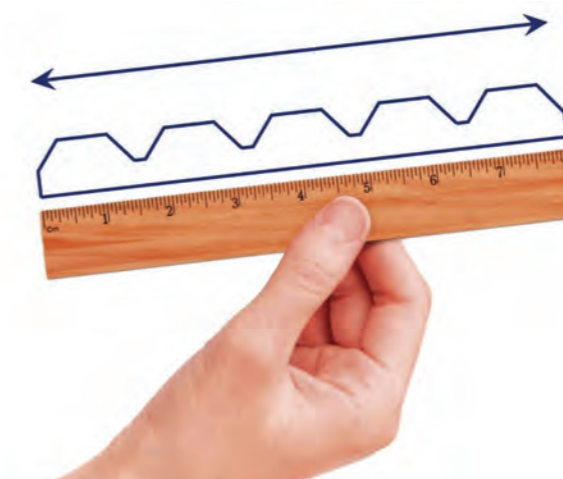
- selezione accurata delle materie prime e dei fornitori, con requisiti di accettazione più stringenti di quanto impongono leggi e regolamenti vigenti;
- garanzia di un'eccellenza organolettica, grazie alla cura della qualità e della freschezza lungo tutta la filiera, per conferire a ogni prodotto una sua identità legata a un gusto unico, ottenuto con specifiche e individuali combinazioni degli ingredienti, che se pur ricorrenti, sono tra loro uniti per produrre riconoscibili e apprezzate varianti gustative. Per questo, ad esempio, Ferrero lavora direttamente e tosta internamente e giornalmente cacao, caffè e nocciole o deodora preventivamente e ogni giorno i grassi impiegati. Negli anni lo sviluppo interno di queste attività ha consentito l'acquisizione di una cultura del "saper fare" che si traduce in migliore qualità del prodotto finale;
- grazie all'esperienza e al know how sulle materie prime e sui processi produttivi, nella ricerca di continuità con le ricette tradizionali, **Ferrero non utilizza grassi idrogenati, apportatori di acidi grassi trans (TFA), dannosi per la salute.**

Ferrero quindi si rapporta con i consumatori attraverso una cultura alimentare che favorisce la loro scelta meditata e libera, sulla base di obiettivi **elementi di informazione che si traducono in cultura ed educazione alimentare**. È infatti profondamente radicata nel Gruppo la consapevolezza che una maggiore educazione alimentare debba essere parte integrante di uno stile di vita sano. Non occorrono, anzi sono controproducenti, ulteriori legislazioni o tasse su singoli ingredienti o su categorie di indispensabili componenti della nostra cultura alimentare.

**IN RIFERIMENTO ALLA STRATEGIA DI NUTRIZIONE, DAL 2011 FERRERO HA COSTITUITO UN COMITATO SCIENTIFICO "NUTRIZIONE", PRESIEDUTO DAL VICEPRESIDENTE DEL GRUPPO, AL QUALE PARTECIPANO I RESPONSABILI DELLE AREE AZIENDALI COINVOLTE NELLE TEMATICHE NUTRIZIONALI DAL PUNTO DI VISTA TECNICO, COMMERCIALE, LEGISLATIVO E COMUNICATIVO. IL COMITATO, CHE OPERA IN FUNZIONE DELLE LINEE GUIDA STRATEGICHE DEL GRUPPO, SI RIUNISCE MENSILMENTE E GENERA RACCOMANDAZIONI AL PRESIDENTE E AL CEO DEL GRUPPO. AL COMITATO È SUCCESSIVAMENTE AFFIDATO IL COORDINAMENTO DELLE DECISIONI OPERATIVE.**

## LE PORZIONI FERRERO: IL CONSUMO CONSIGLIATO E SUPPORTATO DALL'IMBALLO INDIVIDUALE

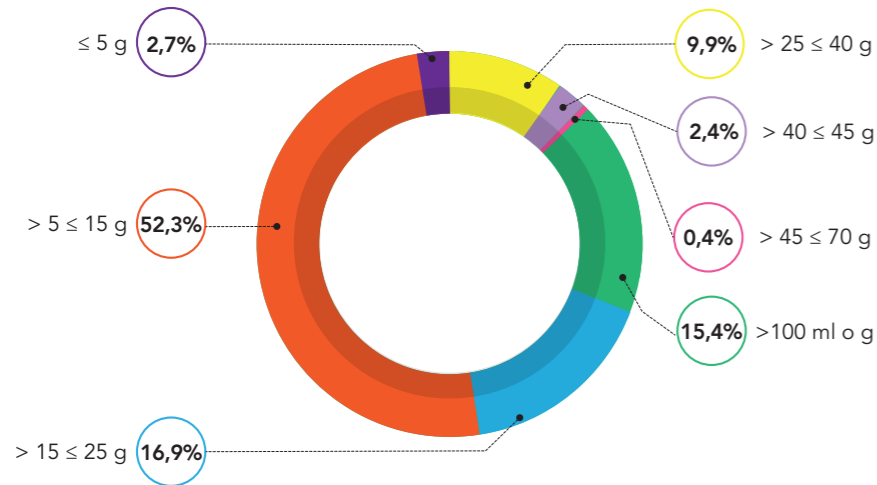
Ferrero progetta e realizza prodotti unici e buoni, per questo ricercati e apprezzati dai consumatori. Combinare gusto ed equilibrio nell'apporto alimentare è certamente frutto di una scelta individuale. Tuttavia, fornire gran parte dei nostri prodotti in imballo singolo, oltre ai requisiti di igiene e sicurezza alimentare del prodotto, tutela la loro qualità e costituisce una chiara indicazione di porzione e di consumo. Questo aiuta il consumatore a costruire, attraverso i differenti episodi alimentari nel corso della giornata, la propria individuale struttura di equilibrio alimentare e nutrizionale; quindi, la porzione singolarmente imballata può fornire quel po' di energia che serve o la soddisfazione di un desiderio con la possibilità di sentirsi liberi di farlo.



I prodotti della linea KINDER®, ad esempio, tradizionalmente offerti ai bambini e ai ragazzi, continuano a essere predisposti in porzioni singole di peso compreso tra 5 e 43 g, tra i più piccoli della loro categoria.

Come illustrato nel seguente grafico, **oltre il 70% dei volumi dei prodotti Ferrero commercializzati nel mondo è offerto in porzioni inferiori a 25 g e oltre l'80% in porzioni inferiori a 45 g**, con un contenuto energetico compatibile con il consumo integrato nei diversi episodi alimentari.

**SUDDIVISIONE % DELLE PORZIONI DEI PRODOTTI FERRERO\*, IN GRAMMI**

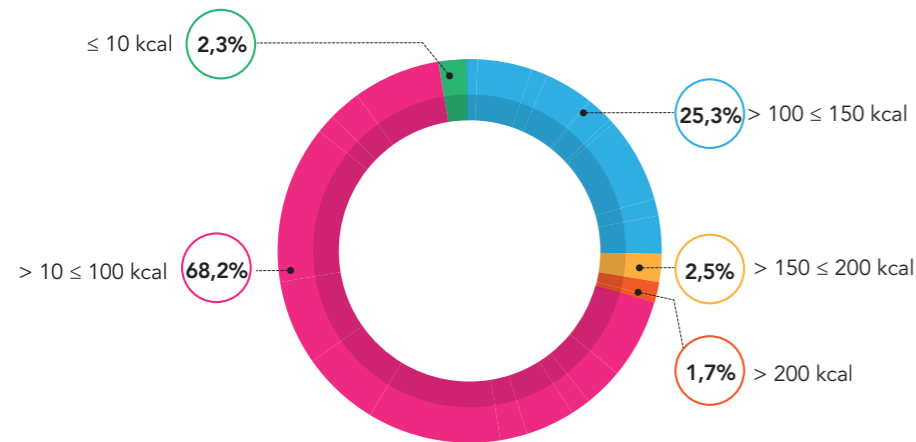


\* % dei volumi dei prodotti commercializzati nel mondo, nell'anno 2013/2014. Fonte interna Ferrero.

In relazione a NUTELLA® è stata considerata la porzione da 15g, indicata nella maggior parte dei Paesi in cui è commercializzata.

**Oltre il 70% dei volumi dei prodotti Ferrero è offerto in porzioni inferiori a 100 kcal e oltre il 95% in porzioni inferiori a 150 kcal.**

**SUDDIVISIONE % DELLE PORZIONI DEI PRODOTTI FERRERO\*, IN KCAL**



\* % dei volumi dei prodotti commercializzati nel mondo, nell'anno 2013/2014. Fonte interna Ferrero.

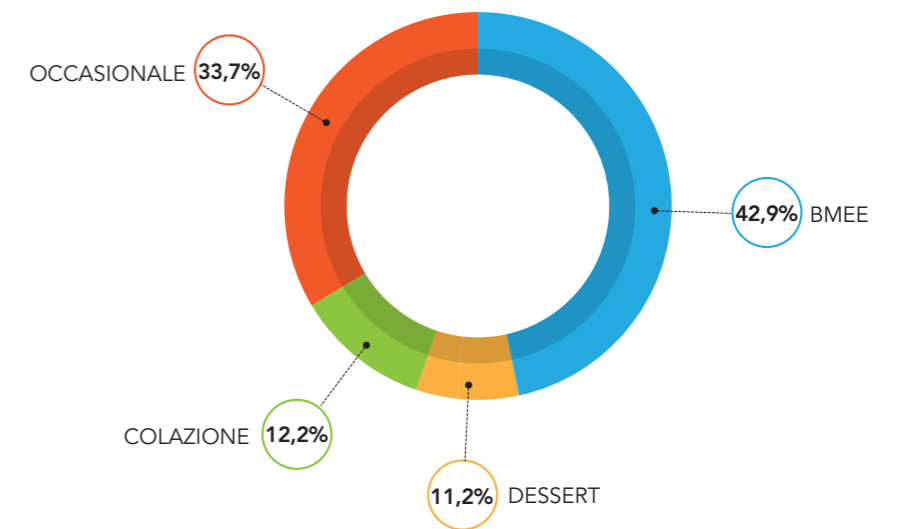
I due grafici precedenti comprendono tutti i prodotti Ferrero commercializzati nel mondo nell'anno 2013/2014, con esclusione dei formati speciali per ricorrenze, mix di prodotti, mini o maxi e special edition, corrispondenti a circa il 3% dei volumi commercializzati.

**Circa l'85% dei nostri prodotti si colloca al di sotto delle 130 kcal/porzione e l'apporto calorico medio per porzione dei nostri prodotti è inferiore alle 80 kcal.**

Il limite di 130 kcal permette di poter costruire le più svariate occasioni alimentari, utilizzando il prodotto Ferrero come parte dell'episodio alimentare, lasciando spazio all'assunzione di altri alimenti quali frutta, succhi di frutta al 100%, latte scremato, altri latticini e prodotti a base di cereali.



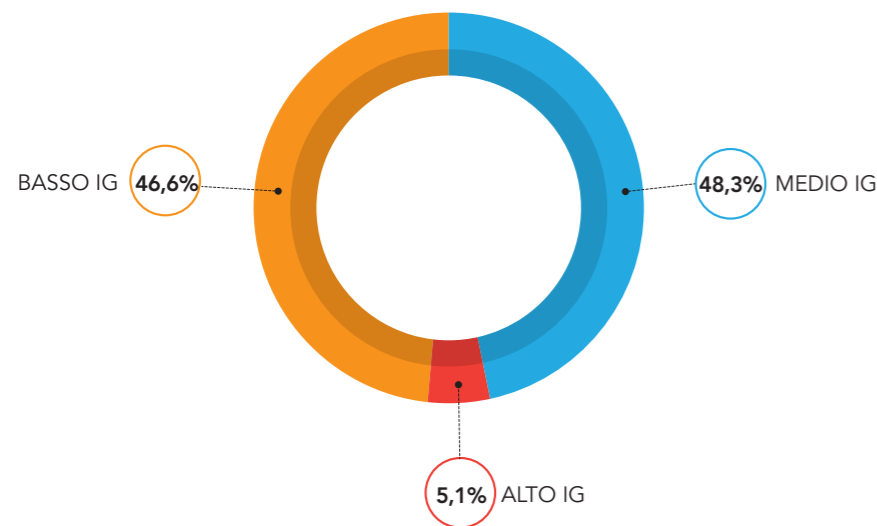
**SUDDIVISIONE % DEI PRODOTTI FERRERO\* PER EPISODIO ALIMENTARE**



\* % del numero di prodotti commercializzati nel mondo, nell'anno 2013/2014. Fonte interna Ferrero.

Altro aspetto importante da rimarcare, a conferma dell'idoneità dei nostri prodotti a concorrere nella formazione dei diversi momenti alimentari della giornata, è che quasi la metà di essi presenta un "Basso Indice Glicemico" e quasi la metà un "Medio Indice Glicemico"; solo circa il 5% dei prodotti ha un "Alto Indice Glicemico".

### SUDDIVISIONE % DEI PRODOTTI FERRERO\* IN BASE AL LIVELLO DI INDICE GLICEMICO



\* % del numero di prodotti commercializzati nel mondo, nell'anno 2013/2014. Fonte interna Ferrero.

L'Indice Glicemico (IG) è uno dei fattori che oggi è ritenuto di maggiore impatto metabolico: le diete a basso IG e/o basso Carico Glicemico, secondo una meta-analisi di Barclay et al. (Barclay et al. 2008; Am. J Clin Nutr. 87:627-37), sono indipendentemente associate a un ridotto rischio di alcune malattie croniche. Nel diabete e nelle malattie cardiache, la protezione è comparabile con quella osservata nelle assunzioni elevate di cereali integrali e di fibre.

## RISULTATI DELLA NOSTRA ATTIVITÀ SCIENTIFICA

Ferrero contribuisce a promuovere buone abitudini alimentari anche attraverso un **forte impegno nella ricerca scientifica**. Continuano, inoltre, gli sforzi per la promozione della prima colazione tra i giovani e di moderati consumi alimentari in tutte le fasce d'età.

Anche nel 2013/2014, sulla base dei valori aziendali, Ferrero ha supportato studi e ricerche, con *unrestricted grant*, al fine di rispettare l'indipendenza delle valutazioni scientifiche e la libertà intellettuale dei ricercatori:

• Bresciani L., Calani L., Bruni R., Brighenti F., Del Rio D. "Phenolic Composition, Caffeine Content and Antioxidant Capacity of Coffee Silverskin". *Food Research International* 2014, 61; 196-201. DOI:10.1016/j.foodres.2013.10.047;

• Fattore, E., Bosetti C., Brighenti F., Agostoni C., Fattore G. "Palm oil and blood lipid-related markers of cardiovascular disease: a systematic review and meta-analysis of dietary intervention trials." *The American journal of clinical nutrition* (2014): ajcn-081190. DOI: 10.3945/ajcn.113.081190.

Inoltre, Ferrero ha fatto parte della "2nd International Conference on Nutrition and Growth" tenutasi a Barcellona, Spagna, dal 30 gennaio al 1 febbraio 2014.

Tra gli studi conclusi si segnalano:

- valutazione degli effetti di diverse tipologie di colazione, che includono o meno prodotti Ferrero, per offrire al consumatore elementi scientifici a supporto delle preferenze gustative. La neutralità metabolica dei prodotti Ferrero è stata ulteriormente confermata da studi RCTs (*Randomized Control Trials*);
- specifiche ricerche riguardo alla neutralità relativa a fattori di rischio cardiovascolare o metabolico dell'olio di palma. In linea con i trend della più recente letteratura scientifica internazionale, è confermato un ruolo neutro, talvolta positivo, dell'acido palmitico.

Sono prossimi alla conclusione gli studi legati all'impatto metabolico dei prodotti Ferrero, in relazione al loro consumo all'interno dei BMEEs e in relazione all'impatto glicemico (Indice Glicemico e Carico Glicemico). Le *interim analysis* confermano, ancora una volta, la neutralità metabolica e il ruolo positivo da essi svolti. Le conclusioni dei lavori verranno pubblicate nel corso del 2014/2015 e presentate a convegni scientifici internazionali.

## I NOSTRI OBIETTIVI PER IL 2014/2015

- Rafforzare il coinvolgimento nelle iniziative, nazionali e internazionali, che promuovono atteggiamenti virtuosi relativi al **binomio alimentazione e salute**.
- Sviluppare una "**carta d'identità nutrizionale**" dei prodotti Ferrero per disporre di una valutazione della loro risposta metabolica e, per alcuni di essi, anche degli effetti sull'attenzione e sull'umore. Durante l'anno 2013/2014 la "carta d'identità nutrizionale" è stata completata per i prodotti a maggior diffusione internazionale e sarà predisposta per tutti i principali prodotti entro l'anno 2014/2015.





# Qualità e freschezza

**I**l modello di *business* Ferrero è costruito per **garantire la massima freschezza dei prodotti** lungo tutta la catena del valore e per evitare ogni spreco.

Seguiamo il ciclo di vita del prodotto a partire dall'approvvigionamento delle materie prime e degli imballi sino alla distribuzione dei prodotti finiti presso i punti vendita.

**L'OBIETTIVO PRINCIPALE?  
OFFRIRE AI CONSUMATORI  
PRODOTTI DI ALTISSIMA QUALITÀ  
ED ELEVATISSIMA FRESCHEZZA IN  
TUTTO IL MONDO.**

Ad esempio, durante il periodo estivo, nelle zone in cui le alte temperature ambientali possono impedire che il prodotto arrivi al consumatore al meglio delle proprie caratteristiche organolettiche, Ferrero sospende la fornitura o ritira i propri prodotti dai canali di vendita.

## TRACCIABILITÀ E SICUREZZA

Fin dal 1946, quindi dalle origini, Ferrero ha posto la massima attenzione nella selezione delle materie prime e degli ingredienti.

Sono proprio la **qualità** e la **freschezza** di questi ultimi a determinare le caratteristiche organolettiche uniche dei prodotti; per questo, Ferrero ha sviluppato procedure a suo

In un'ottica di continuo miglioramento, Ferrero sta procedendo alla definizione di linee guida globali che indichino le temperature soglia di riferimento e le modalità di esecuzione (sospensione o ritiro) per ogni tipologia di prodotto.

A tal fine, nel 2013/2014 sono state effettuate, a livello globale, **oltre 560.000 visite di controllo presso i punti vendita**, durante le quali sono stati raccolti dati puntuali di temperatura. In oltre 120.000 di queste visite sono state intensificate le attività di monitoraggio della qualità percepita da parte dei consumatori, per testare la reale situazione cui sono sottoposti i prodotti fino all'esposizione sugli scaffali dei punti vendita.

tempo innovative come quella del "sacco conosciuto".

Tale locuzione identifica tutte le attività svolte dai tecnici specializzati Ferrero, quali i controlli e le analisi organolettiche, le operazioni ispettive 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 sulla base del Codice di Condotta Commerciale Ferrero è svolta una costante attività di ispezione direttamente presso i siti produttivi dei fornitori, durante la quale sono eseguiti specifici controlli sui sistemi e sulle procedure da essi adottate per garantire la sicurezza e la qualità delle forniture.

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

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

## L'INNOVAZIONE

L'innovazione costituisce uno dei fattori principali del successo dei prodotti Ferrero: negli ultimi 50 anni, il Gruppo ha creato **prodotti innovativi** che sono diventati, nel tempo, delle vere e proprie marche mito.

L'attività di studio sull'innovazione è condotta da una società *ad hoc* di ricerca e tecnologia che opera all'interno del Gruppo: ad essa sono assegnate risorse e competenze per la ricerca di nuovi prodotti in grado di soddisfare e di dare risposta alle necessità, anche solo latenti, dei consumatori. La società, formata da ricercatori impegnati sia in studi tecnici che nell'individuazione delle moderne esigenze nutrizionali e degli stili alimentari, opera utilizzando nuove materie prime e tecnologie di produzione innovative al fine di creare prodotti unici di grande gusto e qualità, nel rispetto della filosofia e dei valori Ferrero.

Il processo che precede il lancio di un nuovo prodotto è lungo e meticoloso: allo **studio**, alle ricerche e alle prove del prodotto in specifiche aree *test* fa seguito la sua diffusione in determinati mercati, dov'è **sottoposto all'attenzione del consumatore** monitorandone il grado di apprezzamento. Solo quando il prodotto supera con successo le numerose e lunghe fasi di *test* cui è soggetto, si passa alla sua produzione industriale. In questo momento, i ricercatori Ferrero stanno lavorando a **oltre 100 nuovi progetti**, alcuni dei quali sono già pronti per essere lanciati sul mercato. Dietro ogni prodotto, che può apparire semplice alla vista del consumatore, vi è una tecnologia brevettata avanzatissima e unica al mondo che testimonia, in maniera lampante, l'alta passione che Ferrero pone nell'innovazione dei propri prodotti.

## GLI ASSAGGI FERRERO

Affinché i prodotti siano conformi agli elevati *standard* di gusto Ferrero, oltre ai classici test di laboratorio, **è realizzata un'analisi sensoriale definita "assaggio"**, finalizzata a esprimere un giudizio compiuto sul gusto del prodotto in tutte le sue sfaccettature e sull'aspetto estetico e di presentazione.

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", effettuati dai responsabili delle unità produttive;
4. i test a tela di ragno "spiderweb".

Per un dettaglio su controlli e "assaggi" riferiti a due dei nostri prodotti storici, si rimanda al focus dedicato a KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO, in appendice al presente rapporto.



## GLI STANDARD AVANZATI DEI NOSTRI STABILIMENTI



Negli stabilimenti Ferrero è utilizzato un apposito sistema globale integrato SAP che garantisce la condivisione e integrazione, all'interno del Gruppo, dei dati relativi al processo di controllo della Qualità e la sua gestione centralizzata.

Attualmente, il sistema è operativo nella maggior parte degli stabilimenti Ferrero nel Mondo e consente una raccolta e un confronto dei dati in modo sempre più globale e coordinato. In particolare, focalizzandosi sui "pacchetti" specifici della Qualità, il sistema è stato implementato durante il 2013/2014 in ulteriori 2 laboratori, arrivando a coprire 16 dei 20 stabilimenti. Anche le linee produttive lavorano tramite condivisione

dei dati di Qualità con il sistema SAP, che è stato implementato in ulteriori 3 stabilimenti, arrivando a coprire 15 dei 20 totali. Il completamento del *rollout* per gli stabilimenti che ne sono ancora sprovvisti, previsto entro agosto 2014, è stato posticipato all'anno 2015/2016 a causa delle attività connesse all'avviamento del nuovo stabilimento in Cina.

Negli stabilimenti ove il sistema SAP non è ancora operativo, esiste, comunque, una rete di collegamenti con la centrale che consente di garantire la governance della Qualità: tra tutti i sistemi attivi, va evidenziato il sistema di valutazione giornaliera dei prodotti, espressa tramite un giudizio sintetico.

**L'ECCELLENZA DEI PRODOTTI E LA LORO SICUREZZA È GARANTITA 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.**

Tali ispezioni prevedono, in ogni stabilimento del Gruppo, nei magazzini di stoccaggio e presso i fornitori conto terzi, la verifica della corretta applicazione degli stringenti capitolati Ferrero di prodotto, di sicurezza alimentare (in linea con i requisiti delle norme FSSC/ISO 22000 e HACCP) e di sistema di gestione (in linea con i requisiti della ISO 9001).

Il sistema è inoltre certificato da enti esterni indipendenti. **Il Gruppo Ferrero si è posto come obiettivo la certificazione di tutti i propri siti produttivi secondo due standard internazionali di massima severità e prestigio: le ISO 9001 e FSSC/ISO 22000.** Quest'obiettivo includerà progressivamente tutti i nuovi stabilimenti del Gruppo, come lo stabilimento attualmente in corso di realizzazione in Cina.

Le tabelle seguenti riportano lo stato delle certificazioni dei sistemi di gestione degli stabilimenti del Gruppo.

#### STABILIMENTI INCLUSI NELLA CERTIFICAZIONE ISO 9001:2008 DI GRUPPO

STABILIMENTO	Certificazione ISO 9001:2008* dall'anno:
Alba (Italia)	1999
Arlon (Belgio)	1996
Balvano (Italia)	1996
Belsk Duży (Polonia)	2001
Cork (Irlanda)	1994
Pozzuolo (Italia)	1998
S. Angelo (Italia)	1999
Stadtallendorf (Germania)	1994
Villers-Écalles (Francia)	1997
Vladimir (Russia)	2010
Brantford (Canada)	2011
La Pastora (Argentina)	2000
Lithgow (Australia)	1999
Poços De Caldas (Brasile)	1999
Quito (Ecuador)	1999
Manisa (Turchia)	2014 (dicembre)
San José Iturbide (Messico)	2014 (dicembre)

\* Si sottolinea che, prima dell'anno 2008, gli stabilimenti erano certificati ai sensi della norma ISO 9001 in vigore nell'anno di ottenimento della stessa.

La certificazione ISO 9001:2008 di Gruppo prevede un unico manuale della Qualità e procedure valide per Ferrero nel suo complesso. A fine 2014, anche gli stabilimenti di Manisa in Turchia e San José Iturbide in Messico hanno ottenuto tale certificazione.

#### IMPRESE SOCIALI FERRERO CON CERTIFICAZIONE ISO 9001:2008

IMPRESA SOCIALE FERRERO	Certificazione ISO 9001:2008* dall'anno:
Walkerville (Sudafrica)	2012
Baramati (India)	2013

\* Si sottolinea che, prima dell'anno 2008, gli stabilimenti erano certificati ai sensi della norma ISO 9001 in vigore nell'anno di ottenimento della stessa.

Walkerville, in Sudafrica, è stato nel 2012 il primo tra gli stabilimenti delle Imprese Sociali Ferrero a ottenere la certificazione per la gestione del Sistema Qualità. Lo stesso obiettivo è stato raggiunto, nel 2013, dall'Impresa Sociale Ferrero di Baramati, in India. Per l'Impresa Sociale Ferrero in Camerun, l'ottenimento della certificazione ISO 9001:2008 è previsto entro la fine del 2016.

#### CERTIFICAZIONI IN TEMA DI SICUREZZA ALIMENTARE O DI ACCREDITAMENTO DEI LABORATORI D'ANALISI

STABILIMENTO	FSSC 22000 dal:	ISO 22000 dal:	IFS, COSTCO, HACCP dal:	ISO 17025 dal:
Alba (Italia)	2014 (aprile)		2007	2006
Arlon (Belgio)	2014 (luglio)		2006	
Balvano (Italia)	2014 (maggio)			
Belsk Duży (Polonia)	2013		2006	
Cork (Irlanda)	2013		2011	
S. Angelo (Italia)	2013		2011	
Stadtallendorf (Germania)	2012		2006	2007
Villers-Écalles (Francia)	2012			
Vladimir (Russia)		2013	2010	
Brantford (Canada)	2014 (luglio)		2008	
La Pastora (Argentina)	2011	2008		
Lithgow (Australia)	2011			
Poços De Caldas (Brasile)		2007		
Quito (Ecuador)	2013		2010	

**In particolare, nel corso del 2013/2014, ulteriori 4 stabilimenti Ferrero (Alba, Arlon, Balvano, Brantford) hanno ottenuto la certificazione secondo lo standard FSSC 22000,** che rappresenta il massimo livello raggiungibile in ambito delle certificazioni sulla sicurezza alimentare. Altri 2 stabilimenti (Poços De Caldas e Vladimir) hanno certificazioni di conformità a schemi specifici sulla sicurezza alimentare quali IFS, HACCP, ISO 22000 e altri standard richiesti da catene di distribuzione. Infine, in linea con la strategia aziendale, tutti gli stabilimenti del Gruppo predispongono e mettono in pratica il piano HACCP.

## CASI DI NON CONFORMITÀ

### ISO 9001:2008 Certificazione del Sistema di Qualità Ferrero

Nel 2013/2014, sono stati eseguiti 7 *audit* da parte di enti di certificazione esterni che hanno interessato gli stabilimenti di Villiers-Écalles, La Pastora, Vladimir, Baramati, Balvano e Alba (2 volte): non sono state riscontrate "Non conformità" ma solamente alcune raccomandazioni di miglioramento.

### IFS – International Featured Standard - FOOD

Nel 2013/2014, le indagini condotte per verificare la conformità a questo *standard* certificativo presso gli stabilimenti di Alba, Arlon, Belsk Duży, Cork e Stadallendorf hanno messo in evidenza un livello di conformità denominato "Higher Level", con una votazione media pari a 97,4%.



## I NOSTRI OBIETTIVI PER IL 2015 E IL 2020

1. Implementare un **centro unico di raccolta reclami dal mercato** dove confluiscano, in modo univoco e strutturato, tutte le segnalazioni dei consumatori, costituendo una banca dati mondiale, **entro il 2015**. Il progetto è nel pieno della sua realizzazione, con il coinvolgimento di tutte le direzioni aziendali interessate: in particolare, il Dipartimento aziendale che si occupa di sistemi informatici ha messo a punto un piano di implementazione in tutte le *Business Unit* del pacchetto informatico aziendale, denominato GCC (Gestione Contatti Consumatori). A ottobre 2014, l'86% dei reclami pervenuti dai consumatori sono monitorati centralmente ed è stata elaborata una procedura unica per la gestione dei contatti dei consumatori che verrà implementata da tutte le *Business Unit* del Gruppo. La gestione centralizzata dei reclami consente, nell'ambito del sistema Qualità di Gruppo, di implementare le azioni preventive/correttive necessarie a evitare il ripetersi delle non conformità.

2. **Estendere la certificazione di sicurezza alimentare FSSC/ISO 22000 a tutti gli stabilimenti del Gruppo entro il 2015**, ad esclusione delle Imprese Sociali Ferrero il cui obiettivo, che comprende la certificazione ISO 9001 e la certificazione di sicurezza alimentare FSSC/ISO 22000, è posto entro il 2016. I due schemi di

certificazione definiti come *standard* aziendali (ISO 9001 e FSSC/ISO 22000) stanno seguendo puntualmente il piano di implementazione, come indicato nelle tabelle precedenti, e sono propeudici all'unificazione completa di tutti gli stabilimenti nell'ambito di un sistema Qualità di Gruppo. In linea con gli obiettivi, cinque stabilimenti (Pozzuolo Martesana in Italia, Vladimir in Russia, San José Iturbide in Messico, Manisa in Turchia e Poços de Caldas in Brasile) hanno avviato le pratiche per conseguire la certificazione FSSC 22000 entro il 2015.

3. Raggiungere **l'integrazione degli audit/ispezioni di sicurezza alimentare per tutti i Co-Packer (conti lavoro) e i magazzini**, in modo da avere una copertura completa **entro il 2020**. Il presidio di tutta la filiera tramite *audit*, ispezioni e altre metodologie è in pieno sviluppo attraverso varie iniziative. Nell'anno 2013/2014, gli *audit*/ispezioni di sicurezza alimentare sono stati effettuati per l'80% dei Co-Packer e per il 27% del totale magazzini.

4. Ottenere, a livello mondiale, la **certificazione ISO 9001 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**.

# Una comunicazione responsabile

**P**er un'azienda, essere socialmente responsabile significa adottare, volontariamente, pratiche e comportamenti che vadano oltre il rispetto delle prescrizioni di legge; per Ferrero, significa **sottoscrivere una serie di autoregolamentazioni, in particolare sull'etichettatura nutrizionale e sulla pubblicità**, e partecipare a programmi che promuovano l'attività fisica e comportamenti alimentari corretti, nella convinzione che tali azioni arrecheranno benefici tangibili al contesto sociale in cui l'azienda opera.

A livello globale, Ferrero partecipa a IFBA, *International Food & Beverage Alliance* ([www.ifballiance.org](http://www.ifballiance.org)), associazione che raggruppa le principali aziende del settore alimentare operanti su scala mondiale, impegnate a portare avanti programmi di autoregolamentazione relativi alla formulazione e alle porzioni dei prodotti alimentari, all'informazione nutrizionale dei consumatori, alle pubblicità dirette ai bambini e alla promozione dell'attività fisica. Ferrero aderisce, inoltre, alla *World Federation of Advertisers* ([www.wfanet.org/en](http://www.wfanet.org/en)), organizzazione globale della quale sono membri gli inserzionisti e che promuove buone pratiche in materia di pubblicità responsabile.

A livello europeo, Ferrero è membro di una serie di associazioni: *Food-DrinkEurope* (Associazione Europea dell'Industria delle Bevande e dell'Agroalimentare), *Caobisco* (Associazione Europea del Settore Dolciario), *European Brands Association* (AIM, Associazione Europea delle Industrie di Marca).

Insieme ad altre aziende del settore, Ferrero partecipa inoltre a iniziative di autoregolamentazione relative:

- alla pubblicità responsabile rivolta ai bambini (*EU Pledge*: [www.eu-pledge.eu](http://www.eu-pledge.eu));
- alla promozione di pratiche commerciali leali nell'ambito della *supply chain* alimentare ([www.supplychain-initiative.eu](http://www.supplychain-initiative.eu)).

Nei confronti della Commissione europea, nel quadro della Piattaforma d'azione europea sulla dieta, l'attività fisica e la salute, **dal 2006 Ferrero ha assunto una serie di impegni individuali**, in particolare relativi all'etichettatura, alla pubblicità e alla promozione dell'attività fisica (attraverso il programma *Kinder+Sport*) e di stili di vita globalmente corretti (attraverso il supporto al programma *EPODE*, *Ensemble Prévenons l'Obésité Des Enfants* e al progetto *EPHE*, *Epoque for the Promotion of Health Equity*, [www.epheproject.com](http://www.epheproject.com)).



## IL MONITORAGGIO DEGLI IMPEGNI

Al fine di rafforzarne la credibilità, ogni anno Ferrero sottopone gli impegni sottoscritti nel quadro delle autoregolamentazioni a monitoraggi **certificati da parte di organismi terzi esterni**.

### Monitoraggio della pubblicità

#### A LIVELLO GLOBALE

A livello globale, Ferrero applica la *IFBA Global Policy on Advertising and Marketing Communications to Children*, in base alla quale **il Gruppo, di regola, non indirizza la pubblicità dei propri prodotti alimentari** in televisione, sulla stampa o via internet **a un pubblico costituito prevalentemente da bambini con meno di 12 anni**. Coerentemente con quanto fatto a livello europeo, a partire dal 1° gennaio 2013 Ferrero:

- applica tale autoregolamentazione non pubblicizzando i propri prodotti alimentari verso *audience* in cui la presenza di bambini sotto i 12 anni sia superiore al 35%;
- data la crescente importanza della sfera digitale, include nel campo di applicazione dei propri impegni anche i siti web aziendali.

I risultati del monitoraggio effettuato esternamente da Accenture confermano l'andamento positivo degli ultimi cinque anni ([www.ifballiance.org/documents/2015/05/accenture-2014-compliance-monitoring-report.pdf](http://www.ifballiance.org/documents/2015/05/accenture-2014-compliance-monitoring-report.pdf)).

1. Il rapporto di Accenture sul monitoraggio televisivo dell'impegno IFBA è stato redatto durante il secondo quadrimestre 2014.

2. Tali tassi di conformità sono relativi al monitoraggio effettuato sugli spot trasmessi nella fascia "All spots (All GRPS, All Time)".

Per il monitoraggio delle pubblicità televisive degli aderenti alla *Policy IFBA* condotto nel 2014<sup>1</sup>, Accenture ha analizzato più di 1 milione di spot (scelti indipendentemente) e andati in onda su oltre 400 canali, per un periodo di 3 mesi, nei seguenti 7 Pa-

esi: Cina (città di Pechino), Colombia, India, Malesia, Sudafrica, Turchia ed Emirati Arabi Uniti.

A livello aggregato, il tasso di conformità complessivo della pubblicità televisiva è stato pari all'88,5%.

Per quanto riguarda la carta stampata, il monitoraggio è stato condotto nei seguenti 5 Paesi: Brasile, Cina, India, Sudafrica e Singapore. In questo caso, sulla base di un campione di 59 pubblicazioni, la conformità riscontrata è stata pari al 100%. Negli stessi cinque Paesi è stato effettuato anche il monitoraggio di 57 siti web aziendali, che ha dimostrato un tasso di conformità complessivo rispetto agli impegni assunti pari al 99,5%.

Per quanto riguarda individualmente Ferrero, **il monitoraggio degli impegni sulla pubblicità televisiva ha coinvolto un campione di 6 Paesi** e il tasso di conformità<sup>2</sup> è stato il seguente:

- Cina, 100%; Malesia, 100%; Sudafrica, 92,7%; Emirati Arabi Uniti, 99,3%; Colombia, 98,5%; India, 81,4%.

La conformità della **pubblicità su stampa** è stata valutata da Accenture tra settembre e ottobre 2014 in Brasile, Cina, India, Sudafrica e Singapore. In questi Paesi, **non è stato riscontrato alcun caso di violazione**. Negli stessi Paesi, durante il me-

desimo periodo, è stata valutata anche la pubblicità online, che include i siti web aziendali. Anche in quest'ultimo caso, il monitoraggio svolto da Accenture non ha evidenziato alcuna violazione degli impegni sottoscritti da Ferrero.

#### A LIVELLO EUROPEO

In Europa Ferrero partecipa all'iniziativa *EU Pledge*, che prevede una serie di impegni per un approccio responsabile alla pubblicità dei prodotti alimentari ai bambini sotto i 12 anni in televisione, sulla stampa e via internet.

Come anticipato nel precedente Rapporto CSR, dal 2013 sono entrati in vigore gli impegni rafforzati dell'*EU Pledge*, in base ai quali sono stati inclusi nel campo di applicazione dell'autoregolamentazione anche i siti web delle aziende partecipanti.

Gli impegni sono stati oggetto del monitoraggio annuale svolto dai due seguenti organismi esterni<sup>3</sup>:

- **Accenture Media Management** per la pubblicità televisiva andata in onda nei seguenti 7 Paesi europei: Francia, Germania, Ungheria, Italia, Polonia, Portogallo e Spagna;

- **European Advertising Standards Alliance (EASA)** per i siti web delle aziende aderenti all'*EU Pledge*, sulla base delle valutazioni effettuate dalle organizzazioni nazionali per l'autoregolamentazione della pubblicità dei seguenti 10 Paesi europei: Belgio, Francia, Germania, Ungheria, Paesi Bassi, Polonia, Repubblica Ceca, Spagna, Portogallo e Regno Unito.

Il tasso di conformità complessivo delle pubblicità televisive delle aziende aderenti all'*EU Pledge* è stato pari al 98,5%, in aumento rispetto ai risultati dello scorso anno (98,1%).

Relativamente al monitoraggio sui siti web, quest'anno sono stati verificati in totale 326 siti e il tasso di conformità globale è stato pari al 97%. Anche tale percentuale è risultata in aumento rispetto a quella dello scorso anno, pari al 94%.

Ferrero ha sempre ritenuto fondamentale il ruolo dei genitori nell'educazione a un'alimentazione equilibrata e a una vita salutare. Nonostante ciò e malgrado non sia stato provato un collegamento diretto tra la pubblicità e le abitudini alimentari dei bambini, conformemente a quanto indicato nei propri principi sulla pubblicità ([www.ferrero.com/fc-1910](http://www.ferrero.com/fc-1910)), **in Europa Ferrero non pubblicizza alcun prodotto alimentare ai bambini con meno di 12 anni.**

Il Gruppo ha quindi proseguito un'intensa attività di coordinamento tra tutte le funzioni coinvolte (*marketing*, legale, pubbliche relazioni e pianificazione media), sviluppando specifiche linee guida interne sugli aspetti legati alla pubblicità responsabile, con particolare riguardo alle buone pratiche relative ai siti web aziendali.

Relativamente alla pubblicità televisiva, **i tassi di conformità individuale di Ferrero** per il 2014 sono risultati essere i seguenti:

- Spagna, 99,4%; Francia, 99,9%; Portogallo, 99,6%; Polonia, 98,6%; Ungheria, 98,7%; Germania, 100%; Italia 99,5%.

*3. I dati presentati nel rapporto di monitoraggio di Accenture Media Management ed EASA fanno riferimento al secondo semestre 2014.*

Il Gruppo è stato informato di alcuni casi minori di non conformità: gli spot sono stati rapidamente individuati al fine di adottare le necessarie azioni correttive. Per i siti web aziendali, 43 dei 326 siti analizzati erano Ferrero: due di questi sono stati considerati in contrasto con i criteri dell'*EU Pledge* e sono state immediatamente attuate le misure correttive. A differenza dell'anno scorso, quest'anno **nessun sito aziendale è stato ritenuto in contrasto con i codici di autoregolamentazione nazionali.**

### Piattaforma d'azione europea sulla dieta, l'attività fisica e la salute

Per quanto riguarda la partecipazione di Ferrero ai lavori della Piattaforma UE, il Gruppo è tenuto a presentare annualmente un proprio rapporto di monitoraggio individuale per ciascuno degli impegni assunti in materia di: formulazione e porzionatura dei prodotti, informazione ed educazione alimentare corretta, promozione dell'attività fisica, comunicazione pubblicitaria responsabile. Tale rapporto di monitoraggio è successivamente oggetto di valutazione da parte di un ente a tal fine incaricato dalla Commissione europea.

Le **valutazioni dei monitoraggi 2013** degli impegni sottoscritti da Ferrero nell'ambito della Piattaforma sono state le seguenti:

- *"Media literacy & Responsible Advertising to children"*: molto soddisfacente;
- *"Promotion of physical activity"*: molto soddisfacente;
- *"Product formulation and portion sizes"*: non soddisfacente (non sono state effettuate ulteriori riduzioni delle porzioni dei prodotti Ferrero nel 2013/2014 in quanto la già esistente politica sulla porzionatura

prevede l'utilizzo dei prodotti Ferrero come parte di un episodio alimentare. In particolare, Ferrero offre porzioni che lasciano spazio all'assunzione di altri alimenti quali la frutta: il 70% dei prodotti commercializzati, in volumi, offre già porzioni inferiori a 25 g, come mostrato nel grafico a pagina 44. Per maggiori dettagli si rimanda al capitolo Grandi Marche in piccole porzioni);

- *"EPODE (Ensemble Prévenons l'Obésité Des Enfants)/EEN (European Epode Network)"*: molto soddisfacente.



## LASCIAMO PARLARE LE ETICHETTE

In linea con la legislazione in vigore nei diversi Paesi, **Ferrero fornisce ai propri consumatori una corretta e trasparente informazione nutrizionale.**

**IN AGGIUNTA A QUANTO PREVISTO DALLE SINGOLE LEGGI NAZIONALI, FERRERO SI IMPEGNA A FORNIRE INFORMAZIONI NUTRIZIONALI ADDIZIONALI SUL FRONTE PACCO, AL FINE DI FACILITARE UNA MIGLIORE COMPrensione DELLE ETICHETTE.**

Il 13 dicembre 2014 è entrato in vigore il regolamento europeo 1169/2011 (UE) sull'informazione al consumatore, che prevede nuovi obblighi per le etichette dei prodotti alimentari. In linea con quanto previsto dal suddetto nuovo regolamento, **il Gruppo Ferrero ha deciso di continuare a fornire l'informazione nutrizionale fronte pacco volontaria**, rinnovando così il proprio impegno a rispettare la raccomandazione in materia di etichettatura dell'Associazione Europea dell'Industria delle Bevande e dell'Agroalimentare (*FoodDrinkEurope*) per i prodotti delle linee KINDER® e NUTELLA® e per gli *snack* Ferrero.

Nell'Unione europea, l'impegno volto a fornire le informazioni volontarie sul fronte pacco per le linee di prodotto KINDER® e NUTELLA® e per gli *snack* Ferrero copre il 69,4% del totale del portafoglio prodotti del Gruppo. Questa percentuale è calcolata con riferimento ai volumi di vendita (in tonnellate) nell'Unione europea dei prodotti KINDER® e NUTELLA® e degli *snack* Ferrero. La percentuale non copre i piccoli imballi e i prodotti stagionali, in ragione dell'esenzione prevista dalla raccomandazione stessa.

Il logo apposto sul fronte pacco (in caso di ripetizione dell'informazione già presente sul retro) fornisce informazioni nutrizionali volontarie in conformità con quanto stabilito dal regolamento 1169/2011 (UE). In particolare:

- il valore energetico e le quantità di sostanze nutritive sono forniti sia per 100g che per porzione, in kilocalorie e in kilojoule;

- in stretta prossimità con il logo, è indicata la dicitura supplementare prevista: "Assunzioni di riferimento di un adulto medio (8.400 kJ/2.000 kcal)".



Al fine di garantire la necessaria coerenza a livello di Gruppo, Ferrero continua a estendere le informazioni nutrizionali volontarie sul fronte pacco anche al di fuori dell'Europa.

A livello globale, gli **IFBA Principles for a Global Approach to Fact-based Nutrition Information<sup>4</sup>** sono stati ulteriormente rafforzati e comunicati all'Organizzazione Mondiale della Salute il 15 settembre 2014, prevedendone l'applicazione entro dicembre 2016.

4. <https://ifballiance.org/documents/2014/09/ifba-commitment-on-nutrition-information-final-september-2014.pdf>

Il Gruppo Ferrero continua, dunque, ad applicare progressivamente i principi globali IFBA in conformità con tale scadenza. In particolare, al fine di poter correttamente implementare tali principi, tenuto conto degli sviluppi normativi intervenuti nell'esercizio di riferimento in alcuni Paesi, nonché della difficoltà (e a volte dell'impossibilità) di applicare un valore riconosciuto di *reference intake*, il Gruppo Ferrero ha rivisto i propri obiettivi per l'**applicazione dei principi globali IFBA sull'etichettatura nutrizionale allineandoli alla scadenza di dicembre 2016**, compatibilmente con gli sviluppi normativi che possono intervenire nei diversi Paesi.

Nel corso del 2014, l'applicazione dei principi IFBA è stata confermata in USA e Messico ed estesa a Russia, Kazakistan e Bielorussia.

Nei rimanenti Paesi, sono applicate le disposizioni legislative locali vigenti, oppure verranno applicati i principi IFBA entro il 2016, come previsto da tale autoregolamentazione.



Fig.1



Fig.2

Qui sopra sono indicati due esempi pratici di come potrà tradursi il nuovo impegno IFBA relativo all'indicazione del valore energetico sul fronte pacco, a seconda delle diverse esigenze nazionali. Nei Paesi in cui non esiste un valore riconosciuto di *reference intake* (oppure non è consentito utilizzarlo), è riportato solo il valore assoluto delle calorie per 100 grammi e/o per porzione (figura 1). Negli altri casi, sono invece indicati entrambi i valori, assoluto e in percentuale rispetto al *reference intake* applicabile (figura 2).



# Programma EPODE

Dal 2007, Ferrero è **partner del progetto EPODE** (Insieme per Prevenire l'Obesità Infantile) e della EEN (*European Epode Network*). Nel quadro della rete EEN, Ferrero ha continuato a partecipare ai diversi progetti EPODE nazionali nei seguenti Paesi europei:

- **Francia:** Ferrero mantiene lo status di "Golden partner" del progetto **Vivons en Forme**, nel cui ambito sono state organizzate, nel corso del 2014, 45 iniziative di formazione.

- **Belgio:** Ferrero continua a sostenere il progetto **Viasano**, i cui positivi risultati sono stati pubblicati sulla rivista scientifica *Pediatric Obesity*<sup>5</sup>, testimoniando una riduzione pari al 2,1% della prevalenza di sovrappeso e pari allo 0,3% dell'obesità infantile nel periodo 2007-2010 in due città pilota che partecipano al progetto.

- **Spagna:** Ferrero continua a contribuire al progetto **Thao**, volto a ridurre l'obesità infantile, progetto che

nel 2014 ha raggiunto 1 milione di persone e 155.000 bambini in 70 città spagnole.

- **Paesi Bassi:** tramite il progetto **JOGG**, a Breda è stato attivato nel 2014 un programma settimanale di promozione di stili di vita salutari in alcune zone della città, dove erano stati riscontrati livelli di obesità particolarmente elevati.

- **Grecia:** Ferrero continua a sostenere il programma **Paideiatrofi** in 3 città dove sono state sviluppate due campagne per l'educazione legate ai temi delle porzioni e degli stili di vita sani. Il progetto si è concluso nel febbraio 2014.

CONTRIBUTO FERRERO IN	PROGRAMMA	CITTÀ E PERSONE COINVOLTE	ANNO	EURO
Unione europea	European Epode Network/EPHE (www.epode-european-network.com)	7 Stati membri	2013/2014	150.000
Francia	Vivons en Forme (www.vivons-en-forme.org)	250 città e 50.000 bambini	2013/2014	250.000
Spagna	Fundacion Thao (www.thaoweb.com)	70 città e 155.000 bambini	2013/2014	60.000
Belgio	Viasano (www.viasano.be)	19 città e 815.000 persone	2013/2014	100.000
Paesi Bassi (città di Breda)	JOGG (www.jongerenopgezondgewicht.nl)	63 città (Ferrero è presente solo a Breda)	2013/2014	20.000
Grecia	Paideiatrofi (www.epode-european-network.com/index.php?option=com_content&view=article&id=218&Itemid=74&lang=en)	5 città (Ferrero è presente in 3 comunità)	2013/2014	20.000

Dal 2012, il progetto principale della piattaforma EEN è EPHE (*Epode for the promotion of Health Equity*), iniziativa cofinanziata dalla Commissione europea (DG SALUTE) in collaborazione con 6 università europee<sup>6</sup>. Il pro-

5. J. Vinck et al. "Downward trends in the prevalence of childhood overweight in two pilot towns taking part in the VIASANO community-based programme in Belgium: data from a national school health monitoring system", *Pediatric Obesity*, 31 marzo 2015, [www.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/ijpo.12022/abstract](http://www.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/ijpo.12022/abstract).

6. Per maggiori dettagli sui partner si rinvia al rapporto di responsabilità sociale d'impresa 2012.

getto **copre il triennio 2012-2015** e si basa su iniziative locali che coinvolgono attivamente le famiglie, le scuole e le comunità locali. EPHE si concentra sulle ineguaglianze socio-economiche e ha come **target** specifico le popolazioni economicamente e socialmente svantaggiate, con l'obiettivo di ridurre il rischio di malattie legate alla dieta e agli stili di vita inattivi.

**Sono coinvolti nel programma 1.266 bambini** (di età media pari a 7,17 anni) **e le rispettive famiglie**, residenti nei seguenti 7 Paesi europei: Paesi Bassi, Belgio, Romania, Bulgaria, Portogallo, Grecia e Francia.

Lo studio di valutazione si svilupperà in tre fasi. Sulla base dei risultati della prima fase di "baseline measurements", nel primo semestre 2014 sono stati sviluppati oltre 100 interventi. Questi interventi costituiranno la base per la **preparazione di raccomandazioni concrete al fine di sviluppare buone pratiche**, da veicolare e diffondere attraverso strumenti

quali la politica di coesione europea e i fondi strutturali, per stimolare le autorità locali, regionali e nazionali a investire ulteriormente nella metodologia EPODE. Alla fine del progetto, a queste "buone pratiche" si aggiungeranno anche un libro di raccomandazioni di EPHE e una serie di pubblicazioni scientifiche. L'ultima fase del programma prevede la **valutazione della sostenibilità degli interventi** fatti nelle sette comunità pilota, al fine di misurarne il successo e la permanenza nel tempo.

L'importanza delle *partnership* pubblico-private con valenza sociale è stata riconosciuta anche formalmente dalla **Commissione europea**, che ha **definito EPODE una best practice** da replicare in altri Paesi dell'Unione europea, poiché mette insieme tutti gli attori coinvolti nella lotta all'obesità: la comunità scientifica, l'industria, le autorità e le comunità locali, permettendo un'individuazione specifica degli interventi da realizzare e ottenendo così un concreto impatto sul territorio.





# LA FONDAZIONE FERRERO

**L**avorare, Creare, Donare sono i valori che guidano la **Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero** di Alba, fin dall'origine.

Nata come Opera Sociale nel 1983, è in grado di soddisfare le esigenze sotto la guida instancabile del suo Presidente, la Signora Maria Franca Ferrero, 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. Con il suo complesso architettonico, la Fondazione

è in grado di soddisfare le esigenze di circa 3.500 ex collaboratori e coniugi, offrendo loro luoghi di incontro, laboratori per attività manuali, una biblioteca, un auditorium polivalente, palestre, sale per mostre e convenzioni a cliniche mediche. Per i figli dei dipendenti è inoltre attivo un modernissimo asilo nido.

**LA FONDAZIONE FERRERO DI ALBA È UNA ACTING FOUNDATION: UNA REALTÀ CHE SVOLGE IN PROPRIO NUMEROSI PROGETTI E ATTIVITÀ SOCIALI E CULTURALI, SOSTENUTI CON RISORSE EROGATE DAL GRUPPO FERRERO.**



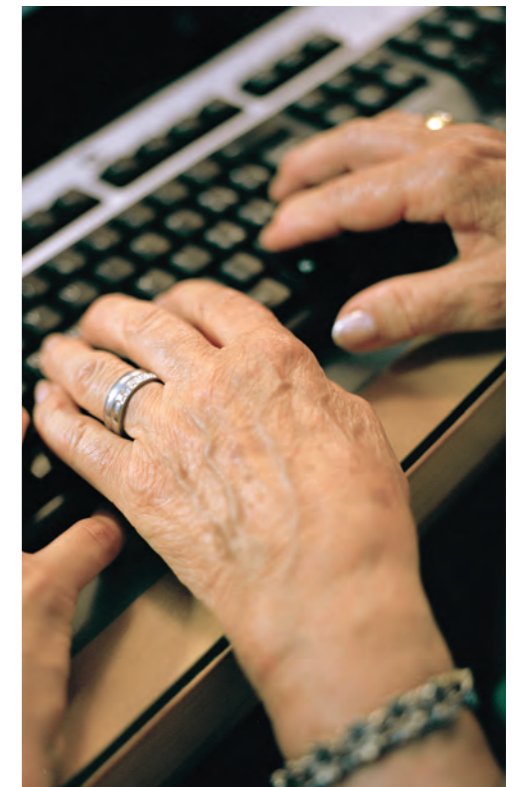
Nel rispetto dei principi etici della famiglia Ferrero, la Fondazione è un punto di riferimento per tutte le realtà aziendali del Gruppo. È stata un modello sia per l'Opera Sociale di Stadtallendorf, in Germania, nata nel 2008, sia per tutte le iniziative sostenute, fin dal 2005, da Ferrero Francia a favore di dipendenti, anziani e bambini, tra cui l'Unità sociale, l'asilo nido, il Mini Club, le colonie estive, l'assistenza scolastica e le borse di studio. Con le sue attività e con la sua esperienza di oltre trent'anni, **la Fondazione Ferrero è un modello anche per le Imprese Sociali Ferrero**, create dal Gruppo in Sudafrica, India e Camerun.

La filosofia e la struttura della Fondazione sono state ampiamente descritte nei precedenti rapporti CSR del Gruppo Ferrero (disponibili all'indirizzo web [www.ferrerocsr.com](http://www.ferrerocsr.com)).

## PROGETTI SOCIALI

Dal 1983, la Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero **si impegna quotidianamente per il miglioramento della qualità della vita della persona anziana**. Offrendo molteplici attività, promuove un'idea diversa e positiva della terza età, epoca di ricchezza in cui è valorizzato il capitale sociale dei singoli: un patrimonio di valori, esperienze, saggezza e umanità che contraddistingue la persona anziana.

La Fondazione offre agli anziani Ferrero opportunità di carattere salustico, medico, sociale, e consente di svolgere attività motorie, culturali, relazionali, con ricadute positive anche sulle comunità locali e sul territorio. Esistono circa **40 gruppi di attività**, attraverso cui gli ex dipendenti



possono sperimentare i laboratori di sartoria, ceramica, fotografia, ricamo, internet, lingue straniere, disegno e pittura. Sono organizzate gite ecologiche, attività di corale, gruppi di nonni e nipoti, incontri con cuochi, lezioni di pasticceria e molto altro ancora. **Gli anziani forniscono sostegno e collaborazione ai progetti culturali** della Fondazione Ferrero, sempre più frequenti e articolati nel tempo: essi sono attivi nella realizzazione degli allestimenti per le mostre, nell'accoglienza degli ospiti, nei servizi di sorveglianza, nella gestione del *bookshop* durante gli eventi espositivi e molto altro ancora. Sono frequenti i momenti di aggiornamento e approfondimento delle attività di volontariato, utili a fornire un aiuto concreto a malati e bisognosi.

Nel 2013/2014, **oltre 700 persone** hanno frequentato abitualmente la Fondazione Ferrero, partecipando a una o più delle attività dei gruppi, facendo registrare oltre **1.400 iscrizioni**.

## ASSISTENZA SOCIO-SANITARIA

Nel corso del 2014, in ambito di assistenza socio-sanitaria, sono state svolte **670 visite mediche** per gli anziani Ferrero e i loro coniugi di Alba e circondario. Inoltre, presso l'ambulatorio medico sono state effettuate **445 visite di controllo** per gli anziani Ferrero e i coniugi che partecipano ai corsi di attività motoria.

Grazie a **8 infermieri volontari**, sono state eseguite 2.668 misurazioni della pressione arteriosa, 381 terapie iniettive intramuscolari, 118 elettrocardiogrammi, 243 rilevazioni della glicemia. Nel 2014, l'infermeria è rimasta aperta 221 giorni, per un totale di 331 ore.

Il servizio di **podologia** ha fornito assistenza a **110 persone; 676 persone** hanno invece usufruito del servizio di **cura delle patologie del piede e 60 sono state le sedute di**



**fortoterapia**. Inoltre, è stata fornita **assistenza neurologica a 182 pazienti**.

La Fondazione offre dei corsi di **attività motoria** a cui, nel corso del 2014, hanno partecipato 455 persone divise in 12 gruppi di attività motoria normale e 22 gruppi di attività motoria mirata. Anche 22 anziani Ferrero in servizio hanno partecipato a corsi di attività motoria mirata.

Anche per il 2014 la Fondazione Ferrero ha promosso l'attività di **nordic walking**, che si è svolta regolarmente nei mesi da marzo a giugno e da settembre a dicembre. L'attività ha riscosso numerose adesioni: **gli anziani che hanno scelto di praticare nordic walking sono stati 103**, divisi in 6 gruppi.

Nel corso del 2014 è continuato il programma di **screening per la prevenzione e la diagnosi precoce della degenerazione maculare legata all'età**, in collaborazione con la Fondazione per la Macula di Genova. Nel 2014 sono state effettuate **170 visite**.

## SERVIZIO DI ASSISTENZA SOCIO-SANITARIA DOMICILIARE E CENTRO PRELIEVI

Nel giugno 2013, è stato avviato un **servizio di assistenza socio-sanitaria domiciliare** rivolto agli anziani Ferrero pensionati e ai rispettivi coniugi residenti ad Alba e dintorni. L'obiettivo è di collaborare con i familiari e il medico curante in tutti i casi in cui un anziano Ferrero necessita di assistenze e prestazioni sanitarie al proprio domicilio. Tale servizio non vuole sostituirsi alla già esistente ADI (Assistenza Domiciliare Integrata) fornita dalla ASL CN2, ma integrarne le attività domiciliari. Grazie alla presenza di volontari del gruppo solidarietà e a un veicolo dedicato, l'infermiera professionale si reca direttamente al domicilio del paziente.



**NEL CORSO DEL 2014 SONO STATI ESEGUITI 481 PRELIEVI EMATICI E 264 VISITE DOMICILIARI.**

## GIORNATA DI SOLLIEVO

Da giugno 2014, **sono periodicamente accolti in Fondazione gli anziani Ferrero e i loro coniugi che necessitano di assistenza** o di compagnia perché soli a casa, dando la possibilità ai *caregivers* di avere qualche ora da poter dedicare alle proprie attività.

Per due mercoledì al mese, in presenza dell'assistente sociale, dell'infermiere professionale e con la supervisione dei medici della Fondazione, si invitano una ventina di persone in Fondazione dalle 11 fino alle 16, condividendo anche il momento del pranzo.

## IL NIDO FERRERO

Continua l'attività dell'asilo nido aziendale, in funzione dall'autunno 2009. Il nido Ferrero **può ospitare 80 bambini, in età compresa fra i tre mesi e i tre anni, a condizioni agevolate per i dipendenti**; una percentuale tra il 5 e il 10% è riservata a bambini albesi, indicati dal Comune.

**NEI SUOI ANNI DI ATTIVITÀ, IL NIDO FERRERO SI È AFFERMATO COME LUOGO AL SERVIZIO DEI BAMBINI, UNO SPAZIO DI INCONTRO, INFORMAZIONE, FORMAZIONE E CONFRONTO PER GENITORI, EDUCATORI, OPERATORI DELL'ASSISTENZA, DEL SOSTEGNO E DELL'AZIONE CREATIVA.**

Il nido Ferrero è architettonicamente all'avanguardia, a misura d'infanzia e con spazi sicuri e curati dove potersi muovere in libertà, riposare, giocare, divertirsi. La crescita dei bambini e l'acquisizione di coscienza e conoscenza sono assicurati anche evitando, quando possibile, di invadere la libertà di ognuno di essi. In tal modo, i bambini possono esprimersi e muoversi conquistando anche sicurezza.



Il nido offre sostegno e consulenza alle famiglie, **organizzando incontri e promuovendo colloqui su temi educativi** dedicati alla genitorialità e alla crescita sana dei bambini. Per le diverse attività didattiche sono a disposizione laboratori della luce, di pittura, di materiali per le attività di manipolazione e di musica. Lo spazio esterno permette, a seconda delle stagioni, di far vivere ai bambini esperienze a contatto con la natura. L'asilo è inoltre dotato di una cucina interna che usa prodotti freschi, legati alla stagionalità.

**Gli anziani della Fondazione**, nella loro funzione di "nonni", **praticano attività diverse con bambini e genitori**. I nonni mettono a disposizione tempo, esperienza, affetto e si rendono protagonisti di momenti di incontro in cui si leggono favole e filastrocche, si preparano piccole pietanze, si confezionano addobbi, si cura l'orto.

Il servizio medico della Fondazione presta attività di consulenza presso il nido Ferrero. Sono organizzati incontri mensili con la direttrice ed è effettuato un periodico coordinamento con i pediatri di base dell'ASL CN2 Alba-Bra. Tra le attività svolte vi sono: consulenza per traumi minori o patologie che

non richiedono il Pronto Soccorso, organizzazione di incontri semestrali di formazione per gli educatori professionali e per il personale dell'asilo nido, supervisione e partecipazione all'elaborazione dei menu stagionali, sottoposti al controllo degli uffici ASL competenti.

## 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**, grazie al 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 IN 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.

Sono assegnati **due premi del valore di 5.000 euro** agli studenti che hanno conseguito il titolo con la migliore valutazione e un premio, di pari importo, alla miglior tesi finale.

## PROGETTI CULTURALI

La Fondazione Ferrero è sempre più una realtà viva in ambito culturale. Con le sue iniziative di studio e di ricerca, è protagonista di momenti formativi intensi, pensati per **sviluppare una rete di idee e di esperienze trasversali** ai vari ambiti del sapere. In sintonia con i valori d'impresa, la Fondazione Ferrero promuove occasioni di confronto a favore di una cultura attiva, creativa e responsabile. Nel perseguimento dei propri obiettivi, la Fondazione Ferrero sostiene e favorisce azioni culturali in sinergia con fondazioni, enti e istituzioni locali, nazionali e internazionali, veri *starting supporters*

di progetti duraturi, pensati a vantaggio di tutta la società.

La Fondazione eroga, ogni anno, **borse di studio nazionali e internazionali** ai figli dei dipendenti e degli anziani Ferrero, sostiene ricerche scientifiche e dottorati di ricerca. Inoltre, dà impulso e finanzia progetti ed eventi che intreccino scienza e ricerca, arte e cultura, discipline economiche e sociali. In particolare, è favorita la conoscenza delle figure più rilevanti della storia culturale di Alba e del Piemonte, con l'intento di richiamarne l'attenzione anche fuori dai confini nazionali.

## Felice Casorati. Collezioni e mostre tra Europa e Americhe

Nell'autunno del 2014 la Fondazione ha inaugurato la mostra *Felice Casorati. Collezioni e mostre tra Europa e Americhe*. La mostra ha portato ad Alba **oltre 100.000 visitatori**, segnando un record di presenze e di apprezzamenti anche tra i bambini, che hanno potuto fruire dei laboratori didattici, tra gruppi e associazioni e tra studenti di scuole medie, istituti superiori e licei.

Le opere sono state individuate tra quelle che Casorati stesso, durante la sua lunga carriera artistica, iniziata nel 1907 e conclusa con la sua scomparsa nel 1963, scelse di presentare nei contesti espositivi internazionali.



## Mostra "Sorrisi di madri africane"

Dal 21 maggio al 13 giugno 2014, la Fondazione ha organizzato la mostra "Sorrisi di madri africane", curata dal **CCM - Comitato Collaborazione Medica** insieme a **Magnum Photos**.

Il CCM, organizzazione non governativa fondata nel 1968 da un gruppo di medici torinesi, ha esposto in mostra 30 tra le foto più belle dei fotografi Magnum scattate nei Paesi africani dove i medici e il personale sanitario della ONG sono presenti. La mostra ha rappresentato un prezioso strumento per **far conoscere la situazione di mamme e bambini nei Paesi dell'Africa Subsahariana**.

Attraverso la campagna "Sorrisi di madri africane", lanciata nel

2011 e in chiusura nel 2015, il CCM vuole garantire assistenza durante la gravidanza e il parto a 200.000 donne, offrire cure e vaccinazioni a 500.000 bambini, formare 1.700 operatori sanitari in ostetricia e pediatria e ristrutturare ed equipaggiare 27 centri di salute.

A chiusura del periodo espositivo, nell'ambito del ciclo di conferenze organizzato dalla Fondazione Ferrero, si è svolto l'appuntamento intitolato "Racconti africani. Esperienze di volontariato e di vita con il CCM". I medici del CCM, in conversazione con Piero Bianucci, hanno raccontato cosa significa essere medico volontario in Africa, tra difficoltà e soddisfazioni, e quale sia il sostegno dato alle mamme e ai bambini.



## Ciclo di conferenze

La Fondazione Ferrero **organizza periodicamente incontri nell'ambito del "Ciclo di conferenze"**. Nel periodo preso in esame dal presente rapporto sono state realizzate le seguenti conferenze:

- il Professor **Mario Di Martino** ha parlato del passaggio della cometa ISON, particolare per velocità, dimensioni e luminosità;
- **Giorgio Simonelli**, in conversazione con i giornalisti Orlando Perera e Roberto Fiori, ha presentato il proprio libro "Cari amici vicini e lontani. L'avventurosa storia della radio" che ricostruisce il movimentato percorso del sistema radiofonico alla ricerca di una collocazione culturale;
- il Professor **Eugenio Del Toma**, specialista in Scienza dell'Alimentazione e in Gastroenterologia, è stato protagonista di un incontro sulla nutrizione come stile di vita, come contributo attivo e consapevole alla longevità dell'uomo e all'invecchiamento di successo, in rapporto ai molteplici condizionamenti culturali e tecnologici (positivi o limitativi) che influiscono sulla nostra condotta quotidiana;
- il giornalista **Giuseppe Altamore** ha messo in luce i problemi legati alla rete idrica italiana, con uno sguardo sulla realtà europea e sulla situazione mondiale;
- il Professor **Giovanni Appendino** ha tenuto una conferenza dal titolo "Bruciare di salute. Il peperoncino in cucina e in farmacia". Nel corso della conferenza ha illustrato cosa si nasconde nei cibi piccanti e perché hanno tanto successo. Inoltre è stato anche esaminato il rapporto tra cuochi e farmacologi;
- **Maria Caramelli**, direttrice dell'Istituto Zooprofilattico sperimentale di Torino, ha illustrato come funzionano in Italia i controlli sul cibo;
- **Gustavo Zagrebelsky**, ex Presidente della Corte Costituzionale, si è occupato della Costituzione italiana dando spazio a numerose domande sui potenziali conflitti di rispetto della Costituzione nel contesto attuale;
- **Francesco Profumo**, docente al Politecnico di Torino ed ex Ministro dell'Istruzione, si è occupato degli aspetti educativi del mondo dell'istruzione e dei suoi risvolti pratici: acquisire conoscenze con l'obiettivo dell'inserimento nel mondo del lavoro.

Per quanto riguarda le **proposte musicali**, è proseguita la collaborazione con l'Unione musicale di Torino, associazione senza scopo di lucro, fondata nel 1946, e con *Italy & Usa Alba Music Festival*, rassegna diretta dai musicisti Giuseppe Nova, Jeffrey Silberschlag e Larry Edward Vote.

È proseguita anche la redazione della **rivista aziendale Filodiretto**, pubblicata quattro volte l'anno e inviata a oltre 20.000 persone in tutto il mondo, tra dipendenti del Gruppo e anziani. La rivista è tradotta in quattro lingue (inglese, tedesco, francese e spagnolo) e contiene il resoconto delle iniziative del Gruppo Ferrero, delle singole società e della Fondazione.



## OBIETTIVI FUTURI

La Fondazione Ferrero e l'Accademia di Medicina di Torino, a due anni di distanza dalla positiva e apprezzata esperienza del convegno internazionale "Invecchiamento di successo: un approccio multidisciplinare", svoltosi ad Alba nell'autunno del 2013, propongono un nuovo momento di riflessione sul tema dell'invecchiamento, alla luce delle nuove sfide sociali, economiche e culturali.

In programma nei giorni **5-6-7 novembre 2015**, il convegno "Invecchiamento di successo: nuovi orizzonti" si svolgerà nell'Auditorium della Fondazione Ferrero, e si avvarrà di un Comitato Scientifico dedicato.

## OPERA SOCIALE FERRERO IN GERMANIA

L'Opera Sociale è stata fondata nel 2008 presso lo stabilimento produttivo di Stadtallendorf. È il luogo in cui **gli ex collaboratori possono incontrarsi, scambiarsi esperienze e godere della compagnia reciproca**. L'Opera Sociale fornisce ai pensionati Ferrero un'ampia gamma di attività e promuove uno stile di vita attivo e salutare. Il programma si fonda su 3 pilastri e propone un approccio olistico alle persone che ne sono coinvolte.

### MENTE Informazione e Apprendimento

Corsi per sviluppare capacità e abilità specifiche, eventi culturali e dibattiti, quali ad esempio il Caffè Letterario, approfondimenti di storia e appartenenza al territorio, corsi di informatica, fotografia, pittura e teatro.

### CORPO Fitness e Nutrizione

Attività sportive, tecniche di rilassamento e iniziative per migliorare la qualità della vita, come ad esempio escursionismo e cicloturismo, *Qi Gong*, allenamenti di *Life Kinetic* e corsi di cucina nello spazio adibito e condiviso.

### ANIMA Condivisione e Socialità

Momenti in cui scambiare storie ed esperienze, da trascorrere in compagnia, quali, a titolo esemplificativo, una colazione salutare con cui iniziare la giornata o situazioni in cui condividere creatività e organizzare eventi.

L'obiettivo è quello di **coinvolgere attivamente tutti gli ex collaboratori Ferrero**, rendendo possibile un apprendimento reciproco e condiviso. La certezza o la speranza, è che questo porti alla crescita numerica degli eventi organizzati dagli anziani Ferrero, per se stessi e per gli altri membri dell'Opera Sociale.



Il programma di eventi è stato ampliato nell'ultimo anno, **coinvolgendo 5.382 partecipanti per un totale di 258 attività**. In questo modo l'Opera Sociale sta diventando, giorno dopo giorno, una parte integrante della vita quotidiana per gli ex collaboratori Ferrero.

Altresì importante è la dimensione della relazione intergenerazionale: gli ex collaboratori possono trasmettere le proprie capacità acquisite e le proprie esperienze ricche di valore alle persone che non fanno parte dell'Opera Sociale, facilitando il dialogo tra generazioni.



## PROGETTO "BOOKWORMS" ("TOPI DI BIBLIOTECA")

Non c'è nulla di più coinvolgente che leggere, raccontare e ascoltare storie. Sulle basi di questo assunto, l'iniziativa vuole permettere agli anziani dell'Opera Sociale di **stabilire un legame con i bambini** a cui si rivolgono. Al tempo stesso, la lettura ad alta voce migliora la capacità di concentrazione, mentre i bambini possono scoprire e sfruttare il proprio potenziale, sviluppando la personalità e un senso di responsabilità sociale. Come compagni di lettura, i "bookworms" (simpaticamente "topi di biblioteca") sono coinvolti in prima persona nell'Opera Sociale così come a scuola, nel prescuola e nel centro giovanile di Stadtallendorf.

## MUSEO INTERATTIVO DEI PICCOLI

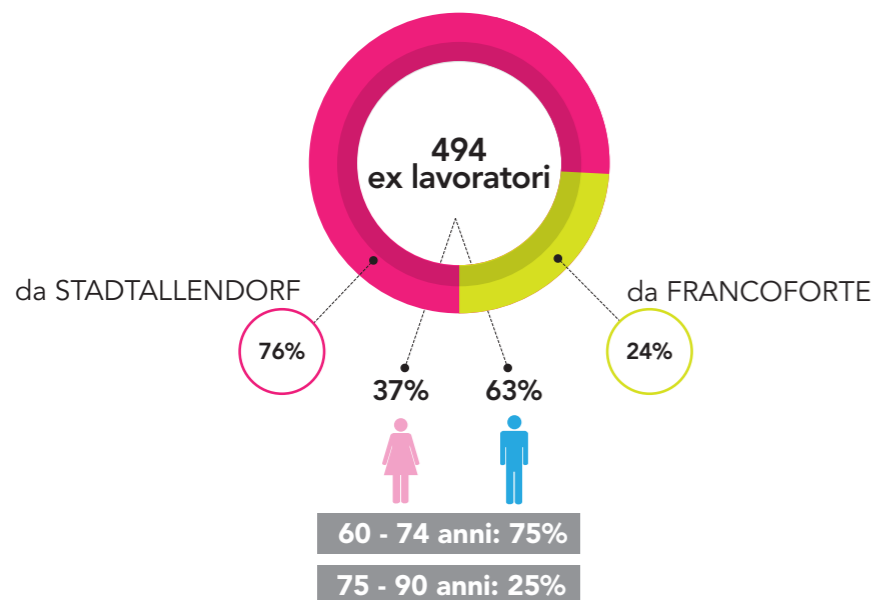
In virtù della collaborazione con i professori del "Kinder® & Jugendmuseum Nürnberg" (Museo dei bambini e dei giovani di Norimberga), i bambini imparano in un ambiente autentico e attraverso un'**installazione museale interattiva** nei locali dell'Opera Sociale. Il percorso inizia con una mostra sulle origini e sulla produzione del cacao e del cioccolato a cui segue "Let's go to Rome", uno sguardo variopinto sull'antica cultura romana. Infine il percorso termina con un collegamento al presente e alla famiglia Ferrero. L'iniziativa è rivolta ai membri dell'Opera Sociale, ai loro nipoti e alle scolaresche dei dintorni.



## Riflettori sul benessere

Ferrero sta rafforzando il proprio impegno nell'Opera Sociale e sul territorio attraverso una serie di eventi realizzati insieme alla cittadina di Stadtallendorf. Gli appuntamenti sulla "gestione energetica" sono proseguiti con un approfondimento sulla "gestione della salute", in cui si cerca di **sensibilizzare i partecipanti sul tema della salute con mezzi non convenzionali**. In aggiunta a queste tecniche alternative di trattamenti e a nuove forme di allenamento, le persone gettano uno sguardo sulla salute e sulla medicina da una prospettiva storica, imparando molto su stili di vita e diete sani ed equilibrati. Iniziato nel marzo 2015, il ciclo di appuntamenti è rivolto ai membri dell'Opera Sociale, ma anche agli anziani di Stadtallendorf e dintorni. Anche i nipoti, inoltre, possono esplorare, divertendosi, il tema della salute e della fisiologia umana.

### I NUMERI DELL'OPERA SOCIALE IN GERMANIA



**72%** ha partecipato ad almeno un'attività dell'Opera Sociale.

Di essi:

quota degli anziani di STADTALLENDORF: 78%

quota degli anziani di FRANCOFORTE: 49%

## OPERA SOCIALE FERRERO IN FRANCIA



Il *Groupe d'Initiatives et de Solidarité* (GIS, Gruppo delle Iniziative e della Solidarietà) è un'associazione creata nel 2005, che raggruppa coloro che hanno raggiunto la pensione in Ferrero Francia e i loro coniugi, i quali possono diventare, a richiesta, "membri associati".

Gli obiettivi del GIS sono di accompagnare gli ex collaboratori di Ferrero Francia nella loro nuova vita di pensionati, per mantenere il legame di amicizia e di solidarietà con la società e tra loro stessi. A tale scopo è stato allestito uno spazio dedicato, nello stabilimento di Villers-Écalles, che permette così di offrire ai membri del GIS un luogo di raccolta privilegiato in seno all'azienda.

Le attività del GIS sono strutturate in 4 pilastri:

- SOCIALITÀ** | restare in contatto con l'azienda e i suoi ex collaboratori.
- CULTURA** | organizzare gite culturali e stimolare la curiosità.
- SALUTE** | mantenersi in salute fisicamente e intellettualmente.
- SOLIDARIETÀ** | essere partecipi di appuntamenti con associazioni locali e nazionali.

La "cellule sociale" Ferrero accompagna i membri del GIS e li aiuta nella realizzazione delle loro iniziative. Questa relazione privilegiata con l'azienda permette ogni anno di realizzare ottimi progetti in collaborazione con Ferrero Francia.

**Socialità** - Un gruppo variabile tra 30 e 40 membri si riunisce tutti i martedì nello spazio adibito al GIS a Villers-Écalles, al fine di condividere momenti di convivialità. I più sportivi approfittano di questi momenti di incontro per fare *jogging*. Inoltre, per consolidare una relazione costante con l'azienda, i membri del GIS sono invitati al pranzo natalizio annuale dei dipendenti di Ferrero Francia.

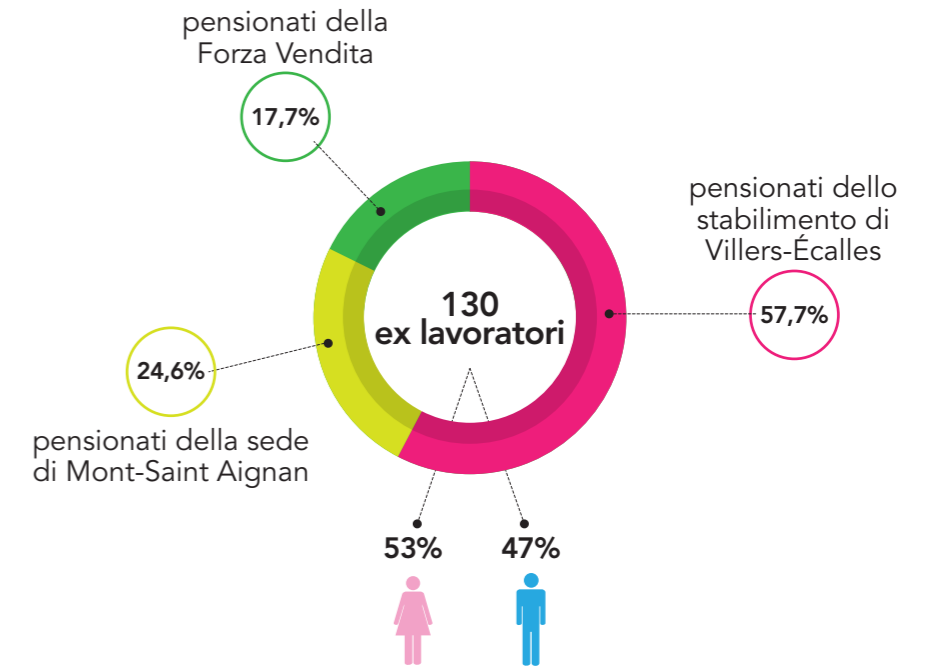
**Cultura** - Ogni anno sono organizzati circa 20 grandi appuntamenti culturali. Viaggi organizzati, visite guidate, giornate alla scoperta del patrimonio culturale e altro ancora. Tali attività permettono di stimolare la curiosità e arricchire la cultura di coloro che partecipano alla vita del GIS.

**Salute** - Al fine di conservare e migliorare le condizioni fisiche dei membri del GIS, sono realizzate con regolarità escursioni e attività di *trekking*. Parimenti, i partecipanti al GIS possono prendere parte a giochi per stimolare la memoria e la brillantezza intellettuale.

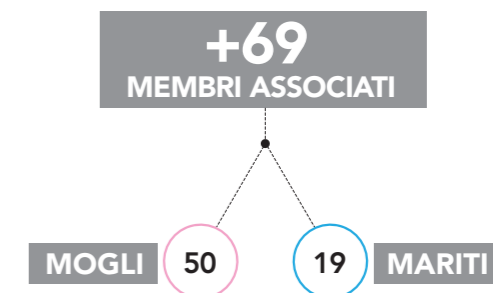
**Solidarietà** - Nel corso del 2014 sono state avviate sei *partnership* di solidarietà con associazioni locali, coinvolgendo specialmente associazioni dedicate all'infanzia. Lo scambio intergenerazionale e il dialogo sono alimentati attraverso incontri tra i membri del GIS e i bambini che sono coinvolti nelle associazioni *partner*.



I NUMERI DELL'OPERA SOCIALE IN FRANCIA



**44%** ha partecipato ad almeno un'attività dell'Opera Sociale.



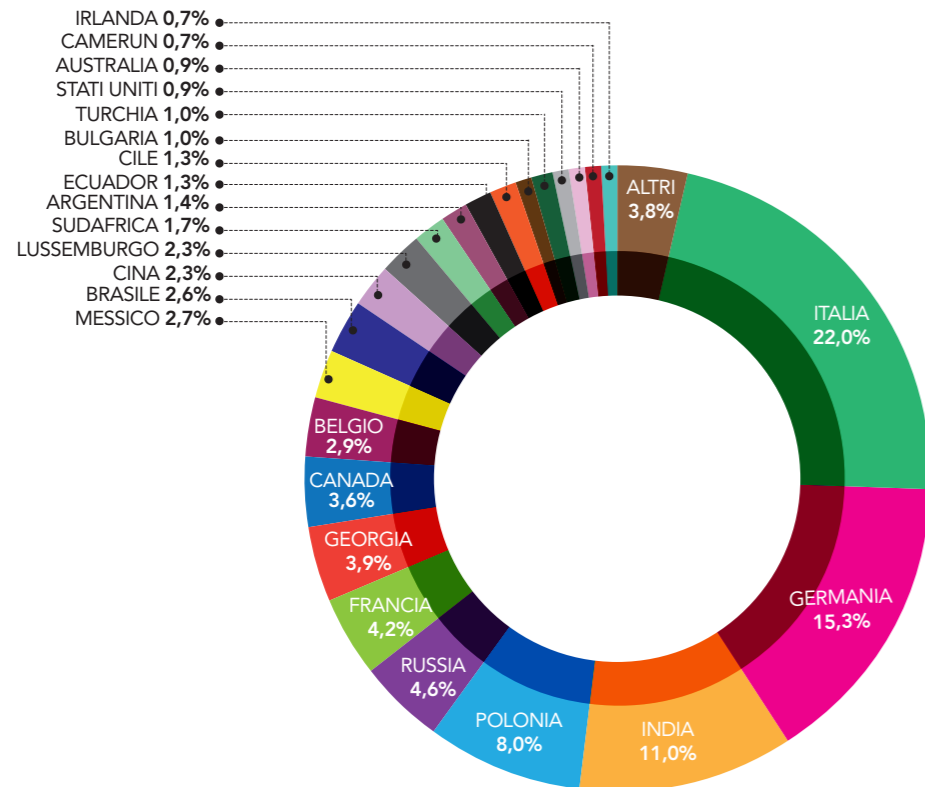


# LE DONNE E GLI UOMINI FERRERO

Al 31 agosto 2014, il numero puntuale dei collaboratori di Ferrero è di **34.236**.

Tale dato è formato da **27.457 dipendenti** a cui si aggiungono 28 dipendenti di Ferrero Industrial Services G.E.I.E e Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero, per un totale di **27.485 dipendenti**. A questi occorre aggiungere **6.751** persone esterne che collaborano con le aziende del Gruppo<sup>1</sup> (prevalentemente come lavoratori interinali e agenti<sup>2</sup>).

**COLLABORATORI INTERNI ED ESTERNI PER PAESE DEL GRUPPO FERRERO AL 31 AGOSTO 2014**



1. Tale dato include anche le persone esterne che collaborano con Ferrero Industrial Services G.E.I.E e Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero.

2. Il dato comprende anche gli stage formativi e altri rapporti di collaborazione diretta, con esclusione dei contratti di servizi.

PAESI	AL 31 AGOSTO 2014	
	N. COLLABORATORI	%
Italia	7.533	22,0%
Germania	5.243	15,3%
India	3.779	11,0%
Polonia	2.727	8,0%
Russia	1.577	4,6%
Francia	1.444	4,2%
Georgia	1.344	3,9%
Canada	1.246	3,6%
Belgio	978	2,9%
Messico	916	2,7%
Brasile	884	2,6%
Cina	801	2,3%
Lussemburgo	772	2,3%
Sudafrica	582	1,7%
Argentina	466	1,4%
Ecuador	459	1,3%
Cile	439	1,3%
Bulgaria	357	1,0%
Turchia	331	1,0%
Stati Uniti	304	0,9%
Australia	292	0,9%
Camerun	232	0,7%
Irlanda	231	0,7%
Altri	1.299	3,8%
<b>TOTALE</b>	<b>34.236</b>	<b>100,0%</b>

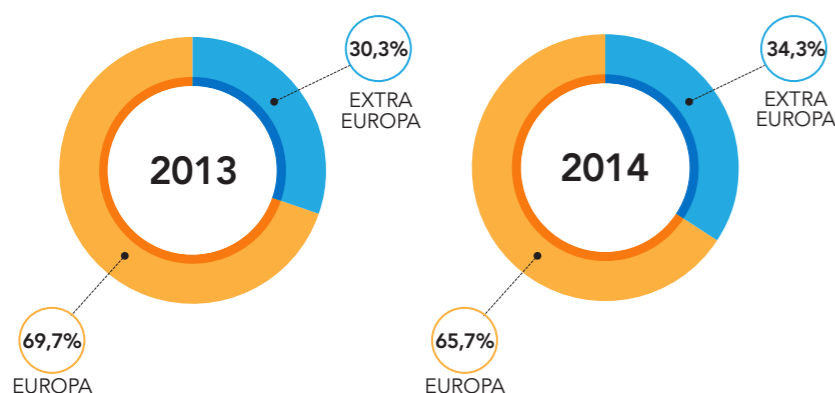
Al 31 agosto 2014, il Gruppo Ferrero include **dipendenti appartenenti a 100 diverse nazionalità**.

In particolare, rispetto all'anno precedente, si segnala un aumento del numero dei dipendenti in Georgia, Messico e Cina.

## UNA COSTANTE ESPANSIONE NEL MONDO

Il Gruppo mantiene una forte presenza del proprio personale e delle proprie attività in Europa<sup>3</sup> e continua ad **accrescere la propria presenza extraeuropea, passando dal 30,3% nel 2012/2013 al 34,3% nel 2013/2014, con un aumento di quattro punti percentuali.**

### ORGANICO PUNTUALE DEL GRUPPO AL 31 AGOSTO PER AREA GEOGRAFICA



## LE PERSONE FERRERO IN NUMERI

### ORGANICO PUNTUALE DEL GRUPPO AL 31 AGOSTO

N. DIPENDENTI	AL 31/08/2013	AL 31/08/2014
<b>TOTALE</b>	<b>24.797</b>	<b>27.485</b>
di cui donne	42,7%	43,3%

\*L'organico puntuale considera i dipendenti impiegati direttamente da Ferrero al 31 agosto, inclusi i dipendenti di Ferrero Industrial Services G.E.I.E e Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero.

Si riscontra un positivo incremento della presenza femminile in termini percentuali. **di crescita anche per i contratti a tempo indeterminato.**

Al 31 agosto 2014, l'organico puntuale è in incremento rispetto al precedente anno, con particolare riferimento ai contratti a termine e stagionali in ambito produttivo. Si riscontra, tuttavia, un positivo **trend**

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 e in concomitanza con le ricorrenze festive.

3. Per Europa si intende l'insieme dei 28 Paesi membri dell'UE.

Ciò fa sì che circa il 70% della produzione sia concentrata in 7/8 mesi dell'anno (stagione invernale); tale situazione rende indispensabile il ricorso, da parte di Ferrero, all'utilizzo di contratti a termine stagionali.

L'**organico medio** nel 2013/2014 è pari a **24.836 persone**, a cui si aggiunge l'organico medio di Ferrero Industrial Services G.E.I.E e Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero, per un totale di **24.864**.

### ORGANICO DI GRUPPO PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO

TIPOLOGIA DI CONTRATTO	AL 31/08/2013		AL 31/08/2014	
	N. DIPENDENTI	%	N. DIPENDENTI	%
Tempo determinato	5.671	22,9%	7.370	26,8%
Tempo indeterminato	19.126	77,1%	20.115	73,2%
<b>TOTALE</b>	<b>24.797</b>	<b>100%</b>	<b>27.485</b>	<b>100%</b>

PART-TIME/FULL-TIME	AL 31/08/2013		AL 31/08/2014	
	%		%	
Part-time	8,4%		6,2%	
Full-time	91,6%		93,8%	

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 le esigenze aziendali stagionali con quelle extralavorative dei dipendenti.

### ORGANICO DI GRUPPO PER INQUADRAMENTO

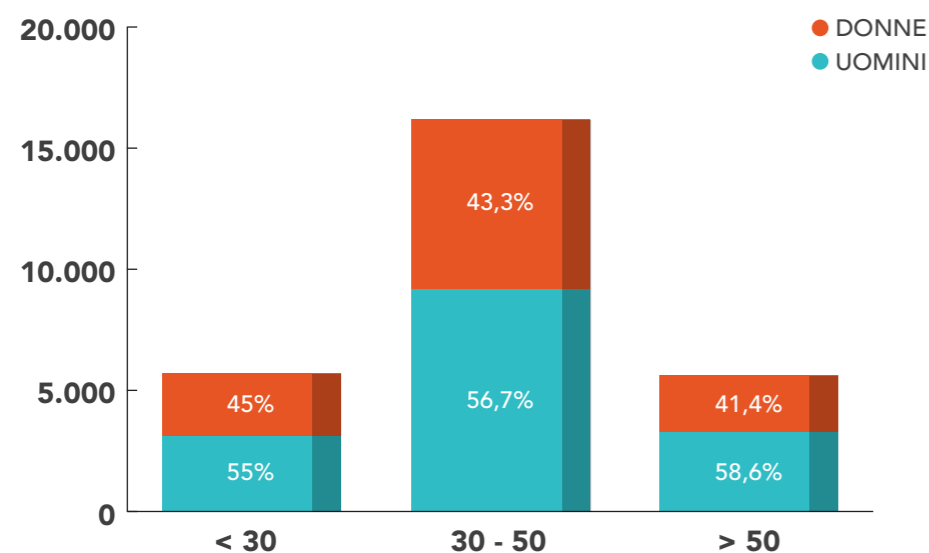
INQUADRAMENTO	AL 31/08/2013		AL 31/08/2014	
	N. DIPENDENTI	%	N. DIPENDENTI	%
Operai	14.338	57,8%	16.121	58,7%
Impiegati	7.698	31%	8.374	30,5%
Middle manager	1.911	7,7%	2.109	7,7%
Senior manager	850	3,4%	881	3,2%
<b>TOTALE</b>	<b>24.797</b>	<b>100%</b>	<b>27.485</b>	<b>100%</b>

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 illustrata la ripartizione per fasce di età dell'organico di Gruppo.

ORGANICO DI GRUPPO PER FASCE DI ETÀ E GENERE AL 31 AGOSTO 2014



ORGANICO DI GRUPPO PER FASCE DI ETÀ

FASCE DI ETÀ	AL 31/08/2013	AL 31/08/2014
	%	%
< 30	20,5%	20,7%
30 - 50	57,8%	58,9%
> 50	21,7%	20,4%
<b>TOTALE</b>	<b>24.797</b>	<b>27.485</b>

In ragione della crescente anzianità media del personale, aumenta la popolazione di età media compresa tra i 30 e i 50 anni.

I Comitati descritti nel paragrafo "La struttura organizzativa e di governance del Gruppo" sono composti da 18 membri che appartengono per il 56% alla fascia di età "oltre i 60", per il 28% alla fascia di età "tra i 51 e i 60" e per il 17% alla fascia di età "tra i 40 e i 50", tra cui il CEO di Gruppo. In tali Comitati, la presenza femminile corrisponde al Presidente del Consiglio di Amministrazione.

## PRESENZA FEMMINILE E MASCHILE



Rispetto all'anno precedente, l'occupazione femminile nel Gruppo è in aumento sia in Europa sia fuori dai confini europei. Cresce, inoltre, la presenza femminile nella popolazione dei *middle* e *senior manager*.

Si conferma, inoltre, il trend di crescita della percentuale di donne *part-time*.

ORGANICO DI GRUPPO AL 31 AGOSTO

ORGANICO	2012/2013			2013/2014		
	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE
	N. DIPENDENTI	%	%	N. DIPENDENTI	%	%
<b>Area geografica</b>						
Europa	17.280	58%	42%	18.064	57,7%	42,3%
Extra Europa	7.517	55,9%	44,1%	9.421	54,9%	45,1%
<b>Inquadramento</b>						
Operai	14.338	53,8%	46,2%	16.121	53%	47%
Impiegati	7.698	57,6%	42,4%	8.374	57,8%	42,2%
<i>Middle manager</i>	1.911	69,9%	30,1%	2.109	68,5%	31,5%
<i>Senior manager</i>	850	87,4%	12,6%	881	86,6%	13,4%
<b>Tipologia di contratto</b>						
Tempo determinato	5.671	44,6%	55,4%	7.370	45,9%	54,1%
Tempo indeterminato	19.126	61,1%	38,9%	20.115	60,7%	39,3%
<b>Part-time/Full-time</b>						
<i>Part-time</i>	2.074	22,6%	77,4%	1.715	19,5%	80,5%
<i>Full-time</i>	22.723	60,5%	39,5%	25.770	59,2%	40,8%
<b>Organico totale</b>	<b>24.797</b>	<b>57,3%</b>	<b>42,7%</b>	<b>27.485</b>	<b>56,7%</b>	<b>43,3%</b>

## 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 2013/2014 il Gruppo Ferrero ha effettuato **3.550** nuove assunzioni, di cui **1.879** uomini (52,9%) e **1.671** donne (47,1%).

### TURNOVER IN USCITA E IN ENTRATA PER FASCE DI ETÀ – EUROPA

2012/2013						
EUROPA	TURNOVER IN USCITA			TURNOVER IN ENTRATA		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
< 30	52	49	101	164	163	327
30 - 50	109	130	239	141	177	318
> 50	62	113	175	6	22	28
<b>TOTALE</b>	<b>223</b>	<b>292</b>	<b>515</b>	<b>311</b>	<b>362</b>	<b>673</b>
%	3,07%	2,91%	2,98%	4,28%	3,61%	3,89%
2013/2014						
EUROPA	TURNOVER IN USCITA			TURNOVER IN ENTRATA		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
< 30	73	97	170	254	265	519
30 - 50	138	123	261	179	208	387
> 50	95	84	179	25	20	45
<b>TOTALE</b>	<b>306</b>	<b>304</b>	<b>610</b>	<b>458</b>	<b>493</b>	<b>951</b>
%	4,00%	2,92%	3,38%	5,99%	4,73%	5,26%

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

2012/2013						
EXTRA EUROPA	TURNOVER IN USCITA			TURNOVER IN ENTRATA		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
< 30	349	238	587	680	527	1.207
30 - 50	385	308	693	481	580	1.061
> 50	72	47	119	24	35	59
<b>TOTALE</b>	<b>806</b>	<b>593</b>	<b>1.399</b>	<b>1.185</b>	<b>1.142</b>	<b>2.327</b>
%	24,31%	14,11%	18,61%	35,75%	27,18%	30,96%
2013/2014						
EXTRA EUROPA	TURNOVER IN USCITA			TURNOVER IN ENTRATA		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
< 30	293	324	617	684	748	1.432
30 - 50	328	403	731	503	602	1.105
> 50	52	52	104	26	36	62
<b>TOTALE</b>	<b>673</b>	<b>779</b>	<b>1.452</b>	<b>1.213</b>	<b>1.386</b>	<b>2.599</b>
%	15,85%	15,05%	15,41%	28,57%	26,78%	27,59%

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

2012/2013						
GRUPPO	TURNOVER IN USCITA			TURNOVER IN ENTRATA		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
< 30	401	287	688	844	690	1.534
30 - 50	494	438	932	622	757	1.379
> 50	134	160	294	30	57	87
<b>TOTALE</b>	<b>1.029</b>	<b>885</b>	<b>1.914</b>	<b>1.496</b>	<b>1.504</b>	<b>3.000</b>
%	9,73%	6,22%	7,72%	14,14%	10,58%	12,10%
2013/2014						
GRUPPO	TURNOVER IN USCITA			TURNOVER IN ENTRATA		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
< 30	366	421	787	938	1.013	1.951
30 - 50	466	526	992	682	810	1.492
> 50	147	136	283	51	56	107
<b>TOTALE</b>	<b>979</b>	<b>1.083</b>	<b>2.062</b>	<b>1.671</b>	<b>1.879</b>	<b>3.550</b>
%	8,23%	6,95%	7,50%	14,05%	12,05%	12,92%

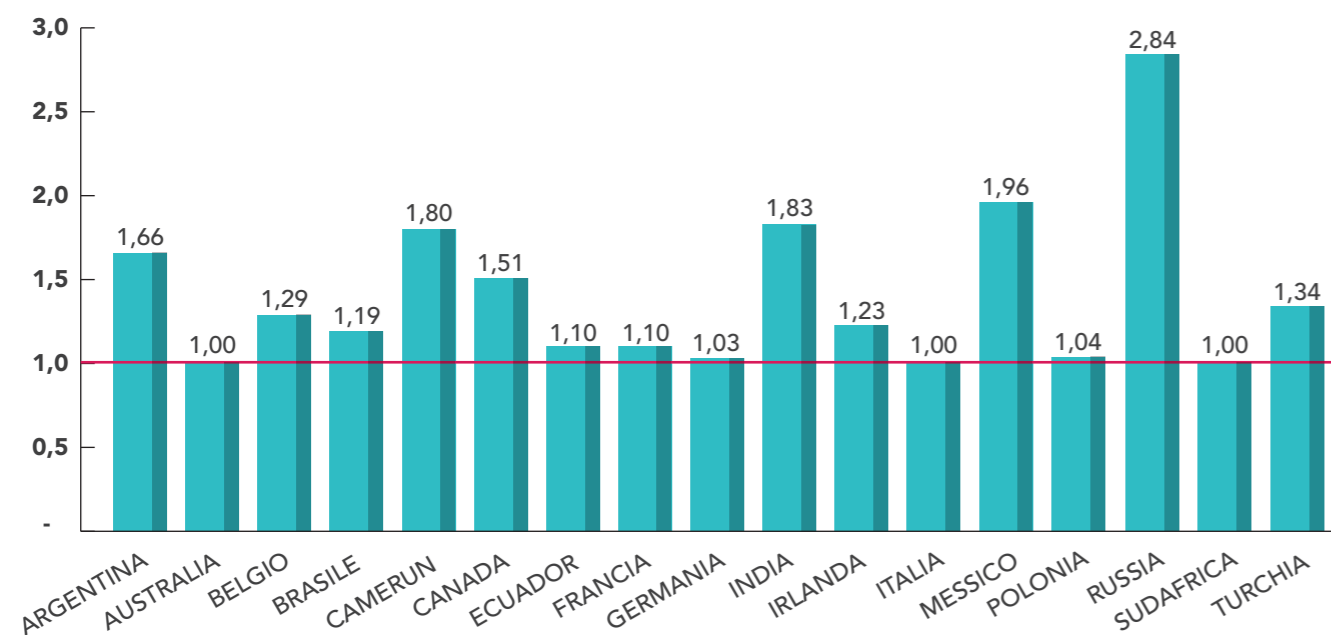
I dati relativi al ritorno al lavoro dopo il periodo di congedo parentale delle donne e degli uomini Ferrero saranno disponibili entro il 2014/2015.

## 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 aziendali integrativi, 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 dei singoli Paesi in cui sono presenti gli stabilimenti Ferrero.

**RAPPORTO TRA LO STIPENDIO BASE DEGLI OPERAI NEOASSUNTI E IL MINIMO LEGALE NEL 2013/2014\***



\*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. Il rapporto pari a 1 indica corrispondenza tra il minimo legale e quanto corrisposto da Ferrero. Per il Sudafrica occorre tenere conto del fatto che, non essendo disponibile un minimo legale nazionale, è stato preso a riferimento l'accordo tra Ferrero e il sindacato nazionale.



Di seguito è riportato il rapporto<sup>4</sup> 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, si è in grado ad oggi di fornire tali informazioni relativamente a un campione di Paesi.

**RAPPORTO RETRIBUZIONE MEDIA PER GENERE E INQUADRAMENTO**

INQUADRAMENTO	RAPPORTO RETRIBUZIONE DONNE VS UOMINI 31/08/2013	RAPPORTO RETRIBUZIONE DONNE VS UOMINI 31/08/2014
<b>Italia</b>		
Operai	92,2	92,4
Impiegati	95,8	95,4
Middle manager	95,6	93,9
Senior manager	66,6	72,4
<b>Germania</b>		
Operai	78,0	79,1
Impiegati	83,7	84,5
Middle manager	88,2	85,8
Senior manager	90,8	92,7
<b>Francia</b>		
Operai	91,6	90,8
Impiegati	101,4	100,4
Middle manager	88,8	90,2
Senior manager	96,8	102,7
<b>Polonia</b>		
Operai	66,1	68,9
Impiegati	93,5	93,6
Middle manager	117,2	94,6
Senior manager	64,3	65,5
<b>Irlanda</b>		
Operai	91,5	90,8
Impiegati	77,9	78
Middle manager	74,2	70,5
Senior manager	n.a.	n.a.

4. 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.

INQUADRAMENTO	RAPPORTO RETRIBUZIONE DONNE VS UOMINI 31/08/2013	RAPPORTO RETRIBUZIONE DONNE VS UOMINI 31/08/2014
<b>Canada</b>		
Operai	87,2	87,7
Impiegati	88,2	88,2
Middle manager	100,6	99,9
Senior manager	72,3	73,6
<b>USA</b>		
Operai*	90,8	92,4
Impiegati	76,3	79,3
Middle manager	106,3	97,5
Senior manager	70,1	68,2
<b>Russia</b>		
Operai	90,9	78
Impiegati	114,5	112,1
Middle manager	97,5	99,8
Senior manager	91,1	79,2

\*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*.

Va inoltre evidenziato come in alcuni Paesi in cui l'organico Ferrero è più ridotto, anche il trasferimento di una sola risorsa (fra le risorse più *senior*) può determinare una variazione significativa nel rapporto.

Inoltre, l'assunzione di nuovo personale con stipendio base in ragione dell'esperienza può portare a significative variazioni del rapporto.

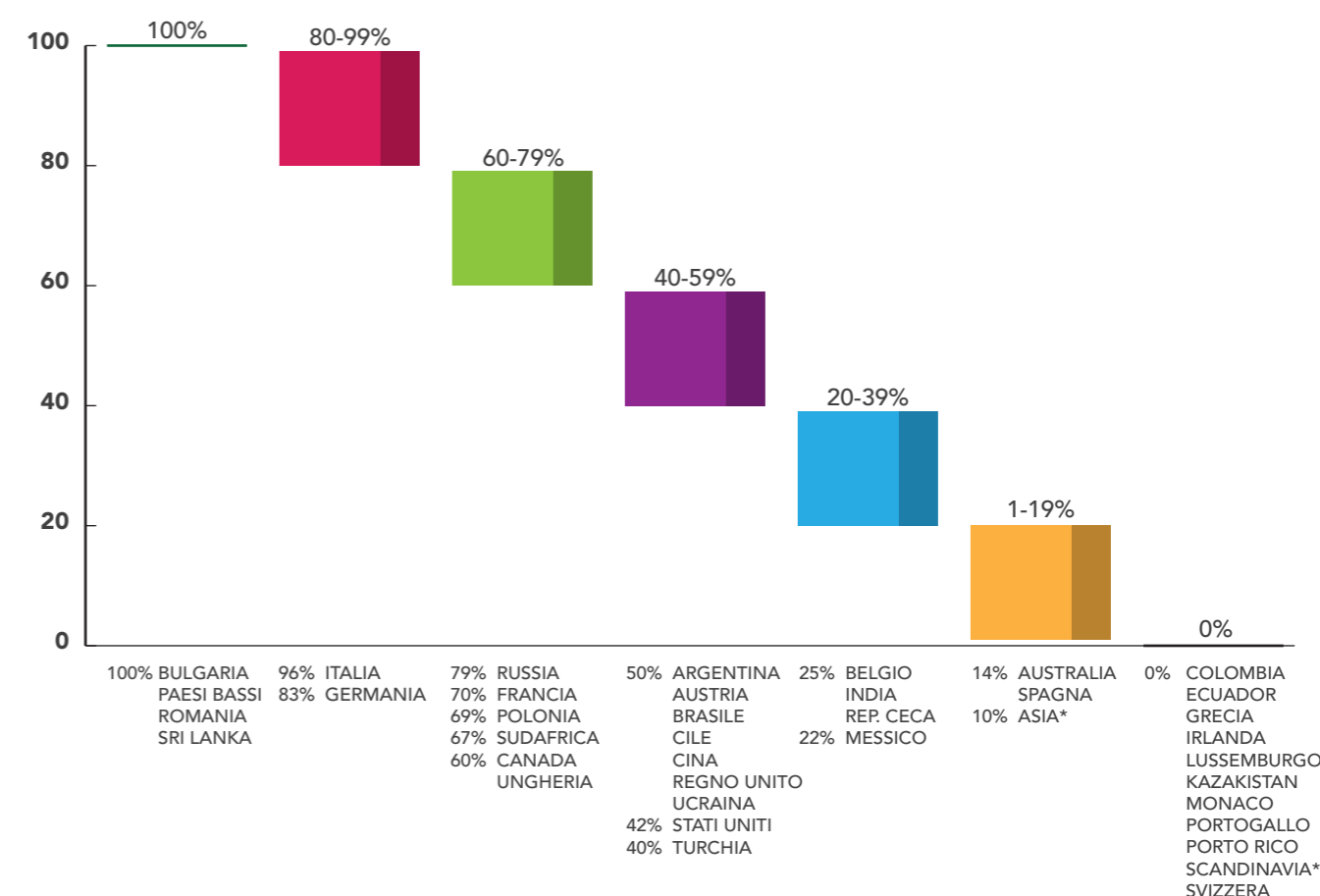
**Il sistema di raccolta dati retributivi a livello di Gruppo sarà completato entro il 2014/2015.** Si è oggi in grado di fornire i dati relativi ai seguenti Paesi: Italia, Germania, Francia, Polonia, Irlanda, Canada, Stati Uniti e Russia, che rappresentano quasi il 60% dell'organico totale del Gruppo.

## ASSUNZIONI LOCALI

Per quanto riguarda le assunzioni, Ferrero non dispone di una politica di Gruppo volta a creare un criterio preferenziale per le assunzioni di personale locale, anche se il Gruppo tende a privilegiare, quando possibile, personale residente nei Paesi in cui opera.

Si riporta di seguito la percentuale di *senior manager* assunti localmente, ovvero con nazionalità del Paese di assunzione. Il dato fa riferimento agli 881 *senior manager* del Gruppo. Occorre tenere in considerazione che, in taluni Paesi minori, la presenza di *senior manager* è pari a 1 o 2 unità. Nei Paesi non riportati non sono presenti *senior manager*.

**PERCENTUALE DI SENIOR MANAGER ASSUNTI LOCALMENTE AL 31 AGOSTO 2014**



\* L'Asia include Hong Kong, Singapore, Corea del Sud, Taiwan e Malesia.

\*\* La Scandinavia include Danimarca, Finlandia, Svezia e Norvegia.

## 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.

**Nel 2013/2014 non sono emersi episodi di sciopero nei confronti dell'azienda, in nessuna delle sedi Ferrero.**

### Attività del Comitato Aziendale Europeo (CAE)



#### Nasce il "Laboratorio Salute e Sicurezza del CAE FERRERO"

Il Comitato Aziendale Europeo Ferrero ha deciso, in occasione di una riunione dell'ottobre 2013, di dar vita a un laboratorio europeo per lo scambio e la condivisione di informazioni sui rischi, le buone pratiche e le strategie di prevenzione volte a tutelare l'integrità psico-fisica delle lavoratrici e dei lavoratori in tutti gli stabilimenti e centri di attività del Gruppo Ferrero. Un progetto volto a promuovere anche il benessere organizzativo, la tutela ambientale e le politiche di responsabilità sociale d'impresa.

La fase fondativa del laboratorio ha avuto inizio nel novembre 2014 ed è stata preceduta da un ampio coinvolgimento di tutti i membri del CAE.

Il percorso intrapreso è stato il seguente:

- nei giorni 8-9-10 aprile 2014, a Bruxelles, in occasione delle annuali giornate di formazione, è stato presentato un piano di lavoro per il laboratorio ai componenti del CAE;
- dal luglio al settembre 2014, il gruppo di lavoro ha incontrato tutte le realtà locali e intervistato i rappresentanti dei lavoratori e delle direzioni locali per raccogliere le loro percezioni e priorità per la migliore riuscita del progetto;
- nei giorni 7-8-9 ottobre 2014, i risultati della fase di progettazione sono stati presentati a Rouen (Francia), in occasione della riunione annuale del CAE Ferrero. Tutti i componenti del Comitato hanno apprezzato il progetto e le indicazioni emerse dalle interviste, dando il via alla fase costitutiva del laboratorio.

Cosa sarà, dunque, questo laboratorio?

1. **Un sistema organizzato**, a disposizione dei rappresentanti dei lavoratori nel CAE e delle Direzioni Ferrero, per la raccolta d'informazioni sui rischi e la diffusione di buone pratiche di comunicazione, formazione e coinvolgimento dei lavoratori. L'obiettivo è di promuovere la cultura della prevenzione e il miglioramento delle condizioni di lavoro e di vita;
2. **uno strumento per realizzare campagne di sensibilizzazione** e per diffondere buone pratiche di responsabilità sociale e di sicurezza nella gestione delle problematiche ambientali;
3. **un archivio d'informazioni**, periodicamente aggiornato, sull'organizzazione dei servizi di protezione e prevenzione, delle forme di rappresentanza dei lavoratori, delle buone pratiche di formazione e sensibilizzazione, e altro ancora;
4. **un forum** da dedicare al dibattito sui rischi e sulle politiche della prevenzione e al lancio di campagne di sensibilizzazione.

Inoltre, l'incontro di Rouen ha individuato dei referenti locali, sia tra i lavoratori che nelle Direzioni, per assistere il gruppo di lavoro centrale, incaricato del coordinamento del laboratorio.

Ferrero ha messo a disposizione del laboratorio una segreteria organizzativa e un supporto IT che ha già predisposto, all'interno del sito web dedicato alle attività del CAE, un apposito spazio ad esso dedicato. Tutte le informazioni raccolte, d'ora in avanti, saranno a disposizione sul sito.

**Ad oggi, il CAE è espressione di oltre il 60% 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 dipendenti ricevono indennità di liquidazione in accordo con le leggi applicabili nei singoli Paesi in cui il Gruppo opera. L'ammontare dei benefici pensionistici spettanti è determinato sulla base di valutazioni attuariali e coperto 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 DELLA SICUREZZA

**LA TUTELA DELLA SICUREZZA E DELLA SALUTE SUL LAVORO È UN VALORE CENTRALE NEL SISTEMA FERRERO. DI CONSEGUENZA, IL GRUPPO SI IMPEGNA A TUTELARE LA SICUREZZA E LA SALUTE DEI DIPENDENTI, DEGLI APPALTATORI, DEI VISITATORI E DI OGNI ALTRO SOGGETTO CHE ENTRA NELLA PROPRIA SFERA DI INFLUENZA.**

Ferrero riconosce l'importanza d'incoraggiare e sostenere una solida ed effettiva cultura della sicurezza all'interno dei propri siti. Tramite adeguate iniziative di formazione, coinvolgimento e sensibilizzazione, ogni soggetto interessato deve sentirsi parte attiva delle iniziative volte al miglioramento delle condizioni di salute e sicurezza della propria organizzazione. Inoltre, Ferrero incoraggia comportamenti sicuri e salutarie anche nella vita privata, a casa e durante il tempo libero.

Ferrero rispetta tutti i requisiti definiti dalla normativa applicabile nei Paesi in cui opera, nonché quelli più restrittivi definiti o sottoscritti dal

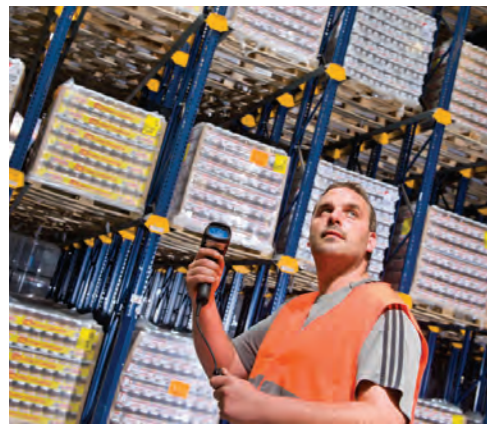
Gruppo stesso. L'identificazione dei pericoli, la valutazione dei rischi e il loro controllo sono elementi che devono essere presi in considerazione fin dalla progettazione degli impianti, nei processi e nel contesto lavorativo e costantemente mantenuti aggiornati.

Nel corso dell'anno 2013/2014, Ferrero ha ulteriormente **rafforzato le proprie iniziative di coordinamento e diffusione delle best practice** nell'ambito della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, conseguendo importanti risultati anche sul piano delle prestazioni, come di seguito riportato.

### GRUPPO FERRERO (DIREZIONE PRODUZIONI) PERFORMANCE DI SICUREZZA

ANNO FINANZIARIO	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
<b>Indice di frequenza per milione di ore lavorative</b>													
Inclusi infortuni in itinere	21,90	19,34	18,52	18,11	17,17	17,59	18,80	17,51	14,96	15,22	17,65	15,56	12,18
Esclusi infortuni in itinere												13,74	10,44
<b>Indice di gravità per mille ore lavorative</b>													
Inclusi infortuni in itinere	0,47	0,40	0,40	0,35	0,35	0,34	0,36	0,39	0,35	0,38	0,40	0,32	0,25
Esclusi infortuni in itinere												0,28	0,20

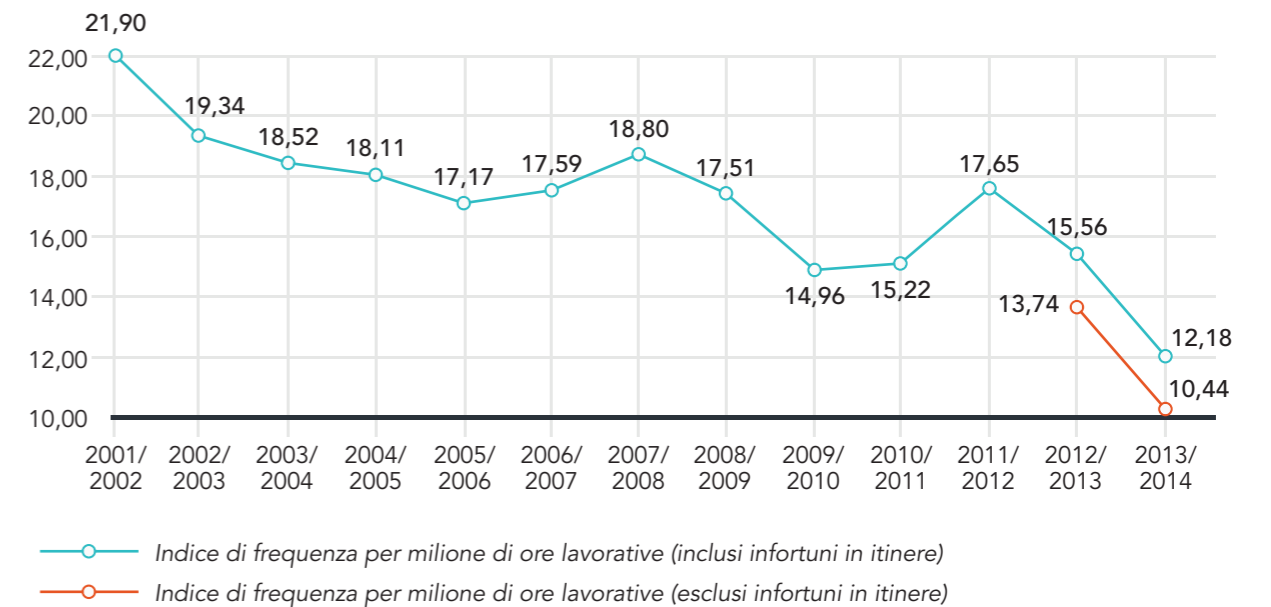




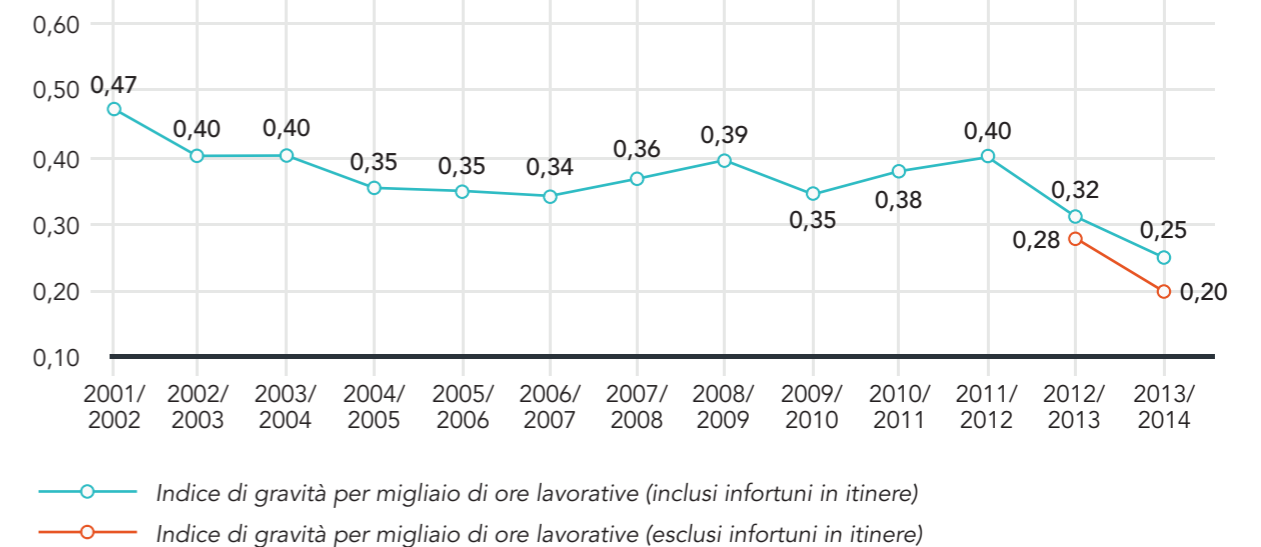
I dati statistici relativi all'andamento degli eventi infortunistici sono incoraggianti. Rispetto al totale degli infortuni accaduti al personale Ferrero appartenente agli stabilimenti produttivi, **l'indice di frequenza scende da 15,56 infortuni per milione di ore lavorate a 12,18 (-22%)**, mentre l'indice di gravità, che misura le giornate perse ogni mille ore lavorate, scende proporzionalmente da 0,32 a 0,25 (-22%). Poiché a partire dall'anno finanziario 2012/2013 sono disponibili dati con l'esclusione degli infortuni *in itinere*, si può apprezzare

che la riduzione dell'indice è prevalentemente dovuta al calo degli infortuni in orario di lavoro, il cui indice di frequenza scende da 13,74 a 10,44 (-24%) e l'indice di gravità da 0,28 a 0,20 (-29%). Passando alle macroaree geografiche, la riduzione degli infortuni in orario di lavoro risulta, sia pur con qualche differenza, relativa sia all'area geografica Europa (-25% dell'indice regionale di frequenza e -23% dell'indice regionale di gravità) che extra Europa (-7% per la frequenza e -43% per la gravità).

**INDICE DI FREQUENZA DEGLI INFORTUNI DI GRUPPO**



**INDICE DI GRAVITÀ DEGLI INFORTUNI DI GRUPPO**



**LA GENERALE RIDUZIONE DEGLI INDICI CONFERMA IL TREND DI MIGLIORAMENTO CONSISTENTE NEGLI ULTIMI DUE ESERCIZI: RISPETTO ALL'ANNO FINANZIARIO 2011/2012, LA RIDUZIONE DEGLI INDICI TOTALI È STATA, RISPETTIVAMENTE, DEL 31% PER LA FREQUENZA E DEL 37% PER LA GRAVITÀ.**

Nel periodo considerato, non si sono registrati infortuni mortali.

## Il coinvolgimento: una settimana dedicata alla sicurezza



Nel corso dell'anno finanziario 2013/2014, le iniziative volte a promuovere e sostenere una cultura della sicurezza sempre più orientata alla prevenzione hanno coinvolto tutto il personale delle aree produttive Ferrero durante un'apposita "Settimana della Sicurezza".



In particolare, la Commissione Sicurezza della sede di Alba ha patrocinato una serie di incontri cui sono stati invitati tutti i collaboratori, arrestando l'attività produttiva in ciascun turno produttivo. In tali occasioni, al fine di dare effettivo compimento allo

slogan "La TUA sicurezza interessa anche ME", sono stati proposti tre percorsi di prevenzione ad adesione volontaria, a spese del Gruppo:



- un corso di disostruzione pediatrica finalizzata alla prevenzione del soffocamento, a tutela della sicurezza e della salute del bene più grande, la vita dei nostri bambini: il corso è stato svolto in collaborazione con la Croce Rossa (circa 400 partecipanti);
- un corso di guida sicura di autoveicoli (48 partecipanti);
- un percorso di *counselling* psicologico finalizzato alla cessazione della dipendenza dal fumo (circa 20 partecipanti).

Tutte e tre le iniziative hanno riscontrato grande successo e soddisfazione dei partecipanti, contribuendo a consolidare il valore della sicurezza non soltanto durante le attività produttive, ma come contributo alla salute e sicurezza della comunità all'interno della quale Ferrero opera.

Durante la "Settimana della Sicurezza" presso gli stabilimenti di Pozzuolo Martesana, Sant'Angelo dei Lombardi e Balvano, si sono tenuti incontri e iniziative dedicati alla sicurezza per tutti i collaboratori, culminati con la premiazione degli slogan migliori proposti dai lavoratori stessi e diffusi negli stabilimenti.

## Uno strumento indispensabile per la prevenzione: l'attività di formazione

A conferma del crescente ruolo della formazione alla sicurezza, la società Ferrero S.p.A., nel corso del 2013/2014, ha erogato in Italia 435 sessioni di formazione specificatamente dedicate alla sicurezza, coinvolgendo circa 4.542 partecipanti per un totale di 34.184 ore d'aula, circa il doppio rispetto all'esercizio precedente. Oltre ai corsi di base per lavoratori produttivi e d'ufficio, sono stati erogati specifici corsi sulla sicurezza, con durata e contenuti peculiari e differenziati, rivolti a preposti e dirigenti.

**Numerosi corsi, incontri e workshop specifici sono stati organizzati per garantire l'uso sicuro di determinate attrezzature**, dal punto di vista teorico e pratico (carrelli elevatori e piattaforme per lavori in altezza) e per affrontare rischi particolari (inclusi, ad esempio, corsi di guida sicura per viaggiatori e piazzisti). La formazione dei lavoratori sulla gestione delle emergenze, il costante aggiornamento dei Piani di Emergenza e le relative prove di attuazione contribuiscono a mantenere l'organizzazione pronta a fronteggiare eventuali situazioni critiche.

## Per il miglioramento continuo delle prestazioni di sicurezza: gli *audit*

Definire accuratamente delle regole di condotta e comunicarle a tutti i collaboratori è un'azione indispensabile ma non sufficiente. Occorre, infatti, sottoporre l'intero sistema che presidia le attività di prevenzione a un'**accurata attività di verifica sul campo**. Per questo motivo, particolare rilevanza hanno assunto gli *audit* interni di sicurezza che toccano - nel perimetro Ferrero S.p.A. in Italia - ogni sede e reparto (ne sono stati effettuati ben 49 nell'esercizio considerato). Gli *audit* verificano, a campione, l'effettiva rispondenza della realtà agli *standard* aziendali, rilevando punti di forza da condividere con tutte le funzioni analoghe e punti di miglioramento.

Anche gli *audit* tecnici svolti su attività in appalto (30 nell'esercizio considerato) risultano particolarmente importanti: infatti, gli appaltatori che operano presso le sedi Ferrero devono rispondere a specifici protocolli di sicurezza, il cui rispetto va verificato nel tempo. **Tali *audit* tecnici sono da intendersi sia come momento di verifica formale di conformità che come strumento di miglioramento continuo all'interno delle differenti sedi e dei reparti aziendali.** Tutti gli *audit* sono svolti da personale specificatamente preparato e professionalmente qualificato in relazione alla conoscenza delle normative specifiche di sicurezza e degli *standard* aziendali, nonché dei processi produttivi e delle prassi operative.

## FORMAZIONE E SVILUPPO

Il *Learning Lab Ferrero*, tenendo fede alla sua missione, anche quest'anno ha sviluppato importanti iniziative di formazione di interesse di Gruppo, tramite la *Corporate University* e le *Professional Academy*, le due anime del *Learning Lab Ferrero*.

Nel 2013/2014, la *Corporate University* ha continuato a supportare e sviluppare le competenze e le conoscenze delle persone, confermando un portafoglio centrale innovativo e ingaggiante a disposizione di tutte le società del Gruppo.

Riconfermati i due principali filoni di intervento:

### Catalogo Formazione Istituzionale

finalizzato alla condivisione dei valori e dei principi aziendali applicati alle prassi e pratiche di *business*, peculiari nel modello d'impresa Ferrero;

### Catalogo Formazione Manageriale

a supporto della crescita nel ruolo e dello sviluppo delle competenze necessarie al proprio *management*, che si affaccia a mercati sempre più complessi, diversificati e sfidanti.

Il Catalogo Formazione Istituzionale Ferrero ha come *target* principalmente i neoinserti in ogni ruolo di interesse del Gruppo: dai giovani talenti ai ruoli manageriali complessi, ai ruoli chiave nell'organizzazione. Durante il 2013/2014, sono stati coinvolti **oltre 700 dipendenti**.

I programmi che accolgono partecipazioni da tutti i Paesi del Gruppo sono stati:

- **Capire Ferrero**, un programma di *induction* internazionale della durata di 4 settimane orientato ai neo-assunti neolaureati;

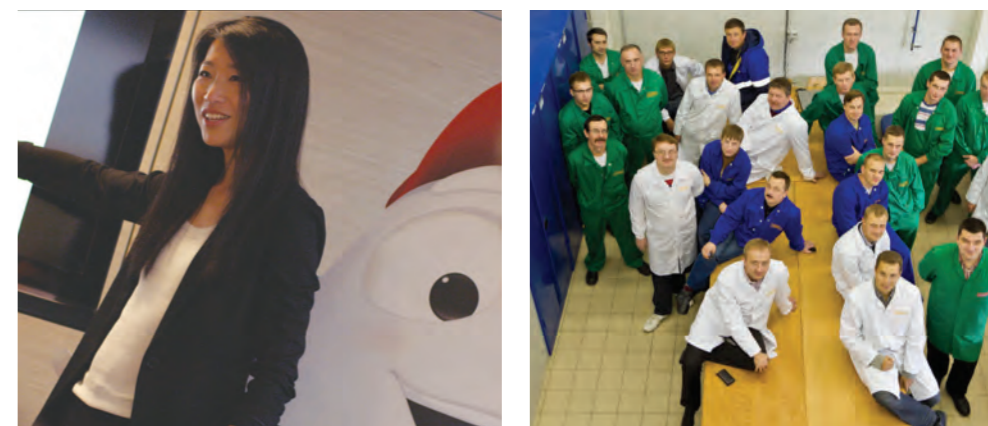
durante l'anno, tra cui Messico, Italia, Portogallo, Usa e Camerun;

- **Ferrerità**, un programma avente la finalità di trasferire i valori, la cultura e il modello di *business* su cui si basa Ferrero. Questo corso si è tenuto in diverse sedi del Gruppo

- **Ferrero Academy**, un programma della durata di 2 settimane dedicato ai *senior manager* di nuova nomina, riprogettato totalmente in *partnership* con una rinomata *Business School* di calibro internazionale.

Il Catalogo Formazione Manageriale Ferrero, atto allo sviluppo di percorsi formativi manageriali per vari *target* di popolazione, ha accolto invece circa **1.300 partecipazioni**.

Le attività di progettazione degli interventi formativi e della relativa erogazione sono pensate su misura delle esigenze aziendali e finalizzate al mantenimento di un approccio distintivo alla managerialità.



Ad esempio, al fine di supportare lo sviluppo di competenze strategiche necessarie all'integrazione culturale e geografica nei nuovi scenari di mercato, sono stati avviati alcuni **cantieri di progetto internazionali e interfunzionali** sul tema specifico dell'efficacia nella gestione di *team* con forti caratteristiche di eterogeneità.

Altre tematiche di impatto strategico sono state il miglioramento organizzativo, il tema dell'innovazione, la guida del cambiamento e lo sviluppo della *leadership*.

La *Corporate University* ha poi riconfermato l'offerta formativa relativa alle competenze denominate "soft": *Problem Solving Strategico, People Management, Negotiation Skills, Team Management & Surviving in the Matrix, Teamworking, Project Management Essentials*.

La seconda anima del *Learning Lab Ferrero* sono le *Professional Academy*.

Tali programmi formativi, a differenza dei percorsi istituzionale e manageriale, perseguono la missione del trasferimento delle conoscenze e capacità dei "mestieri" Ferrero (*know-how* distintivo dell'azienda).

Le attività più rilevanti in quest'ambito sono:

#### 1. Ferrero Marketing Academy

Quest'ambizioso progetto di formazione per la famiglia professionale *Marketing* ha visto completare, nell'anno 2013/2014, ulteriori fasi di sviluppo:

a. progettazione di tre corsi: *Consumer Centricity, Engaging Communication, Growing Love Brands*;

b. erogazione dei corsi pilota per ognuno e validazione finale.

#### 2. Ferrero Sales Academy

Le implementazioni più significative si sono svolte in Cina, Messico e

Arabia Saudita, coinvolgendo diverse centinaia di risorse. Le esperienze acquisite da questi progetti ci hanno permesso sia di raffinare ulteriormente gli strumenti formativi utilizzati sia di investire significativamente nella realizzazione di nuovi mezzi di condivisione della conoscenza, anche *online*, e dei contenuti.

#### 3. Ferrero Industrial Academy

Per il primo anno è stato avviato un programma biennale dedicato alla formazione e allo sviluppo di giovani talenti in ambito industriale, che ha coinvolto 11 ragazzi neolaureati assunti negli stabilimenti di Alba (Italia) e Stadtallendorf (Germania). La formazione tecnica erogata nelle fasi d'aula è stata realizzata grazie al coinvolgimento dei *Subject Matter Expert* (SME) Ferrero dell'*Industrial Academy*.



**4. Ferrero Legal Academy**  
L'esercizio 2013/2014 ha visto nascere il progetto formativo dedicato alla Funzione Legale del Gruppo Ferrero, che entra quindi a far parte dell'offerta dedicata alla formazione professionale. L'obiettivo è accompagnare tali risorse dall'ingresso in azienda in posizioni *junior* sino al momento in cui ricopriranno posizioni di maggiore responsabilità.

In questa prima fase, l'attenzione si è focalizzata sulla popolazione *junior* e le attività svolte sono:

a. identificazione delle competenze e conoscenze necessarie per questo tipo di popolazione, in modo da porre le fondamenta della *Legal Academy*;

b. progettazione dei primi 6

moduli formativi: *Industry & Company Overview, Roles & Responsibilities, Rules of Engagement, Service Level Standards, Confidentiality, Legal Writing Skills*.

In conclusione, per completare il quadro di intervento del *Learning Lab Ferrero* per gli anni a venire, ci impegniamo a rafforzare e migliorare il livello di professionalità dei colleghi che presidiano il *know-how* e gli asset Ferrero nelle aree tecnologiche e della comunicazione delle marche, offrendo loro formazione professionale attraverso le *Ferrero Know-how Academy*. Inoltre, ci impegniamo a rinnovare i contenuti delle *Academy* esistenti e a lanciarne di nuove sulle principali aree di esperienza e *know-how* professionale di Ferrero, entro il 2020.

### Misurabilità e struttura dei dati

I dati sulla formazione per il 2013/2014 sono stati estratti attraverso un sistema informativo, studiato *ad hoc* per il monitoraggio delle azioni formative e abilitato a tutte le società del Gruppo. Tali dati sono organizzati in un *macrocluster* definito Ambito Formativo (*Training Area*), nel quale sono raggruppati per area di intervento formativo. Una sottocategoria definita *Categorie di Contenuti Formativi*

(*Training Categories*) spaccetta tali dati secondo la natura di contenuto dell'intervento formativo.

Nel corso dell'anno, per tutte le attività che hanno visto il coinvolgimento del *Learning Lab Ferrero*, sono state erogate **78.351 ore di formazione totali**, con una copertura di **3.875 partecipazioni**<sup>5</sup>.

#### ATTIVITÀ DI FORMAZIONE DEL LEARNING LAB FERRERO PER AMBITO FORMATIVO NEL 2013/2014

AMBITO FORMATIVO (Training Area)	PARTECIPAZIONI	ORE DI FORMAZIONE
Development activities	35	408
Institutional training	757	28.128
Managerial & Soft skills	1.341	26.656
Professional know-how	1.742	23.160
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>	<b>3.875</b>	<b>78.351</b>

5. Le partecipazioni rappresentano il numero totale delle presenze alle diverse attività formative, che non corrisponde al numero di persone coinvolte, in quanto un dipendente può aver partecipato a più eventi formativi.

• **Development activities:** attività formative atte ad abilitare il partecipante all'utilizzo di strumenti o a fornire la conoscenza necessaria di processi per fare "Sviluppo" (Development). Un esempio di quest'attività è la scuola dei mentori: sessioni formative finalizzate a istituire *mentor* interni;

• **Institutional training:** attività formative di tipo istituzionale, focalizzate sullo sviluppo del ruolo del leader, nel rispetto della cultura e dei valori aziendali;

• **Managerial & Soft skills:** attività formative focalizzate sullo sviluppo delle persone rispetto alle competenze manageriali richieste;

• **Professional know-how:** attività formative focalizzate sullo sviluppo delle persone rispetto alle competenze richieste dal ruolo ricoperto.

**ATTIVITÀ DI FORMAZIONE DEL LEARNING LAB FERRERO  
PER CATEGORIE DI CONTENUTI FORMATIVI NEL 2013/2014**

CATEGORIE DI CONTENUTI FORMATIVI (Training Categories)	PARTECIPAZIONI	ORE DI FORMAZIONE
Managerial & Soft skills	1.341	26.656
Sales training	1.136	15.032
Institutional	757	28.128
Production	341	4.120
Finance	129	2.064
Marketing	107	1.712
Development activity	35	408
Institutional affairs & Pr	29	232
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>	<b>3.875</b>	<b>78.351</b>

**ATTIVITÀ DI FORMAZIONE DEL LEARNING LAB FERRERO  
PER GENERE NEL 2013/2014**

DATI PER GENERE (Gender)	PARTECIPAZIONI	ORE DI FORMAZIONE
Donne	1.610	33.717
Uomini	2.265	44.634
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>	<b>3.875</b>	<b>78.351</b>

I dati riportati nelle tabelle precedenti fanno riferimento alla sola formazione tracciata dal *Learning Lab Ferrero*. L'implementazione del sistema informativo per la **tracciatura dei corsi di formazione** e il **monitoraggio delle azioni formative** sviluppate anche localmente si sta progressivamente completando.

Si intende pertanto confermare l'obiettivo di rendere disponibile un dato complessivo dell'intera offerta formativa del Gruppo Ferrero, relativo alle ore di formazione totali e medie *pro capite*, per inquadramento e genere, a partire dal 2014/2015 e non dal 2013/2014, in quanto si valuta che l'implementazione del nuovo sistema necessiti di un primo anno di consolidamento per poter garantire l'affidabilità del dato.



## Progetto Intercultura

Anche per l'anno scolastico 2013/2014 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), Germania (con 2 borse di studio annuali) e Polonia (1 borsa di studio annuale).

## ATTIVITÀ DI TALENT MANAGEMENT

I principali ambiti di attività sono i seguenti:

• **Performance Management:** nel 2013/2014, è stato raggiunto l'ambizioso obiettivo di avere tutta la popolazione impiegatizia e manageriale del Gruppo (8.553 persone, che risiedono in 48 Paesi diversi) coinvolta in un processo comune per la valutazione della performance. Questo consente, ovunque nel mondo, di disporre della stessa modalità di mobilità professionale, di assegnazione degli obiettivi, di valutazione delle competenze, dei risultati, delle aspirazioni. Per la quasi totalità delle persone coinvolte, è stato condiviso un piano di sviluppo individuale. È sul consolidamento di tale piano e sullo sviluppo delle risorse che sarà concentrato lo sforzo del *Performance Management* nel prossimo anno.

• **Management Review:** è il processo che, attraverso la creazione di un senso di responsabilità condivisa tra la linea e la funzione HR, guida le scelte manageriali per orientare e facilitare lo sviluppo delle persone e individuare i possibili successori per le posizioni chiave all'interno dell'organizzazione aziendale.

Il 2013/2014 è stato il secondo anno d'applicazione di un processo comune per gli impiegati e i manager del Gruppo e ha rappresentato un percorso importante di consolidamento e confronto per la crescita professionale e lo sviluppo delle persone.



## 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 degli impianti, salute e sicurezza sul lavoro, applicativi informatici e lingue.

Di seguito sono riportate le ore di formazione totali e *pro capite*, per operai e impiegati degli stabilimenti del Gruppo.

### ORE MEDIE ANNUE DI FORMAZIONE PER GLI STABILIMENTI

PAESE	2012/2013		2013/2014	
	ORE/ANNO	ORE MEDIE/DIPENDENTE	ORE/ANNO	ORE MEDIE/DIPENDENTE
Italia	25.625	5,89	21.121	3,73
Polonia	11.709	12,27	15.489	13,48
Russia	5.072	26,84	9.496	29,31
Brasile	10.581	22,51	14.157	34,11
Belgio	4.674	7,44	6.321	7,85
Canada*	5.989	10,68	2.679	4,19
Argentina	2.151	6,13	4.266	13,21
Irlanda	1.997	9,04	2.954	12,82
Ecuador	1.777	3,84	30.836	69,29
Germania	60.359	19,11	77.998	20,05
Francia	2.889	6,96	3.291	6,57
Australia**	496	5,23	n.d.	n.d.

\* Il dato del Canada si riferisce al solo personale operaio.

\*\* Il dato dell'Australia non include la formazione sul posto di lavoro.

## 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 2014 è stato consegnato un riconoscimento formale a 262 dipendenti per 25 anni di anzianità di servizio nel Gruppo Ferrero, a 186 dipendenti per 30 anni, a 98 dipendenti per 35 anni e a 24 dipendenti per 40 anni.

Di seguito sono riportati i dati relativi all'anzianità media<sup>6</sup> dei dipendenti degli stabilimenti del Gruppo al 31 agosto 2014 (si evidenzia che gli stabilimenti di Manisa e San José Iturbide sono attivi solo dall'anno 2013).

*6. La media è stata calcolata considerando, per ogni dipendente attivo al 31 agosto 2014, l'anzianità dalla data di entrata nel Gruppo Ferrero fino al 31 agosto 2014.*

### ANZIANITÀ MEDIA DEI DIPENDENTI NEL GRUPPO FERRERO

INQUADRAMENTO	ANZIANITÀ MEDIA NEL GRUPPO FERRERO (ANNI, MESI)		
	DONNE	UOMINI	TOTALE
<b>ITALIA: Alba dal 1946, Pozzuolo Martesana dal 1965, Balvano dal 1985, S. Angelo dei Lombardi dal 1985</b>			
Operai	14 anni, 2 mesi	17 anni, 11 mesi	<b>16 anni, 3 mesi</b>
Impiegati	15 anni, 4 mesi	18 anni, 3 mesi	<b>17 anni, 1 mese</b>
Middle managers	15 anni, 8 mesi	19 anni, 5 mesi	<b>18 anni, 7 mesi</b>
Senior managers	16 anni, 1 mese	22 anni, 4 mesi	<b>21 anni, 7 mesi</b>
<b>GERMANIA: Stadtlendorf dal 1956</b>			
Operai	10 anni, 9 mesi	12 anni, 9 mesi	<b>11 anni, 8 mesi</b>
Impiegati	12 anni, 11 mesi	16 anni, 7 mesi	<b>15 anni, 5 mesi</b>
Middle managers	11 anni, 1 mese	18 anni, 7 mesi	<b>17 anni, 6 mesi</b>
Senior managers	n.a.	22 anni, 7 mesi	<b>22 anni, 7 mesi</b>
<b>FRANCIA: Villers-Écalles dal 1960</b>			
Operai	14 anni, 4 mesi	15 anni, 4 mesi	<b>14 anni, 10 mesi</b>
Impiegati	18 anni, 1 mese	17 anni, 7 mesi	<b>17 anni, 9 mesi</b>
Middle managers	4 anni, 10 mesi	14 anni, 10 mesi	<b>11 anni, 10 mesi</b>
Senior managers	n.a.	7 anni	<b>7 anni</b>

INQUADRAMENTO	ANZIANITÀ MEDIA NEL GRUPPO FERRERO (ANNI, MESI)		
	DONNE	UOMINI	TOTALE
<b>AUSTRALIA: Lithgow dal 1974</b>			
Operai	14 anni, 7 mesi	9 anni, 2 mesi	<b>11 anni, 9 mesi</b>
Impiegati	10 anni, 9 mesi	13 anni, 3 mesi	<b>12 anni, 1 mese</b>
Middle managers	n.a.	10 anni, 5 mesi	<b>10 anni, 5 mesi</b>
Senior managers	n.a.	31 anni, 8 mesi	<b>31 anni, 8 mesi</b>
<b>IRLANDA: Cork dal 1975</b>			
Operai	15 anni, 3 mesi	11 anni, 3 mesi	<b>12 anni, 8 mesi</b>
Impiegati	12 anni, 6 mesi	16 anni, 1 mese	<b>14 anni, 9 mesi</b>
Middle managers	17 anni, 2 mesi	28 anni, 9 mesi	<b>25 anni, 10 mesi</b>
Senior managers	n.a.	31 anni, 11 mesi	<b>31 anni, 11 mesi</b>
<b>ECUADOR: Quito dal 1975</b>			
Operai	8 anni, 4 mesi	5 anni, 8 mesi	<b>7 anni, 3 mesi</b>
Impiegati	7 anni, 4 mesi	6 anni, 4 mesi	<b>6 anni, 10 mesi</b>
Middle managers	20 anni, 1 mese	17 anni	<b>17 anni, 11 mesi</b>
Senior managers	n.a.	38 anni, 1 mese	<b>38 anni, 1 mese</b>
<b>BELGIO: Arlon dal 1989</b>			
Operai	10 anni, 4 mesi	12 anni, 10 mesi	<b>11 anni, 7 mesi</b>
Impiegati	19 anni, 9 mesi	19 anni, 8 mesi	<b>19 anni, 9 mesi</b>
Middle managers	16 anni, 1 mese	20 anni, 10 mesi	<b>19 anni, 10 mesi</b>
Senior managers	n.a.	8 anni, 1 mese	<b>8 anni, 1 mese</b>
<b>POLONIA: Belsk Duży dal 1992</b>			
Operai	4 anni, 4 mesi	7 anni, 3 mesi	<b>5 anni, 12 mesi</b>
Impiegati	8 anni, 4 mesi	9 anni	<b>8 anni, 9 mesi</b>
Middle managers	17 anni, 6 mesi	16 anni, 5 mesi	<b>16 anni, 6 mesi</b>
Senior managers	n.a.	16 anni, 11 mesi	<b>16 anni, 11 mesi</b>
<b>ARGENTINA: La Pastora dal 1992</b>			
Operai	9 anni	9 anni, 2 mesi	<b>9 anni, 1 mese</b>
Impiegati	13 anni, 1 mese	10 anni, 2 mesi	<b>12 anni, 3 mesi</b>
Middle managers	10 anni, 9 mesi	20 anni	<b>12 anni, 7 mesi</b>
Senior managers	6 anni, 9 mesi	n.a.	<b>6 anni, 9 mesi</b>
<b>BRASILE: Pocos de Caldas 1994</b>			
Operai	4 anni, 2 mesi	4 anni, 2 mesi	<b>4 anni, 2 mesi</b>
Impiegati	7 anni, 5 mesi	7 anni, 1 mese	<b>7 anni, 2 mesi</b>
Middle managers	n.a.	10 anni, 9 mesi	<b>10 anni, 9 mesi</b>
Senior managers	n.a.	18 anni, 8 mesi	<b>18 anni, 8 mesi</b>
<b>CANADA: Brantford dal 2006</b>			
Operai	4 anni, 8 mesi	4 anni	<b>4 anni, 4 mesi</b>
Impiegati	5 anni, 9 mesi	6 anni, 9 mesi	<b>6 anni, 2 mesi</b>
Middle managers	8 anni, 10 mesi	17 anni, 8 mesi	<b>16 anni, 9 mesi</b>
Senior managers	9 anni, 6 mesi	20 anni, 3 mesi	<b>16 anni, 8 mesi</b>

INQUADRAMENTO	ANZIANITÀ MEDIA NEL GRUPPO FERRERO (ANNI, MESI)		
	DONNE	UOMINI	TOTALE
<b>CAMERUN: Yaoundé dal 2006</b>			
Operai	4 anni, 9 mesi	2 anni, 5 mesi	<b>4 anni, 1 mese</b>
Impiegati	3 anni, 9 mesi	2 anni, 11 mesi	<b>3 anni, 2 mesi</b>
Middle managers	8 anni, 7 mesi	1 anno, 5 mesi	<b>5 anni</b>
Senior managers	n.a.	n.a.	<b>n.a.</b>
<b>INDIA: Baramati dal 2007</b>			
Operai	6 anni, 3 mesi	4 anni, 9 mesi	<b>5 anni, 5 mesi</b>
Impiegati	3 anni, 6 mesi	2 anni, 3 mesi	<b>2 anni, 5 mesi</b>
Middle managers	n.a.	5 anni, 7 mesi	<b>5 anni, 7 mesi</b>
Senior managers	n.a.	12 anni, 7 mesi	<b>12 anni, 7 mesi</b>
<b>SUDAFRICA: Walkerville dal 2007</b>			
Operai	4 anni, 1 mese	2 anni, 11 mesi	<b>3 anni, 10 mesi</b>
Impiegati	5 anni, 1 mese	2 anni, 5 mesi	<b>3 anni, 7 mesi</b>
Middle managers	4 anni, 5 mesi	12 anni, 7 mesi	<b>10 anni, 3 mesi</b>
Senior managers	n.a.	n.a.	<b>n.a.</b>
<b>RUSSIA: Vladimir dal 2009</b>			
Operai	1 anno, 9 mesi	2 anni, 6 mesi	<b>2 anni, 2 mesi</b>
Impiegati	3 anni, 8 mesi	4 anni, 2 mesi	<b>4 anni</b>
Middle managers	6 anni, 7 mesi	11 anni, 10 mesi	<b>8 anni, 10 mesi</b>
Senior managers	n.a.	7 anni, 12 mesi	<b>7 anni, 12 mesi</b>
<b>MESSICO: San José Iturbide dal 2013</b>			
Operai	7 mesi	6 mesi	<b>7 mesi</b>
Impiegati	2 anni, 12 mesi	2 anni, 7 mesi	<b>2 anni, 8 mesi</b>
Middle managers	2 anni, 4 mesi	13 anni, 9 mesi	<b>9 anni, 11 mesi</b>
Senior managers	n.a.	26 anni, 5 mesi	<b>26 anni, 5 mesi</b>
<b>TURCHIA: Manisa dal 2013</b>			
Operai	1 anno, 5 mesi	1 anno, 4 mesi	<b>1 anno, 5 mesi</b>
Impiegati	2 anni, 7 mesi	2 anni, 12 mesi	<b>2 anni, 9 mesi</b>
Middle managers	2 anni, 3 mesi	22 anni, 4 mesi	<b>15 anni, 8 mesi</b>
Senior managers	n.a.	37 anni, 6 mesi	<b>37 anni, 6 mesi</b>

### L'esperienza al Nudge Global Leadership Challenge



Siamo davvero molto felici di essere state scelte da Ferrero per partecipare al Nudge Global Leadership Challenge ([www.nudgegloballeadershipchallenge.com](http://www.nudgegloballeadershipchallenge.com)) sulla sostenibilità, ad Amsterdam. Quest'opportunità ha dimostrato chiaramente l'impegno di Ferrero nel campo della sostenibilità e i suoi investimenti nel formare le competenze delle giovani risorse. Quelli al Global Challenge sono stati tre giorni di programma intenso e faticoso. Trenta giovani professionisti (tra i 23 e i 33 anni) nel campo della sostenibilità, provenienti da Paesi e settori diversi, si sono riuniti per scambiare idee, lavori e visioni intorno alle tematiche della "Sostenibilità" e della "Leadership". Il Global Challenge si è costruito attraverso numerose attività individuali e di gruppo, come dibattiti, presentazioni, case study, confronti e valutazioni di sviluppo. I workshop e gli interventi erano affidati a speaker internazio-

li, che hanno condiviso le loro aspirazioni e le modalità con cui hanno condotto al cambiamento le proprie aziende. Il Global Challenge ci ha permesso di incontrare professionisti con la nostra stessa visione, i potenziali leader futuri nel campo della sostenibilità, con i quali abbiamo costruito una solida relazione. Questa esperienza non solo ci ha fornito idee brillanti per promuovere iniziative sulla sostenibilità in Ferrero, ma anche una visione più approfondita su come affrontare le sfide e le opportunità di innovazione per creare un impatto ancora più positivo. Ancor più importante, il Global Challenge è stato un mezzo per una crescita personale, ci ha fatto rendere conto e ci ha rassicurato sul nostro potenziale nella vita e nel lavoro.

Merve Sensoy (Ferrero Turchia) e  
Phillis Kong (Ferrero Trading Lux)



### Vita e carriera nella “Famiglia” Ferrero



*Sono nata a Mosca e ho iniziato a lavorare in multinazionali dopo il loro ingresso in quella che fu l'Unione Sovietica. La parte significativa della mia carriera è iniziata in Credit Suisse, seguita da Pepsi e Alcoa. Dopo un passaggio in SAB Miller sono quindi arrivata in Ferrero.*

*Come si può notare, queste aziende sono per la maggior parte grandissime società angloamericane. Approdare in Ferrero, un'azienda italiana di proprietà familiare, è stato davvero sfidante ed emozionante. Il mio primo capo in Ferrero, il dottor Arturo Cardelus, mi ha convinto con una frase: “Ferrero si occupa di dolci, che portano nella vita delle persone gioia pura, amore e divertimento”.*

*Ho lavorato 6 anni come Direttrice Marketing in Ferrero Russia. Sono stati 6 anni indimenticabili e con Ferrero è stato amore a prima vista. Secondo me, quando abbracci lo spirito Ferrero, non riesci più ad andartene. Abbiamo realizzato davvero molti progetti entusiasmanti in Russia, rendendo questo mercato una delle piazze più performanti per il Gruppo. Il successo di Raffaello, KINDER CIOCCOLATO e KINDER SORPRESA sono ormai noti.*

*Nel 2012 ho iniziato una nuova esperienza presso la sede Ferrero in Lussemburgo. Costruire da zero una nuova divisione Media, per aprire nuovi orizzonti all'azienda, è stata un'ulteriore sfida. Sono molto grata al mio responsabile per avermi dato tutto il supporto e l'assistenza di cui necessitavo. È stato per me un avanzamento di livello ed è un'altra cosa che ho apprezzato di Ferrero. Ferrero ti dà sempre la possibilità di eccellere, di andare avanti nella tua crescita, di raggiungere qualcosa di nuovo.*

*Nel 2012 ho iniziato una nuova esperienza presso la sede Ferrero in Lussemburgo. Costruire da zero una nuova divisione Media, per aprire nuovi orizzonti all'azienda, è stata un'ulteriore sfida. Sono molto grata al mio responsabile per avermi dato tutto il supporto e l'assistenza di cui necessitavo. È stato per me un avanzamento di livello ed è un'altra cosa che ho apprezzato di Ferrero. Ferrero ti dà sempre la possibilità di eccellere, di andare avanti nella tua crescita, di raggiungere qualcosa di nuovo.*

*La mia altra grande priorità è la mia famiglia, composta da mio marito e da Anna, la mia bambina di 6 anni. Indovinate chi è la più grande fan del KINDER CIOCCOLATO in casa nostra? Amo Ferrero per questo stesso spirito di famiglia che si vive al lavoro, che la rende unica nel mondo della grande impresa.*

**Iulya Polyakova**

### Responsabilità: un'opportunità per dare il meglio



*Le parole che meglio descrivono la mia vita in Ferrero sono entusiasmo e responsabilità. L'entusiasmo di far parte di un Gruppo unico per la sua capacità di innovazione, per il suo slancio verso il futuro, per il rispetto verso i consumatori e per la sua attenzione alle persone. Un'azienda dove ho cominciato a lavorare nel 1989 e che mi ha fatto il dono di assegnarmi responsabilità crescenti: marketing di Paese e di Area, sviluppo e gestione delle sorprese KINDER®, ricerca e sviluppo in Soremartec con focus sui mercati delle Imprese Sociali Ferrero. Ho avuto il privilegio di far parte del team del dottor Pietro Ferrero e l'onore*

*di poter vedere in diretta come i principi imprenditoriali del Signor Michele Ferrero prendevano forma.*

*Oggi ho la responsabilità di Ferrero Ceska. Avere la responsabilità di un'azienda, qualunque sia la sua dimensione, significa confrontarsi quotidianamente con piccoli e grandi problemi. Occorre connettere la quotidianità con gli obiettivi strategici, valorizzare le energie esistenti, farsene arricchire e accogliere in ogni istante il nuovo come stimolo, come opportunità.*

*Obiettivi sfidanti, che il sentirsi parte di un'azienda che è come una Famiglia aiuta a cogliere.*

**Antonella Sottero**

### L'importanza di un team vincente



*Sono Melek Özen e ho 38 anni. Sposata, ho una figlia di 8 anni.*

*Sono entrata nella famiglia Ferrero 3 anni fa, in qualità di Responsabile delle risorse umane, per la nascita dello stabilimento di Manisa in Turchia. Avevo 12 anni di esperienza nel settore HR al momento di iniziare questa nuova avventura. Ho dovuto affrontare tanti processi di Change Management, ma quello che ho vissuto in Ferrero in quella fase è stato come entrare in un mondo completamente differente.*

*Penso che la parte più sfidante del mio lavoro, durante la fase di avvio, sia stata cercare di capire la distintiva cultura lavorativa di Ferrero e costruire un team*

*che potesse fare sua questa visione, creando al tempo stesso una sinergia tra i lavoratori locali e alcune figure chiave a livello manageriale provenienti dal Gruppo Ferrero.*

*Quello che abbiamo raggiunto a Manisa in 3 anni è stato certamente un successo di squadra e il mio contributo ha permesso a tutte queste persone, dall'interno, di integrarsi perfettamente. In particolare il primo anno, passato lavorando duramente e cercando di trovare un equilibrio tra vita lavorativa e privata, è stata una vera sfida personale. Penso che i miei segreti siano stati l'entusiasmo sul lavoro, la comprensione e l'amore verso Ferrero, la collaborazione con mio marito a casa, la passione e la capacità di mantenere la calma.*

*Credo che una componente importante del successo sia la percezione che la tua famiglia ha del tuo lavoro. Non potrò mai dimenticare quello che disse mia figlia ai suoi amici dopo il mio arrivo in Ferrero: "In questo cioccolato c'è il tocco della mano della mia mamma".*

*Siamo davvero orgogliosi del nostro stabilimento!*

**Melek Özen**

### La forza del cambiamento



*Quale miglior modo di iniziare, se non dicendo che sono Ingegnere del packaging, sposata e madre di tre bambine. Non riesco proprio a immaginarmi nei panni di casalinga e sono pienamente convinta di essere responsabile delle mie scelte e della direzione da dare alla mia vita.*

*Mi sono laureata come Ingegnere chimico circa 20 anni fa, quando non avevo la minima idea di tutto quello che ruotasse attorno al mondo del packaging, e la gestione della famiglia era*

*semplice: anche perché la famiglia non c'era ancora! Potevo viaggiare senza particolari preparativi, lavorare fino a tardi senza dover avvisare nessuno, cambiare programmi senza preoccupazioni. Ho scoperto il packaging per caso: ho condiviso un ufficio open space con dei responsabili del packaging, che passavano le loro giornate a discutere di design di bottiglie, polimeri e stampi. Mi sembrava tutto molto interessante, quindi ho chiesto di entrare a far parte del team senza sapere che il packaging sarebbe diventato il filo conduttore della mia carriera.*

*Sono entrata in Ferrero quasi quattro anni fa, seguendo la sensazione che l'opportunità che mi si stava offrendo era semplicemente troppo allettante per perderla, e che quindi era il momento di cambiare.*

*Ferrero non mi ha deluso: è stato un percorso di apprendimento rapido e spesso difficile, ma l'azienda mi ha sorpreso passo dopo passo. Ho imparato cosa significa vivere Ferrero dall'interno, in un ambiente dinamico ed esigente, in cui l'inserimento richiede un alto livello di energia personale e di impegno. Ho imparato a comprendere la filosofia Ferrero, a capire e apprezzare il vero significato di "mettere il prodotto al centro".*

*Alla fine del 2011 sono entrata in DPU con responsabilità di sviluppo del packaging, grazie alle competenze chiave che avevo sviluppato nei 10 anni precedenti.*

*Nel luglio 2013, ho lasciato il team di progettazione per un ruolo di responsabilità nelle unità di dislocazione all'estero, con l'obiettivo di dare vita a team locali responsabili del packaging, mantenendo un forte legame con le funzioni centrali.*

*Oggi so che la mia sensazione era giusta: la nostra è davvero un'azienda fantastica, costruita su basi solide, in cui le persone possono fare la differenza grazie a un livello raro di energia e impegno. La mia motivazione oggi è avere l'opportunità di contribuire personalmente al continuo miglioramento, per condurlo, esserne parte e supportare tanti altri anni di successi e deliziosi lanci globali di prodotto.*

**Paola Avogadro**

### Lavorare insieme per migliorarsi sempre



*Diciotto mesi fa ero una nuova arrivata con tanta voglia e curiosità di scoprire questo gruppo dolciario di proprietà di una famiglia italiana. Ancora oggi, il mondo Ferrero è una realtà tutta da scoprire e da conoscere in profondità.*

*Prima di Ferrero ho lavorato per 20 anni in quattro diverse multinazionali nel settore dei beni di largo consumo, lusso, cosmetici e liquori, soprattutto nella divisione acquisti. Amo avventurarmi e scoprire me stessa in nuovi ambiti, in cui imparare, vivere nuove esperienze lavorative e costruire una nuova rete di relazioni che arricchiscano la mia vita professionale e privata.*

*Qualcuno mi ha chiesto perché io abbia lasciato aziende così importanti per entrare in Ferrero: in quel momento non sapevo cosa rispondere, pensavo che probabilmente fosse arrivato il momento di portare qualche cambiamento nella mia carriera.*

*Ora, invece, credo di aver capito le vere motivazioni. La prima è che voglio far parte del successo e della crescita del business Ferrero in Asia: gli ultimi 18 mesi mi hanno dimostrato che lavorare in Ferrero è davvero divertente ed eccitante! La seconda ragione è che voglio spingere più in là i miei orizzonti, senza limitarmi al campo degli acquisti.*

*Posso dire di aver fatto la scelta giusta; sono fortunata a poter condurre il team DPU Asia con ottimi risultati, lavorando con 5 persone che integrano diverse divisioni all'interno della direzione packaging con caratteristiche sia italiane che cinesi. Ogni risorsa porta con sé un bagaglio di esperienze e una grande dose d'impegno: lavoriamo, confidando gli uni negli altri. Lavorando con il mio fantastico team ho inoltre rafforzato la mia leadership in questa strada verso il successo.*

*L'equilibrio lavoro-vita privata è la mia aspirazione. La famiglia è ciò che mi motiva e la mia fonte di felicità. Amo cucinare, durante i weekend, viaggiare anche fuori dai confini della Cina per esplorare nuovi paesaggi, culture e storie. Ho un solido gruppo di amici, che frequento e con cui condivido esperienze che rendono il mio tempo libero sereno e felice.*

*Penso che avere una mentalità positiva sia un ottimo approccio: quando a volte sono un po' stanca, un Ferrero Rocher mi restituisce energia e passione!*

Jocelyn Zhao

### I PROSSIMI PASSI RINNOVATI FINO AL 2018

In continuità con i progetti già avviati e secondo gli obiettivi fissati nel precedente rapporto, Il Gruppo Ferrero sarà attivo specialmente nei seguenti ambiti:

- iniziative per la diffusione della **"Cultura della Diversity"**, tra cui corsi di formazione manageriale finalizzati a sviluppare anche i temi dell'interculturalità, nell'ambito delle iniziative della *Corporate University*. Nell'ottica di favorire le pari opportunità a tutti i livelli, saranno ulteriormente sviluppati gli strumenti di *performance evaluation* e perfezionate le *policy* di *salary review*, che definiscono le priorità degli interventi sulla base sia della performance che del posizionamento individuale sul mercato di riferimento;
- rafforzamento e sviluppo della professionalità dei collaboratori che proteggono e gestiscono il *know-how* e gli asset aziendali, offrendo **specifici percorsi di formazione nell'ambito delle Ferrero Academy**. In particolare, saranno aggiornati i percorsi già esistenti e ne saranno definiti dei nuovi, con riguardo alle principali aree di *expertise*;
- sviluppo di ulteriori iniziative volte a diffondere, a tutti i livelli dell'organizzazione, la **conoscenza dei principi e valori del Codice Etico aziendale**, che nella seconda metà del 2014 è stato aggiornato e riconsegnato a tutti i collaboratori del Gruppo;
- iniziative per **favorire la collocazione professionale dei lavoratori diversamente abili**, con particolare riferimento a progetti di *partnership* con operatori terzi che offrono loro impiego: anche nel 2013/2014 sono state incrementate, oltre alle iniziative già in essere in alcuni Paesi, le collaborazioni in Italia con fornitori esterni che impiegano al loro interno prevalentemente lavoratori disabili e svantaggiati;
- prosecuzione dei progetti 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 attive numerose iniziative a livello di singolo Paese, come i progetti di alternanza scuola-lavoro, le giornate di orientamento, le borse di studio, le *internship* che verranno ulteriormente sviluppate;
- estensione delle iniziative volontarie in ambito di **salute e sicurezza sul lavoro**, finalizzate alla diffusione della cultura della sicurezza e orientate a una maggiore partecipazione dei lavoratori: si veda in proposito il paragrafo specifico in cui sono riportate alcune delle attività sviluppate e in corso sia localmente che nell'ambito del CAE.

## Messico senza frontiere

Nel corso del 2013/2014, è stato sviluppato un progetto rivolto all'inserimento di 7 neolaureati messicani, che ha previsto 9 mesi di formazione presso lo stabilimento messicano e 3 in altri stabilimenti del Gruppo: Italia, Canada e Brasile. Il progetto è stato realizzato da Ferrero Mexico in collaborazione con il Governo locale.

Nella foto: i partecipanti al progetto ospiti presso lo stabilimento di Alba.



## L'impegno di Ferrero Polska

1. Lo stabilimento collabora con diverse università per far conoscere ai giovani studenti la realtà degli ambienti di produzione, attraverso differenti modalità: *Career Day*, stage curriculari, presentazioni e lezioni nell'azienda. Nel 2014 ad esempio, in Polonia, Ferrero ha partecipato al *Career Day* tenutosi al *National Football Stadium* di Varsavia. Diverse migliaia di studenti hanno preso parte all'iniziativa.

Nel corso dell'intera giornata, i dipendenti Ferrero hanno parlato con gli studenti delle attività del Gruppo, delle opportunità e sfide professionali. Particolarmente gradita è stata la presenza, oltre ai rappresentanti delle risorse umane, dei *manager* delle differenti divisioni aziendali, che hanno fornito agli studenti consigli e suggerimenti per le loro future carriere.

Al termine dell'evento abbiamo ricevuto numerose lettere ed *e-mail* di approvazione, a conferma di come gli studenti ritengano importante, oltre che gradito, questo tipo di dialogo e confronto.

2. In aggiunta, Ferrero *Polska* invita in azienda membri dei centri formativi per bambini disabili, con l'intento di supportare il loro ingresso nell'età adulta (la visita include la presentazione dello stabilimento e la visita della linea di produzione). Per questi bambini, la possibilità di entrare in contatto con realtà così nuove, come quella di un moderno stabilimento produttivo, costituisce una grande emozione e un'esperienza inedita. Uno dei momenti più graditi, senza dubbio, è stato quello della degustazione dei prodotti. I bambini si dimostrano inoltre molto interessati alla storia del Gruppo Ferrero: il nostro obiettivo è quello di spiegare loro la specificità, la distintività e l'unicità della nostra azienda e dei suoi valori.

3. La collaborazione con il Centro Medico mira a promuovere ed educare i dipendenti in merito all'importanza di uno stile di vita salutare, al lavoro come a casa. Nell'ultimo anno, siamo stati sottoposti a verifiche da parte del Centro, che ha valutato le postazioni di lavoro dal punto di vista dell'ergonomia. Abbiamo quindi stabilito un piano per il futuro, che include incontri e presentazioni per i dipendenti sui diversi aspetti della salute e del benessere (dieta, stile di vita, postura...). Stiamo inoltre organizzando attività sportive per i dipendenti così come per i loro bambini. Nel giugno del 2014, per celebrare il *Children Day*, è stato organizzato un evento dedicato, nel corso del quale i bambini hanno potuto partecipare a numerose attività sportive. Ogni anno, in aggiunta, è tradizione organizzare un torneo di calcio interno a Ferrero *Polska* in cui si confrontano sei squadre, in rappresentanza delle diverse divisioni aziendali. Il premio, la tradizionale grande Coppa, è consegnato ai vincitori direttamente dal Direttore dello stabilimento.



# LE IMPRESE SOCIALI FERRERO

“ Ero una casalinga, ma ho sempre voluto lavorare e guadagnarmi da vivere autonomamente. Ho conosciuto l'Impresa Sociale Ferrero grazie a un amico che lavorava già in Ferrero in India. Ho partecipato al colloquio e sono stata selezionata. Ora sono 7 anni che lavoro felicemente in Ferrero, nel reparto KINDER MERENDERO, e sono profondamente soddisfatta del mio impiego. Sono cresciuta sia personalmente che dal punto di vista economico e sono orgogliosa di poter dare una mano alla mia famiglia. Ho potuto mandare i miei figli a scuola senza il timore di non riuscire a pagare le rette scolastiche. Anche se lavoriamo su turni, sia di mattina che di sera, sono felice di farlo, perché non dobbiamo nemmeno preoccuparci del trasporto. ”

Anuradha Chaudhari (Impresa Sociale Ferrero - India)

Lo spirito imprenditoriale e filantropico, che ha caratterizzato Ferrero sin dalle origini, è stato la fonte ispiratrice delle Imprese Sociali Ferrero, **ideate e avviate circa dieci anni fa da Michele Ferrero**, prima in Camerun e, successivamente, in Sudafrica e in India. Michele Ferrero connotò le Imprese Sociali Ferrero in modo diverso e innovativo rispetto all'accezione comunemente data di "impresa sociale".

**LE IMPRESE SOCIALI FERRERO SONO IMPRESE COMMERCIALI A TUTTI GLI EFFETTI; IL LORO FINE, QUINDI, È REALIZZARE PROFITTI. NONDIMENO, ESSE AGISCONO CON UNO SPIRITO "SOCIALE" POICHÉ MIRANO A CREARE POSTI DI LAVORO NELLE AREE MENO FAVORITE DEI PAESI EMERGENTI. INOLTRE, REALIZZANO PROGETTI E INIZIATIVE DI CARATTERE SOCIALE E UMANITARIO, DESTINATI A TUTELARE LA SALUTE E LA CRESCITA EDUCATIVA E SOCIALE DEI BAMBINI E DEI RAGAZZI IN QUEI PAESI.**

Lo spirito sociale si estende a **iniziative umanitarie** realizzate nelle aree ove le Imprese Sociali Ferrero operano. Queste iniziative sono indirizzate alla tutela della salute e alla crescita educativa e sociale dei bambini e dei ragazzi e si sviluppano sotto l'insegna:

**FERRERO**  
IMPRESE SOCIALI



Camerun (Yaoundé)



India (Baramati/Pune, Maharashtra)



Sudafrica (Walkerville/Midvaal Gauteng)

Le Imprese Sociali Ferrero hanno avviato le proprie attività produttive nel 2006 in Camerun (Yaoundé), nel 2007 in India (Baramati/Pune, Maharashtra<sup>1</sup>) e in Sudafrica (Walkerville/Midvaal, 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, le Imprese Sociali Ferrero, oltre a fornire ai collaboratori un reddito che consenta di affrontare il costo della vita per sé e la loro famiglia, mirano a:

- condividere con chi lavora un forte senso di dignità, offrendo la possibilità di divenire protagonisti del proprio destino;
- assicurare la formazione professionale e la capacità lavorativa;
- alimentare una moderna cultura del lavoro industriale.

Con gli insediamenti produttivi si favoriscono attività indotte che coinvolgono le imprese del territorio. Inoltre, per la produzione sono **impiegate preferibilmente materie prime locali**: ne deriva la creazione di ulteriori posti di lavoro, con una spirale virtuosa a sostegno dello sviluppo economico e del benessere di tutta la comunità locale.

*1. Nel corso del 2013/2014 le società Imsofer Manufacturing India Private Limited e MPG Multi Production Group India Private Limited si sono fuse nella società Ferrero India Private Limited. Si precisa che con il termine "Impresa Sociale Ferrero in India" si fa riferimento alle sole attività dello stabilimento di Baramati, come nei precedenti rapporti CSR.*

**b. La realizzazione di progetti e iniziative di carattere sociale e umanitario**

Per il raggiungimento di quest'obiettivo, è prevista la costituzione di un Fondo Sociale definito sulla base dei volumi prodotti annualmente dallo stabilimento. Successivamente, questa somma è 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 istituzioni locali, avvalendosi della consulenza della Fondazione Ferrero. Ad oggi, le iniziative sociali e umanitarie su cui si sono focalizzate le Imprese Sociali Ferrero hanno riguardato l'**assistenza all'infanzia nel settore dell'educazione e della salute**. Tali attività comprendono rifacimento e ristrutturazione di scuole pubbliche e asili nido, sostegno a strutture pediatriche e assistenziali per bambini senza fissa dimora, seminari rivolti ad adolescenti per sensibilizzarli sulla prevenzione di malattie trasmissibili.

Per una più ampia descrizione della missione e delle attività delle Imprese Sociali Ferrero, si rinvia al sito [www.ferrerosocialenterprises.com](http://www.ferrerosocialenterprises.com) nonché ai precedenti rapporti CSR, consultabili sul sito [www.ferrerocsr.com](http://www.ferrerocsr.com).



Sull'esempio delle Imprese Sociali Ferrero, dal 2012/2013 anche i due nuovi siti produttivi in Turchia e in Messico hanno avviato la costituzione di un Fondo Sociale, destinato alla realizzazione di analoghi progetti a sostegno dei bambini e dei ragazzi nelle comunità dove essi operano. I meccanismi di accantonamento e di utilizzo di tali Fondi Sociali sono analoghi a quelli delle Imprese Sociali Ferrero: essi sono quindi alimentati tramite accantonamenti annuali e possono essere utilizzati su base triennale.

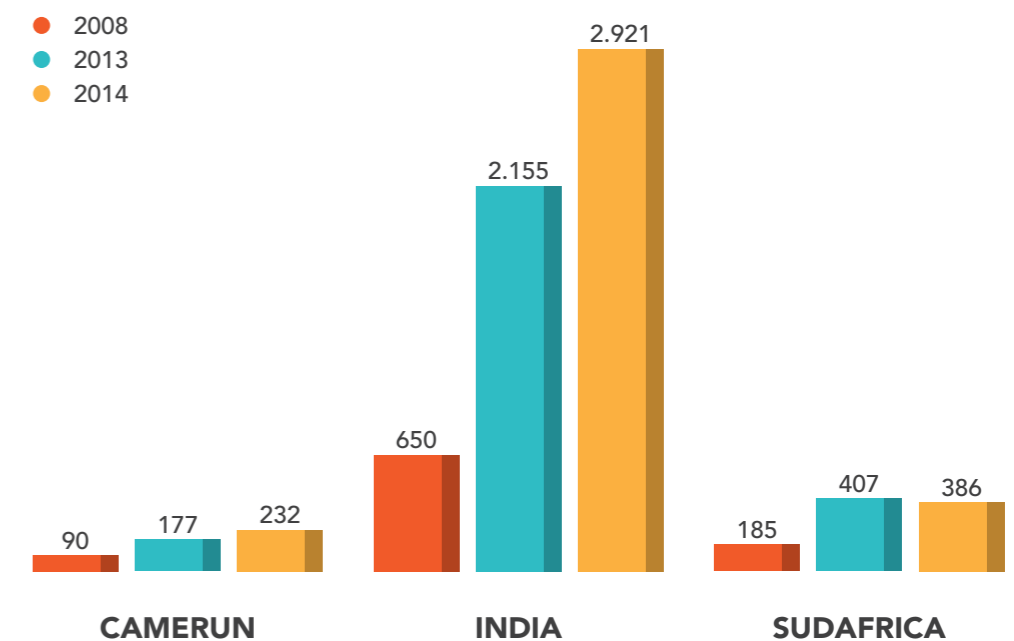
**SVILUPPO OCCUPAZIONALE E IMPATTO SOCIALE**

Al 31 agosto 2014, le Imprese Sociali Ferrero si sono avvalse della collaborazione di 3.539 persone<sup>2</sup>, pari al 10,34% del totale dei collaboratori del Gruppo.

**Nel periodo considerato, i collaboratori che hanno lavorato nelle singole Imprese Sociali Ferrero sono stati: 232 in Camerun, 2.921 in India e 386 in Sudafrica.**

Lo stabilimento produttivo in India continua a collocarsi al quarto posto per capacità di assorbimento della forza lavoro, sul totale dei 20 stabilimenti produttivi dell'intero Gruppo Ferrero.

**LIVELLI OCCUPAZIONALI DELLE IMPRESE SOCIALI AL 31 AGOSTO 2008, AL 31 AGOSTO 2013 E AL 31 AGOSTO 2014**



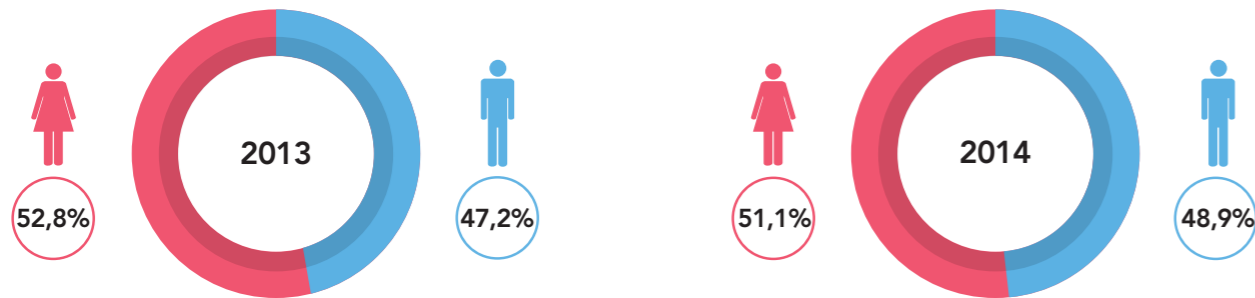
*2. Il dato comprende i collaboratori esterni Ferrero, tra cui i lavoratori interni, gli agenti di vendita, gli stage formativi e altri rapporti di collaborazione diretta, con esclusione dei contratti di servizi.*

La leggera flessione del livello occupazionale dell'Impresa Sociale Ferrero in Sudafrica, nel 2013/2014, è dovuta alla diminuzione dell'11,76% dei collaboratori esterni, cui si contrappone un aumento dell'8,15% dei dipendenti diretti.

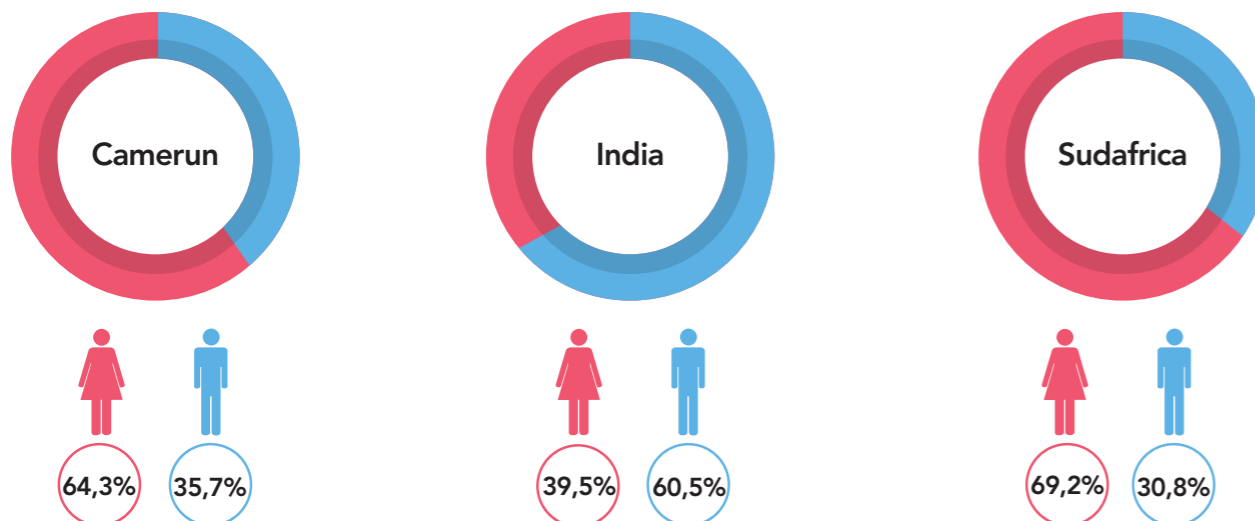
Ai lavoratori direttamente impiegati nell'industria dolciaria ne corrispondono almeno altrettanti nell'indotto (nell'approvvigionamento delle materie prime, degli imballaggi, nei servizi logistici): ciò contribuisce a innescare un **sistema virtuoso, che favorisce le condizioni per uno sviluppo sostenibile** all'interno delle comunità in cui le Imprese Sociali Ferrero operano.

La percentuale di forza lavoro femminile assorbita dalle Imprese Sociali Ferrero continua a essere predominante in Sudafrica e in Camerun. Rimane, invece, secondaria in India, per ragioni prevalentemente legate a questioni culturali, economiche e logistiche che limitano maggiormente la mobilità della donna indiana.

**OCCUPAZIONE FEMMINILE DEI DIPENDENTI DIRETTI DELLE IMPRESE SOCIALI FERRERO AL 31 AGOSTO**



**31 AGOSTO 2014**



L'impatto sociale dello sviluppo occupazionale si misura, altresì, in relazione alla consistenza dei nuclei familiari che traggono direttamente beneficio dal reddito del personale impiegato nelle Imprese Sociali Ferrero.

**PROFILO DEMOGRAFICO DEL PERSONALE IMPIEGATO NELL'IMPRESA SOCIALE FERRERO IN INDIA AL 31 AGOSTO 2014<sup>3</sup>**

Età media	31,71
Media di persone a carico del dipendente	2,39
Media di figli per dipendente	0,95
Media di componenti del nucleo familiare	3,39

**“Learn and Earn” in India**

Il progetto “Learn and Earn”, nato nel gennaio 2014, è un **apprendistato tecnico dedicato agli studenti di Food Science**. Il programma prevede sia formazione a livello teorico in aula che formazione pratica in stabilimento. Al 31 agosto 2014, il progetto ha coinvolto 129 studenti con un'età media di 23 anni, cui Ferrero, oltre alla retribuzione, offre una copertura assicurativa e il pagamento delle tasse universitarie. L'obiettivo di Ferrero in India è incrementare il numero di partecipanti al progetto, per consentire agli studenti della vicina zona rurale di completare il loro percorso di studi con un'istruzione tecnica. Inoltre, sulla base del loro rendimento durante l'apprendistato, a seguito del completamento del ciclo di studi **gli studenti possono essere integrati nell'organico Ferrero**, secondo le esigenze organizzative.

“ Inizialmente sono stato ad Alba, in Italia, per un programma di training della durata di 6 mesi. Questo programma si è poi trasformato in un progetto di due anni e mezzo: sono stato in Italia per tutti questi mesi e ho potuto conoscere e apprendere la cultura Ferrero. Quando sono tornato in India ho avuto un'altra grande opportunità, quella di diffondere le conoscenze e la cultura apprese ad Alba ai miei colleghi qui in India. Ora lavoro nel Dipartimento Qualità in India e sono responsabile della qualità del prodotto, dei controlli in linea e sensoriali. La cosa più importante è che, dopo il training ad Alba, ho avuto la responsabilità di far conoscere ai miei colleghi indiani tutto quello che avevo appreso e di costruire un team che rispetti gli standard Ferrero. Sono quindi il ponte tra Ferrero Italia e Ferrero India e considero questo come una grande responsabilità e opportunità.”

Tejilee Tembe (Impresa Sociale Ferrero - India)

3. Tali dati non comprendono i lavoratori interinali.

## SVILUPPO DELLE ATTIVITÀ INDUSTRIALI: IMPATTO LOCALE E RILEVANZA ALL'INTERNO DEL GRUPPO

**L'ATTIVITÀ PRODUTTIVA DELLE IMPRESE SOCIALI FERRERO È PARTICOLARMENTE INCENTRATA SULLA REALIZZAZIONE DEI PRODOTTI DELLA LINEA KINDER®. LA LINEA KINDER®, ORMAI CONOSCIUTA IN TUTTO IL MONDO, SI SVILUPPA IN UNA SERIE DI PRODOTTI AVENTI UNA MISSIONE COMUNE: CONTRIBUIRE A UNA CRESCITA GIOIOSA DI BAMBINI E RAGAZZI PER UN SANO SVILUPPO EMOTIVO E COGNITIVO E COSTRUIRE UN RAPPORTO DI FIDUCIA CON I GENITORI, GRAZIE A QUALITÀ, CURA DELLE RICETTE E PORZIONI SU MISURA.**

Le modalità operative impiegate nei centri produttivi delle Imprese Sociali Ferrero sono:

- **tecnologicamente innovative e automatizzate** per la parte alimentare del prodotto, al fine di assicurare la stessa qualità e sicurezza dei prodotti realizzati nel resto del Mondo;
- **manuali** per la realizzazione delle componenti non alimentari, soprattutto nella produzione di KINDER MERENDERO e per altre attività accessorie, al fine di offrire lavoro al massimo numero di persone.

In particolare, in tutti e tre gli stabilimenti delle Imprese Sociali Ferrero, la produzione della parte alimentare del KINDER MERENDERO è realizza-

ta con impianti fortemente automatizzati; la valva contenente la sorpresa, al contrario, è assemblata a mano, con l'inserimento delle parti del gioco-sorpresa.

Allo stesso modo, in India e in Sudafrica, il confetto Tic Tac® è realizzato con tecnologia automatizzata di proprietà Ferrero, mentre la fase di confezionamento è semi-manuale.

Nell'anno 2013/2014, il 78,9% delle materie prime agricole impiegate dalle Imprese Sociali Ferrero è stato acquistato da produttori locali, segnando un leggero calo rispetto allo scorso anno.

“Attualmente possiamo contare su 65 dipendenti fissi in organico, cui si aggiungono 40 collaboratori a progetto... Crescendo e acquistando nuovi strumenti e macchinari vorremmo poter creare nuovi posti di lavoro, formando i nostri lavoratori... Abbiamo da poco ottenuto la certificazione ISO 22000, in risposta ai requisiti qualitativi che l'Impresa Sociale Ferrero in Sudafrica si aspetta dai suoi fornitori in tutto il mondo.”

*Andrew Frame, Sales Manager, Magnum Packaging (uno dei principali fornitori di materiali da imballo dell'Impresa Sociale Ferrero in Sudafrica)*

Con riferimento alle materie prime, l'approvvigionamento in loco permette d'incrementare la creazione di posti di lavoro nell'indotto. Con particolare riferimento all'Impresa Sociale Ferrero in **Camerun**, la scelta di trasformarla sempre più in un centro

per la ricerca e la sperimentazione di materie prime, nonché per la produzione di semi-lavorati, permetterà di **rafforzare la bilancia commerciale del Paese**, grazie al valore aggiunto rappresentato dalle esportazioni degli stessi.

“Baramati è una terra molto fertile per la produzione di latte... Il fabbisogno di Ferrero e di altre aziende trasformatrici con sede a Baramati è di 1,5 milioni di litri di latte al giorno... sono diventati preziosi clienti per i fornitori locali... Questo significa che i contadini che posseggono bestiame potranno contare su un mercato reale e avere un ritorno economico aggiuntivo, oltre a quello agricolo. Da questa prospettiva, incoraggiamo con coscienza questo tipo di attività.”

*Onorevole Sharad Pawar, ex Ministro dell'Agricoltura in India*

## INIZIATIVE SOCIALI

### Il progetto sociale “Kindergarten Pietro Ferrero” a Baramati (India)

I primi anni di vita sono il periodo più “denso” e importante dell'intera esistenza dell'uomo: si apprendono molte nozioni e capacità, si elaborano stati emotivi e si gettano le basi della personalità adulta, con un'intensità che non è pari ad alcun'altra fase della vita umana<sup>4</sup>. È pertanto evidente l'importanza del progetto Asilo nido/Scuola materna istituito ad Alba (Italia) dalla Fondazione Ferrero, centro di eccellenza per l'infanzia aperto sia ai figli dei dipendenti dello stabilimento Ferrero di Alba che a bambini della comunità locale.

**SULL'ESEMPIO ALBESE, SI È RAFFORZATO L'INTERESSE DELLE IMPRESE SOCIALI FERRERO PER I PROGETTI SOCIALI E UMANITARI A SOSTEGNO DELL'EDUCAZIONE E DEL BENESSERE DEI BAMBINI IN ETÀ PRESCOLARE.**

In India, la normativa locale<sup>5</sup> prescrive che ogni stabilimento industriale di una certa entità, che impieghi in forma stabile più di 30 lavoratrici, ospiti al suo interno servizi di base per accogliere i loro figli in età prescolare. Comunemente, l'adempimento a tale prescrizione avviene mettendo a disposizione uno stanzone e un numero ridotto di addetti capaci di fornire i servizi minimi per l'accudimento dei bambini ospitati. Al contrario, nel 2013 è stata avviata la costruzione di un vero e proprio **asilo nido/scuola materna** a circa cento metri dallo stabilimento, all'interno dell'ampia superficie non ancora edificata che circonda lo stabilimento di Baramati.



4. Teoria dell'apprendimento di J. Piaget.

5. The Factories Act, 1948, Cap. V, Par. 48.



**L'OBIETTIVO, MOLTO AMBIZIOSO, È DI CREARE UNA STRUTTURA MODELLO PER LA CURA E LO SVILUPPO SOCIO-EDUCATIVO DEI FIGLI DEI DIPENDENTI, RISERVANDO ANCHE UNA PERCENTUALE DI POSTI AI BAMBINI DELLA COMUNITÀ IN CUI OPERA LA STESSA IMPRESA SOCIALE FERRERO.**

La struttura prende il nome "Kindergarten Pietro Ferrero" e il progetto ha visto la **partecipazione della Fondazione Ferrero** nelle sue varie fasi esecutive. In particolare, sono state messe a disposizione dei colleghi indiani le competenze acquisite durante i 5 anni di attività dell'asilo nido di Alba, sia in ambito architettonico (ovvero di destinazione degli spazi) che pedagogico.



Il 14 novembre 2014 si è celebrata, a Baramati, l'inaugurazione della struttura. Il "Kindergarten Pietro Ferrero", con una **superficie coperta di circa 1.000 m<sup>2</sup>**, può ospitare contemporaneamente **oltre 120 bambini**, di età compresa tra i 6 mesi e i 5 anni. È costituito da 2 locali per la zona nido, destinata a bambini al di sotto dei 2 anni, 4 locali per bambini dai 2 ai 5 anni, una cucina, un'infermeria, numerosi servizi igienici, magazzini e uffici del personale.

I suoi moduli architettonici, disposti a reticolo, consentiranno, qualora in futuro se ne verifichi l'esigenza, l'ampliamento dell'edificio con ulteriori moduli.

L'opera, ideata dall'architetto indiano Akshay Dutta, è stata concepita e disposta in modo tale da poter offrire ai bambini e al personale massima luminosità e visioni aperte, libere da ostacoli. Infatti, da ciascun modulo architettonico si può accedere diret-

tamente ai prati circostanti e a due ampi cortili interni, anch'essi ricoperti di manto erboso.

Per consentire l'**impiego efficiente ed ecosostenibile dell'energia** necessaria al funzionamento della struttura, il sistema di illuminazione degli spazi esterni è azionato da **pannelli solari**. Inoltre, i tetti a guglia, che caratterizzano i moduli abitativi, consentono di migliorare l'isolamento termico soprattutto nelle stagioni più calde, quando la temperatura, tra marzo e aprile, può raggiungere anche i 40 °C.

Il "Kindergarten Pietro Ferrero" opera su tre turni: i primi due (dalle 6:00 alle 14:00 e dalle 14:00 alle 22:00) consentono al personale femminile dello stabilimento di accompagnare i propri figli al "Kindergarten", nel rispetto dei loro turni lavorativi. Il terzo turno (dalle 10:00 alle 17:00) viene invece incontro alle esigenze delle famiglie delle comunità locali.

“È molto importante poter contare su uno spazio per i bambini, perchè è un passo avanti verso l'autonomia delle donne: infatti, oggi la maggior parte delle donne vorrebbe lavorare, ma non sa dove lasciare i propri figli. Kindergarten è un'idea molto diversa da quella a cui sono abituati gli indiani. L'autonomia delle donne è una questione fondamentale, molte di esse infatti sono casalinghe e non hanno l'opportunità di lavorare e aver cura al tempo stesso della famiglia. Ferrero si sta occupando in prima persona di ciò, facendo sì che le donne possano lavorare, e allo stesso tempo essere partecipi alla vita aziendale avendo la possibilità di un percorso di carriera. Questo conferirà loro un fattore di positività e anche la certezza che i propri figli siano curati da Ferrero. Non solo nel senso stretto di "avere cura", ma anche attraverso una buona educazione da parte di professionisti.”

*Supriya Sule, Membro del Parlamento indiano del Lok Sabha (House of People)*

La gestione del "Kindergarten Pietro Ferrero" è stata affidata a una società di servizi di comprovata esperienza nel settore, in grado di gestire efficientemente la struttura e di offrire anche metodologie pedagogico-educative volte a favorire la crescita intellettuale ed emotiva del bambino, attraverso processi autonomi di ricerca, scoperta e apprendimento.

Lo staff è composto da 7 insegnanti e 10 assistenti all'infanzia, oltre al personale addetto alla cucina, alla sicurezza e alle pulizie. La struttura, inaugurata nel novembre 2014, ospita a marzo 2015, 109 bambini, di cui 89 figli di personale Ferrero e 20 bambini della comunità.

## Il progetto sociale “Scuola Materna Cité Verte” a Yaoundé (Camerun)

Il Camerun è tra i Paesi in cui il **divario tra bambini poveri e ricchi** è cresciuto di più al mondo, con un aumento dell'84% negli ultimi vent'anni. Ciò influisce drammaticamente sulla salute, sull'educazione e sulle possibilità di sopravvivenza dei bambini nelle fasce più deboli, esponendoli quindi a malattie, ritardi fisici o mentali e all'abbandono scolastico. Inoltre, i bambini che nascono in condizioni economiche migliori hanno possibilità 35 volte superiori rispetto a quelli più poveri di accedere all'educazione e alle cure sanitarie, oltre a una minore possibilità di dover lavorare in tenera età<sup>6</sup>.

“ In Africa, particolarmente in Camerun, la donna ricopre un ruolo fondamentale, semplicemente perché, a livello familiare, è colei che ha il compito di nutrire la famiglia. È lei che deve trovare il modo affinché, ogni giorno, la pentola possa bollire. È la donna che nutre la famiglia. È la donna che grazie al surplus può vendere e dar da mangiare alla popolazione nei villaggi. Per l'80%, è lei che ha in carico la produzione di cibo. È quindi portatrice di un dono essenziale per poter nutrire i nostri popoli, ed è la ragione per cui noi diciamo che senza la donna non potremmo mai raggiungere l'autosufficienza alimentare che rappresenta l'orgoglio del nostro Paese. L'ho già fatto all'inizio del mio mandato, ma davvero voglio rimarcare a nome del governo del Camerun, tutte le iniziative che Ferrero mette in campo per porre l'essere umano al centro del suo sviluppo. ”

Ananga Messina, alla nascita Beyene Clémentine A,  
Ministro Delegato presso il Ministero dell'Agricoltura e dello Sviluppo Rurale.

L'Impresa Sociale Ferrero in Camerun ha voluto dare il suo **contributo a sostegno dell'infanzia svantaggiata del Paese**, rispondendo alla richiesta di assistenza del Ministero dell'Educazione di base camerunense a favore di una scuola materna della capitale, Yaoundé, dove risiede anche lo stabilimento produttivo Ferrero. Si tratta della **Scuola Materna nel quartiere Cité Verte**. La scuola ospitava circa 200 persone tra bambini e personale scolastico, in due edifici: il blocco “A”, in muratura, e il blocco “B”, in una baracca di legno

costruita alcuni decenni prima, logora a causa dell'incuria e del tempo. Soltanto una latrina in legno, biposto, sprovvista di fossa biologica settica, serviva sia gli alunni che gli insegnanti di entrambi i blocchi scolastici.

Le critiche condizioni igieniche e di sicurezza erano ulteriormente aggravate dall'assenza di un sistema di drenaggio delle acque piovane e reflue, che rendevano il cortile della scuola impraticabile soprattutto nella stagione delle piogge, particolarmente violenta in questo Paese

6. Fonte: Save The Children, Rapporto Nati uguali (2012).

tropicale. Tali condizioni espongono gli alunni a ulteriori rischi di malattie, come la malaria.

Il progetto ha previsto la demolizione delle strutture in legno e della latrina e la conseguente **costruzione di un nuovo blocco scolastico in muratura** nel cortile della scuola, comprensivo di due grosse aule. Sono stati altresì previsti l'ufficio della Direttrice, una piccola biblioteca, servizi igienici separati per gli alunni e il personale della scuola e dotati di fossa settica. Il progetto ha permesso anche l'acquisto di nuovi arredi scolastici, il rafforzamento delle fondamenta in muratura dell'ex scuola in legno, il rifacimento del muro di cinta e del portone d'ingresso del sito scolastico, la pavimentazione in cemento del cortile e un sistema di drenaggio delle acque piovane e reflue. Infine, anche il vecchio blocco “A” in muratura è stato ritinteggiato e l'intero sito scolastico messo in sicurezza.

Il 13 ottobre 2014 sono stati inaugurati i lavori di restauro della “Scuola Materna Cité Verte” e il nuovo blocco scolastico “B”. La cerimonia è stata co-presieduta dal Ministro dell'Educazione di base (MINEDUB) camerunense e dall'Ambasciatore d'Italia in Camerun.



# KINDER+SPORT



## KINDER+SPORT, PERSONE IN MOVIMENTO

In coerenza con la propria visione, il Gruppo Ferrero pone particolare attenzione alle persone e a tutti gli aspetti inerenti la qualità della loro vita.

Per questo, il Gruppo continua a impegnarsi proattivamente nella **promozione di stili di vita attivi tra le giovani generazioni** e le loro famiglie attraverso il programma globale Kinder+Sport.

**KINDER+SPORT È IL PROGRAMMA VOLTO A INCORAGGIARE LA PRATICA SPORTIVA E A DIFFONDERE LA GIOIA DI MUOVERSI TRA I BAMBINI DI TUTTO IL MONDO, ISPIRANDOLI AD ASSUMERE ABITUDINI DI VITA ATTIVE SIN DA PICCOLI.**

I dati sulla sedentarietà mondiale sono infatti sempre più allarmanti e, secondo i dati della *World Health Organization*, più della metà dei bambini intorno agli 11 anni non pratica neanche i 60 minuti di attività motoria quotidiana consigliata.

In tale contesto, l'impegno di Kinder+Sport diventa particolarmente rilevante, perché si propone di muovere concretamente grandi numeri di bambini e di **incoraggiare un'educazione al movimento**, suggerendo nuove abitudini di vita.

## World Health Organization - Physical activity - Fact sheet N°385 - January 2015

### DATI CHIAVE

- L'attività fisica ha significativi benefici sulla salute e contribuisce a prevenire le malattie non comunicabili;
- a livello mondiale, 1 adulto su 4 non ha uno stile di vita abbastanza attivo;
- oltre l'80% degli adolescenti di tutto il mondo fa insufficiente attività fisica;
- le politiche per affrontare l'insufficiente attività fisica sono attive nel 56% dei Paesi membri della WHO;
- gli Stati membri della WHO sono concordi nel ridurre del 10% l'insufficiente attività fisica, entro il 2025.

### QUANTA ATTIVITÀ FISICA É RACCOMANDATA?

La WHO raccomanda, per bambini e adolescenti di età compresa tra i 5 e 17 anni:

- almeno 60 minuti di attività fisica da moderata a intensa ogni giorno;
- un'attività fisica giornaliera superiore a 60 minuti, per incrementare gli effetti benefici sulla salute;
- attività che rafforzino muscoli e ossa, almeno 3 volte a settimana.

## RESPONSIBILITY FIRST: IL CONSOLIDAMENTO DELLA STRATEGIA

Kinder+Sport continua il proprio **percorso di responsabilità**, consapevole che l'attività fisica rappresenti un momento indispensabile nella formazione dei bambini, contribuendo in modo rilevante al loro sviluppo fisico e alla loro preparazione alla vita, come individui e come cittadini di domani.

**KINDER+SPORT, INSIEME AI PROPRI PARTNER, SI IMPEGNA AFFINCHÉ GLI STILI DI VITA ATTIVI ENTRINO SEMPRE PIÙ NELLA PRATICA QUOTIDIANA DELLE GIOVANI GENERAZIONI E DIVENTINO ABITUDINI CONSOLIDATE.**

Per farlo, Kinder+Sport agisce secondo le **5 direttrici di responsabilità** già menzionate nel precedente rapporto:

**1. Regole chiare**, per mantenere la massima coerenza nello sviluppo internazionale del progetto. In conformità con le linee guida globali sintetizzate nel "Decalogo Kinder+Sport", presentato nei due rapporti precedenti, è stato creato e diffuso in tutti i Paesi un *brand book*, con l'obiettivo di normare tutti i singoli aspetti del progetto: dall'approccio strategico all'utilizzo della identità visiva, alle istruzioni per la messa a punto di una

comunicazione corretta e consapevole. Tali linee guida sono state corredate da regole di comportamento responsabile definite da una dettagliata lista di "Dos & Don'ts".

**2. Partnership forti**, per garantire il supporto di programmi idonei e specializzati con federazioni e istituzioni accreditate ed esperte. In questa logica, sono state rafforzate le relazioni con le federazioni sportive "storiche" del progetto e, in alcuni casi, rivisti gli accordi contrattuali per supportare progetti giovanili e scolastici. Inoltre, è stata fortificata la partnership con ISF (*International School Sport Federation*) per raggiungere più geografie possibili, con l'obiettivo comune di educare i giovani attraverso lo sport. A livello globale, il numero di associazioni e federazioni con cui Kinder+Sport collabora è più che raddoppiato (dal 2013 le partnership sono passate da 40 a 92).

**3. Approccio educativo**, per affermare programmi dallo spiccato valore formativo sia per i ragazzi che per i genitori, generando nelle famiglie consapevolezza sulla cultura del movimento. Tale approccio è divenuto il tratto distintivo di tutte le iniziative di Kinder+Sport. Il progetto educativo "Move and Learn", realizzato in UK, è un chiaro esempio di que-



sto approccio (che sarà approfondito in seguito). Il "Manifesto Joy of Moving" sintetizza il nuovo modello di comunicazione: racchiude i valori di Kinder+Sport e ha l'ambizione di generare consapevolezza sull'importanza degli stili di vita attivi.

**4. Sviluppo "glocal"**, con l'obiettivo di portare il progetto in molti Paesi del mondo, prestando attenzione alle necessità e peculiarità locali. Ad esempio in Corea del Sud, dove Kinder+Sport ha attivato un programma di sci dedicato ai bambini e una collaborazione con la *Korea Elementary School Taekwondo Federation* a sostegno dello sport più diffuso nelle scuole coreane, dove l'arte marziale è parte integrante dei programmi didattici.

**5. Misurabilità**, per valutare la qualità delle proprie azioni attraverso un programma concreto di indicatori di performance (KPI). Nel 2014 è stato implementato un sistema di monitoraggio interno, codificato a livello globale, per una raccolta dati chiara e puntuale. Inoltre si è avviato un progetto di ricerca pilota sull'area Italia, con l'intento di valutare l'andamento del progetto Kinder+Sport, i risultati raggiunti e l'impatto sulla reputazione del Gruppo Ferrero.



## Le persone di Kinder+Sport

Nel 2014, è stata istituita la nuova struttura organizzativa di Kinder+Sport:

- **Kinder+Sport Board:** organo decisionale centrale, responsabile della definizione della strategia globale. Si riunisce con cadenza trimestrale ed è composto da 25 membri permanenti e, a rotazione, dai rappresentanti locali dei Paesi in cui il progetto è implementato;
- **Team centrale Kinder+Sport:** 7 persone dedicate alla gestione dei progetti di coordinamento e di ricerca a livello globale;
- **Team locali:** più di 50 persone che lavorano globalmente sul progetto per la realizzazione di programmi locali;
- **Funzioni di supporto:** circa 14 persone appartenenti alle funzioni HR, PR di Gruppo, CSR di Gruppo, Multimedia e *Digital Kinder Surprise Company*, Media e Sponsoring, Packaging/Graphic Unit, Consumer Research, Comitato Scientifico Kinder+Sport, Controlling e Direzione Tecnico Scientifica.

## MUOVERSI, ANCHE IN CONTINUITÀ



Nel 2013/2014 sono proseguiti i seguenti programmi di ricerca:

- **"1,2,3... Minivolley"** FIPAV-Kinder+Sport è la ricerca scientifica che l'Istituto di Medicina dello Sport di Torino svolge dal 2009 in collaborazione con il Ministero Italiano dell'Istruzione (MIUR), con la Federazione Italiana di Pallavolo e con il CONI. Il progetto ha l'obiettivo di valutare, nel quinquennio scolastico 2009/2010 - 2014/2015, gli effetti di **ore aggiuntive di attività fisica costante**, programmata e gestita da personale qualificato, **nella fascia di età delle scuole primarie**, protocollo attualmente non previsto dal programma didattico ministeriale. Sono quindi analizzate le ricadute in termini di abilità motorie, dati antropometrici (peso, altezza, mobilità articolare, pliche cutanee), nonché di BMI (*Body Mass Index*) e messe in comparazione con i pari età che non hanno svolto attività fisica programmata nella scuola primaria. La ricerca si concluderà nel 2015 e i risultati saranno disponibili in versione integrale a gennaio 2016. I dati parziali

finora raccolti tra i bambini coinvolti dalle scuole aderenti al progetto dimostrano **ricadute positive per gli aspetti considerati dalla ricerca**, sia a livello quantitativo (BMI, pliche cutanee, coordinazione, capacità motorie), che qualitativo (riconoscimento dell'importanza dell'attività fisica e di uno stile di vita sano).

- **"Village"**, rinominato **"Joy of Moving"**, è svolto in collaborazione con l'Università degli Studi di Roma - Foro Italico, il CONI Regione Piemonte, il MIUR Regione Piemonte, l'Assessorato all'Istruzione, Sport e Sanità della Regione Piemonte, l'USP Cuneo e il Comune di Alba, e ha l'obiettivo di **dimostrare che l'attività fisica contribuisce allo sviluppo fisico, cognitivo e sociale dei bambini** e concorre a migliorare le loro abilità di vita. Lo studio sta monitorando da 3 anni gli effetti dell'attività fisica su più di 1.000 bambini della scuola primaria e i primi risultati, che saranno definitivi a ottobre 2015,

sono incoraggianti: i gruppi sperimentali hanno mostrato notevoli vantaggi nella fascia 5-6 anni, migliorando le abilità di efficienza fisica, coordinazione motoria e funzioni cognitivo-creative quali la capacità di prestare attenzione, memorizzare, pianificare, definire obiettivi e trovare soluzioni.

Kinder+Sport continua anche a perseguire l'obiettivo di **portare la gioia di muoversi in azienda**. In particolare, in Regno Unito sono previsti momenti di attività per i dipendenti durante la pausa pranzo, consulenze personalizzate con la *testimonial* ed ex campionessa olimpica Sally Gunnell e visite specialistiche con nutrizionisti. Un approccio concreto e completo, teso a incoraggiare, anche tra i dipendenti, stili di vita sani e attivi.



Al tempo stesso, sono portate avanti le iniziative specifiche nelle diverse geografie, che riflettono i molteplici valori di Kinder+Sport, tra cui:

### 1. MOVE AND LEARN - Regno Unito

Il programma "Move and Learn" concretizza la vocazione educativa del progetto Kinder+Sport. Realizzato in partnership con la Football League Trust e la Watford Community Sports and Education Trust, ha l'obiettivo di creare tra i più piccoli la consapevolezza dell'importanza di un'alimentazione varia unita a uno stile di vita attivo.

Per sei settimane il programma alterna divertenti lezioni in classe, dedicate all'apprendimento di nozioni sull'attività motoria, l'educazione alimentare e il funzionamento del corpo umano, a sessioni di educazione fisica all'aperto, dove i bambini sono coinvolti e guidati da coach e giocatori professionisti in numerose attività sportive (calcio,

pallamano, palla prigioniera, atletica). Il programma stimola i bambini a riflettere su ciò che li fa star bene e li fa crescere mantenendosi in forma, creando consapevolezza anche nelle famiglie, in modo che le buone abitudini continuino anche a casa.

Il successo della fase pilota nella città di Watford ha spinto a una rapida espansione dell'iniziativa su scala nazionale, con l'obiettivo di muovere oltre 20.000 bambini nell'anno 2014/2015, per un totale di 190.000 ore di attività.

Il progetto "Move and Learn" rappresenta un'eccellenza all'interno del panorama delle attività Kinder+Sport nel mondo e un modello da esportare oltre i confini inglesi.



**Rob Clarke, 37 anni, organizzatore sportivo della Watford Community Sports and Education Trust**

Abbiamo coinvolto oltre 60 scuole in questo programma. L'approccio comprende tutto, dall'insegnare valori chiave come il rispetto per gli altri all'incoraggiare le giovani generazioni a essere fisicamente attive, trasmettendo un orientamento corretto all'alimentazione, aspetto cruciale della crescita completa dei nostri ragazzi.



**Ryan, 10 anni**

Grazie a questo programma abbiamo avuto la possibilità di imparare alcune discipline sportive che non avevamo mai praticato prima. Inoltre, da quando i trainer sono entrati nella nostra classe, abbiamo imparato molto anche su cosa significa mangiare sano, ad esempio l'importanza di mangiare frutta e verdura fino a cinque volte al giorno.

### 2. LE VILLAGE KINDER - Francia

In Francia è invece attivo un progetto dalla vocazione sociale. Per sei settimane, fra luglio e agosto, "Le Village Kinder" a Temple-Sur-Lot ospita circa **1.000 bambini tra gli 8 e i 12 anni provenienti da situazioni familiari difficili**, indicati dall'associazione francese Secours Populaire Français.

In uno spazio di oltre 7 ettari, completamente dedicati alla pratica di attività sportive, circa 160 bambini alla settimana hanno la possibilità di

avvicinarsi allo sport e ai suoi valori, grazie a uno staff di circa 70 persone tra educatori, istruttori e altre figure specializzate e alla partecipazione di numerosi testimonial.

Per Ferrero rappresenta un'importante attività di responsabilità sociale, che offre a bambini meno fortunati la possibilità di vivere una settimana speciale nella dimensione sana dello sport e del movimento, giocando e maturando abilità importanti per uno sviluppo a 360°.



**Geneviève Glanes, 55 anni, vicedirettrice del centro Le Village**

Lavoro per questo centro sportivo da oltre venticinque anni. Giocavo nella nazionale di basket, seconda categoria. Dal mio passato sportivo ho tratto quello che è il beneficio dello sport e del movimento: sono certa che un bambino sportivo sarà un adulto sportivo, e che per questo è importante cominciare sin da piccoli. Il nostro, qui a Le Village, è un lavoro di squadra grazie al quale ogni anno programmiamo attività nuove. Siamo grati alla Ferrero per il sostegno che ci offre, permettendoci ogni anno di rinnovare la programmazione, e per la presenza dei testimonial dello sport che, con il loro esempio, i loro racconti, le loro storie, rappresentano un esempio positivo, un modello anche per questi ragazzi meno fortunati.



**Yanes, 10 anni**

Questo è il secondo anno che vengo qui. Sono contento di essere tornato, ho rivisto un sacco di amici e ho provato le nuove attività. Durante l'anno gioco solo a calcio, questa è l'unica occasione che ho per praticare e appassionarmi ad altri sport. È bello tornare e rivedere gli amici, anche se durante l'anno ci scriviamo, restiamo in contatto, ci raccontiamo quello che facciamo. Cresciamo insieme.

### 3. I PROGETTI DIDATTICI IN ITALIA

Kinder+Sport ha tra i principali obiettivi il coinvolgimento delle scuole nei Paesi in cui opera. In particolare, in Italia sostiene da anni l'importanza della pratica sportiva **all'interno degli istituti scolastici**.

I primi progetti attivati in questo ambito risalgono al 2003, al fianco della Federazione Italiana Pallavolo. Oltre al volley, nel corso degli anni, ulteriori progetti scolastici sono stati attivati coinvolgendo numerose discipline come atletica leggera e scherma. Nel corso del 2014/2015 è prevista l'attivazione di ulteriori collaborazioni coinvolgendo nuove discipline sportive come vela, basket e nuoto.

#### FIPAV (Federazione Italiana Pallavolo)



Attualmente sono attivi diversi progetti scuola creati *ad hoc* per differenti fasce d'età. Dal 2003 ad oggi, attraverso "1,2,3 Volley" (scuola secondaria) e "1,2,3 Minivolley" (scuola primaria), sono stati distribuiti circa 25.000 kit composti da reti, palloni e una guida didattica.

#### FIDAL (Federazione Italiana Atletica Leggera)



Prima con "L'atletica va a scuola" e successivamente con "Kinder+Sport School Athletics", dal 2006 al 2010 sono stati distribuiti circa **360 kit** composti da coni, ostacoli e nastri. Negli ultimi anni sono stati distribuiti DVD per le lezioni di atletica agli insegnanti di educazione fisica di **4.000 scuole secondarie di primo grado**.

Nel 2014/2015, l'obiettivo è distribuire dei *mini-kit* composti da nastro misuratore, testimoni per la staffetta, vortex e cronometro digitale.

#### FIS (Federazione Italiana Scherma)

Dal 2013/2014, attraverso il progetto "A Scuola di Scherma" sono stati distribuiti circa **460 kit** composti da maschere e fioretti. I kit sono spediti alle società schermistiche che si impegnano ad organizzare con i loro insegnanti lezioni di scherma all'interno delle scuole, con l'obiettivo di distribuirne altri 140 nell'anno 2014/2015.

## I RISULTATI GLOBALI 2013/2014

I risultati ottenuti sono coerenti con gli **obiettivi di lungo termine del progetto**, che si propongono entro il 2017/2018 di:

- accrescere la presenza del programma da 20 a 30 Paesi del mondo;
- muovere 5 milioni di bambini all'anno;
- attivare almeno 1 programma in *partnership* con le istituzioni scolastiche co-educative in tutti e 30 i Paesi in cui il programma sarà presente.

Nel corso dell'ultimo anno:

- i bambini mossi sono **umentati di oltre un milione**;
- il numero degli eventi è **più che raddoppiato**;
- le associazioni e le federazioni coinvolte sono **duplicate**;
- i *testimonial* coinvolti sono **umentati sensibilmente**, grazie al coinvolgimento di atleti di squadre nazionali, allenatori, nutrizionisti, veri ambasciatori di stili di vita attivi;
- il **50% dei Paesi** ha attivato almeno un programma in collaborazione con le scuole.



**21** Paesi  
attivi

**3,8 Mio** bambini  
mossi\*

**1.500** numero  
di eventi

**3** comitati  
olimpici

**2,5 Mio** kit tecnici  
distribuiti

**1.295** testimonial  
coinvolti

**400 mila** materiali sportivi  
distribuiti

**22** sport  
praticati

**92** federazioni  
e associazioni

**9,5 Mio EUR** investimenti

\*Bambini mossi: numero di bambini che partecipano attivamente ai programmi ed eventi supportati da Kinder+Sport.

## LA GIOIA DEL MOVIMENTO VISSUTA DAI PROTAGONISTI



**Daluba,  
9 anni**

*Questa è la mia prima volta a "Le Village", non conoscevo nessuno ed ero timida. A casa mi piace andare in bicicletta, è l'unico sport che pratico. Qui ho provato il windsurf, non sono tanto brava, ogni tanto cado in acqua, ma mi diverto. Certo che gioco per vincere, ma so anche che lo sport mi aiuta a crescere, oltre al fatto che mi permette di incontrare altri bambini come me.*



**Marijn Peters,  
31 anni,  
allenatrice**

*Sono insegnante di educazione fisica, e quest'anno ho prestato servizio al liceo sportivo come insegnante di handball per conto della Federazione, per cui lavoro. Anche quando si perde cerco di insegnare alle mie ragazze che meritiamo il rispetto degli altri perché ci siamo impegnate al massimo, fino all'ultimo. Non si può giocare da soli, si vince tutti insieme.*



**Riccardo, 16 anni,  
aiuto istruttore al Joy of Moving di Alba**

*Conosco Kinder+Sport: tutti gli sport per tutte le età. Attraverso lo sport si viene educati ed è quello che cerco di fare come aiuto istruttore. Da grande vorrei fare il dottore o il veterinario, perché mi piace l'idea di aiutare gli altri. Questa è la lezione che ho imparato dallo sport.*



**Sergio Gallo,  
59 anni,  
insegnante di  
Matematica,  
Scienze ed  
Educazione  
motoria**

*Ho imparato tantissimo da questo percorso fatto con Kinder+Sport: una metodologia diversa per l'educazione motoria legata alla dimensione del gioco, in grado di stimolare sia le abilità motorie che quelle relazionali e cognitive, ma anche le cosiddette life skills.*



**Andrea,  
14 anni**

*Per essere campioni bisogna saper tenere insieme intelligenza e forza, resistenza fisica e astuzia. A me il tennis è servito per crescere, sono migliorato nel carattere, più calmo, non rompo più le racchette per rabbia. Mi piace vincere, ma non bisogna dimenticarsi mai di essere umili, e non dare mai nulla per scontato.*

## IN MOVIMENTO VERSO IL FUTURO: LA PARTECIPAZIONE A EXPO MILANO 2015

Kinder+Sport intende sensibilizzare le famiglie e l'opinione pubblica sull'importanza degli stili di vita attivi.

Per questo è **presente, in partnership con il CONI, il MIUR ed Expo Milano 2015, all'Esposizione Universale** con uno spazio dedicato ai più piccoli e un percorso educativo all'insegna del movimento, dove le famiglie di tutto il mondo possono vivere l'esperienza della gioia di muoversi.

Expo Milano 2015 rappresenta infatti un palcoscenico mondiale e un'occasione straordinaria per portare all'attenzione del pubblico internazionale il ruolo fondamentale di uno stile di vita attivo nel quotidiano.

**IL PADIGLIONE KINDER+SPORT MIRA A GENERARE, ATTRAVERSO UN RICCO PROGRAMMA DI CONFERENZE ED EVENTI, UNA RIFLESSIONE SULLA CENTRALITÀ DEL MOVIMENTO NEL PERCORSO DI CRESCITA DEI GIOVANI, COME PATRIMONIO DI BENESSERE INDIVIDUALE E COME RISORSA COLLETTIVA PER IL FUTURO.**

Kinder+Sport ha uno spazio di **3.600 metri quadri dedicati al movimento**, in cui i visitatori possono sperimentare in prima persona l'innovativo metodo motorio elaborato dalla ricerca "Joy of Moving", attraverso

un percorso fatto di macchinari fantasiosi e innovativi esercizi a corpo libero. È un nuovo modo di muovere i bambini, non competitivo, pensato per stimolare il loro sviluppo fisico, cognitivo e sociale e utile a sviluppare *life skill* fondamentali per formare cittadini del domani più consapevoli.



Inoltre, in Expo Milano 2015, Kinder+Sport ha presentato il proprio **"Manifesto Joy of Moving"** dichiarando come intende portare, insieme ai propri partner, la gioia di muoversi tra le giovani generazioni. L'intento è di coinvolgere le stesse istituzioni e i cittadini ad assumersi la responsabilità di incoraggiare i bambini ad abitudini di vita attive. La *call to action* del Manifesto è infatti **"It's time to move kids, together"**.

Il Manifesto racchiude i principi del progetto Kinder+Sport e rappresenta la testimonianza concreta del suo impegno sociale.



# Joy of moving

**LA VITA COMINCIA CON IL MOVIMENTO**  
Il movimento è la prima forma di comunicazione che il bambino scopre. Rimarrà la più importante e la più naturale espressione della sua vitalità.

**LA CRESCITA È MOVIMENTO**  
L'esperienza del movimento ha il potere di trasformare i bambini attivi in adulti consapevoli. Consente di prepararsi alle sfide della vita quotidiana e di crescere come persone autonome, positive e capaci di relazioni autentiche.

**IL MOVIMENTO UNISCE IL MONDO**  
Il movimento è una forma di comunicazione universale che va oltre le razze, i generi e le condizioni economiche. Infonde nelle giovani generazioni i valori della cooperazione, del rispetto e della responsabilità.

**IL MOVIMENTO È ISPIRAZIONE**  
Il movimento è uno stile di vita. È fondamentale educare e incoraggiare i bambini fin da piccoli a sconfiggere la pigrizia e la sedentarietà in favore di abitudini di vita più attive.

**NOI INCORAGGIAMO IL MOVIMENTO**  
Il movimento dovrebbe essere accessibile a tutti: bambini e genitori, in ogni paese del mondo. Per questo collaboriamo attivamente con Partner Istituzionali per portare la gioia di muoversi nella vita quotidiana delle famiglie. È uno sforzo collettivo che può cominciare anche da te.

IT'S TIME TO MOVE KIDS, TOGETHER








Durante i sei mesi di Expo Milano 2015, Kinder+Sport dà vita a una serie di **eventi e conferenze**, con l'obiettivo di raccogliere idee innovative e soluzioni concrete capaci di diffondere abitudini di vita attive tra i bambini e le loro famiglie.

Sei grandi temi sono portati all'attenzione di visitatori e istituzioni:

#### È TEMPO DI MUOVERE I BAMBINI IN MODI INNOVATIVI

- Quali sinergie tra le istituzioni governative possono generare innovazione nel mondo dell'educazione fisica?
- Quali nuovi metodi e approcci all'attività fisica possono fare la differenza domani?

#### È TEMPO DI MUOVERE I BAMBINI CON LE FAMIGLIE

- Come possono le famiglie praticare più attività fisica insieme nella vita di tutti i giorni?
- Come possiamo comunicare efficacemente ai genitori i molti benefici dell'attività fisica?

#### È TEMPO DI MUOVERE I BAMBINI A SCUOLA

- Da quali Paesi possiamo apprendere i migliori insegnamenti per inserire lo sport come protagonista dei programmi scolastici?
- Quali tipi di approcci le scuole possono adottare per promuovere l'educazione fisica tra i ragazzi?

#### È TEMPO DI MUOVERE I BAMBINI NELLA COMPLESSITÀ DELLA VITA DI OGGI

- Come possiamo rendere le città più a misura di movimento?
- Quali le raccomandazioni per facilitare lo sport e il gioco attivo tra i bambini, in un'epoca contrassegnata da restrizioni economiche?

#### È TEMPO DI MUOVERE I BAMBINI ED EDUCARLI A CORRETTE ABITUDINI ALIMENTARI

- Cosa possiamo fare per responsabilizzare i bambini, fin da piccoli, ai temi di educazione alimentare?
- Come possiamo creare consapevolezza sulle corrette abitudini alimentari e coinvolgere attivamente i genitori su questi temi?

#### È TEMPO DI MUOVERE I BAMBINI COME CITTADINI CONSAPEVOLI

- Quali sono i legami tra la pratica sportiva e la formazione dei cittadini di domani?

Kinder+Sport attiva quindi una **riflessione generale sul ruolo del movimento nella crescita dei bambini** e sugli effetti positivi che può avere per trasferire valori, abitudini e stili di vita alle future generazioni. Tale riflessione sarà alla base delle azioni e degli impegni futuri, per un miglioramento continuo.

# Il Pia ne ta



Questa sezione del rapporto è dedicata al Pianeta, al cui rispetto il Gruppo Ferrero rivolge massima attenzione: per questo motivo ci impegniamo a coniugare una forte motivazione alla crescita con un'elevata attenzione alla sostenibilità e all'ambiente.

**IL RISPETTO E LA PROTEZIONE DEL PIANETA SI CONCRETIZZANO ATTRAVERSO UNA SERIE DI SCELTE RESPONSABILI, FINALIZZATE SIA ALL'APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE DELLE MATERIE PRIME CHE ALLA RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE NELLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE.**

Il Gruppo Ferrero è infatti consapevole dell'importante ruolo che esso, al pari di ogni altra attività umana, gioca nell'equilibrio dell'ecosistema, essendone parte integrante. Considerate anche le relazioni dirette con il settore agricolo, Ferrero si impegna nella **diffusione di pratiche sostenibili** lungo l'intera catena di approvvigionamento. In particolare, i parametri fondamentali che applichiamo nel selezionare le materie prime agricole sono l'eccellenza nella qualità, il rispetto dei diritti umani e la sostenibilità.

Inoltre, il Gruppo Ferrero pone un'attenzione costante al **miglioramento**

**delle prestazioni energetiche e ambientali** delle proprie attività. Ciò è reso evidente dal nostro impegno a produrre nel rispetto dell'ambiente, avvalendoci delle migliori tecnologie disponibili, utilizzando l'energia, i materiali e le risorse naturali in modo efficiente e consumando le risorse idriche in modo responsabile e ragionevole.

Consapevoli di tale responsabilità, **rinnoviamo il forte impegno volto a minimizzare l'impatto ambientale** dalle materie prime agli stabilimenti produttivi, fino alla logistica, lungo tutta la catena del valore.



# F-ACTS: LE PRATICHE AGRICOLE SOSTENIBILI FERRERO

**FERRERO OPERA SECONDO LA VISIONE "CONDIVIDERE VALORI PER CREARE VALORE" E HA SEMPRE PREFERITO STABILIRE RAPPORTI COMMERCIALI DIRETTI E DI LUNGA DURATA, BASATI SUL DIALOGO E SULLA TRASPARENZA, CON PRODUTTORI E FORNITORI DI MATERIE PRIME.**

Per approvvigionarsi delle migliori materie prime disponibili sul mercato, Ferrero ha sviluppato da lungo tempo una profonda analisi e conoscenza degli ingredienti, delle loro origini e dei loro processi di trasformazione. Ora più che mai, la sostenibilità è diventata una componente chiave di questa **cultura della conoscenza**.

Ferrero opera secondo la visione "**Condividere valori per creare valore**" e ha sempre preferito stabilire rapporti commerciali diretti di lunga durata, basati sul dialogo e sulla trasparenza, con produttori e fornitori di materie prime.

Secondo tale visione, il valore non è creato solo attraverso l'osservanza e il rispetto di una serie di principi chiave; implica anche la responsabi-

lità di condividere questi valori con tutti gli *stakeholder* interni ed esterni al Gruppo. In particolare, Ferrero ha a cuore le condizioni che caratterizzano la produzione nelle proprie filiere agricole. Inoltre, **richiede a tutti i fornitori e collaboratori di aderire al proprio Codice di Condotta Commerciale** e di rispettare i propri elevati e non negoziabili *standard*. In ultima istanza, ciò consoliderà la *partnership* con tutti gli attori della filiera e ne rafforzerà la trasparenza.

Ferrero riconosce che le materie prime sono prodotte in aree rurali e che questo sviluppo rurale è il vero *driver* per **aiutare i contadini, i lavoratori e le loro famiglie**. Per questo, Ferrero promuove anche buone pratiche agricole e sociali, in accordo con gli *standard* riconosciuti internazionalmente.

**CON UNO SGUARDO VERSO LA SOSTENIBILITÀ E VERSO IL MIGLIORAMENTO DELLE CONDIZIONI DELLE AREE RURALI E DELLE COMUNITÀ IN CUI LE MATERIE PRIME SONO APPROVVIGIONATE, FERRERO HA LANCIATO UN PROGRAMMA CHE INCARNA L'IMPEGNO DEL GRUPPO PER L'APPROVVIGIONAMENTO DI MATERIE PRIME SOSTENIBILI, CHIAMATO FERRERO - AGRICULTURAL COMMITMENT TO SUSTAINABILITY (F-ACTS).**

## F-ACTS

**P**er implementare i propri ambiziosi progetti di sostenibilità delle filiere agricole, Ferrero ha lanciato, nell'ambito del F-ACTS, i programmi **Ferrero Farming Values** (FFVs) per le proprie materie prime principali. Per ogni materia prima, è realizzato uno specifico programma FFV che persegue obiettivi specifici, con **un approccio fondato su 3 pilastri**: sviluppo di progetti e *partnership* dedicati, adozione di *standard* e certificazioni, impegni istituzionali e collettivi.



In particolare, considerando la complessità dell'approvvigionamento a livello globale, il Gruppo Ferrero riconosce che i singoli attori non possono, da soli, trasformare una consolidata filiera produttiva in una filiera sostenibile.

**TUTTI GLI STAKEHOLDER LUNGO LA CATENA DEL VALORE DEVONO COLLABORARE PER CONSEGUIRE L'OBIETTIVO DI UNA FILIERA SOSTENIBILE.**

I tre pilastri quindi, invece che operare singolarmente, lavorano in sinergia per completarsi vicendevolmente. Questo approccio, inoltre, è integrato da una serie di azioni e iniziative.



# F-FACTS

## I 3 PILASTRI

### SVILUPPO DI PROGETTI E PARTNERSHIP



TFT, GeoTraceability, Support to Life

### ADOZIONE DI STANDARD E CERTIFICAZIONI



RSPO, Bonsucro, UTZ/Fairtrade/Rainforest Alliance

### IMPEGNI ISTITUZIONALI E COLLETTIVI



International Cocoa Initiative, World Cocoa Foundation, Caobisco/ILO

## PROGRAMMI E OBIETTIVI

 FERRERO FARMING VALUES	CACAO	Entro il 2020 100% certificato sostenibile
 FERRERO FARMING VALUES	OLIO DI PALMA	Entro il 2014 100% sostenibile certificato RSPO come segregato
 FERRERO FARMING VALUES	NOCCIOLE	Entro il 2020 100% tracciabili
 FERRERO FARMING VALUES	ZUCCHERO DI CANNA	Entro il 2020 100% certificato sostenibile
 FERRERO FARMING VALUES	UOVA	Entro settembre 2014 100% da galline allevate a terra per gli stabilimenti UE
 FERRERO FARMING VALUES	LATTE	Rispetto di rigidi <i>standard</i> qualitativi e controllo degli indici di sostenibilità

Gli obiettivi fissati per la filiera della lecitina di soia e del caffè sono già stati raggiunti. Ferrero pertanto mantiene i suoi impegni:

- **100% lecitina di soia non OGM.** Per Ferrero è una pratica consolidata e il Gruppo resterà fedele al proprio impegno;

- **100% caffè certificato sostenibile.** Il caffè è approvvigionato, in genere, da fornitori selezionati del Centro e Sud America. Il programma UTZ legato al caffè "permette ai contadini di perfezionare le tecniche agricole, migliorare le condizioni di lavoro e potersi prendere maggiore cura dei propri figli e dell'ambiente".

## CACAO



Nel 2013/2014, Ferrero si è approvvigionato di oltre **120.000 t di fave di cacao**, che sono state processate internamente negli stabilimenti di Alba (Italia) e Stadallendorf (Germania).

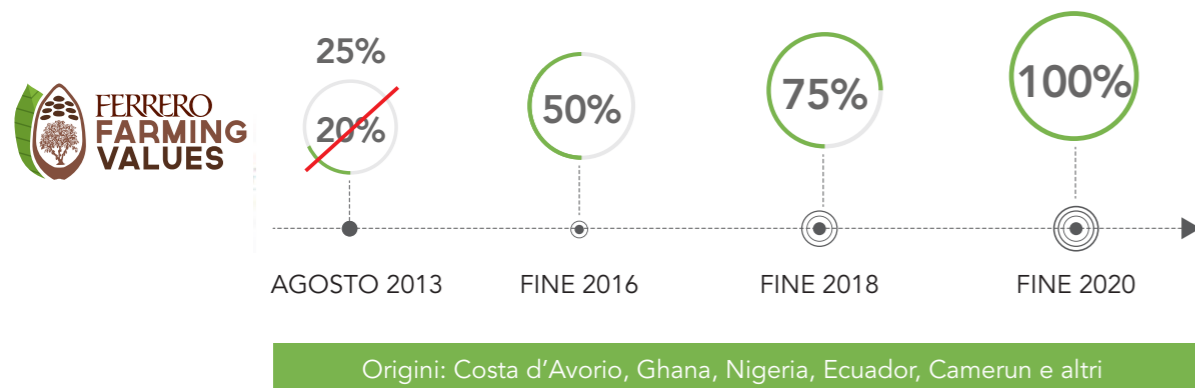
**L'OBIETTIVO DI FERRERO, PER IL 2020, È L'APPROVVIGIONAMENTO DEL 100% DI FAVE DI CACAO CERTIFICATE SOSTENIBILI.**

Nel 2013/2014, il Gruppo ha raggiunto il **40% di cacao certificato sostenibile**, perfettamente in linea con quanto pianificato nel periodo in esame.



1. Dichiarazione della UTZ Certified Coffee Program Mission.

### ROADMAP DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE DEL CACAO



Attualmente, il Gruppo si sta approvvigionando di cacao certificato sostenibile attraverso aziende agricole certificate dai seguenti partner: *UTZ Certified*, *Rainforest Alliance Certified™* e *Fairtrade*.



*UTZ Certified* è sinonimo di agricoltura sostenibile e migliori opportunità per gli agricoltori, le loro famiglie e il nostro pianeta. Il programma *UTZ* consente agli agricoltori di apprendere al meglio i metodi di coltivazione, di migliorare le condizioni di lavoro e di prendersi cura dei loro figli e dell'ambiente.

Attraverso il programma *UTZ*, gli agricoltori possono ottenere migliori raccolti, generare un maggior profitto e creare migliori opportunità, salvaguardando l'ambiente e proteggendo le risorse naturali della terra.



Le aziende agricole *Rainforest Alliance Certified™* supportano un ambiente salutare, promuovono il benessere dei lavoratori e delle loro comunità e assicurano metodi agricoli efficienti.

I lavoratori agricoli beneficiano di condizioni lavorative sicure, godono di alloggi decorosi e di assistenza medica e i loro figli hanno accesso alla pubblica istruzione. La certificazione tutela la protezione degli ecosistemi, inclusi gli habitat della fauna selvatica, le risorse idriche e le terre.



Il *Fairtrade Cocoa Program* permette ai piccoli produttori di trarre benefici vendendo più cacao in virtù della certificazione *Fairtrade*. Per maggiori informazioni: [www.info.fairtrade.net/program](http://www.info.fairtrade.net/program). Con il *Fairtrade Sourcing Program*, nel 2013 Ferrero si è impegnata ad acquistare 20.000 t di cacao,

aderente ai requisiti *Fairtrade*, entro il 2016. Al termine del 2014, il Gruppo ha acquistato 4.700 t di cacao *Fairtrade*.



Parallelamente all'impegno per raggiungere l'obiettivo del 2020, **Ferrero collabora costantemente con organizzazioni non profit e di coltivatori** per affrontare problematiche agricole, sociali, ambientali ed economiche legate alla coltura del cacao; prosegue inoltre il supporto ai progetti locali già in essere per assicurare una produzione sostenibile del cacao, migliorando al tempo stesso le condizioni di vita degli agricoltori e il benessere delle loro comunità.

### Aggiornamento della collaborazione Ferrero con GeoTraceability

L'impegno di Ferrero per la tracciabilità del cacao è rafforzato dall'uso del sistema *GeoTraceability* di **mappatura delle aziende agricole**. Nel dicembre 2014, sono stati completamente mappati 6.086 coltivatori di cacao (di cui il 34% donne), che stanno rifornendo Ferrero di cacao tracciabile. Questo si traduce in 11.337 ettari di terra mappati adibiti alla produzione di cacao. Nel 2014, tutti i risultati della mappatura sono stati aggiornati correggendo il numero dei contadini (che risulta minore rispetto

al rapporto CSR del 2013). Ciononostante, il numero di campi ed ettari mappati è aumentato.

Le singole piccole aziende agricole che producono questo cacao sono mappate grazie a palmari GIS: sono così raccolti dati di coltivazione, quali l'età degli alberi e la densità di piantagione, la prevalenza di malattie e le pratiche agricole. Questo consente a Ferrero di avere una visione significativa delle condizioni socioeconomiche degli agricoltori di cacao.

**LE INFORMAZIONI SONO UTILIZZATE DA FERRERO E SOURCE TRUST PER CALIBRARE GLI INTERVENTI IN AGRICOLTURA E VERSO LE COMUNITÀ SULLA BASE DELLE NECESSITÀ DEI COLTIVATORI E DELLE LORO FAMIGLIE.**

In definitiva, il processo monitora anche i risultati degli investimenti Ferrero in tali aree, per **assicurare che vengano implementati miglioramenti** nella produttività e nelle condizioni di vita degli agricoltori nostri fornitori di cacao.

Entro il 2016, 13.000 coltivatori saranno integrati nel sistema di *GeoTraceability* e forniranno a Ferrero fave di cacao completamente tracciabili e

certificate *UTZ Certified*. A seguito della sua produzione, il cacao è **raccolto in sacchi e identificato tramite un codice a barre** direttamente nell'azienda agricola, rendendo possibile la sua tracciabilità lungo tutta la catena di approvvigionamento.

Ferrero potrà tracciare il cacao nei suoi spostamenti dall'azienda agricola verso gli stabilimenti e garantire in tal modo una **tracciabilità continua**.

**GeoTraceability:  
la mappatura a livello di azienda agricola**



**Mappatura**

Mediante i sistemi di mappatura GIS, l'organizzazione può conoscere le dimensioni e la forma esatte dell'azienda agricola. Inoltre, i sistemi mappano l'infrastruttura della comunità per fornire informazioni utili, quali la distanza dalle scuole e dalle fonti d'acqua.

**Raccolta dati**

È raccolta una serie di dati sulle pratiche agricole e sulla misurazione delle aziende agricole, così come sugli indicatori socio-economici.

**Monitoraggio e valutazione**

I dati sono in seguito utilizzati per monitorare, secondo criteri quantificabili, i miglioramenti dell'indicatore e rafforzare i programmi di formazione per gli agricoltori.

In ultima analisi, la mappatura *GeoTraceability* è una parte fondamentale di un sistema di tracciabilità che permette di tracciare il cacao sino a una specifica comunità.

**La nostra partnership con Source Trust in Ghana**

Ferrero, in *partnership* con *Source Trust*, sta implementando il programma di certificazione UTZ in **altri 3 distretti del Ghana: Obuasi, Ashanti Bekwai e Tarkwa**. A giugno 2015, in questi distretti sono stati mappati 3.693 agricoltori, per un totale di 6.529 ettari di terra destinati alla produzione di cacao.

Nel 2013/2014, due vivai a Obuasi e Ashanti Bekwai hanno prodotto un totale di **31.958 nuove piantine di cacao** ibrido, in seguito distribuite agli agricoltori per dar loro un aiuto nella riforestazione o nel recupero di almeno 30 ettari di piantagioni di cacao ormai invecchiate.

A partire dal settembre 2014, sono iniziati i preparativi per la costruzione di **8 vivai comunitari** per il periodo 2014/2015. Il nuovo modello vivaiistico, a livello di comunità, è stato pensato per affrontare le problematiche già emerse per i vivai su larga scala: viaggi su lunghe distanze per accedere al materiale di piantagione, elevati costi di trasporto e danneggiamento meccanico delle piantine durante il trasporto.

**I VIVAI COMUNITARI  
RIDURRANNO LE DISTANZE DA  
RICOPRIRE DA PARTE DEGLI  
AGRICOLTORI E DOVREBBERO  
AVERE EFFETTI POSITIVI  
SUL NUMERO DI PIANTINE  
ACQUISTATE DAI CONTADINI  
PER LA RIGENERAZIONE DELLE  
PIANTAGIONI.**

Nella seconda metà del 2014, il governo del Ghana si è impegnato a distribuire gratuitamente un totale di 50 milioni di piantine di cacao agli agricoltori del settore. Per completare lo sforzo del governo, Ferrero ha adattato i propri vivai alla produzione di banana, utilizzando un metodo di riproduzione innovativo e rapido. Con questo si vuole assicurare **agli agricoltori uno strumento per ombreggiare le proprie piantagioni**, nuove o recuperate, oltre che una maggiore diversificazione dei proventi, grazie alla vendita di banane.



## Maggiore attenzione al lavoro minorile: Ferrero Cocoa Community Commitment (F3C)

Ferrero prosegue la sua *partnership* di lunga durata con *Source Trust*, per investire nelle comunità di coltivazione del cacao in Ghana, con modalità che vanno oltre la semplice certificazione.

Il *Ferrero Cocoa Community Commitment* (F3C) intende **migliorare il benessere di 8.800 famiglie che coltivano cacao**, nonché dei loro figli (secondo una stima 26.400), attraverso una riduzione concreta delle “peggiori forme di lavoro minorile” e un aumento tangibile del reddito familiare. Il progetto collabora con il *National Programme For The Eliminating Of The Worst Forms Of Child Labour In Cocoa* (NPECLC), per stabilire il **Sistema di Monitoraggio del Lavoro Minorile in Ghana** (GCLMS) in 162 comunità, di concerto con l’innovativo modello *Source Trust* di organizzazione agricola basato sulla comunità.



Collaborando con il NPECLC, il programma F3C è allineato al *National Plan of Action* (NPA) del Ghana per l’eliminazione delle “peggiori forme di lavoro minorile” nel periodo 2009-2015. **Quattro gli elementi portanti del progetto:**

1. assistere NPECLC per **portare il GCLMS in 162 nuove comunità** che presentano le “peggiori forme di lavoro minorile”, rafforzando al contempo 14 comunità partecipi del programma pilota GCLMS di NPECLC;

2. sostenere il *Department of Social Welfare* ghanese e il suo programma di sensibilizzazione e mobilitazione per **promuovere la comprensione dei diritti dei bambini** e delle conseguenze del lavoro minorile;

3. introdurre una **formazione completa sui mezzi di sostentamento per le organizzazioni di agricoltori** basate sulla comunità, al fine di divenire parte di un servizio di educazione per le loro famiglie. La componente chiave della formazione

verterà sulle buone pratiche sociali che si riallacciano alla riduzione delle “peggiori forme di lavoro minorile”;

4. creare **otto Village Resource Centers (VRC)** nelle scuole per migliorare l’efficacia dell’insegnamento e dell’apprendimento.

Pensato in sinergia con il governo del Ghana, il programma F3C di Ferrero va oltre la mera conformità degli agricoltori ai parametri di certificazione. Può essere anzi considerato una *best practice* in quanto incarna i

**3 pilastri fondamentali per una sostenibilità efficace:**

- **Sociale:** impegno per lo sradicamento delle “peggiori forme di lavoro minorile”;

- **Ambientale:** aiuto per il miglioramento della produzione agricola di cacao, con particolare attenzione alla tutela ambientale;

- **Economica:** aiuto per il miglioramento delle condizioni di vita e del benessere delle comunità che producono cacao.

## Aggiornamento sui progressi

Al termine della stagione 2013/2014 del cacao, in tre delle aree coinvolte nel programma di approvvigionamento Ferrero F3C sono stati mappati complessivamente 2.393 agricoltori (di cui il 34% donne). Questo si traduce in 4.808 ettari di terra mappati adibiti alla coltivazione di cacao.

Alla fine del 2014, sono stati formati **48 Community Child Protection Committees** in due distretti in cui opera Ferrero, ovvero il New Edubiase A e il Asankragwa A. Gli agricoltori in queste comunità sono stati registrati e i dati di base raccolti per ognuno di essi. Sono stati creati degli uffici per il Sistema di Controllo Interno in ciascun distretto, al fine di monitorare i progressi dell’iniziativa.

**Il programma F3C, nel 2014, si è allargato a 5 nuovi distretti:** Samreboi A, Samreboi B, Samreboi C, Samreboi D e New Edubiase B. Da aprile a settembre 2014, 4.449 nuovi agricoltori in 167 comunità hanno completato il loro “Anno 1” del programma di miglioramento delle condizioni di vita.





**6.716** AGRICOLTORI  
COINVOLTI IN  
FORMAZIONE



1.630



5.086

Dall'esordio del programma, un totale di 6.716 agricoltori (1.630 donne e 5.086 uomini), nei 7 distretti coinvolti da F3C, ha ricevuto una formazione sulle buone pratiche agricole, sociali e ambientali. Con l'obiettivo di **raggiungere complessivamente 8.800 agricoltori**, per il 2015 saranno coinvolti nel programma 1.250 contadini del distretto

Manso Amenfi, nella regione Ovest del Ghana, e altre aree saranno ulteriormente sensibilizzate per incoraggiare nuove adesioni al progetto.

Al completamento, nell'ottobre del 2014, del primo anno del programma di formazione nei cinque nuovi distretti e del secondo anno nei distretti New Edubiase A e Asankragwa A, **tutte le aziende agricole sono state oggetto di verifiche interne**, per assicurarsi che gli agricoltori formati stessero effettivamente implementando le buone pratiche agricole, sociali e ambientali apprese. Alle ispezioni interne hanno fatto seguito **audit esterni UTZ Certified** nel dicembre 2014: gli agricoltori di tutti i distretti hanno ottenuto la certificazione in quanto conformi al Codice di Condotta UTZ.



**NEL CORSO DELLE ISPEZIONI, LE AZIENDE AGRICOLE SONO RISULTATE IN MIGLIORI CONDIZIONI (DISERBATE E POTATE) E I PRODOTTI AGROCHIMICI CORRETTAMENTE SMALTITI DOPO IL TRATTAMENTO, CON CONSEGUENTI EFFETTI POSITIVI NON SOLO SULLA PRODUTTIVITÀ DELLE PIANTAGIONI DI CACAO, MA ANCHE SULL'AMBIENTE CIRCOSTANTE.**

Nel corso del 2014, sono stati istituiti **tre nuovi Village Resource Centers** perché ne potessero beneficiare ulteriori 718 studenti delle *Junior High School*. Questi tre nuovi centri si aggiungono ai due già esistenti, per un totale di cinque attivati dall'inizio del programma. I VRC sono centri di apprendimento per la comunità, già progettati e completamente allestiti: questi centri sono posizionati nelle scuole rurali che non hanno accesso a strumenti informatici, per consentire agli studenti l'insegnamento e l'apprendimento delle tecnologie informatiche.

I VRC costituiscono **un'importante risorsa educativa per i bambini**, offrendo valore aggiunto a coloro che frequentano la scuola. Inoltre, i centri fungono da piattaforma per fornire formazione e sensibilizzare i coltivatori di cacao, al fine di accrescere

ulteriormente la consapevolezza sulle "peggiori forme di lavoro minorile" e sulla loro prevenzione. Nondimeno, i VRC **permettono agli agricoltori di accedere facilmente a strumenti formativi e di ricerca**, che potranno avere effetti positivi durevoli sulla qualità dell'agricoltura e dei raccolti.

I nuovi VRC sono stati avviati nelle seguenti *Junior High Schools*:

- *Samreboi District Assembly Junior High School*: nel distretto Samreboi A, coinvolge 350 studenti (105 ragazze e 245 ragazzi);
- *Samreboi Catholic Junior High School*: nel distretto di Samreboi C, coinvolge 211 studenti (98 ragazze e 113 ragazzi);
- *Sikaman Methodist Junior High School*: nel distretto New Edubiase B, coinvolge 157 studenti (70 ragazze e 87 ragazzi).



## OLIO DEL FRUTTO DI PALMA



Il Gruppo Ferrero acquista meno dello 0,3% della produzione globale di olio del frutto di palma. Nel 2013/2014 Ferrero si è approvvigionata di circa 170.000 t di olio del frutto di palma, contro le circa

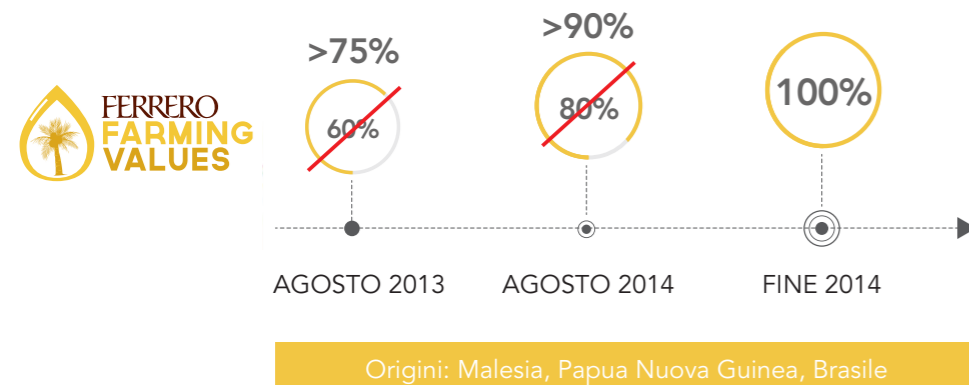
60 milioni di tonnellate prodotte a livello mondiale, secondo i dati USDA. Dal 2005 Ferrero è membro attivo della *Roundtable on Sustainable Palm Oil* (RSPO), un'organizzazione internazionale che promuove il concetto di sostenibilità quale prassi normale nella catena di approvvigionamento dell'olio del frutto di palma. **Ferrero ha da subito scelto di approvvigionarsi direttamente di olio del frutto di palma sostenibile certificato RSPO come segregato:** la segregazione garantisce che vi sia una netta separazione fisica tra olio del frutto di palma sostenibile e non sostenibile e permette di **tracciare l'olio dalle piantagioni certificate sostenibili sino alla linea di produzione.**

Inoltre, Ferrero ha attivato una solida *roadmap* con scadenza tassativa, consultabile pubblicamente, operando estensivamente con i fornitori per una politica globale e responsabile di approvvigionamento di olio del frutto di palma. Questi sforzi mirati e pionieristici hanno permesso al Gruppo Ferrero di raggiungere definitivamente l'obiettivo di utilizzare nei propri prodotti il 100% di olio del

frutto di palma sostenibile certificato RSPO come segregato.

**DAL GENNAIO 2015, FERRERO UTILIZZA NEI PROPRI PRODOTTI ESCLUSIVAMENTE OLIO DI PALMA 100% SOSTENIBILE CERTIFICATO RSPO COME SEGREGATO.**

### ROADMAP DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE DELL'OLIO DEL FRUTTO DI PALMA



## WWF

“Raggiungendo il 100% di olio di palma certificato segregato e sostenibile, nel contesto della Roundtable on Sustainable Palm Oil, Ferrero ha dimostrato in maniera tangibile il suo impegno per contrastare la deforestazione tropicale.”

*Richard Holland, Direttore della WWF Market Transformation Initiative.*

## Perché Ferrero usa l'olio del frutto di palma?

L'olio del frutto di palma è utilizzato nei prodotti Ferrero per **tre ragioni principali:**

- conferisce ai prodotti una consistenza unica, senza dover aggiungere additivi chimici o ricorrere al processo di idrogenazione, che produce i cosiddetti "acidi grassi trans", riconosciuti dalle autorità e dal mondo scientifico come particolarmente nocivi per la salute;
- esalta e valorizza il gusto degli altri ingredienti utilizzati grazie alle proprietà che lo rendono inodore e insapore a seguito del processo di raffinazione;
- un'unità di olio del frutto di palma sostenibile può essere prodotta con un impatto ambientale significativamente inferiore rispetto ad altri oli vegetali.



## La Ferrero Palm Oil Charter e la partnership con TFT

Il Gruppo Ferrero è orgoglioso di aver raggiunto l'obiettivo dell'approvvigionamento di olio del frutto di palma 100% sostenibile certificato RSPO come segregato; tuttavia, **la responsabilità del Gruppo non si è fermata a tale certificazione**. L'impegno continua con l'intento di:

1. **risalire con la tracciabilità alla singola piantagione**, perché sebbene la certificazione di segregazione fornisca la certezza che l'olio di palma sostenibile proviene da piantagioni certificate, essa non permette di risalire alla specifica piantagione;

2. assicurarsi che l'olio del frutto di palma di cui Ferrero si approvvigiona **non comporti deforestazione e sia prodotto nel rispetto dei lavoratori e delle comunità locali**, includendo anche i piccoli produttori.

**NEL NOVEMBRE 2013, IL GRUPPO HA LANCIATO LA FERRERO PALM OIL CHARTER, ANNUNCIANDO NEL CONTEMPO LA PARTNERSHIP STRATEGICA CON L'ORGANIZZAZIONE NON-PROFIT TFT (IN PRECEDENZA THE FOREST TRUST).**

La Charter vuole rendere effettivo l'impegno di Ferrero per la produzione di olio del frutto di palma sostenibile sia a livello sociale che ambientale, andando oltre i già adottati schemi certificativi. La *Ferrero Palm Oil Charter* **introduce una serie di criteri aggiuntivi**, condivisi con i fornitori, e ne prevede un sistema di verifica al fine di monitorare i miglio-

ramenti e le conformità direttamente sul campo. Con l'obiettivo di rispondere alle attese dei suoi collaboratori e consumatori, Ferrero sta lavorando in sinergia con i propri fornitori per approcciare una nuova strada che permetta di evitare la deforestazione, fermare lo sfruttamento e proteggere le aree di *High Carbon Stock* (HCS). Più nello specifico, riportiamo



di seguito i **10 principi della nostra Palm Oil Charter**, che ci impegniamo a garantire, insieme ai nostri fornitori di olio del frutto di palma. Tali principi esigono che i nostri fornitori:

1. Forniscano olio completamente tracciabile, compresi i piccoli coltivatori.
2. Non disboscino foreste con elevati stock di carbonio.
3. Non usino il fuoco per il disboscamento dei terreni.
4. Non piantino le colture su terreni torbosi.
5. Proteggano gli orangotango e altre specie a rischio di estinzione, preservando le aree ad alto valore di conservazione.
6. Segnalino le emissioni di gas serra derivanti dalla loro produzione.
7. Rispettino i diritti umani, compreso il diritto al consenso libero, informato e preliminare delle comunità locali e autoctone.
8. Riconoscano, rispettino e rafforzino i diritti dei lavoratori.
9. Non utilizzino Paraquat.
10. Combattano attivamente la corruzione.

### Greenpeace

"L'impegno No Deforestation [...] della compagnia dolciaria italiana Ferrero [...] per fermare la distruzione delle foreste e la violazione dei diritti umani nella sua filiera produttiva, rappresenta un modello da seguire per il resto del settore" ha spiegato Greenpeace International nel corso dell'Assemblea Generale del Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO).

**The Independent Singapore**

Approfondimenti sulla *Ferrero Palm Oil Charter* dell'olio di palma sono disponibili ai seguenti indirizzi:

- [www.ferrero.com/news/group-news/Ferrero-Palm-Oil-Charter](http://www.ferrero.com/news/group-news/Ferrero-Palm-Oil-Charter)
- [www.tft-forests.org](http://www.tft-forests.org)

Il percorso della *Ferrero Palm Oil Charter* è all'insegna della trasparenza e della collaborazione: i consumatori sono infatti aggiornati e informati attraverso **report semestrali, disponibili pubblicamente**, che tracciano il quadro delle attività condotte con TFT e illustrano il piano d'azione in un arco di tempo concordato con i fornitori.

## La forza della tracciabilità

**SECONDO FERRERO, LA TRACCIABILITÀ È CRUCIALE NEL GUIDARE IL CAMBIAMENTO E RAGGIUNGERE OBIETTIVI AMBIZIOSI NEL CAMPO DELLA SOSTENIBILITÀ.**

La tracciabilità permette infatti al Gruppo di valutare sul campo le procedure, con l'obiettivo di aiutare i fornitori ad attuare i miglioramenti richiesti dalla nostra *Ferrero Palm Oil Charter*.

Il primo passo per l'implementazione della *Charter* è stata l'individuazione e **mappatura di tutte le fonti produttive**. Insieme a TFT, Ferrero ha mappato tutta la propria filiera dell'olio di palma, che include i 37 frantoi e le loro 184 piantagioni in Malesia, Papua Nuova Guinea e Brasile. Questa mappatura ha consentito al Gruppo Ferrero di passare alla fase successiva, ovvero la **valutazione ambientale e sociale delle realtà agricole** individuate. Tali valutazioni mirano a una migliore e più profonda comprensione della *performance* di

sostenibilità dei fornitori e vogliono identificare qualsiasi eventuale rischio ambientale o sociale.

Le attività di verifica sono iniziate con i quattro fornitori nella penisola malese, da cui il Gruppo acquista il 73% dell'olio del frutto di palma utilizzato complessivamente. In particolare, nel 2014, TFT ha iniziato le visite a frantoi e piantagioni, svolgendo le valutazioni sul campo e le verifiche sulla documentazione. Al termine di ogni visita, è stata segnalata ai fornitori ogni problematica correlata alla *Charter*, discutendo e concordando, in un *meeting* dedicato per ogni coltivatore, un **piano d'azione vincolante**. In virtù di questo dialogo costruttivo, Ferrero prevede che i fornitori rispettino le tempistiche concordate per le diverse azioni previste.



### LA TRACCIABILITÀ DELLA FILIERA DELL'OLIO DEL FRUTTO DI PALMA



## I fornitori Ferrero

I principali fornitori di lungo termine che aiutano il Gruppo a raggiungere questi ambiziosi traguardi sono:



Ferrero fa leva sulla propria influenza spronando i fornitori ad applicare i principi e i criteri ambientali stabiliti. Questo è possibile anche grazie alle buone e durevoli relazioni stabilite con essi.



## Le iniziative dei fornitori: l'impegno del New Britain Palm Oil con i piccoli produttori e le comunità

New Britain Palm Oil (NBPO) è leader nella fornitura di olio di palma sostenibile. Il suo impegno è iniziato nel 1969, con una politica "zero burn". NBPO ha aderito alla RSPO nel 2004 e attualmente il suo lavoro va anche oltre i parametri della RSPO, attraverso la *Palm Oil Innovation Group (POIG) Charter*.

In quanto parte del proprio impegno nella RSPO, New Britain Palm Oil deve assicurarsi che le comunità locali comprendano davvero le implicazioni e le possibilità insite nella concessione delle proprie terre ai fornitori. Un consenso informato, libero e preliminare (FPIC) **riconosce alle popolazioni indigene diritti fondamentali e preesistenti sulle loro terre e le loro risorse**, rispettando la loro legittima autorità di richiedere che le terze parti mantengano una relazione equa e rispettosa, fondata anch'essa sul principio del consenso informato. I principi fondanti del FPIC assicurano che le popolazioni autoctone siano informate e consultate in merito alle iniziative proposte e che partecipino attivamente alle discussioni sui probabili impatti di quest'ultime.

Negli ultimi anni, inoltre, l'attenzione della NBPO verso l'integrazione dei piccoli produttori nelle strategie di sostenibilità è aumentata. Un miglioramento significativo in tal senso è testimoniato dal fatto che, ad esempio, tutti i piccoli produttori NBPO sono conformi alla RSPO. Quale modello da seguire per il settore, NBPO mantiene alcuni uffici dedicati alle questioni dei piccoli produttori (*Smallholder Affairs*), per un **supporto continuativo che fornisce consulenza e assistenza nel miglioramento delle procedure e un aiuto per la risoluzione dei reclami**.



*"L'attuazione del FPIC si è dimostrata una delle sfide più complesse nel nostro progetto di sostenibilità. Non è sempre semplice definire chi sono effettivamente i rappresentanti delle comunità. Questo diventa ancora più complesso quando dobbiamo valutare se i diritti delle minoranze debbano sovrastare quelli della maggioranza. Non ci sono*

*risposte semplici, ma crediamo che stiamo imparando e migliorando continuamente le nostre modalità di partecipazione e consultazione".*

NBPO

## I prossimi passi nel 2015

- **Charter implementata in tutta la filiera:** per mantenere il proprio ruolo attivo nel mercato dell'olio di palma sostenibile, Ferrero proseguirà il proprio percorso oltre la certificazione RSPO impegnandosi nell'implementazione sistematica della *Ferrero Palm Oil Charter* lungo l'intera catena produttiva, dai fornitori ai subfornitori. Il prossimo passo sarà di tradurre, in partnership con TFT, i dieci obiettivi della *Ferrero Palm Oil Charter* in specifici e misurabili criteri, sviluppare uno strumento di verifica che possa assicurare clienti e stakeholder circa la solidità della *Charter* e farlo verificare da un ente terzo.

- **Coinvolgimento dei piccoli produttori:** il Gruppo è proteso a una costante innovazione, che assicuri il rispetto della *Ferrero Palm Oil Charter* da parte dei fornitori e una comunicazione trasparente sull'avanzamento dell'iniziativa. In tale contesto, Ferrero sta lavorando per includere

nella filiera un numero aggiuntivo di piccoli produttori, al fine di supportare al meglio le condizioni di vita di questi agricoltori. In particolare, il Gruppo intende attivare con TFT il progetto definito "*Rurality*" che mira proprio a rafforzare i piccoli produttori in tale processo di inclusione, supportandoli in un *business* sostenibile e inserendoli nella propria *supply chain*.

- **Palm Oil Innovation Group (POIG):** Ferrero intende supportare il POIG, che raggruppa produttori di olio di palma innovativi e associazioni ambientaliste come WWF, Greenpeace, Rainforest Action Network. Il POIG mira a sostenere e promuovere l'innovazione nel settore della produzione dell'olio di palma e, attraverso *standard* molto ambiziosi, al superamento del legame tra olio di palma e deforestazione e violazione dei diritti delle comunità e dei lavoratori.



## La sostenibilità nel karité

Il burro di karité, ottenuto grazie alla lavorazione delle noci di karité, è utilizzato per esaltare il gusto e la consistenza dei prodotti Ferrero. Gli alberi di karité crescono naturalmente nella cintura subsahariana che tocca numerosi Paesi dell'Africa occidentale. Le noci di questa pianta, che cadono dagli alberi durante la stagione delle piogge, **sono raccolte in prevalenza dalle donne dei villaggi rurali**, per produrre quindi il burro di karité. Queste donne, oltre che essere responsabili della raccolta delle noci di karité, si occupano di pulire, lavorare e stoccare le noci: un lavoro che costituisce la principale fonte di guadagno con cui contribuiscono al sostentamento delle loro famiglie.

L'industria del karité ha da poco dovuto far fronte a una crescita della domanda di burro prodotto da questa pianta. Allo scopo di creare una filiera sostenibile del karité, Ferrero sta attualmente discutendo con AAK, un fornitore di karité, su un supporto **a un progetto di lungo termine legato alla fornitura di karité tracciabile in Burkina Faso e nei Paesi limitrofi**. Il progetto intende responsabilizzare le donne, insegnando loro a lavorare il karité nel miglior modo possibile, dalla raccolta allo stoccaggio, e al tempo stesso aiutarle a guadagnare di più grazie alla produzione di noci di karité qualitativamente migliori, trattando direttamente con le loro comunità. Tutto questo segue anche i principi del commercio equo e solidale nei confronti delle donne, dando loro la piena libertà di scegliere con chi prendere accordi.



## NOCCIOLE

### La filiera delle nocchie

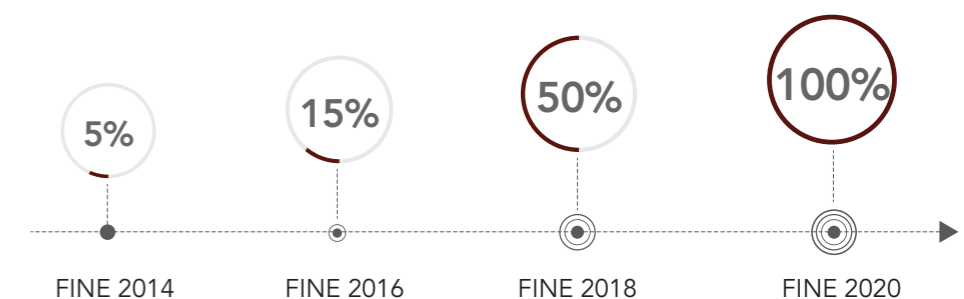


**FERRERO, TRA I PRINCIPALI ACQUIRENTI DI NOCCIOLE A LIVELLO MONDIALE, INTENDE RAGGIUNGERE L'OBIETTIVO DEL 100% DI TRACCIABILITÀ PER LA SUA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO DI NOCCIOLE, ENTRO IL 2020.**

La tracciabilità nella filiera delle nocchie Ferrero si concretizza nella capacità di seguire i movimenti delle nocchie in ogni fase e di risalire all'origine delle nocchie, sino all'azienda agricola. Considerata la qualità quale priorità assoluta, un sistema efficace di tracciabilità permette al Gruppo di **assicurare gli standard qualitativi della produzione e dei prodotti**.

In linea con la *roadmap* della catena di approvvigionamento sostenibile delle nocchie, Ferrero raggiungerà il 100% di tracciabilità entro il 2020. Al termine del 2014, Ferrero ha ottenuto la **completa tracciabilità del 5% della fornitura di nocchie**.

#### ROADMAP DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE DELLE NOCCIOLE



Origini: Turchia, Cile, Italia

Il Gruppo non si approvvigiona esclusivamente dai principali Paesi produttori di nocchie (ad esempio Turchia, Cile e Italia), ma può contare anche su piantagioni di proprietà. Allo scopo di incontrare la crescente domanda e rafforzare la posizione di *leadership* nel mercato globale delle nocchie, **Ferrero ha costituito sei aziende agricole per la coltivazione diretta di nocchie** in Cile, Argentina, Sudafrica, Georgia, Australia e

Serbia. Sono tutte aziende agricole di proprietà di Ferrero: un investimento per garantire una fornitura stagionale di nocciole a livello mondiale, per assicurare la qualità eccellente durante tutto l'anno.

Per un approfondimento completo sulle aziende agricole Ferrero dedicate alla corilicoltura, si rinvia alla fine del presente capitolo.

**FERRERO, TRA I PRINCIPALI ACQUIRENTI GLOBALI DI NOCCIOLE, SI IMPEGNA CONCRETAMENTE A STIMOLARE E GUIDARE IL CAMBIAMENTO VERSO LA SOSTENIBILITÀ NEL SETTORE CORILICOLO. QUEST'IMPEGNO È TESTIMONIATO E VALORIZZATO DALL'ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA FERRERO FARMING VALUES HAZELNUT (FFVh).**

Il programma FFVh nasce per essere attuato in tutti i Paesi fornitori di nocciole e scomporsi ulteriormente in progetti specifici per i singoli Paesi. Alla data del presente rapporto, il **programma è attivo in Turchia**, con l'intento di raggiungere il 100% di tracciabilità nella fornitura di nocciole e migliorare le condizioni degli agricoltori e dei lavoratori coinvolti nella produzione.



La Turchia pesa per circa il 75% nella produzione mondiale di nocciole. In questo Paese, Ferrero resta uno dei principali acquirenti e, per questo motivo, nel 2012, il Gruppo ha scelto di avviare e sviluppare proprio qui il programma FFVh, coinvolgendo *partner* a livello locale e internazionale. Come già citato nel precedente rapporto, anche nel 2013/2014, Ferrero ha prestato particolare attenzione alle relazioni con i propri fornitori turchi di nocciole, in relazione agli alti *standard* di qualità e di sicurezza e a una serie di questioni etiche, sociali e ambientali.

Dalla data del suo lancio, il progetto ha già fornito **risultati positivi dal punto di vista sociale** nella regione turca del Mar Nero. Ancor più importante il fatto che Ferrero, per la prima volta in assoluto, ha stabilito e continua a stabilire una relazione di fiducia con i suoi produttori, coinvolgendoli in attività per migliorare ulteriormente le loro competenze agricole e alimentare lo sviluppo rurale in aree in

cui urbanizzazione e abbandono delle campagne sono fenomeni significativi.

Il progetto Ferrero per l'approvvigionamento sostenibile prevede il coinvolgimento di un'azienda leader della certificazione a livello mondiale, la **Scientific Certification System** (SCS Global Services, [www.scsglobalservices.com](http://www.scsglobalservices.com)), cui è affidato il compito di sviluppare azioni concrete in Turchia. Lo scorso anno SCS, in sinergia con revisori locali, ha convalidato il modello mediante un documento creato specificamente per essere usato nei campi insieme agli agricoltori, i *FFV Control Points*. Grazie a un ciclo estensivo di controlli, condotti durante i mesi di raccolta (agosto e settembre in Turchia), gli ispettori hanno portato a termine una **verifica completa della catena di approvvigionamento Ferrero**, definendone i punti di forza e le aree di miglioramento, che costituiscono gli obiettivi da realizzare per FFV nel 2014. Nel 2013/2014, durante la stagione di

raccolta, sono stati condotti, da SCS e alcune aziende locali di revisione, controlli specifici della filiera FFVh per verificare l'impegno e il rispetto degli *standard* da parte dei produttori. Un gruppo rappresentativo di aziende agricole è stato selezionato attraverso rigorosi criteri e visitato dai revisori durante le procedure di raccolta.

Il costante monitoraggio della situazione e una visione più chiara dei dati relativi alla filiera è resa possibile grazie all'implementazione della piatta-

forma di tracciabilità gestita in collaborazione con *GeoTraceability*.

Questo strumento permette a Ferrero di avere un quadro chiaro dell'ubicazione dei nocciolati, della produzione dei contadini fornitori di Ferrero e delle problematiche più importanti che si trovano ad affrontare, per capire meglio il supporto tecnico di cui necessitano. Ferrero ha formato un *team* di ingegneri agronomi che forniscono assistenza agli agricoltori in tutte le aree di produzione corilicola in Turchia.



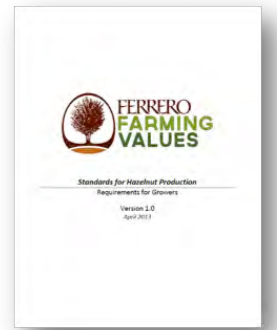
## I nostri agricoltori

L'agricoltura è caratterizzata da una ciclicità che guida i contadini secondo i calendari delle colture e l'osservazione dell'ambiente. FFVh è pensato e sviluppato in funzione dei ritmi agricoli, per aiutare i produttori fornendo loro assistenza tecnica e le competenze necessarie. In alcune aree strategiche per la produzione di nocchie **sono stati allestiti dei team specifici di esperti in agricoltura**. I 14 giovani professionisti, competenti e motivati, offrono gratuita-

mente consulenza ai contadini locali nelle seguenti aree:

- valutazione e impiego di fertilizzanti;
- difesa e controllo delle malattie;
- diserbo;
- potatura;
- ritenzione del carbonio nel suolo;
- raccolta/meccanizzazione;
- gestione delle acque e dei rifiuti.

Tutti **questi interventi sono formalizzati in un piano tecnico, il FFV Hazelnut Production Standard**, documento che definisce con precisione le best practice per la corilicoltura. Il trasferimento di competenze e tecnologie è mediato attraverso la creazione di aziende agricole pilota, gestite direttamente da FFVh in tutta la regione del Mar Nero. I contadini frequentano queste aziende modello per imparare le più moderne tecniche agricole e parlare delle loro necessità e problematiche insieme ai nostri tecnici.



Nel 2013 e nel 2014 il programma ha visto l'adesione, rispettivamente, di 1.698 e 3.600 agricoltori, che hanno dimostrato un notevole interesse nel discutere e mettere in pratica la migliore metodologia per la coltivazione di nocchie.

### FFV Hazelnut Production Program:

ANNO	2013	2014
AGRICOLTORI ADERENTI	1.698	3.600

**PARALLELAMENTE ALLA FORMAZIONE TECNICA E RICONOSCENDO GLI AGRICOLTORI COME ATTORI FONDAMENTALI PER AFFRONTARE PROBLEMATICHE SOCIALI E PER TRASFORMARE IL MODELLO DI BUSINESS AGRICOLO, FFVh VUOLE PROMUOVERE IL PASSAGGIO A UN'IDEA DI AGRICOLTURA RESPONSABILE E MIGLIORARE ALTRESÌ, MEDIANTE UN DIALOGO CON LORO, LE CAPACITÀ DEI CONTADINI DI COMPRENDERE IL SISTEMA REGOLATORIO TURCO.**

Queste attività sono organizzate insieme all'**Hayata Destek (Support to Life)**, una ONG legata ai temi dello sviluppo locale e dei diritti umani. Le comunità agricole sono invitate e coinvolte attivamente negli incontri, in cui si condividono necessità, preoccupazioni, idee e soluzioni sulle problematiche sociali dell'agricoltura. Il dialogo pone particolare attenzione ad aiutare gli agricoltori a capire le principali leggi e regolamenti turchi riguardo il tema delle assunzioni. La discussione è condotta sulle aree relative agli *standard* produttivi, tra cui:

- favorire l'accesso all'educazione per tutti i bambini;
- assicurare condizioni di lavoro adeguate ai giovani lavoratori tra i 15 e i 17 anni;
- salvaguardare i diritti dei giovani lavoratori impiegati in aziende familiari;
- garantire stipendi equi e sistemi di pagamento trasparenti;
- limitare l'orario di lavoro per proteggere adeguatamente la salute personale e le condizioni familiari;
- eliminare la discriminazione sociale e le molestie sul lavoro;



- assicurare condizioni di lavoro e di vita adeguate ai lavoratori;
- mantenere rigorosi *standard* di salute e sicurezza.

La meccanizzazione intende minimizzare i costi, incrementando al tempo stesso la produttività. In quanto passaggio fondamentale per la modernizzazione delle tecniche agricole, generalmente ha portato benefici, incrementando la competitività dei contadini. In Turchia, FFVh ha riconosciuto la meccanizzazione quale tappa essenziale verso un'agricoltura a tutti gli effetti professionale. Lavorando a stretto contatto con costruttori di macchine agricole a livello internazionale, **FFVh ha introdotto macchinari personalizzati sulle esigenze delle aziende agricole pilota**. Le macchine agricole realizzate *ad hoc* per i nocciolieti della Turchia sono mietitrici sottovuoto a due ruote, piccoli trattori cingolati e tosaerba di agevole utilizzo. Nella progettazione di tali macchinari, sono tenuti in considerazione tre fattori: **adattabilità** a un terreno ripido e scosceso, **facilità di manutenzione** e **prezzo ragionevole**. Grazie a continui sfor-

zi per adattare i macchinari ai bisogni degli agricoltori, FFVh è riuscita a rendere il loro utilizzo una pratica comune. Il programma prevede un incremento nell'utilizzo di macchinari agricoli, che si affianca al supporto e all'assistenza tecnica dei FFVh.

Uno degli obiettivi strategici di FFVh è quello di aiutare gli agricoltori a riconoscere la qualità e il valore delle loro nocciole, con l'intento di **trasformare aziende agricole part-time in vere e proprie imprese agroalimentari**. Produrre nocciole di qualità, con costanza, permette ai contadini di pianificare con più flessibilità investimenti e guadagni, mantenendo infine l'eredità agricola familiare. FFVh mette gratuitamente a disposizione degli agricoltori alcuni impianti di essiccazione, permettendo loro di essiccare perfettamente le nocciole, preservandone la qualità prima dello stoccaggio. Un considerevole numero di coltivatori, guidati da specifici criteri e *standard* produttivi, ha iniziato a utilizzare gli **11 impianti di essiccazione messi a disposizione da FFVh**, posizionati strategicamente in tutta l'area di coltura.



## Le famiglie dei contadini



I figli degli agricoltori saranno la **nuova generazione di contadini**.

**FERRERO CREDE FERMAMENTE NELL'IMPORTANZA DI COSTRUIRE LE ABILITÀ E LE COMPETENZE DEI FUTURI AGRICOLTORI E PREPARARLI A ESSERE ARTEFICI DI UN'AGRICOLTURA RESPONSABILE, UNA FORMAZIONE ESSENZIALE PER EVITARE I RISCHI DI LUNGO TERMINE LEGATI ALL'IMPIEGO DEI BAMBINI NEI CAMPI.**

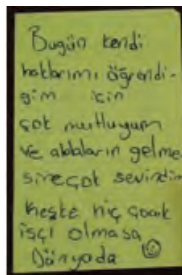
Dal 2012, FFVh ha stretto una *partnership* con la ONG *Hayata Destek*, con l'intento di far nascere la consapevolezza delle buone pratiche sociali nelle comunità agricole locali e sensibilizzare i bambini con un messaggio di promozione sul loro inderogabile diritto al gioco e all'educazione. A tal fine, è stato realizzato un *team* itinerante, composto da insegnanti formati e assistenti sociali. Il loro obiettivo è di assistere le comunità agricole che coltivano nocciole con **attività educative rivolte ai bambini** (di età compresa tra 4 a 17 anni), sia nella regione orientale che in quella occidentale del Mar Nero. Le attività sono sviluppate sulla base del manuale "*Compasito*" ([www.eycb.coe.int/compasito](http://www.eycb.coe.int/compasito)) dell'Unione europea, una guida di sensibilizzazione sui diritti umani rivolta ai giovani, realizzata dal Consiglio

d'Europa, e sono condotte in forma ludica, fornendo informazioni sulla "Convenzione sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza" dell'ONU e sui rischi derivanti dal lavoro nei campi. Lo scopo di condurre giochi fondati sui diritti umani è la promozione di una cultura legata a tali diritti e lo **stimolo dei bambini e dei ragazzi a conoscere le proprie necessità, i diritti e le responsabilità**. Dal lancio del progetto, FFVh ha raggiunto 6.842 bambini nel 2013 e 4.947 nel 2014. Nei due anni inoltre l'iniziativa ha raggiunto, rispettivamente, 84 e 98 villaggi in aree quali Düzce, Sarkarya, Kocaali, İkizce, Perşembe, Ordu, Giresun, Çaybaşı e Trabzon, riscontrando una grande partecipazione e un atteggiamento positivo da parte delle comunità rurali.

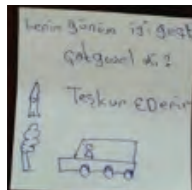
### Risultati della partnership di Ferrero con Hayata Destek (Support to Life):

ANNO	2013	2014
BAMBINI RAGGIUNTI	6.842	4.947
VILLAGGI	84	98

#### I bambini e il progetto FFVh - Hayata Destek



“ Sono felice di aver imparato qualcosa sui miei diritti e che siano venute le nostre sorelle maggiori (educatrici nelle attività di Support to Life). Spero che non ci sarà mai più lavoro minorile nel mondo. ”



“ Ho trascorso una bella giornata, è stato stupendo. Grazie di tutto. ”

#### L'impegno collettivo e istituzionale

Nel 2013/2014, Ferrero ha esteso la partnership con **Caobisco**, l'associazione europea dei dolci, dei biscotti e del cioccolato, nell'ambito di un Partenariato Pubblico-Privato (PPP) con l'*International Labour Organization* (ILO) in Turchia, per un progetto volto all'eliminazione delle "peggiori forme di lavoro minorile" nella raccolta di nocchie. Il progetto fornisce **servizi di consulenza e sessioni di formazione rivolte alle famiglie**

**dei lavoratori stagionali** che risiedono temporaneamente nei quattro insediamenti provvisori di Ordu, nei distretti di Fatsa, Ünye, Uzunisa ed Efirli. Nel 2014, il progetto ha assistito 313 famiglie di lavoratori stagionali, di cui 101 sono state coinvolte in consulenze e sessioni formative individuali. Inoltre, l'iniziativa propone un **servizio scolastico estivo per tutti i bambini**, fornendo un programma educativo intensivo e attività ricrea-

tive ed extracurricolari, quali escursioni nella natura e giochi da tavolo a scopo didattico. Questo servizio educativo ha coinvolto 408 bambini e ragazzi di età compresa tra i 4 e i 16 anni, salvaguardando 310 di loro dal lavoro nei campi.

In aggiunta alle attività in loco rivolte ai lavoratori e alle loro famiglie, ulteriori 307 coltivatori di nocchie sono

Oltre alle comunità che coltivano nocchie, FFVh ha **ampliato il suo raggio d'azione all'intero tessuto sociale dando vita a una serie di campagne di comunicazione**, volte a far crescere la consapevolezza sulla protezione dei diritti dei bambini e salvaguardare i loro interessi fondamentali. In particolare, sono state realizzate e trasmesse, su canali televisivi locali, due *clip* animate, nel corso dei due mesi di raccolta delle nocchie. Una descrive le problematiche del lavoro minorile e sottolinea l'importanza di tutelare i diritti al gioco e allo studio nell'infanzia; l'altra promuove invece il programma FFVh e invita la comunità a prenderne parte e a sostenerlo. Inoltre, sono stati affissi 50 manifesti, 80 cartelli e 200 poster nel periodo tra maggio e giugno 2014: tale campagna ha attratto una **notevole attenzione da parte delle comunità confinanti** sia alla regione orientale che occidentale del Mar Nero.

In aggiunta, **FFVh ha ideato e commissionato uno studio statistico sulle condizioni dei lavoratori migranti stagionali** nella parte occidentale della regione del Mar Nero, condotto poi dalla cooperativa sociale turca *Development Workshop*.

### Risultati della partnership di Ferrero con Caobisco e ILO in Turchia:

# 313

FAMIGLIE ASSISTITE

# 101

FAMIGLIE COINVOLTE IN CONSULENZE E SESSIONI FORMATIVE INDIVIDUALI

# 408

BAMBINI E RAGAZZI COINVOLTI NEL SERVIZIO SCOLASTICO ESTIVO

stati formati e sensibilizzati sul tema, beneficiando inoltre di consulenza e servizi individuali. Altro tema fondamentale è stato lo stimolo a creare una consapevolezza sulla situazione lavorativa in Turchia e in Europa: dopo il primo video documentario, "PIKOLO", è stato prodotto il sequel "PIKOLO 2: un anno dopo", che pone attenzione particolare alle tappe attuative e alle attività del progetto ed è stato proiettato in Turchia nel dicembre 2014.

La coltivazione di nocchie in Turchia si caratterizza per pratiche agricole superate e perciò pesantemente dipendenti dal lavoro fisico. Durante la stagione di raccolta, i coltivatori si affidano principalmente a lavoratori stagionali, che arrivano con le loro famiglie da diverse regioni del Paese. La migrazione agricola stagionale ha contribuito ad alimentare diverse problematiche sociali, che spaziano dalle condizioni di lavoro e di vita delle persone impiegate nei campi

all'impiego dei loro bambini in attività agricole rischiose e pericolose. **Ferrero riconosce la situazione attuale, la sua complessità e il background storico.**

I risultati quantitativi e qualitativi dello studio sono molto significativi per capire più in profondità la situazione nei campi e per supportare lo sviluppo del piano d'azione del FFVh. Il *report*<sup>2</sup> è stato pubblicato congiuntamente, in lingua turca, da Ferrero e dal *Development Workshop* nell'agosto 2014 ed è stato distribuito presso ONG, università, amministrazioni locali e altri membri della società civile in Turchia, con l'intento di alimentare la consapevolezza sul tema e stimolare l'impegno della collettività.



## I prossimi passi nel 2015

• **FFV Hazelnut Production Standard 2.0:** Ferrero, sulla base dell'analisi degli *standard* attuativi a livello agricolo nei due anni del progetto FFVh, riconosce la necessità di rivedere e aggiornare l'*Hazelnut Production Standard*. Al fine di consolidare la sua credibilità e solidità, la normativa sarà revisionata dalla versione 1.0 alla versione 2.0 e aggiornata grazie a un processo di consultazione con molteplici *stakeholder*. Tale processo ripenserà i contenuti del regolamento e garantirà che essi siano ancora applicabili alle richieste dinamiche dell'industria corilicola.

• **Estensione del progetto Caobisco-ILO PPP in Turchia:** Ferrero continuerà a supportare e partecipare al prorogato progetto ILO, per eliminare le "peggiori forme di lavoro minorile" nell'agricoltura stagionale, nella raccolta di nocciole a Ordu e in alcune province del Mar Nero occidentale. Il progetto sarà esteso per altri 3 anni, coprendo così 3 stagioni di raccolta in Turchia e prevedendo una ripresa, un'espansione e una maggiore intensità nella lotta al lavoro minorile nell'agricoltura stagionale, con obiettivi di coinvolgimento 5 volte maggiori (ad esempio bambini, famiglie, coltivatori di nocciole e intermediari agricoli).

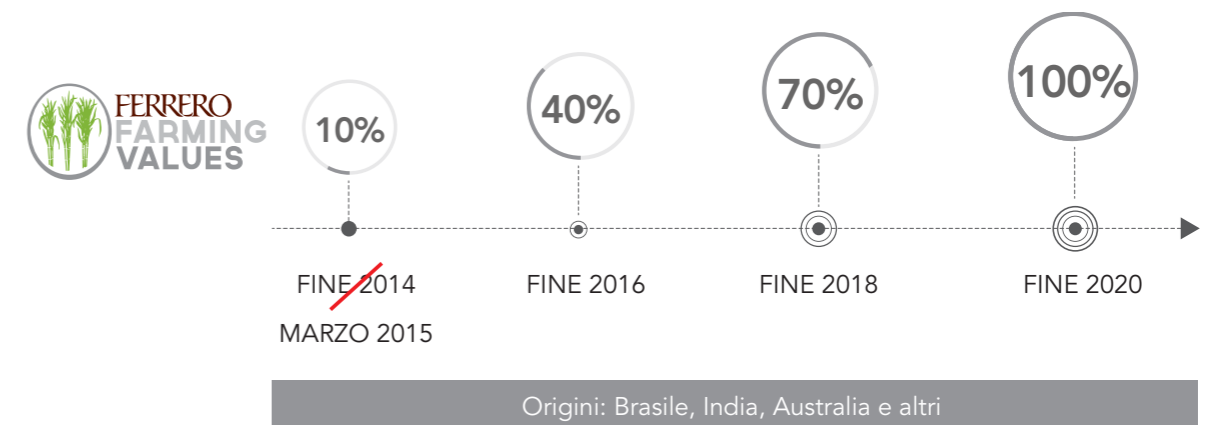
2. Il report è disponibile al seguente indirizzo web: [www.kalkinmaatolyesi.org/tr/programlar/sosyal-kalkinma/mevsimlik-isci-gocufindik-ha-sadinin-oyunculari](http://www.kalkinmaatolyesi.org/tr/programlar/sosyal-kalkinma/mevsimlik-isci-gocufindik-ha-sadinin-oyunculari)

## ZUCCHERO



Nel 2014, il volume complessivo di zucchero acquistato da Ferrero può essere ripartito approssimativamente in **25% zucchero di canna raffinato** e **75% zucchero di barbabietola**.

### ROADMAP DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE DELLO ZUCCHERO DI CANNA



Ferrero ha mantenuto e si è impegnata a consolidare **le relazioni di fiducia** con le numerose cooperative agricole e i produttori di zucchero. Il Gruppo collabora da decenni con alcuni fornitori, che riforniscono Ferrero di zucchero dall'elevata qualità garantita. Per supportare lo sviluppo dell'approvvigionamento di questa materia prima da altri Paesi, i *team Procurement* e *Quality* adottano un procedimento di selezione *standard* per i nuovi fornitori. Questo garantisce che le materie prime soddisfino sempre i criteri di alta qualità del Gruppo, attraverso un sistema interno di *auditing*. Come dichiarato nei precedenti rapporti CSR, Ferrero assicura che lo zucchero approvvigionato è al **100% non OGM**.

**ENTRO IL 2020, FERRERO SI IMPEGNA AD ACQUISTARE TUTTO LO ZUCCHERO DI CANNA RAFFINATO DA FONTI SOSTENIBILI.**

Dal 2010, il Gruppo è membro della *Bonsucro - Better Sugar Cane Initiative* ([www.bonsucro.com](http://www.bonsucro.com)), un'organizzazione riconosciuta a livello mondiale che promuove la sostenibilità del

settore dello zucchero di canna, attraverso un sistema di misurazione e certificazione. Il sistema 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. Nel 2014, Ferrero ha acquistato zucchero di canna certificato da *Bonsucro* sia in Australia che in Brasile: questo ha

costituito il primo passo verso il raggiungimento dell'obiettivo intermedio del 10%. La fase di lancio del progetto ha causato un lieve slittamento e di conseguenza **Ferrero ha raggiunto l'obiettivo del 10% nel marzo 2015**, piuttosto che nel dicembre 2014.

Grazie ai guadagni legati alla vendita di zucchero di canna certificato bonsucro, le comunità agricole potranno beneficiare di una somma extra da investire nel miglioramento delle pratiche agricole e nel consolidamento delle pratiche di sostenibilità.



### Ferrero conquista il primo premio "Bonsucro Leadership Award 2014"

Sydney, Australia. Il Gruppo Ferrero, un grande protagonista nel campo della sostenibilità, ha annunciato di essere il primo tra i membri di Bonsucro a essere premiato con il *Bonsucro Leadership Award*. Il Premio è il riconoscimento per aver dimostrato leadership e innovazione e per aver stimolato e incoraggiato i membri *Bonsucro* a incrementare ulteriormente il coinvolgimento nel progetto.

*"La sostenibilità è una nostra priorità a livello globale. Siamo orgogliosi che nel corso del 2013/2014 ci siano stati riconosciuti la leadership nel settore e il fatto di essere la prima azienda ad aver coinvolto la propria filiera di approvvigionamento nella spedizione fisica di zucchero certificato Bonsucro a livello globale"* - ha affermato un delegato Ferrero *"Continueremo su questa strada di successo che stiamo percorrendo con Bonsucro e siamo orgogliosi di essere stati premiati con questo riconoscimento"*.

Il Premio è stato annunciato alla *Bonsucro's Annual Conference* a Manila, nelle Filippine, il 13 novembre 2014.



## IL BENESSERE ANIMALE NELLA FILIERA DEL LATTE E DELLE UOVA

Ferrero considera il benessere animale un importante principio della propria responsabilità sociale. Nelle filiere di approvvigionamento dei prodotti di origine animale, Ferrero ha tra i propri obiettivi lo sviluppo di un percorso che assicuri il **progressivo miglioramento degli standard di allevamento**. Il benessere animale concorre alla qualità e alla sicurezza dei prodotti, oltre che alla sostenibilità della filiera nel tempo.

**IL BENESSERE ANIMALE È PARTE INTEGRANTE DEL CODICE DI CONDOTTA COMMERCIALE FERRERO. NEL DEFINIRE LE PRIORITÀ DEL PROPRIO IMPEGNO, FERRERO HA SCELTO DI IMPLEMENTARE GRADUALMENTE IL RISPETTO DELLE CINQUE LIBERTÀ PER LA TUTELA DEL BENESSERE ANIMALE<sup>3</sup>, SVILUPPANDOLE NEL TEMPO E ANTICIPANDO CAMBIAMENTI DELLA NORMATIVA VIGENTE.**

Le 5 libertà per la tutela del benessere animale descrivono le condizioni ideali in cui un animale dovrebbe trovarsi affinché sia considerata accettabile la sua condizione di benessere:

**1. libertà dalla fame, dalla sete e dalla cattiva nutrizione**, garantendo all'animale l'accesso ad acqua fresca e a una dieta che lo mantenga in piena salute;

**2. libertà di avere un ambiente fisico adeguato**, dando all'animale un ambiente che includa riparo e una comoda area di riposo;

**3. libertà dal dolore, dalle ferite e dalle malattie**, prevenendole o diagnosticandole e trattandole rapidamente;

**4. libertà di manifestare le proprie caratteristiche comportamentali specie-specifiche**, fornendo all'animale spazio sufficiente, strutture adeguate e la compagnia di animali della propria specie;

**5. libertà dalla paura e dal disagio**, assicurando all'animale condizioni e cure che non comportino sofferenza psicologica.

Ferrero si impegna perché agli animali delle proprie filiere siano garantiti un apporto adeguato di acqua e di cibo e le cure necessarie a mantenerli in buono stato di salute, evitando dolore e sofferenza. Il benessere degli animali è, ad esempio, assicurato tramite sistemi di raffrescamento, adeguate aree di riposo e sistemi di arricchimento ambientale (es. lettieri con materassini, spazzoloni per grattare la schiena). Sono inoltre monitorate la dimensione delle cuccette e la reazione degli animali all'avvicinarsi dell'uomo (test di avvicinamento).

Grazie alle relazioni a lungo termine sviluppate con i propri fornitori, pertanto, Ferrero lavora per assicurare non solo il rispetto delle normative vigenti in materia di benessere animale, ma per **spingersi oltre gli standard legislativi minimi**, nei casi in cui esistano le condizioni. Tale impegno è ancora più sfidante in alcune aree, peraltro poco significative in termini di quantità di approvvigionamento, dove non è ancora sviluppata una profonda sensibilità sul tema dell'*animal welfare*.

*3. Le 5 libertà per la tutela del benessere animale sono elencate dal Farm Animal Welfare Council (1979) sulla base del Brambell Report.*

## UOVA



Ferrero ha adottato un programma interno su base volontaria per approvvigionarsi di uova in modo più sostenibile. Il programma prevede un impegno nell'**approvvigionamento di uova da galline allevate a terra**, secondo la seguente tabella di marcia per tutti gli stabilimenti dell'Unione europea:

### ROADMAP DELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO DELLE UOVA ALLEVATE A TERRA



**GRAZIE AL CONTINUO IMPEGNO E ALLA COLLABORAZIONE CON I FORNITORI, IL GRUPPO HA RAGGIUNTO, NEL SETTEMBRE 2014 E IN LINEA CON IL PROPRIO OBIETTIVO, IL TRAGUARDO DEL 100% DELL'APPROVVIGIONAMENTO DI UOVA PROVENIENTI DA GALLINE ALLEVATE A TERRA PER TUTTI GLI STABILIMENTI DELL'UNIONE EUROPEA.**

Nel 2013, Ferrero ha inaugurato due nuovi stabilimenti produttivi extraeuropei, in **Turchia e Messico**. Le uova utilizzate in questi stabilimenti rappresentano circa il 5% dei consumi globali di uova da parte di Ferrero. Sebbene ciò rappresenti una piccola quantità, Ferrero intende sviluppare una strategia di approvvigionamento di uova da galline allevate a terra anche in queste aree, dove questo tipo di allevamento non è consuetudine. Ferrero continua, perciò, il proprio impegno nel dialogo con i fornitori nazionali, al fine di **favorire l'allevamento a terra in questi Paesi** e raggiungere il 100% di uova approvvigionate da galline allevate a terra a livello globale.



## LATTE



Negli anni, Ferrero ha sviluppato e alimentato relazioni a lungo termine con produttori di latte accuratamente selezionati a livello locale. Quest'approccio ha permesso una collaborazione reciproca volta a garantire e **migliorare freschezza e qualità** con i medesimi *standard* per tutti i nostri fornitori di latte.

Ferrero si avvale di queste relazioni per rafforzare le proprie **"catene di approvvigionamento controllate e corte"**, con attenzione anche alle attività dei fornitori legate alla sostenibilità.

Ferrero si attiene rigorosamente alle norme nazionali sulla produzione di latte crudo e prodotti lattiero-caseari e stimola costantemente i propri fornitori verso le migliori pratiche di produzione del latte.

Ferrero si attiene rigorosamente alle norme nazionali sulla produzione di latte crudo e prodotti lattiero-caseari e stimola costantemente i propri fornitori verso le migliori pratiche di produzione del latte.

Le normative in materia di produzione lattiero-casearia, che coprono, di norma, i parametri di qualità del latte (ad esempio l'assenza di antibiotici), la sua classificazione e la composizione, possono variare di Paese in Paese. Comunque, gli alti *standard* Ferrero di approvvigionamento del latte sono di norma applicati a livello globale, indipendentemente dal livello di severità della normativa locale in vigore.

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.

Il latte liquido è pastorizzato e disidratato entro 48 ore dal ricevimento in latteria e successivamente distribuito presso gli stabilimenti Ferrero.



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.

**INOLTRE, IL GRUPPO FERRERO ESEGUE AUDIT MINUZIOSI SUI FORNITORI RIGUARDO AI PARAMETRI DI QUALITÀ, ASSICURANDO UN MAGGIORE DETTAGLIO NELLE VARIE FASI DELL'APPROVVIGIONAMENTO DEL LATTE, FINO ALLA SUA ORIGINE.**



Il miglior esempio di queste procedure può essere trovato nel *"Milk Supply Chain Partnership Project"*, che Ferrero ha sviluppato con i due più importanti fornitori, Inalpi (Italia) e Mittelelbe (Germania). Sul latte da loro approvvigionato, è stata raggiunta piena tracciabilità e un elevato e maggiore dettaglio.

### Il "Milk Supply Chain Partnership Project"

Il *"Milk Supply Chain Partnership Project"*, in relazione all'approvvigionamento di 30.000 t di latte nel periodo 2013-2015, ha l'obiettivo di sviluppare e consolidare azioni volte a raggiungere gli *standard* definiti dal protocollo di filiera Ferrero, attraverso partenariati di fornitori. Tre sono le caratteristiche della catena di approvvigionamento:

- **Corta:** numero circoscritto di intermediari commerciali tra il produttore e il trasformatore tendendo al contatto diretto fra i due, anche riducendo le distanze fra le entità coinvolte;
- **Controllata:** in riferimento agli *standard* qualitativi Ferrero circa i limiti microbiologici e chimici;
- **Sostenibile:** monitoraggio degli indici del benessere animale e della sostenibilità ambientale. In particolare, gli indici del benessere animale, che Ferrero intende mettere in pratica attraverso un sistema di controllo di filiera, sono ripartiti secondo le seguenti categorie: alimentazione degli animali, strutture aziendali e gestione della salute animale.

Nel 2014, Ferrero ha implementato il **"Milk Quality Project"**, (MQP Programma di Qualità latte) su 10 fornitori strategici europei di diversi Paesi, che rappresentano quasi il 90% del latte approvvigionato negli stabilimenti Ferrero in Europa. I numerosi dati raccolti, attraverso le attività di *audit* presso le stalle di produzione del latte, hanno permesso di evidenziare l'impegno da parte dei fornitori delle diverse filiere non solo nella

gestione dei parametri di qualità del latte, in gran parte già consolidati, ma anche nei piani di sviluppo e implementazione di **buone pratiche volte a migliorare il benessere animale e a ridurre l'impatto ambientale**. I punteggi attribuiti agli indicatori di benessere animale e sostenibilità ambientale hanno permesso di individuare le aree di forza delle diverse filiere e di studiare eventuali piani di miglioramento.



## LE AZIENDE AGRICOLE FERRERO PER LA COLTIVAZIONE DEL NOCCIOLO

Il Gruppo Ferrero è uno dei maggiori utilizzatori di nocciole al mondo. Al fine di soddisfare la crescente domanda, rafforzare la sua posizione di *leader* nel mondo del mercato delle nocciole e assicurare l'alta qualità nell'approvvigionamento di nocciole nel medio periodo, Ferrero ha intrapreso una **strategia volta allo sviluppo di nuove opportunità di produzione**. Quest'iniziativa prende il nome di **Hazelnut Business Development** (HBD).



**L'OBIETTIVO PRINCIPALE DI HBD È DIVENTARE UN PARTNER AFFIDABILE PER LE AUTORITÀ LOCALI, GLI ISTITUTI FINANZIARI INTERNAZIONALI E GLI OPERATORI PRIVATI PER LA CREAZIONE, LO SVILUPPO E LA GESTIONE DI NUOVI PROGETTI CORILICOLI CON PROSPETTIVE DI LUNGO PERIODO.**

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 del Mondo, con **tre componenti principali**:

• **le aziende agricole pilota**, che sono acquistate e gestite direttamente dall'*Hazelnuts Business Development* (HBD) di Ferrero e hanno una triplice funzione:

1. sperimentazione: per verificare l'adattabilità delle differenti varietà di nocciolo alle condizioni agroclimatiche locali e sperimentare le differenti tecniche agronomiche;
2. dimostrazione: per incentivare e promuovere presso gli operatori locali la coltivazione del nocciolo;
3. produttività: per garantire una parte significativa del raccolto di nocciole a Ferrero, pur facilitandone anche la vendita a prezzi di mercato.

• **I vivai**, che permettono la coltivazione di piantine di varietà selezionate prodotte dai vivai Ferrero/HBD, vendute agli agricoltori locali a un prezzo



equo<sup>4</sup>. Oltre a vendere gli alberelli, Ferrero offre agli agricoltori assistenza tecnica per coltivare le loro piantagioni.

• **La ricerca e la formazione**, che permettono ad HBD di collaborare con istituzioni nazionali e internazionali su diverse tematiche relative alla gestione tecnica dei nocciolieti. Inoltre, sono realizzate attività di formazione e divulgazione presso gli agricoltori, come parte di progetti internazionali e in collaborazione con istituzioni di formazione locali.

Le aziende agricole Ferrero dedicate alla coltivazione del nocciolo sono attive in:

- Cile, dal 1991;
- Argentina, dal 1994;
- Georgia, dal 2007;
- Sudafrica, dal 2009;
- Australia, dal 2011.

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

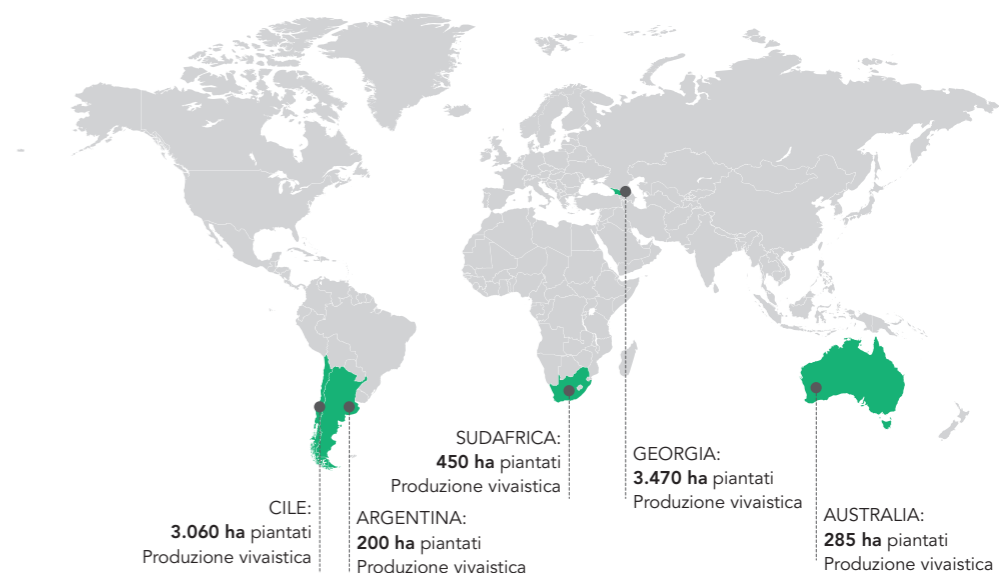
- di qualità eccellente, sempre fresche, in tutto il Mondo;
- anche in contro-stagionalità rispetto alla produzione dell'emisfero nord.

Infatti, 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**.

Al 31 agosto 2014, le aziende agricole Ferrero impiegano 1.864 persone, cui si aggiungono 94 collaboratori esterni<sup>5</sup>, per un totale di 1.958 persone.

4. Il prezzo copre i costi diretti e i costi strutturali standard.

5. Prevalentemente come lavoratori interinali e altri rapporti di collaborazione diretta, con esclusione dei contratti di servizi.





Nel 2013/2014, è continuato lo sviluppo e consolidamento della filiera corilicola nei diversi Paesi in cui le aziende agricole Ferrero operano. Come già menzionato nei precedenti rapporti, questa strategia ha l'obiettivo di assicurare un **approvvigionamento sostenibile e duraturo agli stabilimenti Ferrero** e promuovere le buone pratiche agricole negli areali nuovi e tradizionali di coltivazione del nocciolo.

I raccolti di nocciole sono stati in linea con le aspettative, mentre la qualità generale delle nocciole provenienti dalle aziende HBD è stata significativamente superiore a quella *standard* riscontrabile sul mercato.

Anche i raccolti dei produttori terzi che hanno deciso di seguire il modello Ferrero sono stati di notevole rilevanza e in quantità quasi equiva-

lenti ai raccolti delle aziende agricole Ferrero. Le nocciole prodotte da queste aziende sono state acquistate attraverso le associazioni dei produttori promosse da Ferrero e tramite conferimento diretto.

In particolare, in Cile è stata ulteriormente incrementata la superficie dell'azienda agricola Ferrero, arrivata a circa 4.000 ettari. Inoltre, sono proseguiti gli investimenti finalizzati alla **strutturazione degli impianti di essiccazione per gli agricoltori privati** ed è iniziata la costruzione di un moderno impianto di sgusciatura. Infine, è in corso la definizione di un contratto con gli agricoltori locali per l'acquisto pluriennale di nocciole al prezzo di mercato, con la previsione di un prezzo minimo garantito.

In Georgia, sono proseguite le attività di formazione dei piccoli pro-



duttori locali e di sostegno all'associazionismo, considerato elemento fondamentale ai fini del miglioramento qualitativo delle nocciole georgiane e, di conseguenza, del reddito dei produttori. Il programma proseguirà per il prossimo quinquennio in *partnership* con USAID, Agenzia Statunitense per lo Sviluppo Internazionale.

In Sudafrica e in Australia, prosegue lo sviluppo delle aziende pilota e la ricerca agronomica, in vista di un futuro avvio della coltivazione del nocciolo.

Inoltre, nel 2013, è stata costituita anche in Serbia una società dedicata alla coltivazione del nocciolo.

### L'accordo con ISMEA in Italia

In Italia, è stato firmato nel marzo 2015 un **protocollo d'accordo con ISMEA** per lo sviluppo della filiera corilicola in diverse regioni. Il protocollo ha le seguenti finalità:

- **favorire e valorizzare** lo sviluppo delle imprese della filiera corilicola, creando sinergie volte a incrementare la produzione tramite nuove tecnologie, miglioramento organizzativo e cooperazione nei processi produttivi;
- **coinvolgere e collaborare** con istituzioni, associazioni di categoria, enti e organizzazioni economiche, sociali e culturali dei territori, promuovendo possibili sinergie tra gli strumenti di carattere nazionale e territoriale-regionale;
- **svolgere azioni finalizzate** alla promozione dello sviluppo sostenibile.



**ISMEA** è un ente pubblico economico, istituito con D.P.R. 31 marzo 2001, n.200 che, nell'ambito dei suoi compiti istituzionali, svolge la funzione di rendere servizi informativi, assicurativi e finanziari e costituire forme di garanzia creditizia e finanziaria in favore di imprese agricole e loro forme associate, al fine di:

1. favorire l'informazione e la trasparenza dei mercati;
2. agevolare il rapporto con il sistema bancario e assicurativo;
3. favorire lo sviluppo e la competitività delle aziende agricole (con particolare attenzione all'ingresso e alla permanenza all'interno del mercato della produzione agricola di soggetti giovani);
4. ridurre i rischi inerenti alle attività produttive e di mercato del settore agricolo.

# MINIMIZZARE L'IMPATTO AMBIENTALE

**IL GRUPPO FERRERO PONE PRIMARIA ATTENZIONE ALLA PROTEZIONE DEL PIANETA: PER QUESTO MOTIVO, MIRA A CONIUGARE UNA FORTE MOTIVAZIONE ALLA CRESCITA CON UN'ELEVATA ATTENZIONE AGLI IMPATTI AMBIENTALI CORRELATI.**

**I**l *Global Footprint Network*<sup>1</sup> sottolinea come la sfida di oggi sia riuscire a garantire il benessere di tutti gli esseri umani con le risorse naturali a disposizione e nel rispetto dei limiti ecologici, perseguendo uno sviluppo sostenibile e preservando il nostro Pianeta per le generazioni future<sup>2</sup>.

Di conseguenza, l'intervento umano non dovrebbe oltrepassare specifici limiti, per mantenere uno "spazio operativo sicuro per l'umanità" oltre il quale vi è il rischio di incorrere in cambiamenti ambientali repentini e irreversibili, che metterebbero a repentaglio lo sviluppo e il benessere umano, come stabilito nell'analisi dei nove "planetary boundaries"<sup>3</sup>.

Anche le organizzazioni, pertanto, come tutte le attività umane, hanno un ruolo importante nell'equilibrio

dell'ecosistema, essendone parte integrante. In particolare, gli attori coinvolti nella filiera alimentare assumono una responsabilità primaria nell'implementazione e diffusione di pratiche sostenibili, considerate le relazioni dirette con il settore agricolo e i significativi impatti ambientali che caratterizzano quest'ultimo.

In questo contesto, il Gruppo Ferrero ha deciso di affrontare la sfida con un progetto che segna un nuovo importante passo nel proprio percorso di sostenibilità. Le competenze maturate nel percorso fatto finora, nell'ottica di un miglioramento continuo, hanno portato Ferrero a rielaborare l'analisi degli impatti del Gruppo, ampliandone i confini e ridefinendo gli indicatori e i parametri di misura, al fine di costruire progressivamente una più efficace roadmap per la sostenibilità ambientale.

*1. Il Global Footprint Network è un'organizzazione internazionale, nata nel 2003, che si occupa di valutare il carico ambientale provocato dalle attività antropiche e il livello di sovrasfruttamento delle risorse naturali, con l'obiettivo di trovare soluzioni per rendere possibile un futuro sostenibile.*

*2. Sono due gli indicatori di riferimento su questi aspetti: lo Human Development Index delle Nazioni Unite (che misura il livello di un Paese in termini di qualità della vita), e l'Ecological Footprint del Global Footprint Network stesso (indicatore del livello di sfruttamento ambientale), la cui combinazione fornisce come risultato le condizioni minime per uno sviluppo umano sostenibile.*

*3. L'analisi, pubblicata sulla prestigiosa rivista Nature nel 2009, è frutto della collaborazione di diversi esperti di sostenibilità ambientale guidati da Johan Rockström, Direttore dello Stockholm Resilience Centre.*



## Il progetto FER-Way

Dopo un primo quinquennio, conclusosi nel 2012/2013, le cui attività sono state rendicontate nel precedente rapporto, il Gruppo Ferrero è cresciuto ulteriormente nel campo della sostenibilità ambientale, migliorando il coordinamento centrale delle attività, strutturando maggiormente il gruppo di lavoro tecnico interfunzionale e focalizzandosi sul consolidamento dei dati e dei processi interni.

Nel 2013/2014, è partito il progetto **FER-Way - Ferrero Environmental Responsibility Way** - che, in linea con i principi del Gruppo Ferrero, sviluppa un approccio a lungo termine, volto alla buona gestione della sostenibilità ambientale, basato su quattro azioni:



Il progetto FER-Way si basa sull'approccio del **Life Cycle Thinking (LCT)** che considera le differenti fasi di vita dei prodotti e i loro principali impatti sull'ambiente sin dalla fase della loro ideazione, evitando di trasferire gli impatti negativi da una fase all'altra e valutando anche le fasi non sotto il diretto controllo del Gruppo.

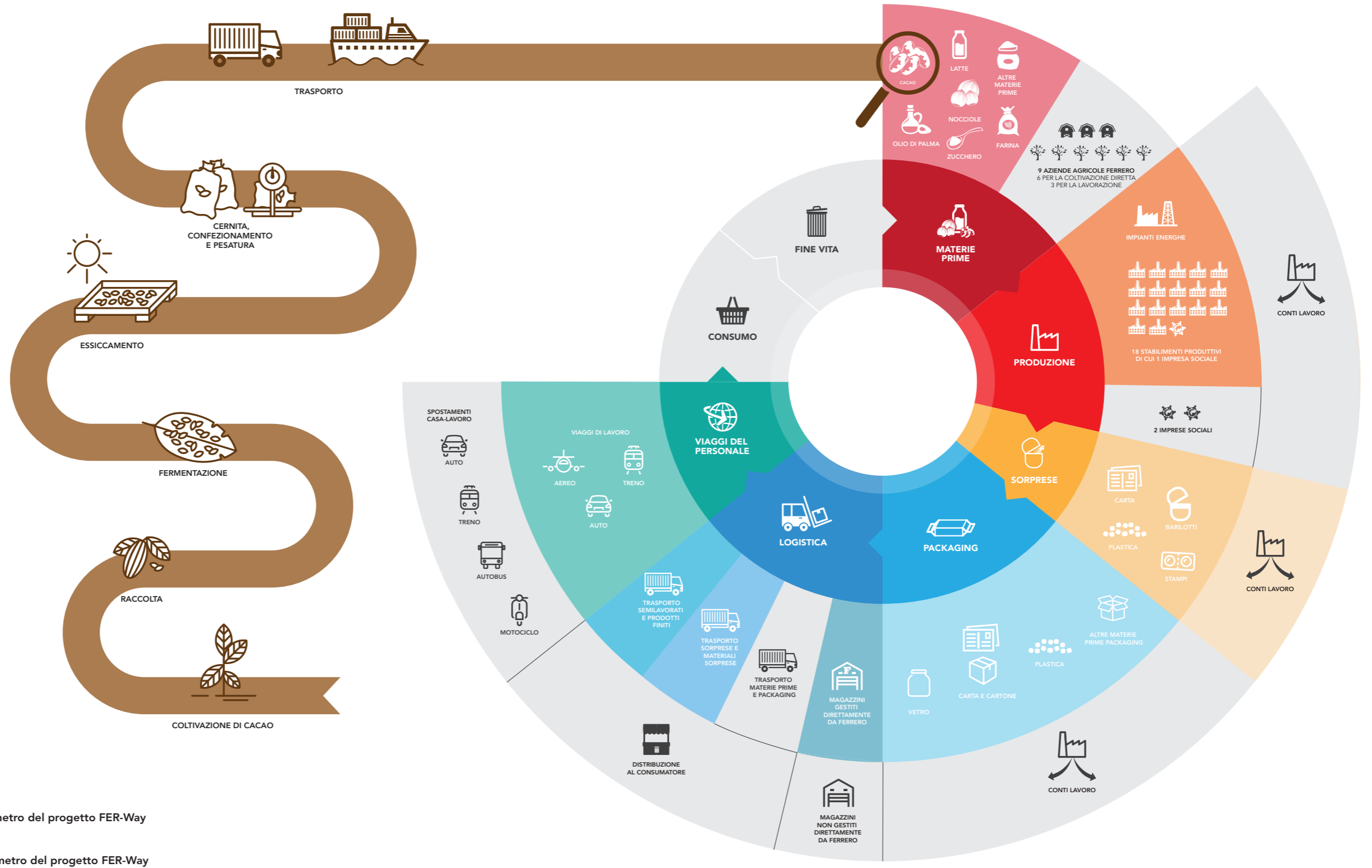
Uno degli strumenti scientifici più conosciuti e condivisi per integrare questo tipo di approccio è il **Life Cycle Assessment (LCA)**, che valuta gli impatti ambientali nelle diverse fasi del ciclo di vita del prodotto, dall'approvvigionamento della materia prima al processo di trasformazione, al confezionamento, al trasporto fino al consumo e alla dismissione finale. Pertanto, condurre un'analisi LCA di prodotto è un lavoro complesso, che richiede una conoscenza approfondita di ogni singolo processo e un'ingente raccolta di dati.

Nel primo anno, il progetto **FER-Way** si è focalizzato sulla prima azione - **MISURARE** - con l'obiettivo di ridefinire gli indicatori con cui misurare l'impronta ambientale del Gruppo Ferrero, attraverso metriche che permettano di identificare i rischi, le opportunità e le azioni strategiche da attivare.

Nel perseguire tale obiettivo, il Gruppo Ferrero ha identificato le diverse entità coinvolte nella realizzazione dei propri prodotti: la società Energe per la fornitura di energia, 20 stabilimenti produttivi, di cui 3 Imprese Sociali Ferrero, le Aziende Agricole Ferrero per la coltivazione diretta e per la lavorazione di nocciole e ciliegie, 293 magazzini, di cui 63 direttamente gestiti da Ferrero, la *Kinder Surprise Company* dedicata alla creazione delle sorprese.

L'immagine che segue rappresenta le diverse aree del progetto FER-Way:

**AREE DEL PROGETTO FER-WAY**



Poiché non tutto il ciclo di vita del prodotto è sotto il diretto controllo del Gruppo, non è ancora possibile avere una copertura totale dell'impatto ambientale di tutte le relative fasi. Ciononostante, consapevole della propria responsabilità anche oltre le fasi sotto il proprio diretto controllo, il Gruppo ha assunto l'impegno di estendere i propri confini di analisi.

Tramite la piattaforma interna denominata SuRe (*Sustainable Reporting*), il Gruppo Ferrero gestisce la raccolta e l'analisi dei dati all'interno di un ambiente controllato. Già da quest'anno, rientrano nel perimetro di rendicontazione di tali dati anche i due nuovi stabilimenti di Messico e Turchia e l'Impresa Sociale Ferrero in India, realtà industriale tra le più sviluppate delle Imprese Sociali Ferrero. Pertanto, il perimetro di rendicontazione dei dati ambientali del presente rapporto include: la società

Energhe, 18 stabilimenti produttivi<sup>4</sup>, i 63 magazzini direttamente gestiti da Ferrero, la produzione e il trasporto delle sorprese KINDER®, il trasporto di semilavorati e prodotti finiti e i viaggi di lavoro dei dipendenti delle principali società del Gruppo<sup>5</sup>.

Dal 2014/2015, saranno inclusi anche i dati di tutti i magazzini non direttamente gestiti dal Gruppo, oltre ai trasporti da fornitore a stabilimento delle principali materie prime agricole e degli imballi.

Inoltre, **entro agosto 2018, il Gruppo Ferrero si è posto l'ambizioso obiettivo di condurre un'analisi LCA delle sei principali materie prime agricole:** cacao, olio di palma, nocciola, zucchero, latte e farina di frumento. Questo permetterà di calcolare l'impatto del Gruppo in maniera più puntuale rispetto a quanto ottenibile utilizzando coefficienti da database o letteratura scientifica.



4. Sono escluse le Imprese Sociali Ferrero in Camerun e Sudafrica.

5. Italia, Lussemburgo, Germania e Francia.

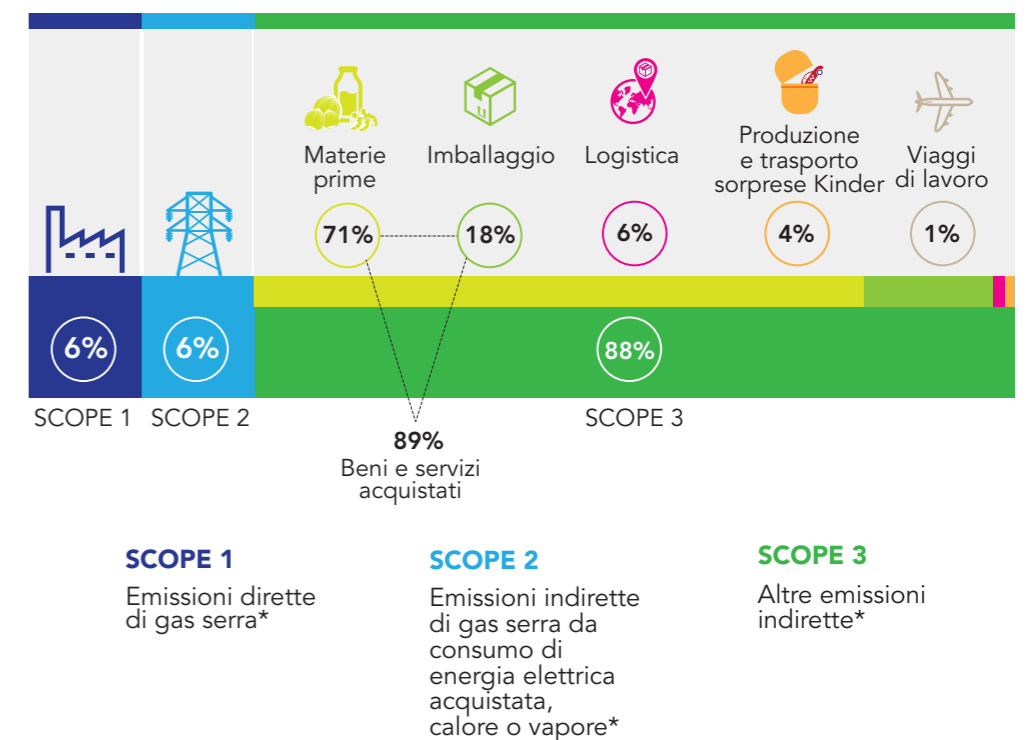
## CARBON FOOTPRINT

Al fine di rappresentare l'impatto ambientale lungo il ciclo di vita dei prodotti, pur valutando internamente numerosi indicatori<sup>6</sup>, il Gruppo ha deciso di utilizzare, in questo rapporto, la sola Carbon Footprint, definita come "quantità totale di CO<sub>2</sub> e altri gas a effetto serra emessi diretta-

mente e indirettamente da una persona, organizzazione, evento o prodotto"<sup>7</sup>.

Per valutare la Carbon Footprint dei prodotti Ferrero sono state utilizzate metodologie standardizzate e riconosciute a livello internazionale<sup>8</sup>.

### CONTRIBUTO DELLE VARIE FASI DELLA FILIERA ALLA CARBON FOOTPRINT DEI PRODOTTI



6. Il Gruppo sta prendendo in esame gli indicatori inclusi nelle direttive della Commissione europea relative all'impronta ambientale dei Prodotti (PEF) e delle Organizzazioni (OEF).

7. Definizione di esperti indipendenti Carbon Trust.

8. Per il calcolo della Carbon Footprint sono stati utilizzati i seguenti standard e metodologie:

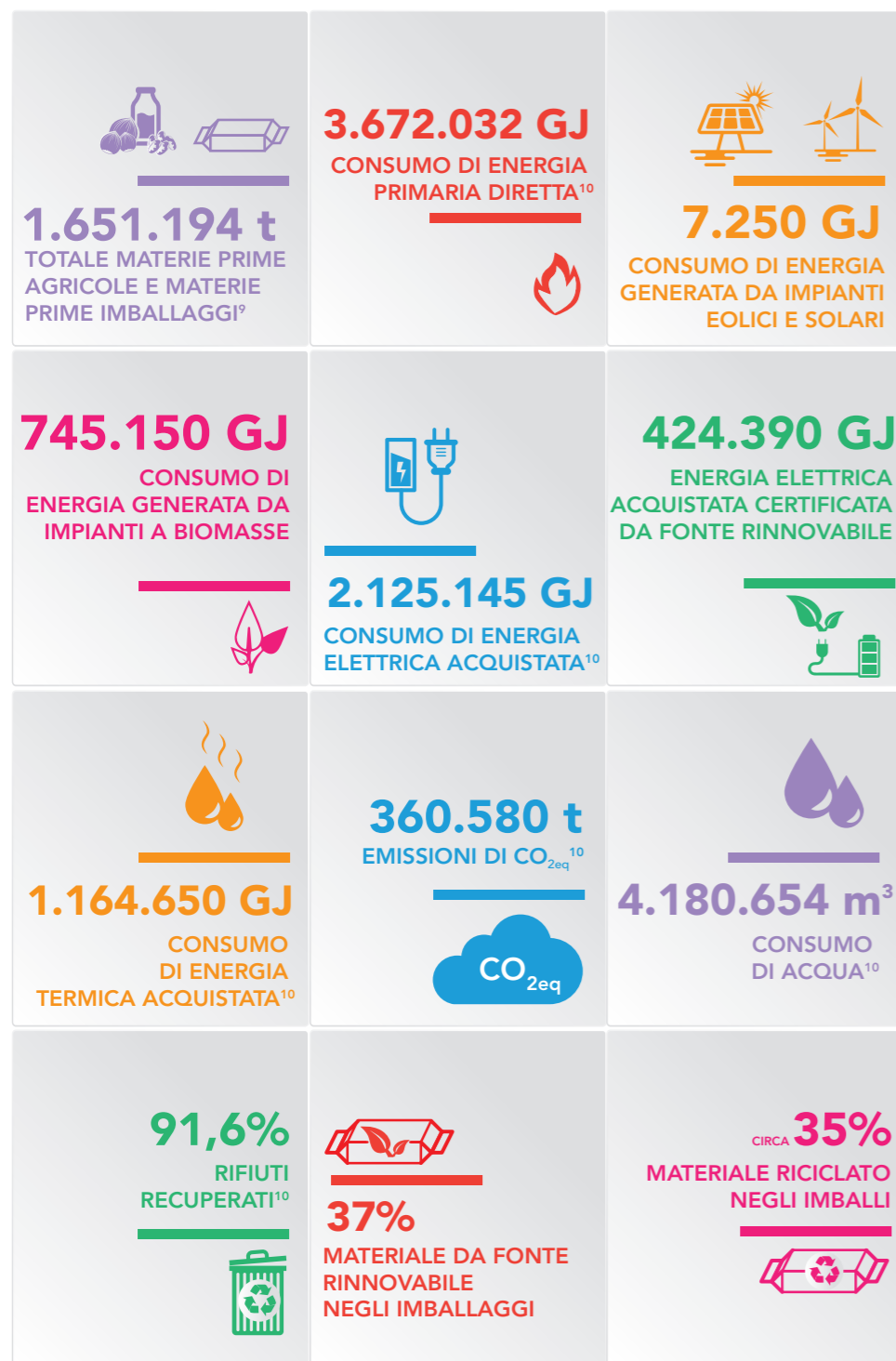
- il Corporate Accounting and Reporting Standard - GHG Protocol - sviluppato dal World Resources Institute (WRI) con il World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), ad oggi assunto come lo strumento di contabilizzazione e standard di carbon reporting più diffuso a livello mondiale;
- il Publicly Available Specification PAS 2050:2011, basato sugli standard ISO 14044 e sviluppato congiuntamente da DEFRA, Carbon Trust e BSI (British Standard Institute), e focalizzato esclusivamente sulle emissioni dei gas serra lungo il ciclo di vita di un prodotto;
- le norme ISO 14040 e ISO 14044 riguardanti la valutazione del ciclo di vita (LCA) con i relativi Principi e Quadro di riferimento, Requisiti e Linee guida.

\*Definizioni GHG Protocol, WRI, WBCSD.

L'immagine precedente mostra che la maggior parte dell'impronta ambientale dei prodotti Ferrero si concentra nell'ambito dello Scope 3, ovvero nelle operazioni non direttamente controllate dal Gruppo.

Per la tipologia di business di Ferrero, gli impatti ambientali sono principalmente riconducibili a tre fasi: produzione materie prime, consumo di imballi e processi produttivi.

## I NUMERI CHIAVE DEL 2013/2014



9. Il totale materie prime agricole include i quantitativi d'acqua previsti nelle ricette dei prodotti Ferrero.

10. Dati relativi ai 18 stabilimenti produttivi inclusi nel perimetro di rendicontazione del presente capitolo.

11. L'analisi include i 20 stabilimenti Ferrero attivi al 31 agosto 2014. Tale analisi, effettuata la prima volta a inizio 2012, è stata aggiornata a inizio 2015.

## Biodiversità

Si segnala che **i 20 stabilimenti Ferrero non includono nel proprio perimetro aree protette o a elevata biodiversità, né determinano impatti ambientali significativi su tali aree.** L'indagine è stata effettuata sulla base di un'analisi interna<sup>11</sup> e, per le sole aree europee, del sito EEA dell'Agenzia Europea dell'Ambiente. Si riscontrano solo casi di aree protette adiacenti agli stabilimenti Ferrero (ovvero a meno di 2 km), riportati nella seguente tabella, sulle quali comunque Ferrero non è a conoscenza di proprie attività che possano determinare impatti significativi sulla biodiversità.

STABILIMENTO	AREA PROTETTA	TIPOLOGIA AREA	CAT. IUCN	DISTANZA (km)	SUPERFICIE (ha)
Sant'Angelo dei Lombardi (AV)	Querceta dell'Incoronata (Nusco)	NATURA 2000 (SCI)	Non Applicabile	0,5	1.363
Sant'Angelo dei Lombardi (AV)	Alta Valle del Fiume Ofanto	NATURA 2000 (SCI)	Non Applicabile	2	590,3959
Villers-Écalles (Francia)	Boucles de la Seine normande Regional Nature Park	Regional Nature Park	V	1,5	80.797
Stadtallendorf (Germania)	Herrenwald östlich Stadtallendorf	NATURA 2000 (SCI)	Non Applicabile	1,5	2.706,0628
Stadtallendorf (Germania)	Brückerwald und Hußgeweid	NATURA 2000 (SCI)	Non Applicabile	2	407,7080
Stadtallendorf (Germania)	Auenverbund Lahn-Ohm	Landscape Protection Area	V	2	5.915,40
Belsk Duży (Polonia)	Modrzewina	Nature Reserve	IV	2	336,95
Brantford (Canada)	Brant Conservation Area	Local Park	Non Applicabile	1,5	na



# Progetti di sostenibilità ambientale nelle fasi di vita del prodotto

## MATERIE PRIME

**APPROFONDIAMO LA CONOSCENZA DELLE FILIERE DELLE NOSTRE MATERIE PRIME AFFINCHÉ ALL'ALTA QUALITÀ SIANO ABBINATI LO SVILUPPO E LA TUTELA DEI TERRITORI IN CUI OPERIAMO.**



Le principali materie prime di cui si approvvigiona il Gruppo sono cacao, olio di palma, nocciola, zucchero, latte e farina di frumento e rappresentano circa il 90% dei volumi di materie prime utilizzate.

Come anticipato, per avere dei dati accurati sull'impatto ambientale della produzione delle materie prime, il Gruppo intende condurre, con dati primari, l'LCA delle sei materie prime principali entro agosto 2018. Ad oggi, sono già stati avviati gli studi delle piantagioni turche di nocciole, delle latterie italiane e dei principali zuccherifici europei da cui Ferrero si rifornisce.

L'impegno di Ferrero non si ferma alla raccolta di questi dati. Come descritto in precedenza, tramite gli obiettivi legati alle certificazioni di sostenibilità<sup>12</sup> di alcune materie prime (cacao, olio di palma, caffè e zucchero), **sono controllate e gestite tematiche ambientali rilevanti**, come la biodiversità, l'utilizzo del suolo, la gestione dei rifiuti e degli scarichi, il consumo di acqua ed energia, le emissioni di gas serra.



12. Per maggiori informazioni sul tema si rimanda al capitolo F-ACTS: le pratiche agricole sostenibili Ferrero.

13. Per maggiori informazioni sul tema si rimanda al paragrafo "Nocciole" del capitolo F-ACTS: le pratiche agricole sostenibili Ferrero.

14. Fonte: [www.arborday.org/programs/hazelnuts/consortium/agriculture.cfm](http://www.arborday.org/programs/hazelnuts/consortium/agriculture.cfm)

## La nocciola

Da sempre, **la nocciola caratterizza i prodotti Ferrero e li differenzia dalla concorrenza**; infatti, Ferrero è tra i principali acquirenti al mondo di nocciole.

Per tale ragione, ha da sempre supportato la crescita e la diffusione della coltura del nocciolo attraverso la condivisione delle esperienze consolidate, del supporto tecnico-scientifico e, ultimamente, della completa tracciabilità della filiera<sup>13</sup>. Ciò rappresenta il primo passo per poter realizzare un'efficace *roadmap* in termini di sostenibilità ambientale, permettendo di individuare i punti critici della filiera del nocciolo.

All'interno del programma FFV *hazelnut*, sono riportate alcune "buone pratiche agricole" che contribuiscono alla riduzione del futuro impatto della filiera quali:

- promuovere le pratiche per una gestione ottimale della coltivazione delle nocciole;
- favorire la fertilità del suolo e la ritenzione delle acque attraverso l'utilizzo di materiale organico;
- migliorare la produttività attraverso l'uso responsabile di fertilizzanti, la *Integrated Pest Management* (IPM), e le corrette tecniche di potatura;
- promuovere la conservazione dell'ambiente attraverso un adeguato utilizzo di prodotti chimici e un corretto smaltimento dei rifiuti.

Ad oggi, comunque, non risultano evidenti danni ambientali riconducibili alla coltivazione del nocciolo. Anzi, uno degli aspetti più interessanti della loro coltivazione risiede nel potenziale beneficio<sup>14</sup> per l'ambiente. Infatti, rispetto a colture annuali, la coltura delle nocciole:

- richiede una quantità di *input* ridotti e quindi risulta particolarmente **adatta a una gestione di agricoltura familiare**;
- nella fascia degli ecosistemi temperati, ha una **necessità di intervento irriguo più bassa**;
- **riduce e previene l'erosione del suolo** grazie al ramificato apparato radicale;
- è classificata da USDA e *Natural Resources Conservation Service* (NRCS) come "**riparian buffer zone species**" essendo considerata un biofiltro naturale;
- ha un **periodo più lungo di copertura completa del suolo**;
- essendo un sistema arboreo, **costituisce riparo per la fauna selvatica**;
- **crea una copertura forestale permanente** garantendo il sequestro del carbonio per un periodo più lungo.

Sono in corso analisi di impatto ambientale sia della coltivazione della nocciola in Turchia, ad oggi principale Paese d'origine, sia delle aziende agricole Ferrero in altre aree del Mondo. L'obiettivo è di evidenziare differenze e *best practice* per avere dati primari e scientifici utili al miglioramento continuo della filiera.

## Il cambiamento climatico e le attività agricole

Il cambiamento climatico è attualmente riconosciuto come una delle principali sfide ambientali che il mondo si trova ad affrontare. Esistono chiare prove scientifiche che alte concentrazioni di gas serra (GHG) nell'atmosfera stanno intensificando il naturale "effetto serra", portando all'innalzamento della temperatura terrestre. I cambiamenti climatici influenzano diversi settori, primo tra tutti quello agricolo, maggiormente esposto a causa della sua diretta dipendenza dalle condizioni climatiche. Questa dipendenza diventa ancora più marcata ed evidente nelle agricolture tropicali, dove le variazioni climatiche possono innescare anche modifiche repentine del prezzo della merce o instabilità nei volumi disponibili, con un conseguente rischio di approvvigionamento. Questo può portare, nel lungo periodo, a effetti dannosi come l'abbandono delle aree rurali con una presenza generazionale discontinua nella comunità e perdita di servizi e infrastrutture.

Ferrero, in quanto industria dolciaria, utilizza nelle proprie ricette materie prime provenienti principalmente da zone tropicali. Gli elevati sforzi economici per assicurare ingredienti di alta qualità, tipici del modello di *business* Ferrero, causano una maggiore esposizione finanziaria che il Gruppo affronta attraverso programmi volti alla mitigazione e lavorando a stretto contatto con i produttori dei Paesi d'origine.

## PRODUZIONE

**PONIAMO ATTENZIONE AGLI IMPATTI CHE LE NOSTRE PRODUZIONI HANNO SULL'AMBIENTE E SUL CONSUMO DI RISORSE, QUALI L'ACQUA E L'ENERGIA, CON UN OBIETTIVO DI MIGLIORAMENTO CONTINUO.**



### La progettazione di infrastrutture e macchinari

La progettazione dei propri impianti e macchinari è la prima fase lungo la catena del valore su cui si può agire per ridurre i propri consumi e impatti ambientali.

Infatti, è grazie alle scelte in fase di progettazione che si determina l'efficienza di un impianto o la classe energetica di un edificio: in tale ambito, il Gruppo Ferrero agisce sia attraverso una costante revisione del capitolato tecnico, in cui sono stilate le linee guida per la realizzazione dei macchinari, sia attra-

verso l'individuazione di un modello di riferimento per i nuovi fabbricati di proprietà adibiti a ufficio.

Tale modello, come già riportato nel precedente rapporto, nel 2014 è stato applicato ad Alba al nuovo edificio adibito a uffici e garantito attraverso la rispondenza ai requisiti del protocollo ITACA (marchio di qualità ESIt® - Edilizia Sostenibile Italia). La certificazione ITACA dell'edificio è stata ottenuta a inizio 2015, con una valutazione globale che ne evidenzia prestazioni ambientali di gran lunga superiori allo *standard* costruttivo italiano, conseguendo inoltre la classe di prestazione più performante (classe A).

La progettazione dell'edificio ha previsto l'installazione di sistemi automatici e manuali che permettono di adeguare il funzionamento degli impianti secondo le preferenze degli utenti e conformemente alle politi-

che di gestione stabilite dal Gruppo.

A titolo esemplificativo, si riassumono, di seguito, le principali funzionalità che sono state realizzate all'interno del complesso:

- gestione automatica dell'impianto di illuminazione, sensibile alla luce solare e all'effettiva presenza di personale;
- gestione dei malfunzionamenti dei singoli impianti tramite avvisi automatici ai responsabili;
- gestione automatica della motorizzazione delle tende, secondo la variazione di stagione e ora<sup>15</sup>, con conseguente risparmio energetico sia in termini di illuminazione che di gestione della temperatura interna.

L'edificio lineare dispone di un numero di portabiciclette superiore al 20% degli occupanti<sup>16</sup>, con l'obiettivo di favorire l'uso di mezzi alternativi e più ecologici per raggiungere il posto di lavoro.



*15. I calcoli del fattore di luce diurna sono stati effettuati per ogni ambiente dell'edificio in conformità a quanto riportato all'interno nell'Allegato C della norma UNI EN 15193.*

*16. Il numero è stato stabilito considerando la massima occupazione potenziale dell'immobile.*

## ESIt® E PROTOCOLLO ITACA

ESIt® (Edilizia Sostenibile Italia) è un'iniziativa italiana che ha permesso di costituire un riferimento unico per la valutazione della qualità ambientale ed energetica degli edifici, promossa da:

- **iiSBE Italia** (*International Initiative for a Sustainable Built Environment*) che ha introdotto e sperimentato lo SBTool®<sup>17</sup> nel contesto nazionale italiano, raccordandosi con le più avanzate ricerche sviluppate e applicate dal *network* internazionale di iiSBE e GBC (*Green Building Challenge*) in oltre 25 nazioni nei diversi continenti;
- **ITC-CNR** (Istituto per le Tecnologie della Costruzione del Consiglio Nazionale delle Ricerche) che ha svolto il ruolo di contestualizzazione a livello nazionale dello SBTool® e di sviluppo del Protocollo ITACA Nazionale;

In accordo con:

- **ITACA** (Istituto per l'Innovazione e Trasparenza degli Appalti e la Compatibilità Ambientale), associazione federale che ha adottato nel 2002 lo SBTool® per lo sviluppo del Protocollo ITACA, strumento per la valutazione della sostenibilità delle costruzioni approvato nel 2004 dalla Conferenza delle Regioni e delle Province autonome.

ESIt® ha avviato ufficialmente la certificazione del Protocollo ITACA 2011 a livello nazionale con l'obiettivo principale di favorire la riconoscibilità e il valore degli edifici a elevata sostenibilità.

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*).

In particolare, i criteri che sono seguiti all'interno del nuovo Protocollo ITACA 2011 sono raggruppati nelle seguenti macrocategorie:

- Qualità del sito** (riutilizzo del territorio, presenza di reti infrastrutturali, mobilità sostenibile).
- Consumo di risorse** (energia, materiali, acqua, utilizzo di fonti rinnovabili).
- Carichi ambientali** (emissioni di CO<sub>2</sub>, gestione acque reflue, effetto isola di calore).
- Qualità ambientale indoor** (*comfort* termoigrometrico, visivo, acustico, ventilazione, inquinamento elettromagnetico).
- Qualità del servizio** (sicurezza e gestione degli impianti e delle aree comuni, utilizzo dell'edificio e domotica).

17. Software progettato per valutare le prestazioni ambientali e la sostenibilità degli edifici.

In un'ottica di miglioramento continuo, entro il 2018, il Gruppo Ferrero si impegna a mettere a regime un sistema strutturato di verifica a campione dei più importanti progetti realizzati annualmente (con valore superiore a 5 milioni di euro e di diversa tipologia: macchinari, impianti, fabbricati). Il sistema di verifica verrà

realizzato progressivamente e, già dal 2014/2015, tre progetti all'anno saranno verificati mediante tale sistema. Le Unità coinvolte nella progettazione e realizzazione avranno così la possibilità di migliorare costantemente le scelte da intraprendere per ottenere sempre maggiori benefici ambientali.

## I processi produttivi

I prodotti Ferrero provengono da 20 stabilimenti di cui 3 Imprese Sociali Ferrero.

**Il Gruppo Ferrero si impegna concretamente per ridurre gli impatti ambientali dei propri processi e si è conseguentemente dato l'obiettivo di dotarsi, per tutti i propri stabilimenti, della certificazione di gruppo ISO 14001.**

Tale norma, di carattere volontario, richiede all'azienda di implementare un «Sistema di Gestione Ambientale» basato su miglioramento continuo e prevenzione. Il Sistema prevede, inoltre, la definizione di obiettivi ambientali e l'implementazione di un piano per raggiungerli.

Alla fine del 2014, con il conseguimento della certificazione anche da parte dello stabilimento di Brantford in Canada, 13 stabilimenti produttivi hanno già conseguito la certificazione, coprendo quindi oltre il 92% della produzione del Gruppo. Entro il 2017, la certificazione coprirà l'intera produzione dei restanti attuali stabilimenti produttivi, cioè lo stabilimento russo (Vladimir), lo stabilimento brasiliano (Poços de Caldas), i due nuovi stabilimenti di Messico (San José) e Turchia (Manisa) e, entro il 2020, gli stabilimenti delle 3 Imprese Sociali Ferrero.

Il sistema di gestione ambientale adottato dal Gruppo, certificato da un ente esterno secondo lo standard ISO 14001, consente di monitorare e gestire gli aspetti ambientali degli stabilimenti produttivi e ridurre gli impatti.

Con riferimento alla certificazione di Gruppo, come presentato nei precedenti rapporti, è stato esteso il programma, denominato **P.I.X.A. (Program of Internal eXchange of Auditors)**, con lo scopo di favorire la comunicazione, l'integrazione, lo scambio di *know-how* e *best practice* all'interno del Gruppo. Il programma permette la partecipazione agli *audit* ambientali interni di tecnici provenienti da stabilimenti diversi da quello sottoposto a verifica o dalle funzioni centrali che si occupano di sostenibilità ambientale. In questo secondo anno di applicazione, i 14 *audit* condotti hanno visto la partecipazione di 18 *cross auditors*.

In un'ottica di miglioramento continuo della raccolta e analisi dei dati ambientali relativi agli stabilimenti produttivi, prosegue anche il progetto **C.A.M.E.D. (Collection, Analysis and Management of Environmental Data)**, che aveva terminato la sua prima fase nel 2013 con la creazione di un *software* dedicato alla raccolta dei dati ambientali.



Nel 2014, il progetto ha concluso la seconda fase relativa alla reportistica comune, con l'introduzione nella raccolta dati dei nuovi stabilimenti di Manisa, in Turchia, San José Iturbide, in Messico, e dell'Impresa Sociale Ferrero di Baramati in India.

I seguenti paragrafi riportano i consumi di acqua, la produzione di rifiuti, i consumi energetici e le emissioni di CO<sub>2</sub> relative ai 18 stabilimenti produttivi in Europa, America, Asia e Oceania, che rappresentano quasi il 99% della produzione.

Considerato il citato ampliamento e le modifiche<sup>18</sup> del perimetro, a differenza dei precedenti rapporti, non sono comunicati i dati assoluti degli anni scorsi. Ciononostante, per evidenziare l'andamento del Gruppo, saranno riportate le variazioni ottenute rispetto all'ultimo anno, calcolate considerando un perimetro equivalente<sup>19</sup>.

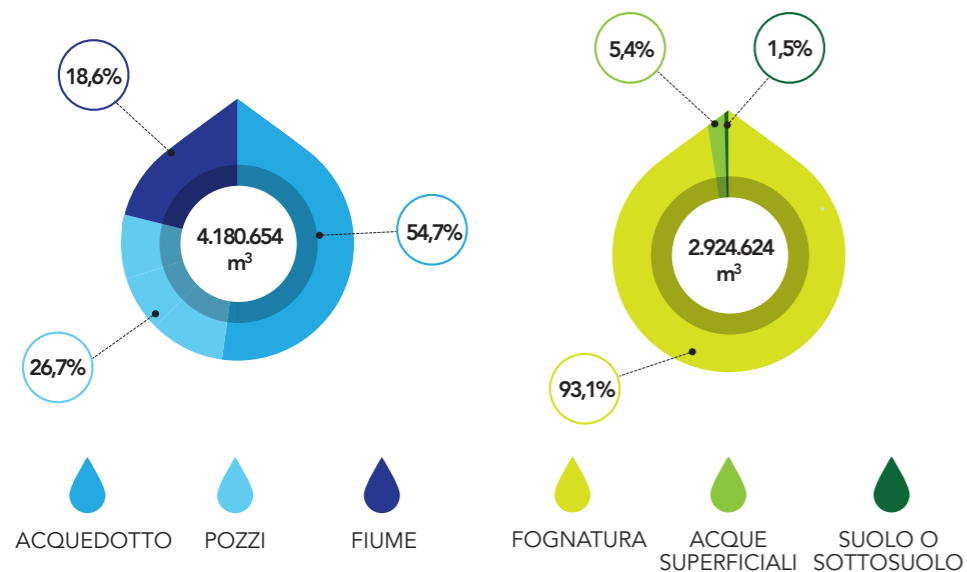
## Acqua

Nei processi produttivi del Gruppo l'acqua è destinata a diversi usi:

- uso nel prodotto;
- uso industriale e tecnologico;
- uso civile.

### CONSUMO IDRICO 2013/2014

### SCARICO IDRICO 2013/2014



18. Rispetto al precedente rapporto, sono inclusi i dati relativi agli stabilimenti di Messico e Turchia e all'Impresa Sociale Ferrero in India. Sono invece escluse le produzioni dei conti lavori del the, che erano state rendicontate nei precedenti rapporti, in quanto non incluse nel perimetro del Gruppo.

19. Per rendere i dati comparabili, è stato considerato lo stesso perimetro di analisi, ovvero: non sono stati considerati i processi dei conti lavoro del the nei dati del 2012/2013, mentre i nuovi stabilimenti di Messico e Turchia e l'Impresa Sociale Ferrero in India non sono considerati nei dati del 2013/2014.

**NONOSTANTE IL CONSEGUIMENTO DELL'OBIETTIVO DI RIDUZIONE DEL CONSUMO IDRICO PER UNITÀ DI PRODOTTO DEL 20% RISPETTO AL 2009, RAGGIUNTO BEN PRIMA DELLA SCADENZA INIZIALMENTE POSTA AL 2020, L'IMPEGNO DEL GRUPPO SI È ULTERIORMENTE INTENSIFICATO, PORTANDO A UNA RIDUZIONE DEL CONSUMO IDRICO PER TONNELLATA PRODOTTA DEL 5,9% RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE.**

Diverse sono le tecniche utilizzate per diminuire i consumi idrici e, come in passato, gli sforzi si sono concentrati su interventi che hanno riguardato il miglioramento dei circuiti di raffreddamento, l'eliminazione di perdite dalle reti di distribuzione, l'ottimizzazione degli impianti esistenti e l'applicazione di tecniche di risparmio idrico consolidate nel tempo, quali sistemi di lavaggio *Cleaning In Place* (CIP), l'installazione di erogatori ad azionamento automatico e l'adozione d'impianti di raffreddamento con ricircolo dell'acqua (es. a torri evaporative).

La fonte di prelievo idrico è scelta, qualora permesso dalla legislazione e dalle caratteristiche idrogeologiche del sito, con criteri di minimizzazione dell'impatto sull'ambiente e sugli altri utilizzatori.

Gli scarichi idrici, sempre monitorati e comunque privi di sostanze to-

siche e pericolose, sono avviati in prevalenza a impianti di trattamento esterni, nel rispetto delle peculiarità locali, comportando vantaggi sia per l'ambiente che per gli attori interessati. Infatti, la composizione dei reflui dei nostri stabilimenti facilita spesso il processo di trattamento degli impianti esterni; inoltre, l'esternalizzazione del trattamento elimina o riduce l'impiego di sostanze chimiche all'interno dello stabilimento, migliorandone gli aspetti di igiene.

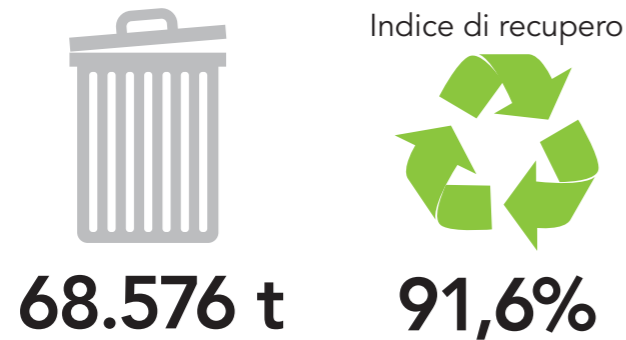
Il miglioramento della qualità degli scarichi idrici è perseguito attraverso diversi progetti locali quali: attività di formazione del personale addetto alle pulizie e all'uso di detersivi, attività d'installazione di dosatori automatici, selezione di prodotti ecologici. Sono in corso, inoltre, analisi dei processi per effettuare, dove possibile, interventi di riduzione delle quantità di scarico o per trovare soluzioni alternative di processo o pulizia.



## Rifiuti

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

### PRODUZIONE DI RIFIUTI E INDICE DI RECUPERO 2013/2014



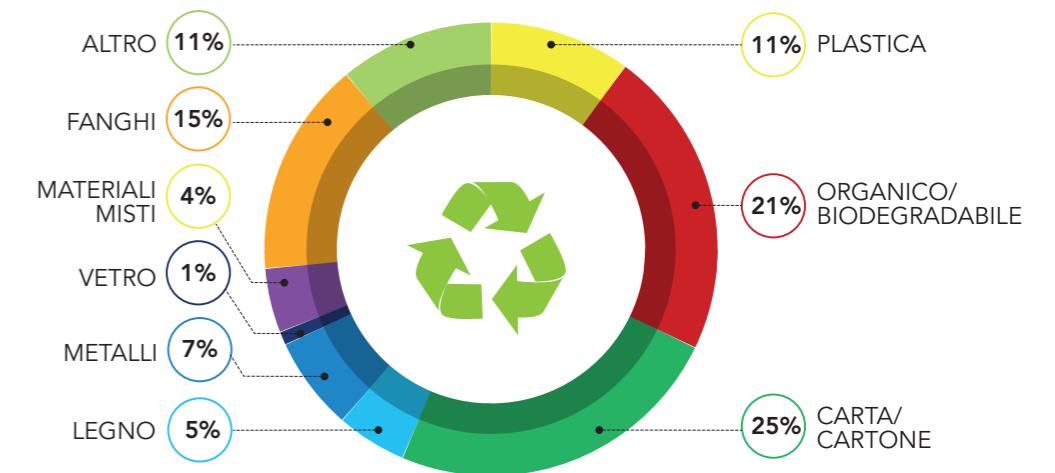
La produzione di rifiuti del Gruppo, rispetto all'anno precedente, risulta aumentata del 7,2%, principalmente per un passaggio contabile da sottoprodotto a rifiuto di una categoria di materiali; comunque, a parità di perimetro, **11 stabilimenti presentano un indice di produzione rifiuti in miglioramento.** L'indice di recupero, a parità di perimetro, mostra un ulteriore miglioramento dell'1,8% rispetto al 2012/2013.

Continua il lavoro sulla prevenzione, in particolare attraverso la sensibilizzazione di tutto il personale, il miglioramento dell'efficienza delle linee di produzione e di confezionamento e attraverso la destinazione dei residui di produzione alla filiera della mangimistica.



La distribuzione per peso delle diverse tipologie di rifiuti recuperati è rappresentata nella figura seguente:

### TIPOLOGIA DI RIFIUTI RECUPERATI PER PESO 2013/2014



I rifiuti pericolosi corrispondono all'1,11% del totale e sono generati esclusivamente dalle attività di analisi e controllo (chimico, fisico, microbiologico) e da quelle manutentive.

Nell'anno in esame, **non si sono verificati sversamenti significativi o incidenti** in nessuno dei 18 stabilimenti considerati.

## Energia

I consumi energetici necessari per la realizzazione dei prodotti e dei servizi a essi connessi possono essere divisi in:

- **energia diretta**, ovvero le fonti di energia primaria acquistate dal Gruppo per uso interno (includono gas naturale, biomasse e altri combustibili in percentuali inferiori);
- **energia indiretta**, ovvero l'energia intermedia acquistata e consumata (elettricità, vapore)<sup>20</sup>.



*20. L'impianto Albapower, partnership tra Ferrero e la società di gestione dei servizi pubblici locali, è considerato come un ente esterno ai fini dell'analisi di Gruppo; quindi i dati del presente capitolo considerano solo i consumi dello stabilimento di Alba tra i consumi di energia indiretta.*

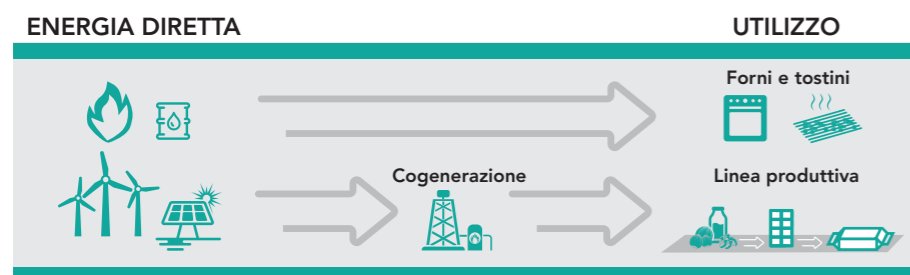
## ENERGIA DIRETTA

Le fonti di energia primaria acquistate dal Gruppo per uso interno sono utilizzate per la produzione di energia nei cogeneratori o in centrali termiche e per forni e tostini all'interno degli stabilimenti produttivi.

Nell'anno 2013/2014, il consumo di energia primaria diretta è stato pari a 3.672.032 GJ.

Oltre a quanto sopra riportato, è stata utilizzata energia da fonti rinnovabili: 7.250 GJ elettrici, generati da impianti eolici e solari, e 745.150 GJ da impianti a biomasse.

A parità di perimetro, il consumo di energia primaria per unità prodotta si è ridotto dello 0,6% rispetto all'anno precedente.



## ENERGIA INDIRETTA

L'energia indiretta utilizzata per il fabbisogno degli stabilimenti produttivi del Gruppo è costituita da energia intermedia (elettrica e termica) acquistata.

Nel 2013/2014, sono stati acquistati 1.164.650 GJ termici in vapore e acqua calda<sup>21</sup> e 2.125.145 GJ elettrici, oltre a 424.390 GJ elettrici certificati da fonte rinnovabile per lo stabilimento di Stadtallendorf, in Germania.

A parità di perimetro, il consumo di energia indiretta termica per unità prodotta si è ridotto, rispetto all'anno precedente, del 3,5% e il consumo di energia indiretta elettrica, sempre per unità prodotta, del 7%.



21. Il valore è riferito agli stabilimenti di Alba in Italia e Manisa in Turchia.

La messa a regime degli impianti di cogenerazione ad alta efficienza e da fonti rinnovabili, unitamente agli interventi di efficienza energetica negli stabilimenti, ha ulteriormente **migliorato la performance energetica e ambientale del Gruppo Ferrero in termini di riduzione dei consumi di energia e di emissioni di CO<sub>2</sub>**. Tali riduzioni, espresse in valore assoluto, sono ancora più rilevanti se si considera l'andamento in continua crescita dei volumi annui di produzione.

Considerata la particolare rilevanza delle emissioni di CO<sub>2</sub> associate all'uso dell'energia e al consumo delle risorse, il Gruppo si è posto **l'obiettivo di raggiungere, entro il 2020, la certificazione ISO 50001 multisito di Gruppo**, standard volontario che si basa sull'implementazione di politiche energetiche efficienti, obiettivi concreti e misurabili e azioni mirate per raggiungerli, il tutto rivolto al miglioramento continuo. Come comunicato nel precedente rapporto, gli stabilimenti di Stadtallendorf in Germania e Villers-Écalles in Francia hanno già conseguito la certifica-

ne ISO 50001; l'obiettivo è di estenderla progressivamente ai rimanenti 15 stabilimenti, come già fatto per la certificazione ISO 14001 di Gruppo. Si sta inoltre valutando l'allargamento anche alle tre Imprese Sociali Ferrero. In linea con l'obiettivo di Gruppo, anche i siti di generazione energetica di Energhes<sup>22</sup> rientreranno nella certificazione ISO 50001 e ISO 14001, entro il 2020.

Il percorso di certificazione comporta lo svolgimento di *audit* energetici, utili per fornire informazioni sul modello energetico aziendale. Essi saranno quindi funzionali all'obiettivo di implementazione di un piano di azioni energetiche a livello mondiale, compatibile con i vincoli locali degli stabilimenti esistenti e futuri, volto alla riduzione delle emissioni al 2020.

L'approccio all'energia di Ferrero si sviluppa su 3 direttrici:

1. autoproduzione;
2. energia rinnovabile;
3. efficienza energetica.



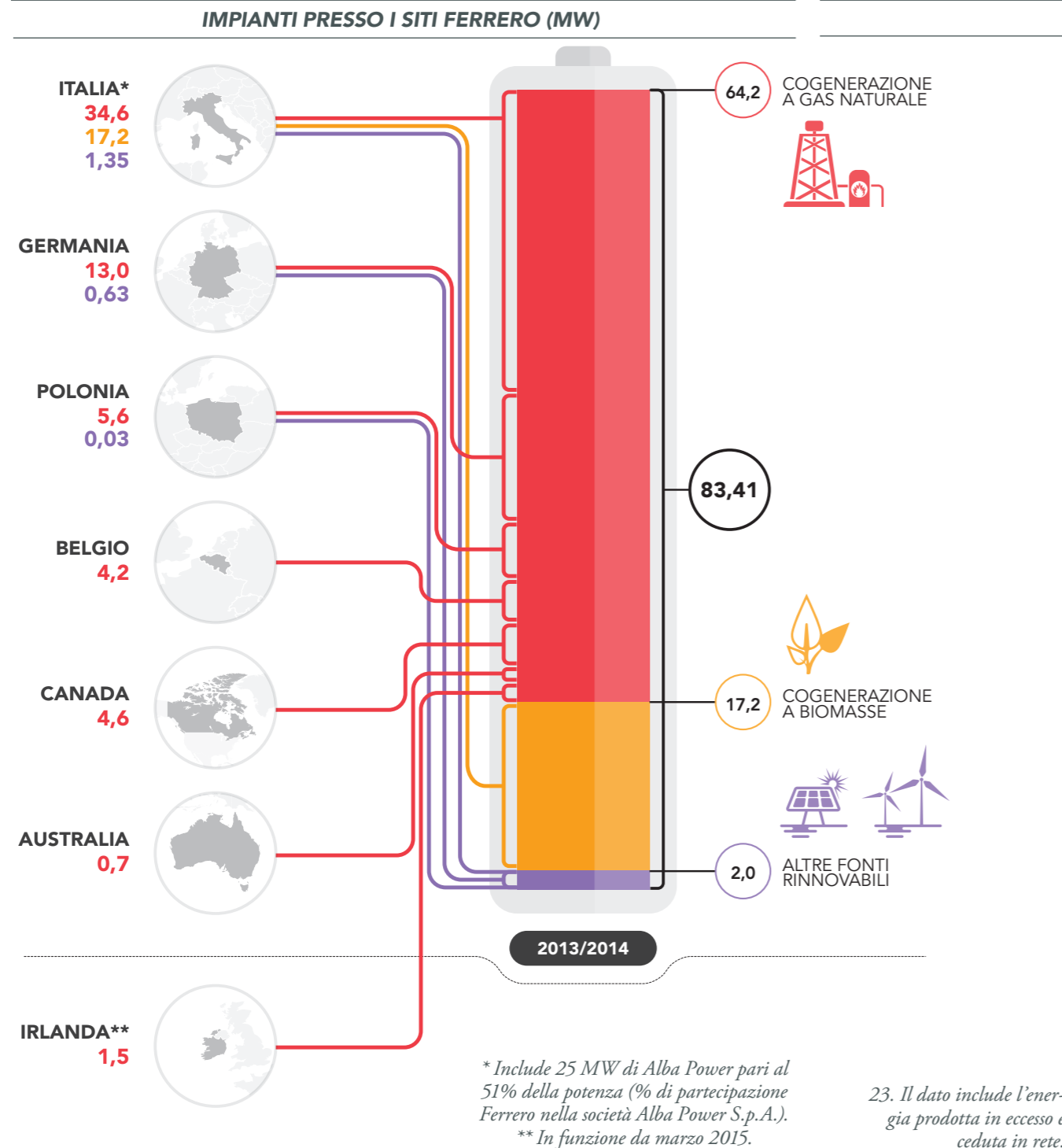
22. Energhes SpA è la società del Gruppo Ferrero che ha l'obiettivo di massimizzare l'efficienza nella produzione, gestione e utilizzo dell'energia.

## 1. AUTOPRODUZIONE

Dal 2007 ad oggi, il Gruppo è passato da tre a undici impianti di cogenerazione, esclusivamente ad alta efficienza.

Nel 2013/2014, il 55% del fabbisogno elettrico complessivo degli stabilimenti è stato autoprodotta<sup>23</sup>.

Il grafico 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.



Presso lo stabilimento Ferrero di Cork in Irlanda, è entrato in funzione a marzo 2015 un nuovo impianto di cogenerazione a gas ad alta efficienza, da 1,50 MW.

Il Gruppo Ferrero, inoltre, continua a valutare la fattibilità di ulteriori impianti presso i restanti siti produttivi di Messico, Brasile e Russia; si segnala invece la sospensione del progetto eolico in Polonia da 2,5 MW<sub>e</sub>, a causa del prolungarsi dell'iter autorizzativo.

## LA COGENERAZIONE

La cogenerazione è il processo combinato di produzione di energia elettrica e calore a partire dalla combustione di una fonte primaria fossile (principalmente gas naturale) o rinnovabile. Tipicamente, la tipologia e la dimensione degli impianti sono scelte in funzione delle caratteristiche degli stabilimenti produttivi e delle normative locali dei Paesi in cui essi sono ubicati. L'utilizzo di una centrale di cogenerazione a servizio di uno stabilimento produce dei vantaggi rispetto alla generazione prodotta da grandi centrali termoelettriche perché **permette di recuperare e utilizzare in loco, direttamente per il processo produttivo, il calore prodotto durante la generazione dell'energia elettrica.**

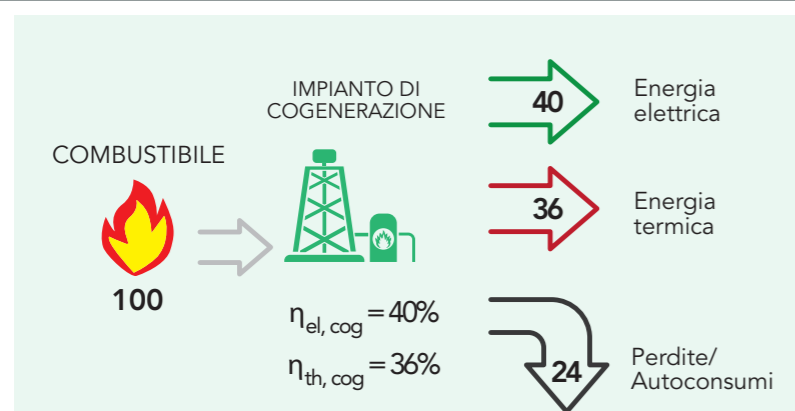
Diversamente accade nel caso di grandi centrali termoelettriche, ove non è possibile sfruttare tale procedura proprio per le grandi quantità coinvolte e la dissipazione di energia causata dalla distribuzione su lunghe distanze.

Nel caso della cogenerazione, invece, il punto di produzione dell'energia è situato nei pressi della zona di consumo. Questo permette l'utilizzo del calore per molteplici scopi differenti dalla produzione elettrica, come il teleriscaldamento delle abitazioni o l'uso in lavorazioni industriali, nelle quali il calore è, ad esempio, utilizzato sotto forma di vapore o acqua calda.

Il processo di cogenerazione, quindi, ha proprio lo scopo di recuperare l'energia termica indotta dalla combustione, producendo sia elettricità che calore.

A parità di energia prodotta, il combustibile consumato in un processo di cogenerazione è oltre il 22% inferiore a quello che andrebbe consumato con due separati impianti di generazione elettrica e termica. Ciò permette **evidenti vantaggi sia a livello economico che a livello ambientale**, grazie alla riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e di inquinanti.

**PRODUZIONE IN COGENERAZIONE**

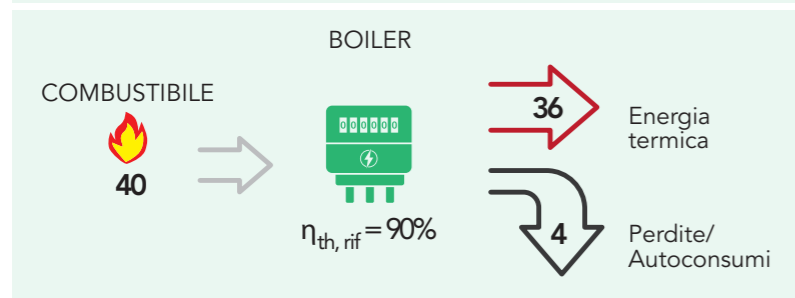
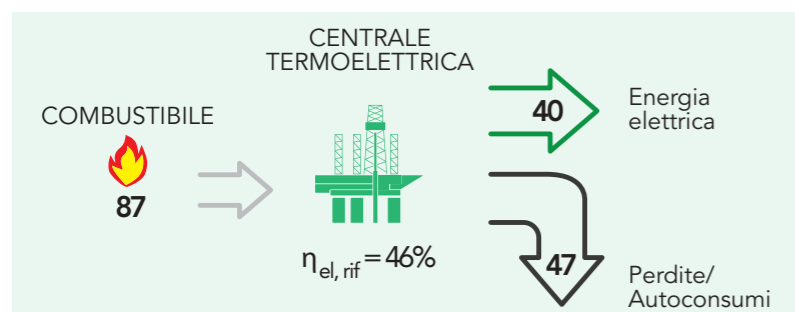


**BENEFICI DI UNA COGENERAZIONE:**

- minore spreco nella distribuzione dell'energia elettrica;
- produzione congiunta di vettori termici ed elettricità;
- possibile combinazione con teleriscaldamento;
- minore dipendenza delle fonti di energia fossili.

Fonte Albapower

**PRODUZIONE SEPARATA**



Fonte Enea

La cogenerazione ha aperto la strada alla **trigenerazione**: impianti per la produzione congiunta di energia elettrica, termica e frigorifera.

**2. ENERGIA RINNOVABILE**

Nel 2013/2014, oltre il 22% della potenza installata di autoproduzione deriva da fonti rinnovabili.

In tale contesto, continua anche la ricerca nel campo della produzione di energia da biomasse liquide vegetali, non in competizione con il settore alimentare (microalghe). Lo sviluppo dei progetti di generazione legati all'energia rinnovabile sono diventati particolarmente ambiziosi a causa del nuovo corso della politica energetica di alcuni Paesi UE, delle incertezze nei processi autorizzativi e della sensibilità di alcune comunità locali sugli impatti paesaggistici.

Questi fattori hanno pesantemente condizionato il raggiungimento degli obiettivi posti dal Gruppo Ferrero per il 2013/2014. Quindi, rispetto agli obiettivi prefissati, si riportano i seguenti risultati:

- 83,41 MW (anziché 85 MW) di potenza installata di autoproduzione, di cui oltre il 22% (anziché 25%) da fonte rinnovabile;
- 70% (anziché 75%) di energia elettrica autoprodotta rispetto all'energia consumata da tutti gli stabi-

limenti europei del Gruppo (Belgio, Francia, Germania, Irlanda, Italia, Polonia a esclusione di Russia e Turchia) di cui il 18% (anziché il 25%) da fonte rinnovabile.

**3. EFFICIENZA ENERGETICA**

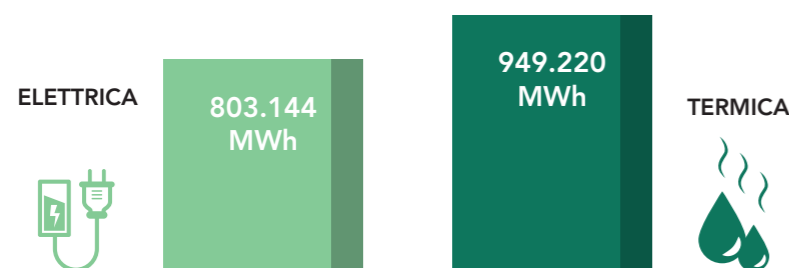
Diminuire i consumi energetici e gestire l'uso di energia con efficienza sono oggi azioni ineludibili per contribuire alla sostenibilità delle attività umane, poiché consentono di preservare le materie prime e di ridurre le emissioni di gas a effetto serra. Per tale ragione, nelle nostre attività produttive perseguiamo la continua riduzione dei consumi e l'uso razionale dell'energia, adottando le migliori pratiche e individuando miglioramenti specifici.

Forte del raggiungimento in anticipo, nel 2011/2012, dell'obiettivo di miglioramento del 5% degli indici di consumo energetico degli stabilimenti, l'impegno del Gruppo Ferrero si è ulteriormente intensificato. Rispetto all'anno precedente e a parità di perimetro, i consumi di energia elettrica e di energia termica per tonnellata prodotta sono migliorati rispettivamente dell'1,7% e del 3,2%.



Si riportano di seguito i consumi di energia elettrica e termica dei 18 stabilimenti produttivi:

**CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA E TERMICA 2013/2014**



In particolare, il Gruppo ha rafforzato l'impegno per il risparmio e l'efficienza energetica attraverso specifiche attività partite nel 2013/2014, tra cui il progetto "Green Weekend", il costante e continuo presidio degli stabilimenti da parte delle risorse dedicate alla gestione dell'energia e il raggiungimento dell'obiettivo, originariamente posto al 2020, del completamento dei *check-up* energetici in 15 stabilimenti.

Nella tabella seguente sono riportati alcuni esempi di *best practice* energetiche:

AZIONE	ESEMPI DI BENEFICI AMBIENTALI
<p><b>Green weekend</b></p> <p>Spegnimento degli impianti in base a una <i>check-list</i> predefinita (esempio: interruzione dell'energia ai quadri elettrici; chiusura valvole di intercettazione aria compressa, vuoto, acqua calda) durante i fine settimana.</p>	<p>Risparmio annuo previsto in uno stabilimento di grandi dimensioni:</p> <p><b>1.500.000 kWh elettrici e 4.000.000 kWh termici</b></p>
<p><b>Illuminazione</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Inserimento di sensori di presenza e interruttori crepuscolari nei locali produttivi.</li> <li>Sostituzione di lampade fluorescenti con lampade a LED.</li> </ul>	<p>Risparmio annuo di energia elettrica previsto in uno stabilimento di grandi dimensioni:</p> <p><b>oltre 200.000 kWh</b></p> <p>Risparmio annuo di energia elettrica previsto di <b>circa 800.000 kWh</b>, di cui 42.000 kWh da interventi già realizzati.</p>
<p><b>Distribuzione di fluidi refrigeranti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Centralizzazione della produzione di freddo.</li> <li>Ottimizzazione della portata alle utenze.</li> </ul>	<p>Risparmio annuo di energia elettrica previsto in uno stabilimento di grandi dimensioni:</p> <p><b>oltre 2.000.000 kWh</b></p>
<p><b>Energia termica</b></p> <p>Razionalizzazione delle utenze e della rete di distribuzione del vapore.</p>	<p>Risparmio annuo di energia termica previsto in uno stabilimento di medie dimensioni:</p> <p><b>7.300.000 kWh</b> a fronte di un aumento dei consumi elettrici di circa <b>400.000 kWh</b></p>
<p><b>Energia elettrica</b></p> <p>Sostituzione e controllo con variatore di frequenza di due pompe da 100 kW per fluidi tecnologici.</p>	<p>Risparmio annuo di energia elettrica previsto in uno stabilimento di grandi dimensioni:</p> <p><b>circa 870.000 kWh</b></p>

Il Gruppo si impegna a definire, nel prossimo rapporto, un nuovo obiettivo di medio-lungo termine per il miglioramento dell'efficienza energetica, espresso tramite un indicatore elaborato secondo le nuove linee guida GRI-G4. L'obiettivo potrà essere sviluppato tenendo in considerazione anche gli esiti della prossima Conferenza di Parigi sul clima (COP21 – *United Nations Climate Change Conference*).

**Il nuovo stabilimento in Turchia**

Lo stabilimento di Manisa, in Turchia, inaugurato nel 2013, si sta allineando agli elevati *standard* ambientali degli altri stabilimenti del Gruppo. Di seguito sono riportati alcuni esempi di attività realizzate, nel corso del 2013/2014, per la riduzione dei consumi energetici:

- centralizzazione degli interruttori delle luci per semplificare lo spegnimento durante i fine settimana;
- interventi sui sistemi di condizionamento e su sistemi di pompaggio per automatizzare le azioni del *Green weekend*.

Secondo le normative turche, lo stabilimento di Manisa è considerato "Green Plant" e come tale è esonerato dai seguenti obblighi:

- "Environmental Impact Assessment Report", grazie a un basso consumo di materie prime e all'assenza di scarico diretto di acque reflue nell'ambiente naturale;
- "Environmental Permission", grazie all'alta percentuale di riciclo di rifiuti (90% del totale rifiuti), basso consumo di energia (meno di 2 MW di potenza di riscaldamento) e bassi valori dei parametri analitici derivanti dalle analisi delle acque reflue;
- "Emission Permission", grazie all'utilizzo di gas naturale e vapore, fonti di energia considerate a basso impatto di emissione;
- "Noise and Odor Permission", grazie a bassi valori di emissione a livello di odore e rumore.

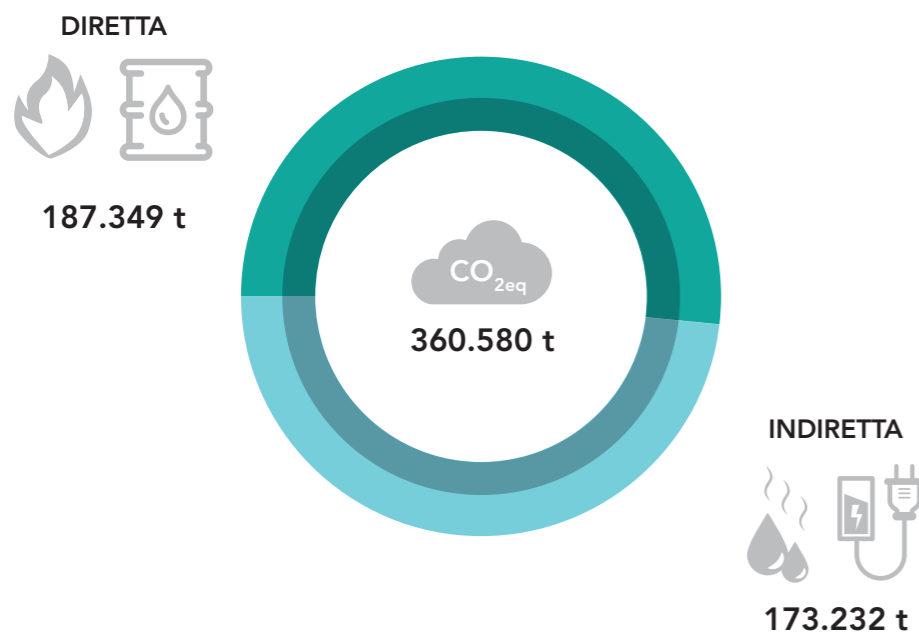


## Emissioni

### EMISSIONI DI CO<sub>2</sub>

Il seguente grafico mostra le emissioni dirette e indirette<sup>24</sup> degli stabilimenti produttivi nel 2013/2014:

EMISSIONI DI CO<sub>2eq</sub> 2013/2014



Le emissioni di CO<sub>2eq</sub> derivanti dalle attività produttive sono pari a circa 360.580 t nel 2013/2014<sup>25</sup>.

Il Gruppo Ferrero conferma l'obiettivo al 2020 di riduzione, rispetto al 2007, del 40% delle emissioni di CO<sub>2</sub> derivanti dalle attività produttive. Il valore assoluto non è comparabile a quello riportato nel precedente report poiché sono esclusi i conti lavoro del the ed è stato ampliato il perimetro di rendicontazione ai nuo-

vi stabilimenti di Messico e Turchia e all'Impresa Sociale Ferrero in India. A parità di perimetro le emissioni in valore assoluto risultano ridotte del 4%, mentre, per unità prodotta, risultano diminuite del 5% rispetto all'anno precedente.

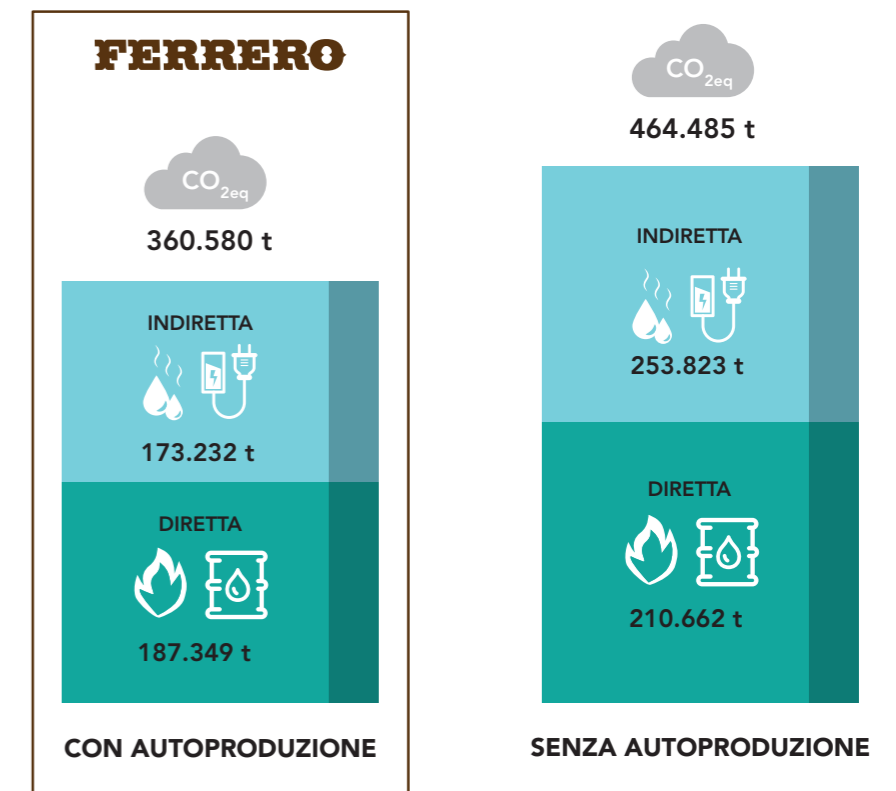
Il grafico seguente confronta le effettive emissioni di CO<sub>2</sub> del Gruppo con le potenziali emissioni che sarebbero state generate senza l'autoproduzione energetica.

24. I coefficienti utilizzati nei calcoli effettuati degli indicatori sono stati ricavati dalle seguenti fonti:

- Coefficienti di emissione da fonte IEA (International Energy Agency);
- Coefficienti di emissione per Italia da Inventario Nazionale UNFCCC (United Nations Framework Convention on Climate Change).

25. Le autoproduzioni da fonti rinnovabili e la fornitura di energia elettrica da mercato per lo stabilimento di Stadtallendorf, certificata 100% da fonte rinnovabile, non contribuiscono alle emissioni di gas serra. Le emissioni associate all'energia termica dello stabilimento di Manisa, in Turchia, e dello stabilimento di Alba, in Italia, sono state per convenzione associate all'energia elettrica, derivando da un impianto di teleriscaldamento.

EMISSIONI DI CO<sub>2eq</sub> 2013/2014 CON/SENZA AUTOPRODUZIONE



### EMISSIONI DI GAS REFRIGERANTI

EMISSIONI DI GAS REFRIGERANTI 2013/2014

**ODP**  
183  
kg R11<sub>eq</sub>



**GWP**  
18.349  
t CO<sub>2eq</sub>

I dati degli stabilimenti mostrano un aumento dei 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 a 1) e GWP (Global Warming Potential, ossia il contributo all'effetto serra dato da un gas refrigerante rilasciato in atmosfera, espresso in CO<sub>2</sub> equivalenti). Tuttavia le perdite di gas refrigeranti non risultano significative e di conseguenza il loro impatto relativo.

## LA PRODUZIONE DEI GIOCATTOLI KINDER®

Il Gruppo Ferrero, attraverso il lavoro di una divisione dedicata, la *Kinder Surprise Company*, presta particolare attenzione alla progettazione e produzione dei piccoli giocattoli presenti in alcuni prodotti Ferrero (*KINDER SORPRESA*, *KINDER MERENDERO* e *KINDER GRANSORPRESA*).

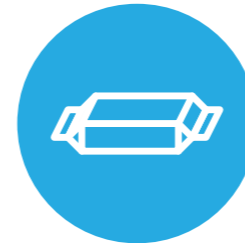
Da diversi anni, sono raccolti i dati inerenti la produzione e il trasporto delle sorprese per poterne valutare gli impatti ambientali e adottare le scelte più opportune in ottica di riduzione.



Tra le iniziative di miglioramento ambientale vi è la **riduzione di grammatura della carta del foglietto legale**, presente in ogni sorpresa, che ha portato a una diminuzione di circa 130<sup>26</sup> t del consumo annuale di carta.



26. Stima calcolata sui volumi produttivi del 2013/2014 oggetto del presente report.



## PACKAGING

**IL GRUPPO FERRERO PROGETTA LE CONFEZIONI DEI PROPRI PRODOTTI CON L'OBIETTIVO DI PROTEGGERNE E PRESERVARNE LA QUALITÀ ORGANOLETTICA E LA SICUREZZA NONCHÉ MINIMIZZARE L'IMPATTO AMBIENTALE CERCANDO DI TROVARE IL GIUSTO EQUILIBRIO TRA QUESTI DIVERSI FATTORI ATTRAVERSO UN IMPEGNO QUOTIDIANO. PER QUESTO, VIGE IL MOTTO «PACKAGING È DOSE<sup>27</sup>».**

Quest'impegno si esprime attraverso le cosiddette "tre dimensioni dell'imballo":

1. Scelta dei materiali
2. Eco design
3. Educazione

### Scelta dei materiali



**Per una corretta progettazione degli imballi, è fondamentale la selezione dei materiali appropriati. Il packaging Ferrero è studiato per proteggere nel tempo la qualità e la freschezza del prodotto.**

27. Dose è inteso come l'insieme degli ingredienti che uniti creano il prodotto alimentare con le sue specificità e caratteristiche organolettiche.

28. Elenco del materiale impiegato in ordine di peso decrescente sul totale.

29. Tale percentuale 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 basato sulla composizione dei materiali acquistati, mentre per vetro e alluminio il dato deriva da indagini 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.

Il packaging che si vede sugli scaffali del supermercato è il risultato di un iter lungo e standardizzato, che ne garantisce l'idoneità per il consumatore: dall'idea progettuale di marketing alla traduzione tecnica per garantire l'eccellenza nella protezione del prodotto e nella sicurezza alimentare, con diverse fasi di test e controlli qualità.

Le confezioni sono realizzate a partire da diverse categorie di materiali come vetro, carta e cartone, plastica e alluminio<sup>28</sup>. Anche nel 2013/2014, il vetro risulta essere, in peso, il materiale più utilizzato, con più di 160.000 t, seguito dalle componenti cellulosiche (carta e cartone) con circa 140.000 t.

Nel perseguire l'utilizzo di materiale riciclato, ove tecnicamente possibile e senza intaccare qualità e sicurezza

del prodotto confezionato, il Gruppo, nel corso del 2013/2014, ha raggiunto una percentuale di riciclo di circa il 35%<sup>29</sup> in peso.

A fine 2014, circa il 93% degli imballi primari in carta e cartone vergine dei nostri prodotti proviene da filiera sostenibile certificata: nello specifico, tutto il cartone utilizzato negli imballi dei prodotti Ferrero proviene da filiera sostenibile certificata.



Per completare l'obiettivo fissato a fine 2014 dell'approvvigionamento del 100% di carta e cartone vergine da filiera sostenibile certificata, il Gruppo ha prolungato per la sola carta la scadenza al 2017.

L'impegno di Ferrero relativo al *packaging* si estende anche all'utilizzo di materiali da fonti rinnovabili, in particolare con l'obiettivo dell'aumento del 10% negli imballaggi di materiali derivanti da risorse rinnovabili entro il 2020 (rispetto al 2009).

Nel 2013/2014, sono stati conclusi diversi progetti nazionali e regionali, quali:

- **NAMATECH**, per lo sviluppo di materiali nano strutturati e tecnologie per il monitoraggio intelligente della qualità e sicurezza degli imballaggi;
- **ECOFood**, per la valorizzazione dei sottoprodotti;
- **ECOPAPER**, per la valorizzazione dei sottoprodotti. Il progetto, che ambisce a valutare la fattibilità dell'utilizzo degli scarti di gusci di nocciole e cacao per la produzione di imballaggi secondari, finirà nel 2015 al termine delle prove tecniche, qualitative e prestazionali;
- **BIOPACK**, per la realizzazione di materiali innovativi da fonti rinnovabili nel campo dell'imballaggio alimentare; il progetto, iniziato nel 2011, si è concluso nel 2014 e ha visto la collaborazione di Ferrero nei gruppi di lavoro su prove tecniche e supporto nelle fasi di LCA svolte.

In generale le conoscenze pregresse e future sui polimeri da fonti rinnovabili si confermano tra le tematiche di R&D su cui approfondire funzionalità tecniche e non solo.

## Eco design

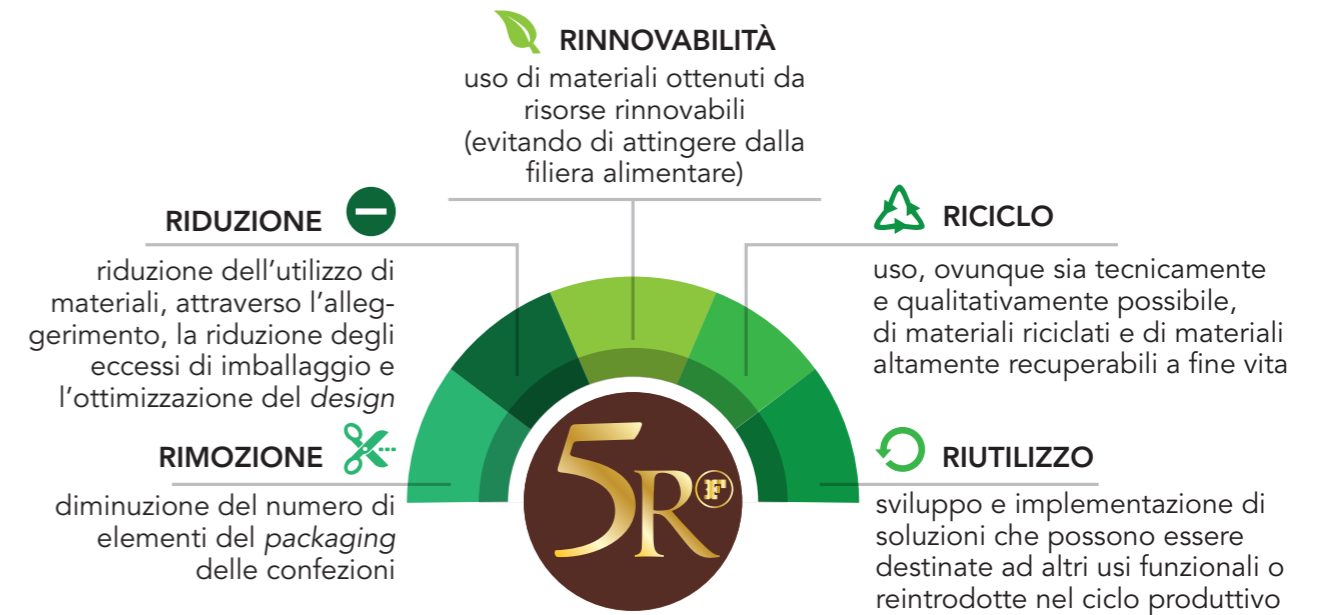


**Nelle fasi di progettazione e sviluppo degli imballi, Ferrero adotta la cosiddetta STRATEGIA 5R, finalizzata a ottimizzare le principali variabili che influenzano il profilo ambientale complessivo dell'imballo.**

Di seguito, alcuni progetti<sup>30</sup> del 2013/2014 in cui è visibile l'applicazione della strategia 5R:

- **"Riduzione"** - Le termoformatrici del KINDER MERENDERO. I nuovi macchinari per la produzione delle confezioni del KINDER MERENDERO, presenti in India e in Ecuador, sono stati ottimizzati, secondo le specifiche Ferrero, per ridurre gli sfridi durante il processo di formatura delle valve: il risultato è una riduzione del 12% degli sfridi pari a 111 t/anno. Tali miglioramenti sono in fase di valutazione per essere implementati anche in altri stabilimenti.

<sup>30</sup>. I valori indicati rappresentano una stima calcolata sui volumi annuali a budget.



- **"Riduzione"** - Il pack secondario del KINDER SORPRESA.

Nell'ottica di ridurre il consumo di risorse, si è posta attenzione agli imballi secondari in PET del KINDER SORPRESA prodotto in Italia, tramite due operazioni di riduzione di spessore e peso dei vassoi termoformati in plastica e del *display* in carta. Nel 2013/2014, ciò ha permesso di risparmiare il 7% di plastica e di alleggerire di circa il 10% il *display*.

- **"Riciclo"** - Il progetto SPE (Scraps Packaging Evolution)<sup>31</sup>.

Le attività di collaborazione negli stabilimenti continuano a dare i loro frutti: dagli scarti di produzione delle linee Estathè di Alba, è stata ricavata materia prima secondaria per realizzare vassoi utilizzati per la movimentazione interna allo stabilimento. Nel 2013/2014, sono state prodotte 180 t di vassoi costituiti per il 70% di plastica proveniente dal riciclo in linea, per un totale di 126 t di materiale riciclato.

Attraverso periodici "Scorecard Meeting", prosegue il dialogo con i fornitori sulle tematiche ambientali con positive ricadute in termini di collaborazioni e iniziative condivise. Coerentemente con l'obiettivo di miglioramento dell'ecoprofilo dei diversi brand e prodotti, il Gruppo ha avviato un dialogo con i principali fornitori di materiali da imballo, per condividere dati ambientali al fine di effettuare analisi più approfondite degli impatti ambientali della filiera.

<sup>31</sup>. Il progetto SPE (Scraps of the Packaging Evolution) è stato attivato nei principali stabilimenti europei per sviluppare analisi di fattibilità per la valorizzazione dei rifiuti di imballi dei siti produttivi Ferrero con l'obiettivo di attivare azioni che permettano di sostituire negli imballi e nelle attrezzature Ferrero materiali vergini con materiali di recupero.

## Progetto Ecopaper loop

Il progetto *Ecopaper loop - Ecodesign for the Enhancement of Central Europe Paper Based Products Recycling Loop*, promosso dalla Comunità europea nell'area di intervento "Supporting Environmentally Friendly Technologies and Activities", è un progetto condotto da Innovhub-Stazioni Sperimentali per l'Industria, *Paper Research Division*, della durata di 28 mesi (settembre 2012 – dicembre 2014).

Obiettivo del progetto è garantire la qualità della materia prima per l'industria della carta, ridurre al massimo l'impatto ambientale con lo sviluppo di un metodo di laboratorio sulla valutazione della riciclabilità di imballaggi a base carta e fornire strumenti per migliorare la riciclabilità dei prodotti di carta, nonché la raccolta al fine del riciclo nella regione dell'Europa centrale.

Il Gruppo ha partecipato al progetto europeo attraverso il conferimento di alcuni campioni di imballi Ferrero, contribuendo a testare e sviluppare il metodo definito nel progetto. I risultati sono stati utilizzati per **creare un metodo unico e condiviso a livello europeo per la creazione di un database rappresentativo della situazione reale dei prodotti presenti in commercio**. I risultati saranno utilizzati dai progettisti nelle fasi di *ecodesign* degli imballi cartotecnici.

## Educazione



**A livello professionale, il Gruppo si sta dedicando alla sensibilizzazione del personale dell'area commerciale sulle tematiche di sostenibilità ambientale.**

Ne è un esempio la collaborazione tra Direzione Centrale *Packaging* e la *Business Unit Francia*, attraverso il progetto "Grille d'analyse RSE", per sviluppare un tool semplificato in grado di indicare, per singolo *brand*, i principali impatti ambientali legati all'uso degli imballi o delle materie prime dei prodotti. Lo scopo è divulgare, in modo semplice, le conoscenze di base sulla sostenibilità ambientale per aumentare la consapevolezza e la sensibilità dell'area commerciale.

Anche il comportamento del consumatore riveste un ruolo importante nella fase di fine vita di un imballo. Quest'ultimo è influenzato dalla progettazione e dal sistema Paese, ma soprattutto dalle abitudini e dalle conoscenze dei consumatori sulla raccolta differenziata.



## LA LOGISTICA

**APPROFONDIAMO LA CONOSCENZA DELLA LOGISTICA DEI NOSTRI PRODOTTI, AFFINCHÉ LA SUA GESTIONE ABBA SEMPRES PIÙ IN CONSIDERAZIONE GLI IMPATTI AMBIENTALI.**

Con l'obiettivo di consolidare il proprio impegno sul tema e di migliorarsi continuamente, Ferrero ha avviato nel 2012/2013 il progetto **LODICO** (**LO**gistics **D**ata **I**mprovement **CO**llection) per l'ottimizzazione del processo di raccolta dei dati riguardanti la logistica in termini di qualità e rappresentatività e per una migliore definizione dei confini del sistema. Il progetto ha già portato a definire alcune semplici regole, che permet-

teranno di mappare e calcolare l'annuale impatto della logistica garantendone la comparabilità nel tempo nonostante la sua intrinseca variabilità gestionale.

Il progetto ha anche lo scopo di fornire le basi per la definizione di nuovi KPI<sup>33</sup> ambientali della logistica che aiutino il Gruppo nella definizione di una strategia a medio/lungo termine.

### TRASPORTI DI PRODOTTI FINITI E SEMILAVORATI PER TIPOLOGIA NEL 2013/2014



32. In alcuni Paesi europei vi è l'obbligo di tradurre nella lingua locale tutte le informazioni riportate in etichetta.

33. Key Performance Indicators - Indicatori di performance.

Nel corso del 2013/2014, tramite la costruzione di modelli semplificati di calcolo, il progetto ha esteso la raccolta dei dati ambientali anche ai depositi non gestiti direttamente dal Gruppo e ai trasporti delle principali materie prime e imballi. I dati sono ancora in fase di consolidamento e rientreranno perciò nell'analisi dell'impatto ambientale del Gruppo del prossimo rapporto.

Le attività di miglioramento ambientale della logistica del Gruppo si basano su tre pilastri:

#### Riduzione dei chilometri percorsi e incremento della saturazione dei mezzi.



La prima fase dell'ottimizzazione dei collegamenti europei ha permesso, come già indicato nel precedente rapporto, di ridurre il chilometraggio tra gli stabilimenti e i siti di stoccaggio in alcuni Paesi europei.

Per la seconda fase del progetto, è confermata la previsione di un'ulteriore riduzione dei chilometri percorsi, rapportati alle quantità coinvolte nei trasporti primari.

#### Selezione di mezzi a minore impatto ambientale.



Per limitare gli impatti conseguenti al trasporto su strada, nel 2013/2014 il trasporto di semilavorati tra l'Italia e altri stabilimenti europei è avvenuto, per alcune tratte, in treno, con un risparmio di 297 t di CO<sub>2eq</sub>.

#### Risparmio energetico nei magazzini direttamente gestiti.



Nel magazzino prodotti finiti di Balvano, in Italia, sono stati raggiunti significativi risparmi energetici attraverso lo spegnimento automatico del sistema di aria condizionata sotto 19,5°-21,0° con una conseguente riduzione dei consumi di circa 532.416 kWh/anno, equivalenti a circa 283 t/anno di CO<sub>2eq</sub>.

Il Gruppo Ferrero si è posto l'obiettivo di ridurre del 30% le emissioni di gas serra derivanti da trasporto e stoccaggio merci entro il 2020 (rispetto al 2009).

Nel 2013/2014, le emissioni derivanti da trasporto e stoccaggio merci sono stimate pari a circa 260.331 t di CO<sub>2eq</sub>. Tale dato non è comparabile a quello

riportato nel precedente report poiché esclude i trasporti di materie prime agricole e di imballo<sup>34</sup>. A parità di perimetro, le emissioni in valore assoluto sono aumentate del 4% rispetto al 2012/2013, ma sono stabili se riferite alla tonnellata venduta.

Inoltre, il Gruppo si è posto l'obiettivo di raggiungere la certificazione ISO 14001 per tutti i siti di stoccaggio gestiti direttamente entro il 2020. Al 31 agosto 2014, circa il 50% dei siti di stoccaggio gestiti da Ferrero sono certificati ISO 14001. Per i restanti magazzini gestiti direttamente dal Gruppo, è in corso la definizione del piano di completamento.

## VIAGGI DI LAVORO

Procede l'analisi interna delle emissioni derivanti dai viaggi di lavoro dei dipendenti delle principali società del Gruppo.

Con riferimento alle sedi di Francia, Germania<sup>35</sup>, Italia e Lussemburgo, per il 2013/2014, sono stati presi in considerazione i viaggi in treno e in aereo dei dipendenti a cui sono stati aggiunti, rispetto al precedente rapporto, gli autonoleggi di Italia e Lussemburgo.

Per l'anno in esame sono state stimate circa 30.100 t di CO<sub>2eq</sub> di cui il 97,1% derivanti dagli spostamenti in aereo, 1,7% dagli spostamenti in auto e 1,2% dagli spostamenti in treno.

I fattori di emissione utilizzati per il calcolo sono stati forniti dalle agenzie viaggi con cui il Gruppo lavora; laddove non disponibili sono stati utilizzati i fattori di emissione del GHG Protocol<sup>36</sup>.



34. Per approfondimenti si rimanda al paragrafo: Il progetto FER-Way.

35. Relativamente ai viaggi in treno sono stati considerati solo gli spostamenti della società Ferrero O.H.G.m.b.H.

36. Per la stima delle emissioni di CO<sub>2</sub> derivanti dai viaggi di lavoro dei dipendenti delle società italiane e del 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 2.5.

Nel corso del 2013/2014, attraverso un accordo tra Ferrero e il Ministero italiano dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, il Gruppo ha avviato un progetto per il calcolo della Carbon Footprint dello stabilimento di Alba, finalizzato alla riduzione delle emissioni di gas a effetto serra.

Nell'ambito del progetto è stato realizzato un questionario volontario per la raccolta dei dati relativi agli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti, con la prospettiva di possibili future estensioni dell'indagine ad altri stabilimenti.

Focus

## KINDER SORPRESA



## KINDER MERENDERO



# KINDER SORPRESA E KINDER MERENDERO

## La magia dei prodotti KINDER® con sorpresa

**D**a sempre KINDER SORPRESA rappresenta, insieme a KINDER CIOCCOLATO, una delle referenze cardine della linea KINDER®, che dal 1968 crea prodotti che piacciono ai ragazzi pensando alle mamme: tutta la bontà e la rassicurazione di un alimento nutriente come il latte in specialità proposte in porzioni su misura per loro.



Insieme a KINDER MERENDERO, KINDER SORPRESA costituisce la categoria dei prodotti con sorpresa ed esprime il concetto di "generatore di gioia" all'interno dell'assortimento KINDER®, secondo la visione:

**CREARE PICCOLI MOMENTI QUOTIDIANI DI INTENSA EMOZIONE E LEGAME TRA GENITORI E FIGLI.**

### KINDER SORPRESA



Creato nel 1974, KINDER SORPRESA nasce dall'idea di Michele Ferrero di far vivere l'emozione della Pasqua tutti i giorni e si basa su un semplice desiderio:

*“Rendere felici i bambini e i genitori con un prodotto che non si limiti a fornire nutrimento, ma che contenga anche l'emozione della sorpresa e il divertimento del gioco.”*

Questo mix di elementi tangibili e intangibili prende forma con la nascita di KINDER SORPRESA, l'ovetto di buon cioccolato KINDER® (quello con +LATTE e -CACAO)

che contiene al suo interno un piccolo giocattolo destinato a stimolare la creatività e l'immaginazione dei bambini.

Generazione dopo generazione, KINDER® ha conquistato la fiducia dei genitori, che oggi scelgono KINDER SORPRESA dopo averlo amato loro stessi da bambini.

Regalare KINDER SORPRESA è offrire ai bambini l'emozione della sorpresa e l'occasione per giocare insieme ai propri genitori o con altri bambini.

Questa esperienza così positiva fa in modo che ancora oggi, dopo 40 anni, KINDER SORPRESA faccia parte delle abitudini di consumo di milioni di famiglie di tutto il mondo, regalando ad ogni apertura dell'ovetto la stessa intensa emozione.

Il successo immediato e planetario di KINDER SORPRESA risiede nella sua capacità di interpretare al meglio questa filosofia, fondendo tre elementi fondamentali in un'esperienza unica:



Nel 2013/2014 KINDER SORPRESA è stato venduto in oltre 70 Paesi, dove sono stati consumati oltre 4 milioni di ovetto ogni giorno.

Dalla sua nascita nel 1974 sono stati venduti oltre 35 miliardi di pezzi di KINDER SORPRESA. Nel corso degli anni, a questo prodotto se ne sono affiancati altri, legati ad importanti momenti di festa, come il Natale e la Pasqua: ad esempio, KINDER GRAN SORPRESA (dal 1989) e le figure cave di cioccolato stampate a forma di Babbo Natale e di coniglio che abbracciano KINDER SORPRESA (dal 2013).



## KINDER MERENDERO

**KINDER MERENDERO nasce per regalare l'emozione di avere un uovo con sorpresa anche ai bambini che vivono nelle aree più calde del Mondo o nelle stagioni più calde dell'anno.**

Un prodotto esclusivo dalla forma a uovo, che si compone di due parti: una contiene la magia della sorpresa, l'altra contiene una deliziosa crema al latte e cacao guarnita con due palline di wafer croccante ripiene di crema al cacao, da assaporare con il pratico e igienico cucchiaino.

KINDER MERENDERO è stato pensato per garantire alti *standard* qualitativi in condizioni climatiche particolarmente sfavorevoli al cioccolato tradizionale, quali le alte temperature e gli elevati tassi di umidità, che sono tipici delle aree tropicali o delle zone temperate durante il periodo estivo.

Nel 2013/2014 KINDER MERENDERO è stato venduto in oltre 100 Paesi nel Mondo e dalla sua nascita nel 2001 ne sono stati venduti oltre 3,5 miliardi di pezzi.



## I principi fondanti della produzione dei prodotti KINDER® con sorpresa

KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO nascono da ricette uniche e da ingredienti selezionati e abbinati con cura. La stessa cura con la quale sono studiate le sorprese, che sono sempre innovative e diverse l'una dall'altra.



Oggi KINDER SORPRESA è prodotto in 7 stabilimenti:

- Alba (Italia), Stadtallendorf (Germania), Belsk Duży (Polonia), Arlon (Belgio), Vladimir (Russia), La Pastora (Argentina) e San José Iturbide (Messico).

KINDER MERENDERO in 5 stabilimenti:

- Belsk Duży (Polonia), Baramati (India), Walkerville (Sudafrica), Quito (Ecuador) e Yaoundé (Camerun).

Tutti gli ingredienti utilizzati in KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO sono accuratamente selezionati e gestiti dalla produzione fino all'arrivo negli stabilimenti e al loro utilizzo, rispettando precisi *standard* e controlli di qualità, di trasporto, di conservazione e di freschezza.

Gli *standard* KINDER® sono stringenti e garantiscono alta qualità e supportano le politiche di rispetto delle buone pratiche agricole del Gruppo Ferrero.

## IL CACAO



L'approvvigionamento del cacao utilizzato per KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO avviene in Africa occidentale (principalmente Costa d'Avorio e Ghana). Per la produzione di KINDER SORPRESA una parte del cacao è acquistata anche in Ecuador.

Per ottenere la qualità e il gusto inimitabile che distinguono il suo cioccolato e le sue creme al cacao, KINDER® studia in modo accurato le miscele di fave di cacao. **Fino a trenta criteri di qualità sono applicati nella fase di**

**selezione delle fave di cacao e della loro lavorazione** presso gli stabilimenti Ferrero in Italia e Germania. Qui, le fave sono tostate e lavorate per essere trasformate in pasta di cacao, burro di cacao e cacao in polvere. La pasta di cacao sapientemente miscelata con lo zucchero, il latte in polvere e il burro di cacao crea il cioccolato KINDER®.

Il cioccolato così prodotto è utilizzato negli stabilimenti Ferrero in Italia e in Germania nonché inviato agli stabilimenti produttivi di KINDER SORPRESA in Belgio e in Polonia. Alcuni stabilimenti lontani e di nuova co-

struzione, come quelli in Messico e in Russia, si approvvigionano anche da produttori di cioccolato a cui chiediamo il rispetto delle nostre stringenti e peculiari specifiche tecniche nella produzione del cioccolato.

Infine, per la realizzazione di KINDER SORPRESA, lo stabilimento di Ferrero in Argentina produce il proprio cioccolato a partire da una pasta di cacao proveniente direttamente dallo stabilimento di Alba.

Il nostro cacao in polvere è anche alla base delle creme al cacao di KINDER MERENDERO.

**NEL COSTANTE DESIDERIO DI MIGLIORARE, IL GRUPPO FERRERO SI È POSTO L'OBIETTIVO DI RAGGIUNGERE IL 100% DI FAVE DI CACAO CERTIFICATE SOSTENIBILI ENTRO IL 2020. AD AGOSTO 2014 IL GRUPPO HA RAGGIUNTO L'OBIETTIVO INTERMEDIO DEL 40%.**

Per maggiori dettagli relativi all'impegno di Ferrero nell'ambito dell'approvvigionamento di cacao sostenibile, si veda il capitolo "F-ACTS: le pratiche agricole sostenibili Ferrero" del presente rapporto.

## IL LATTE

Il latte è un ingrediente chiave per KINDER® e in particolare in KINDER SORPRESA, dove i suoi componenti rappresentano quasi un terzo del peso, il 32%, e in KINDER MERENDERO, dove sono il 18% sia per la dose internazionale con nocciola che per la dose prodotta nello stabilimento indiano con germe di grano.

Il latte è attentamente approvvigionato presso un numero limitato di *partner* lattiero-caseari, con base principalmente in Europa, per fornire gli stabilimenti di Italia, Germania, Polonia, Belgio, Sudafrica e Camerun; locali per quelli di Argentina, Messico e India; locale, svizzero ed europeo per lo stabilimento russo, locale e colombiano per l'impianto ecuadoregno. Circa 30 latterie al mondo sono nostre *partner* con-

tinuative per la fornitura del latte, **scrupolosamente selezionate per affidabilità e capacità di garantire produzioni costanti** nella qualità, nelle caratteristiche del gusto, nella sicurezza alimentare e, naturalmente, nella freschezza. Con loro KINDER® ha stabilito un rapporto speciale, coinvolgendole in progetti di miglioramento continuo, con l'obiettivo di migliorare, sempre e nel tempo, la qualità del latte.



Il latte utilizzato nelle uova con sorpresa KINDER® è prodotto prestando estrema cura:

- il latte liquido è **pastorizzato e disidratato entro 48 ore** dal ricevimento in latteria e successivamente distribuito presso gli stabilimenti Ferrero;
- in aggiunta ai controlli svolti da ciascun *partner* lattiero-caseario, all'ingresso dei nostri stabilimenti la fornitura di latte è sottoposta a **4 tipi di analisi**: visiva, chimico-fisica, microbiologica e organolettica;
- inoltre, **la freschezza è garantita anche dalla shelf life Ferrero** per il latte in polvere (tempo massimo che può intercorrere dalla produzione della materia prima al nostro utilizzo nel ciclo produttivo) che è significativamente minore rispetto agli *standard* normalmente utilizzati dai produttori internazionali (principio peraltro applicato alla maggior parte delle nostre materie prime).

## I GRASSI

KINDER SORPRESA è formato da due strati: un guscio di puro cioccolato al latte, dove è contenuto solo burro di cacao; un ripieno al latte, dove ai grassi naturalmente contenuti nel latte sono aggiunti quelli vegetali: olio del frutto di palma e burro di karité. KINDER MERENDERO utilizza nelle sue creme olio del frutto di palma, olio di girasole nelle meringhe e burro di karité nella copertura delle palline di *wafer*. Nella ricetta dello stabilimento in India quest'ultimo è sostituito con l'olio di sal (*Shorea robusta*), di produzione locale e analogo per qualità e caratteristiche.

In questi due prodotti, **l'attenta combinazione del mix di grassi è utile per amalgamare al meglio gli ingredienti e i loro sapori e per raggiungere una perfetta armonia tra consistenza e gusto**, caratteristiche uniche di KINDER SORPRESA e

KINDER MERENDERO. Selezioniamo i grassi in base a severi *standard* di qualità per ottenere una maggiore tenuta ai processi ossidativi, migliore stabilità del gusto e della consistenza durante tutta la "vita" del prodotto.

Utilizziamo l'olio di palma perché consente di ottenere particolari caratteristiche di cremosità, evitando in tal modo il ricorso alternativo ai grassi idrogenati. L'olio di palma è particolarmente utile nelle ricette di questi due prodotti, perché ha una maggiore stabilità all'ossidazione e un effetto neutro su sapore e odore, che permettono di esaltare nel tempo le proprietà organolettiche degli altri ingredienti. L'olio di palma utilizzato dal Gruppo Ferrero proviene principalmente da Malesia (soprattutto penisola), Papua Nuova Guinea e Brasile.

**NELLA LINEA KINDER®, DA GENNAIO 2015 È UTILIZZATO 100% OLIO DEL FRUTTO DI PALMA SOSTENIBILE CERTIFICATO RSPO COME SEGREGATO.**

Il karité e l'olio di sal sono entrambi grassi estratti dai semi di piante tipiche della vegetazione locale, a crescita e diffusione spontanea.

Gli alberi di karité sono originari della savana subsahariana, mentre quelli di sal crescono nelle foreste indiane. I semi, separati dai frutti raccolti dalle popolazioni locali, sono lavorati *in loco* o dai nostri fornitori (europei o indiani) per ottenere un burro commestibile, con caratteristiche simili al burro di cacao. Utilizziamo queste materie prime in KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO per garantire i nostri prodotti in termini di consistenza e morbidezza.

### Il Forest Minister del Madhya Pradesh premia Ferrero Trading per il sostegno all'economia tribale

Il Gruppo Ferrero si approvvigiona di olio di sal in India. Nello Stato del Madhya Pradesh, in particolare, il sal è raccolto nelle locali foreste spontanee. Nel 2011 il *Forest Minister* del Madhya Pradesh ha premiato Ferrero Trading per l'impegno profuso nel sostenere l'economia delle tribù dei raccoglitori di sal.

*The Hitavada, giovedì 15 settembre, 2011, Bhopal*

## LO ZUCCHERO

KINDER® si rifornisce esclusivamente da produttori che lavorano barbabietole non OGM (Organismi Geneticamente Modificati); inoltre acquista zucchero da canna in zone geografiche extra europee. Nel percorso di miglioramento continuo, KINDER® si è data l'**obiettivo di acquistare tutto lo zucchero di canna raffinato da fonti sostenibili entro il 2020**. Per la fine del 2016 è previsto il raggiungimento dell'obiettivo intermedio del 40% e del 70% nel 2018.

## I CEREALI

I cereali sono un ingrediente delle palline di *wafer* contenute nel ripieno KINDER MERENDERO. **La farina di frumento è scelta accuratamente per garantire la croccantezza del wafer.**

Nella ricetta di KINDER MERENDERO dello stabilimento in India, oltre alla farina è utilizzato anche il **germe di grano**, che è la componente nobile dei semi. Il germe è acquistato e poi tostato all'interno dei nostri stabilimenti produttivi, in modo da fargli esprimere al meglio quel delicato aroma che si ritrova nel ripieno dei tartufini. Nella ricetta indiana, inoltre, è aggiunto anche l'estratto di puro malto d'orzo di origine europea nella crema al cacao, per conferirgli un retrogusto di tostato.



## LE NOCCIOLE

La ricetta internazionale di KINDER MERENDERO utilizza le nocciole sia nella crema scura al cacao sia nel ripieno delle palline di *wafer*.

Acquistiamo nocciole principalmente in Turchia, Italia e Cile e dalle aziende agricole Ferrero. Negli stabilimenti produttivi arrivano solo nocciole selezionate intere crude, ancora da tostare; **la tostatura avviene con un processo attento e rigoroso teso a preservarne al massimo il gusto e l'aroma**. Per poter trasferire queste caratteristiche organolettiche al prodotto KINDER®, le nocciole sono utilizzate nella ricetta sotto forma di pasta, subito dopo la tostatura e la macinatura.

Per maggiori dettagli relativi all'impegno di Ferrero nell'ambito dell'approvvigionamento delle nocciole e delle aziende agricole Ferrero per la coltivazione del nocciolo, si veda il capitolo "F-ACTS: le pratiche agricole sostenibili Ferrero" del presente rapporto.

## ALTRI INGREDIENTI

KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO contengono anche altri ingredienti in piccole quantità. In particolare, Ferrero utilizza le naturali qualità emulsionanti delle lecitine di soia o girasole per ottenere una consistenza e cremosità costante del cioccolato e delle creme.

**La lecitina di soia è 100% non OGM e con filiera IP (Identity Preserved)**, che ne garantisce la tracciabilità e la segregazione varietale non OGM. Un pizzico di vanillina, l'aroma più utilizzato al mondo, che garantisce rotondità e completezza di sapori e profumi, gli agenti lievitanti per la produzione dei *wafer* di KINDER MERENDERO e, infine, un po' di sale. Come in tutti i prodotti KINDER®, anche in KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO non sono utilizzati né additivi conservanti e coloranti, né grassi idrogenati, né ingredienti OGM.

Ferrero ha sintetizzato queste regole in sei punti, le cosiddette "Regole d'oro" che sono stampate sul diaframma di KINDER MERENDERO in India a partire dal 2014.

## LA CULTURA DELL'ASSAGGIO E DELLA QUALITÀ

Una "cultura dell'assaggio" si è sviluppata in ogni sito produttivo. Un *panel* di esperti assaggia le materie prime al momento della consegna; analogamente, i prodotti semilavorati e finiti sono testati ogni due ore e mezza (tre assaggi a turno) sulle linee produttive.

**SONO STATI QUASI 80.000 GLI ASSAGGI EFFETTUATI GLOBALMENTE SU KINDER SORPRESA E KINDER MERENDERO NELL'ANNO 2013/2014.**



Inoltre, nel 2013/2014 nella produzione di KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO sono stati effettuati:

- oltre 90.000 controlli<sup>1</sup> sulle materie prime e oltre 48.000 sui semilavorati (cioccolato al latte e ripieno KINDER®);
- più di 4.700 controlli<sup>2</sup> sugli imballi primari, cui si aggiungono i controlli effettuati sugli imballi secondari;
- oltre 10 milioni di controlli sul prodotto finito, che comprendono i controlli effettuati sulla linea di produzione (peso, composizione, difettosità estetiche) e in laboratorio relativamente ai parametri chimico-fisici e microbiologici.

Infine, la freschezza della linea KINDER® è una costante priorità per Ferrero, che presta un'attenzione rigorosa a questo aspetto, in particolare tramite **un team specializzato che ha il compito di effettuare verifiche sui KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO presenti nei negozi.**

Poiché KINDER SORPRESA è un prodotto sensibile al calore, per assicurare al consumatore la massima freschezza, nelle aree temperate Ferrero ne pianifica attentamente le vendite mensili durante il periodo estivo, sostituendolo nei punti vendita con KINDER MERENDERO, l'uovo con sorpresa adatto alla stagione calda. In alcuni Paesi a clima caldo, proprio per garantire la migliore qualità e freschezza, è venduto solo KINDER MERENDERO durante tutto l'anno.

Da sempre la linea KINDER® offre prodotti in porzioni singole, ideali per i genitori desiderosi di aggiungere un po' di gustoso piacere all'interno di una dieta equilibrata. Questa scelta si conferma anche per KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO:

ricette uniche e deliziose in 20 g.

Le informazioni nutrizionali sono presenti sulle confezioni, chiare e visibili, in conformità alle legislazioni locali.

**Ferrero definisce e applica per KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO, come per tutti i suoi prodotti, stringenti criteri di tracciabilità, sicurezza e qualità.** Gli stabilimenti Ferrero che producono KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO hanno un Sistema Qualità certificato da un ente terzo e indipendente, ad eccezione dello stabilimento di Yaoundé in Camerun per il quale è previsto l'ottenimento della certificazione ISO 9001:2008 entro la fine del 2016, come indicato nel capitolo "Gli standard avanzati dei nostri stabilimenti" del presente rapporto.

Tutti gli stabilimenti che producono KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO utilizzano materie prime e ingredienti selezionati a monte presso fornitori valutati a livello di Gruppo con criteri univoci. In fase di accettazione, tutti gli stabilimenti applicano un piano di controllo definito a livello centrale dalla Direzione Qualità di Gruppo sulla base di specifiche analisi del rischio.

Nell'ambito dell'attività produttiva è infine effettuata un'attenta analisi dei rischi, attraverso l'implementazione di specifici piani HACCP redatti secondo linee guida definite centralmente, al fine di garantire la massima sicurezza dei prodotti.

I reclami ricevuti nel 2013/2014 corrispondono a 0,787 reclami ogni 100.000 KINDER SORPRESA venduti, mentre corrispondono a 0,051 reclami ogni 100.000 KINDER MERENDERO venduti.

1. *Includono controlli chimici, chimico-fisici e microbiologici.*

2. *Includono controlli organolettici e di difettosità.*

Per maggiori dettagli relativi all'impegno di Ferrero nell'ambito dell'informazione nutrizionale, si veda il capitolo "I Nostri Consumatori" del presente rapporto. La pubblicità e il marketing di KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO rispettano, inoltre, l'autoregolamentazione stabilita per l'intera gamma dei prodotti Ferrero, come sottolineato nel citato capitolo del presente rapporto.

## RIDURRE L'IMPRONTA AMBIENTALE

Alla fine del 2013, sei degli undici stabilimenti in cui sono prodotti KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO avevano già conseguito la **certificazione del sistema di gestione ambientale secondo la norma ISO 14001**. Entro il 2017, tale certificazione coprirà l'intera produzione industriale della linea KINDER®, cioè si estenderà anche agli stabilimenti di Vladimir in Russia, di San José Iturbide in Messico ed entro il 2020 anche ai tre stabilimenti delle Imprese Sociali di Baramati in India, Walkerville in Sudafrica e Yaoundé in Camerun.

Considerata la particolare rilevanza delle emissioni di CO<sub>2</sub> associate all'uso dell'energia e al consumo delle risorse, il Gruppo Ferrero ha deciso di far evolvere entro il 2020 anche la certificazione ISO 50001, ad oggi adottata localmente per gli stabilimenti di Stadtallendorf in Germania e Villers-Écalles in Francia, in una certificazione di Gruppo.

Per gli obiettivi del Gruppo in tale ambito si rimanda al capitolo "Minimizzare l'impatto ambientale" del presente rapporto.

## IL PACKAGING

Dal 2010 è stato progressivamente introdotto per KINDER SORPRESA **un incarto che, anziché avvolgere l'uovo, è diviso in due metà (fronte e retro)** e che rappresenta un nuovo standard qualitativo di categoria e che permette di:

1. usare il fronte dell'uovo per spiegare al consumatore promozioni o per inserire immagini legate a momenti particolari dell'anno;



2. usare il retro dell'uovo per comunicare in modo più leggibile gli ingredienti e i messaggi legati alla sicurezza nell'utilizzo delle sorprese (warning).



Ad oggi i volumi con questa tipologia d'incarto rappresentano circa il 90% del totale.

Per quanto riguarda invece i KINDER MERENDERO, l'innovativa confezione si apre tramite un'apposita e comoda linguetta, ed è costituita da due valve.

La metà contenente il prodotto è in materiale plastico 100% conforme ad uso alimentare che, sigillato da una pellicola, lo preserva ermeticamente in modo da **garantirne qualità e freschezza fino alla scadenza**. La confezione è inoltre corredata da un pratico cucchiaino, che consente un consumo igienico del prodotto anche fuori casa.

**TROVARE IL GIUSTO EQUILIBRIO TRA MANTENIMENTO DELLA QUALITÀ, PROTEZIONE DELL'ALIMENTO, SICUREZZA ALIMENTARE E RISPETTO DELL'AMBIENTE È UN IMPEGNO QUOTIDIANO PER FERRERO E PER KINDER®.**

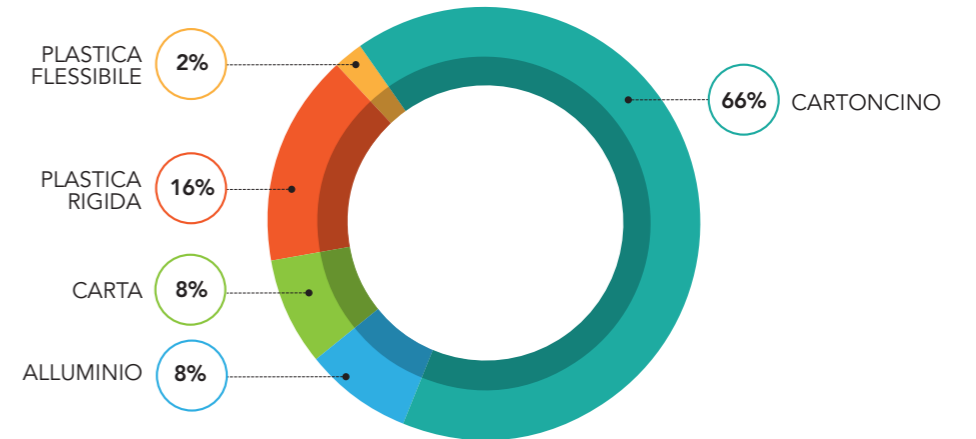
L'altra metà custodisce la sorpresa, sigillata da una pellicola che aumenta la *suspence* della scoperta.



Il *packaging* di Ferrero KINDER SORPRESA e KINDER MERENDERO è declinato in diverse unità di vendita (prodotti singoli, *multipack*, ecc.), che mantengono la medesima funzione e hanno come principale obiettivo quello di garantire nel tempo la perfetta qualità e l'elevatissima freschezza del prodotto.

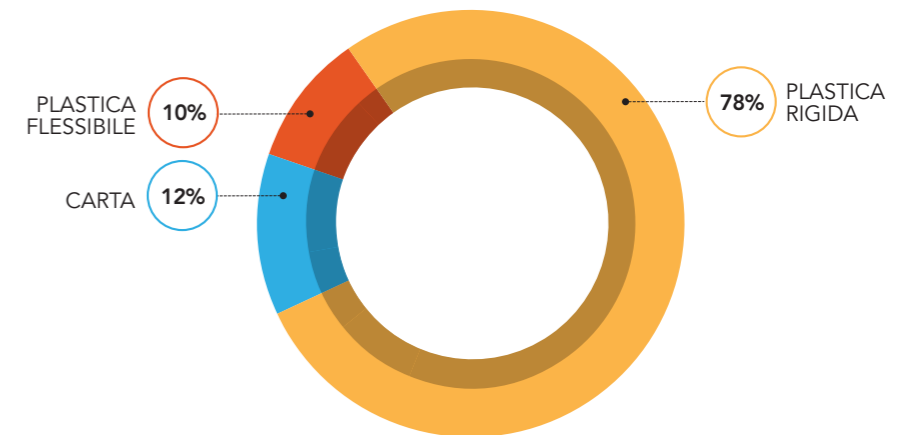
Di seguito sono riportati i materiali utilizzati per gli imballaggi dei due prodotti KINDER® a livello mondiale.

**IMBALLAGGI KINDER SORPRESA A LIVELLO MONDIALE NEL 2013/2014\***



\*Suddivisione % in peso dei materiali utilizzati.

**IMBALLAGGI KINDER MERENDERO A LIVELLO MONDIALE NEL 2013/2014\***



\*Suddivisione % in peso dei materiali utilizzati.

Il materiale che caratterizza maggiormente le confezioni di KINDER SORPRESA è la carta e cartone, mentre per il KINDER MERENDERO è la plastica; per il KINDER SORPRESA è inoltre presente, oltre alla plastica, generalmente utilizzata come materiale secondario di vassoi e materiale di vendita, anche l'alluminio, con cui è realizzato l'incarto dell'uovo.

Volendo garantire l'eccellenza del prodotto non è stato finora possibile utilizzare materiale riciclato nell'imballo primario a contatto con il prodotto. È comunque utilizzato materiale riciclato ove possibile e non a diretto contatto con il prodotto, come gli imballi secondari cellullosici. Questo ha permesso di **ottenere una percentuale di materiale riciclato pari a circa l'11% del totale utilizzato**.

## L'eco design

Ferrero si impegna a contenere l'impatto della componente *packaging*, adottando nelle fasi di sviluppo e progettazione dell'imballaggio una strategia, denominata **STRATEGIA 5R<sup>3</sup>, finalizzata a ottimizzare le principali variabili che influenzano il profilo ambientale complessivo dell'imballo.**

Negli anni, Ferrero ha applicato diverse buone prassi di progettazione, seguendo le linee guida del Gruppo. Di seguito sono riportati alcuni esempi<sup>4</sup> relativi al 2013/2014:

- **"Riciclo" - gli scarti KINDER MERENDERO.**

Gli scarti valorizzabili di alcune linee di produzione del KINDER MERENDERO sono reinseriti nel flusso di imballi Ferrero creando un circolo virtuoso che, partendo dall'invio di questi a un fornitore Ferrero, porta alla loro trasformazione in granulo di materia seconda e poi alla produzione dei piedini marroni degli espositori Rocher. Questi piedini sono composti per il 95% da materiale rigenerato (il restante 5% è il colore).

Nello scorso anno solare sono state prodotte circa 70 t di tale granu-

lo con duplice beneficio: nell'anno 2013/2014 si è avuta una riduzione dei rifiuti di stabilimento e di risorse non rinnovabili vergini pari a 40 t; la restante parte di granulo è stata utilizzata nel 2014/2015.

- **"Riduzione" - Le termoformatrici del KINDER MERENDERO.**

I nuovi macchinari per la produzione delle confezioni del KINDER MERENDERO, presenti in India e in Ecuador, sono stati ottimizzati, secondo le specifiche Ferrero, per ridurre gli sfridi durante il processo di formatura delle valve: il risultato è una riduzione del 12% degli sfridi pari a 111 t/anno. Tali miglioramenti sono in fase di valutazione per essere implementati anche in altri stabilimenti.

- **"Riduzione" - Il pack secondario del KINDER SORPRESA.**

Nell'ottica di ridurre il consumo di risorse, si è posta attenzione agli imballi secondari in PET del KINDER SORPRESA prodotto in Italia, tramite due operazioni di riduzione di spessore e peso dei vassoi termoformati in plastica e del *display* in carta. Nel 2013/2014, ciò ha permesso di risparmiare il 7% di plastica e di alleggerire di circa il 10% il *display*.

<sup>3</sup> Per la definizione delle linee guida si rinvia al capitolo "Minimizzare l'impatto ambientale" del presente rapporto CSR.

<sup>4</sup> I valori indicati rappresentano una stima calcolata sui volumi annuali a budget.

# Le sorprese KINDER® non smettono mai di stupire

## IL VALORE DEL GIOCO

L'attività ludico-ricreativa svolge un ruolo molto importante nello sviluppo del bambino: risponde alle esigenze fondamentali della crescita dal punto di vista psicologico, affettivo ed emotivo. Il gioco è, infatti, la lente attraverso la quale i bambini sperimentano il loro universo e il mondo degli altri aiutandoli nel loro percorso di crescita.

### Art. 31 della Convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti dell'Infanzia Risoluzione 44/25 del 20 novembre 1989

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

È per questo motivo che da oltre 40 anni KINDER® unisce ad alcuni suoi prodotti dedicati ai ragazzi piccole sorprese con cui giocare, consapevole del grande valore che il gioco rappresenta nella loro vita e nel loro sviluppo.

Per svolgere al meglio questo compito, nel 2013 è stata creata la *Kinder Surprise Company*, una Divisione del Gruppo Ferrero dedicata alla creazione e produzione dei piccoli giocattoli KINDER®, la cui visione ne spiega in maniera inequivocabile ruolo e obiettivi:

### CREARE ESPERIENZE DI GIOCO STRAORDINARIE IN FORMATI SORPRENDENTEMENTE PICCOLI CHE GENERANO GRANDI EMOZIONI.

Questo implica da parte di Ferrero una cura e un'attenzione particolare su tutta la filiera produttiva, dalla progettazione alla commercializzazione finale.

## IL GIOCO VISTO DA KINDER®

Da sempre, ciascuna sorpresa è studiata con grande cura da un team dedicato, attraverso la collaborazione con psicologi specializzati nello sviluppo cognitivo, emotivo, relazionale e motorio dell'infanzia, che lavora secondo quattro principi:

1. miglioramento delle abilità del bambino;
2. varietà;
3. esperienza a 360°;
4. universalità.

### 1. Miglioramento delle abilità del bambino

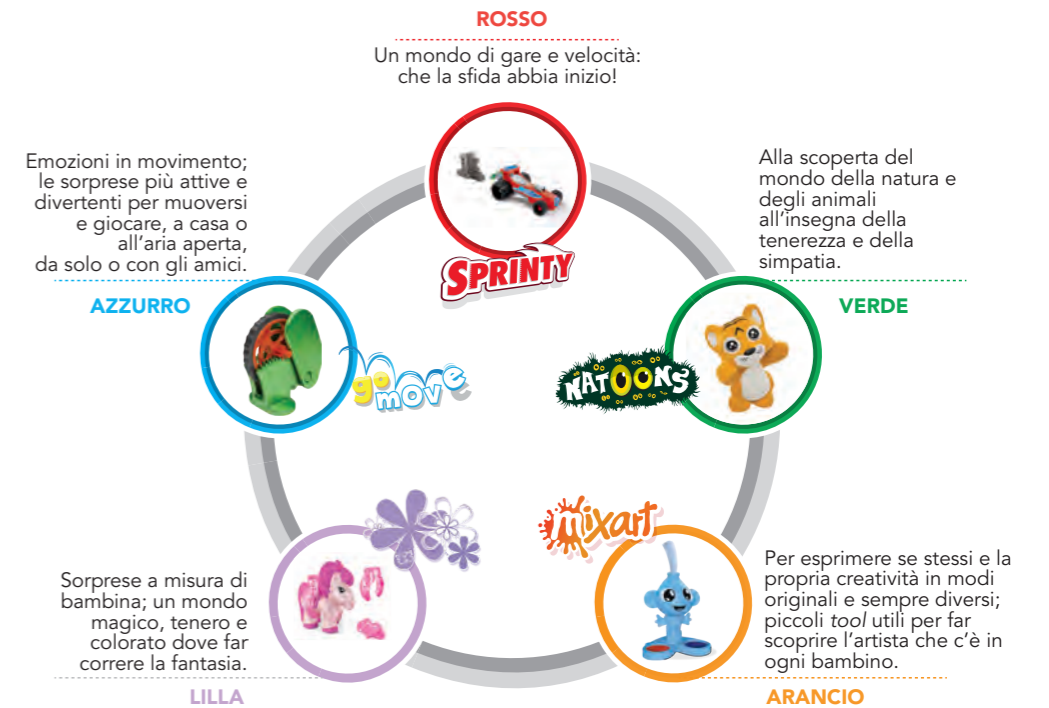
Le sorprese KINDER® sono pensate per incoraggiare lo sviluppo di specifiche attitudini del bambino. In particolare:

<b>SVILUPPO COGNITIVO</b>	Il processo con cui si montano le sorprese stimola il pensiero logico e la sequenzialità delle azioni ed esorta l'esperienza del <i>problem solving</i> unita alla curiosità.
<b>SVILUPPO EMOTIVO</b>	L'emozione derivante dall'esperienza di raggiungere un obiettivo (montare la sorpresa) e dall'interazione con piccoli giochi studiati per essere attraenti per i bambini, che stimolano la fantasia.
<b>SVILUPPO RELAZIONALE</b>	L'interazione del bambino con gli amici e i genitori, favorita dalle esperienze di gioco proposte, lo aiuta a socializzare e a creare momenti gioiosi da condividere.
<b>SVILUPPO MOTORIO</b>	L'assemblaggio della sorpresa richiede una buona coordinazione mani-occhi, stimolando l'immaginazione, la logica e la manualità.

### 2. Varietà: 5 aree di gioco

Ogni anno, un team di esperti sviluppa nuove giocabilità, miranti a stimolare la crescita dei bambini nella sua completezza.

Nascono le 5 aree di gioco dei prodotti con sorpresa, intorno alle quali è articolato un ampio e bilanciato assortimento arricchito anche da sorprese dedicate specificatamente a bambine e bambini.



### 3. Esperienza a 360°

Le sorprese KINDER® rappresentano una vera esperienza di gioco a 360°, fatta di divertimento, valori educativi e giocabilità su piattaforma digitale.

**SORPRESE CHE AIUTANO NELLO SVILUPPO EMOTIVO E RELAZIONALE**



**UN BIGLIETTINO RICCO DI CONTENUTI EDUCATIVI**



**E UN MONDO CHE SI ARRICHISCE ANCORA DI PIÙ ATTRAVERSO IL TAG**



### 4. Universalità

Le sorprese sono ideate per soddisfare i bambini di tutto il mondo, diversi per cultura, genere o età. La più grande soddisfazione è creare dei piccoli giochi che esprimano valori universali e che divertano il mondo intero.

## IL PATTO DI FIDUCIA CON IL CONSUMATORE

Per il Gruppo Ferrero **l'attenzione al consumatore non è solo un valore, ma una pratica quotidiana**, che ha il suo fondamento in un senso di responsabilità che va ben oltre i propri obiettivi commerciali.

La dedizione verso i consumatori costituisce da sempre la premessa e la base della politica aziendale del Gruppo.

### Le ricerche

Mettendo in pratica questi principi, anno dopo anno, Ferrero ha incrementato il numero di ricerche condotte sui consumatori, attraverso indagini qualitative, quantitative, comportamentali e organizzando sessioni di gioco attivo con l'obiettivo di conoscerli al meglio e scoprirne necessità e desideri.

Anche durante le diverse fasi di progettazione delle sorprese, Ferrero conduce *test* con genitori e bambini per verificare la rilevanza dell'idea di gioco e affinarne il *design*.

Ogni anno l'assortimento è completamente rinnovato e sono sviluppate oltre 100 nuove sorprese per **garantire la massima varietà a standard qualitativi elevati, regalando emozioni sempre nuove e diverse**.

### La sicurezza

La *Kinder Surprise Company* ha implementato un **codice interno per la progettazione e la produzione delle sorprese KINDER®**. Tale codice interno prevede che le sorprese KINDER®, oltre a rispettare l'impianto normativo di tutti i Paesi ove sono commercializzate, rispettino regole più stringenti.

In sintesi, il codice interno per la progettazione e la produzione delle sorprese contiene:

- norme sui giocattoli;
- "policy" e "regole" volontarie molto restrittive con l'obiettivo di garantire l'elevatissima sicurezza delle sorprese KINDER®.

## Adesione alle norme obbligatorie

Il codice interno prevede che tutte le sorprese KINDER® siano conformi a norme obbligatorie direttamente applicabili ai giocattoli e agli *standard* internazionali e nazionali sui giocattoli ai quali le prime rinviano:

### NORME OBBLIGATORIE A CUI CI ATTENIAMO:

- Direttiva 2009/48/CE sulla sicurezza dei giocattoli;
- *standard* europei sulla sicurezza dei giocattoli (EN 71);
- *standard* internazionali sulla sicurezza giocattoli (ISO 8124);
- *standard* sui giocattoli sovranazionali MERCOSUL;
- *standard* nazionali di tutti i Paesi ove le sorprese sono commercializzate, e in particolare quelli del Canada e dell'Australia, che contengono alcuni requisiti più restrittivi di quelli previsti dello *standard* ISO e dallo *standard* EN 71.

## Oltre le norme di legge: una rigorosa policy interna

Il codice interno contiene una **policy e regole volontarie molto restrittive che garantiscono l'elevatissima sicurezza delle sorprese KINDER®** e prevede che i piccoli giocattoli rispettino regole ancora più severe di quelle previste dalle norme vigenti in tutti i Paesi ove sono commercializzate:

- non sono ad esempio utilizzati magneti, *tattoo*, spugnette antistress, armi giocattolo e giocattoli raffiguranti armi, bolle di sapone, giocattoli con funzione "gomma per cancellare";
- si pone particolare attenzione e cautela a taluni componenti delle sorprese, ad esempio le ventose, che non si devono staccare dal giocattolo;
- sono reinterpretate in maniera restrittiva alcune norme applicabili anche ai giocattoli.

## Le regole volontarie: linee guida

### La progettazione delle sorprese KINDER®

Nella progettazione delle sorprese, la *Kinder Surprise Company* osserva delle linee guida per evitare che i bambini possano farsi male usando in modo improprio i giocattoli.

Tali linee guida si traducono in specifici accorgimenti sulla morfologia delle sorprese, attuati ricorrendo a tutti, o ad alcuni di essi, a seconda delle sorprese e delle relative necessità.

Esse sono:

- l'assenza di forme sferiche e ovoidali;
- la presenza di fori;
- l'assenza di parti troppo piccole;
- la tridimensionalità e l'articolazione delle sorprese e delle loro parti;
- il "pre-montaggio" di parti troppo piccole;
- il non utilizzo del colore marrone cioccolato.



### L'approvazione dei prototipi delle sorprese KINDER®

L'approvazione dei prototipi delle sorprese KINDER® segue una rigorosa procedura approfondita in modo qualificato con esperti del settore:

• **In-house development:** le sorprese KINDER® sono sviluppate interamente dalla *Kinder Surprise Company*.

• **Studio psicologico:** psicologi studiano l'interazione dei bambini con le sorprese KINDER® ed intervengono nell'indirizzo della loro creazione affinché ogni sorpresa preveda elementi ludici che aiutino lo sviluppo motorio e cognitivo dei bambini.

• **Age grading evaluation:** la *Kinder Surprise Company* fa esaminare le sorprese KINDER® da psicologi e organismi internazionali per assicurarsi che esse siano conformi alle linee guida in materia di classificazione di età dei giocattoli redatte dal CEN (Comitato Europeo di Normalizzazione).

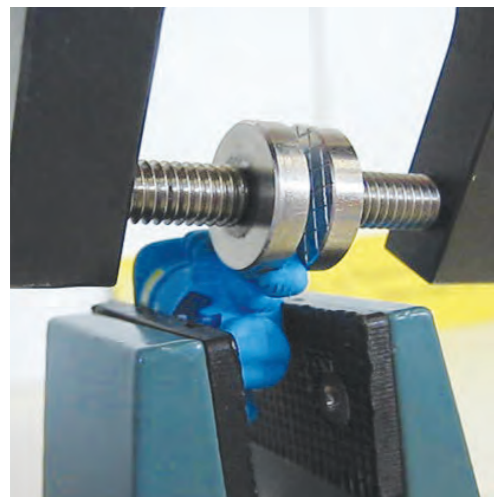
• **Controllo medico:** la *Kinder Surprise Company* sottopone i prototipi di tutte le sorprese KINDER® ad approvazione preventiva di un esperto medico otorinolaringoiatra, che in qualche caso suggerisce delle modifiche alle quali la *Kinder Surprise Company* procede sempre. Nessuna sorpresa è prodotta se non sussiste la piena approvazione dello specialista medico.

• **Safety Assessment:** la *Kinder Surprise Company* effettua il preventivo esame di "sicurezza allargata" di tutte le sorprese KINDER® in fase progettuale. Tale esame consiste nel verificare se le sorprese, anche in considerazione del prevedibile abuso da parte del bambino, comportino rischi "ulteriori", vale a dire rischi non previsti dalle norme tecniche, il cui rispetto in singoli casi potrebbe non essere sufficiente a garantire la sicurezza della sorpresa.

Qualora la rigorosa procedura di approvazione dei prototipi evidenzi la sussistenza anche minima di rischi, la sorpresa è opportunamente modificata.

Nell'adempiere così ad un obbligo previsto dalla nuova normativa sulla sicurezza dei giocattoli 2009/48/CE, che ha introdotto l'obbligo del "Safety Assessment" per i giocattoli, l'approccio della *Kinder Surprise Company* è fortemente responsabile e approfondito.





Al fine di raggiungere una soglia elevatissima di sicurezza, la *Kinder Surprise Company* impone, per le proprie sorprese, il rispetto di requisiti più restrittivi di quelli previsti dallo *standard EN 71* sulla sicurezza dei giocattoli, specie per gli aspetti chimici, con particolare riferimento al quantitativo di migrazione dei metalli pesanti (infatti il limite accettato dal codice interno è inferiore a quello accettato dallo *standard*, già cautelativo al riguardo).

Anche per quanto riguarda i requisiti meccanici, la *Kinder Surprise Company* ha implementato, per le proprie sorprese, un'applicazione più restrittiva dello *standard* vigente in ambito internazionale (ISO 8124) sulla sicurezza dei giocattoli. Infatti, l'applicazione della *Kinder Surprise Company* prevede che il superamento dei "test di abuso" secondo lo *standard* (ossia test di caduta, torsione e trazione che simulano comportamenti che i bambini adottano durante il gioco) avvenga soltanto se la loro esecuzione non crea la rottura del giocattolo e delle sue parti; diversamente dallo *standard* internazionale, che ammette la rottura del giocattolo, purché non si tratti di parti taglienti.

Ne consegue che **l'applicazione del codice garantisce la robustezza della sorpresa e delle sue parti.**



SORPRESA PROGETTATA CON MATERIALE MOLTO RESISTENTE (PA6.6), IN QUANTO IL POLIPROPILENE O L'ABS NON SUPEREREBBE I TEST MECCANICI.

Tale robustezza è raggiunta soltanto mediante l'utilizzo di materiali selezionati e resistenti al punto tale da consentire il superamento dei test di abuso.

Ulteriori test molto restrittivi effettuati dalla *Kinder Surprise Company* su base volontaria, sono:

- il *cross cut test*, per valutare il distacco della vernice;
- il test sulla resistenza alla saliva e al sudore, per verificare che nessun colorante venga trasferito dai giocattoli colorati alla bocca, alle mucose o alla pelle.

## La capsula di KINDER SORPRESA



La nuova capsula monopezzo che racchiude la sorpresa è caratterizzata da un *design* ancora più sicuro del precedente, costituito da due pezzi.

Le due parti della capsula monopezzo sono legate fra loro da una linguetta di plastica molto resistente che le rende inscindibili e quindi non ingeribili.

A riprova di tale resistenza, **la produzione della capsula monopezzo è costantemente sottoposta a specifici test.**

La sicurezza della capsula monopezzo è stata certificata da una qualificata

*équipe* di medici di riconosciuta fama internazionale.

Il materiale utilizzato per la sua fabbricazione è conforme alla legislazione sul contatto con i prodotti alimentari di tutti i Paesi del mondo. Il Gruppo Ferrero ha immesso sul mercato la capsula monopezzo a partire dal 2007.

La Direttiva sulla sicurezza dei giocattoli 2009/48/CE, che è entrata in vigore dal 20 luglio 2011 in tutti i Paesi dell'Unione europea, prevede che la capsula monopezzo sia l'unico tipo di capsula autorizzato in Europa per le uova di cioccolato con sorpresa.

## Garanzia di uno standard globale

La *Kinder Surprise Company* garantisce il totale rispetto del codice interno per la progettazione e la produzione delle sorprese durante l'intero ciclo produttivo delle sorprese KINDER®. Pertanto, tutte le sorprese KINDER® immesse sul mercato sono conformi a quanto previsto dal predetto codice interno.

Questo avviene indipendentemente dal luogo di produzione della sorpresa e dalla sua destinazione ai singoli mercati. Si tratta dunque di **un approccio globale al tema della sicurezza, che si ispira ai più rigorosi standard internazionali di sicurezza e di controllo qualità, spesso superandoli.**

Le misure attivate in tale direzione possono essere così sintetizzate:

- produttori selezionati, approvati e monitorati dalla *Kinder Surprise Company*;
- accettazione dei capitolati di produzione della *Kinder Surprise Company* da parte di tali produttori;

- ricorso a una *Green List* interna, aggiornata all'incirca ogni anno, che consente la più cautelativa scelta possibile dei materiali da utilizzare per la produzione delle sorprese;
- intervento e monitoraggio della *Kinder Surprise Company* nell'acquisto delle materie prime.

## Controlli / qualità

Il Dipartimento Qualità della *Kinder Surprise Company* effettua costanti controlli di qualità durante tutto il processo produttivo delle sorprese, secondo specifiche procedure molto accurate e ispirate alle più evolute pratiche del settore.

La *Kinder Surprise Company* ha aderito su base volontaria a programmi di *audit* con gli organismi notificati, correlati al rispetto dei regolamenti dei rispettivi marchi di qualità (marchio "Giocattoli Sicuri" in Italia, "Marque NF" in Francia, marchio "Calidad Comprobada" in Spagna, "SP Mark" in Svezia).

Tali programmi prevedono, a seconda dei casi:

- periodici *audit* del Sistema Qualità Ferrero dedicato ai giocattoli;
- prelievi sul mercato e nei magazzini Ferrero, affinché anche terze parti indipendenti, oltre all'Assicurazione Qualità Ferrero, verifichino, dall'esterno e con i necessari test, la costanza della qualità delle sorprese KINDER® per tutta la produzione.

## Certificazioni

La *Kinder Surprise Company* fa certificare le proprie sorprese da **sei organismi europei "notificati" alla Commissione europea e autorizzati dalle autorità nazionali** e, dove richiesto, da organismi extraeuropei attraverso certificazioni locali.



a UL company



Le progrès, une passion à partager



INSTITUTO TECNOLÓGICO DEL JUGUETE



SP  
your Science Partner

## LA PRODUZIONE: CRESCERE INSIEME ALLE COMUNITÀ LOCALI

Le sorprese KINDER® sono prodotte principalmente in Europa, Cina e India. Questo dislocamento geografico, anche lontano dai consueti poli produttivi di Ferrero, ha consentito **la creazione di moltissimi posti di lavoro in Paesi emergenti**.

I principi che guidano la relazione del Gruppo Ferrero con questi Paesi sono ispirati al "formare e costruire", ovvero a trasferire 40 anni di esperienza aziendale e a instaurare con loro una relazione diretta basata sulla conoscenza, sullo scambio e sulla crescita. Infatti, perseguendo il progresso tecnologico dei processi produttivi, si contribuisce all'accrescimento della competenza industriale, specie nei Paesi emergenti.

### Un continuo accrescimento del know-how

#### IERI

- Lo stampaggio a iniezione è il processo tradizionale utilizzato per la produzione della maggior parte degli articoli in plastica.
- Nella produzione delle sorprese, il processo tradizionale prevedeva lo stampaggio a iniezione e la successiva pitturazione manuale.



#### OGGI

- La continua spinta al miglioramento ha elaborato un'evoluzione del *design* delle sorprese. Ciò consente di sostituire la pitturazione manuale con un innovativo sistema di stampaggio.
- Tale innovazione garantirà la riduzione del quantitativo di vernici e solventi utilizzati in produzione e dispersi nell'ambiente.





## Requisiti etici, sociali e ambientali per i fornitori

Il Gruppo Ferrero ha predisposto e implementato **un codice di condotta per i fornitori di tutto il mondo**, relativo agli aspetti etici e ambientali della produzione delle sorprese. Ciò consente non solo di **mantenere gli alti standard qualitativi** desiderati, ma anche di **continuare a condividere know-how e competenze con i fornitori**.

Il codice, dal titolo "Requisiti Etici, Sociali e Ambientali per i fornitori di giocattoli KINDER®", si ispira ai più avanzati codici etici internazionali ed è altrettanto rigoroso e dettagliato.

### Sintesi dei requisiti etici, sociali e ambientali per i fornitori di giocattoli KINDER®

- I produttori delle sorprese devono essere preventivamente sottoposti a un accurato *audit* che ha per obiettivo la verifica del rispetto dei diritti fondamentali previsti nel codice etico.
- Il lavoro minorile non è permesso.
- Gli impianti di produzione, l'ambiente di lavoro e i servizi (mensa, dormitori, servizi igienici) devono essere conformi a tutte le normative locali in materia di igiene del lavoro e prevenzione degli infortuni.
- I dipendenti hanno il diritto di fondare un sindacato o di aderire a uno esistente e di eleggere liberamente le loro rappresentanza.
- Non è ammessa alcuna discriminazione fra i lavoratori sulla base di razza, nazionalità, religione, disabilità, sesso, età, orientamento sessuale, appartenenza sindacale o affiliazione politica e la pratica disciplinare deve essere effettuata secondo legge.
- Deve essere garantito ai lavoratori un salario uguale o superiore al salario minimo legale (locale/nazionale), sia per il lavoro ordinario che per quello straordinario, che deve essere regolato in conformità alla normativa locale e alle relative prassi.
- I produttori delle sorprese devono rispettare la normativa ambientale nazionale e locale in tema di prevenzione dell'inquinamento ambientale, gestione delle sostanze chimiche e dei rifiuti.



Ferrero ha sviluppato un programma di valutazione del grado di implementazione del "Codice di Condotta", incaricando due organismi "terze parti" (SGS e UL) ad ispezionare i produttori di sorprese KINDER® al fine di garantire l'applicazione e il rispetto dei requisiti etici che rappresentano valori imprescindibili per il Gruppo.

**LE ISPEZIONI EFFETTUATE DA TALI ORGANISMI CONFERMANO CHE IL TREND DEI PRODUTTORI DI SORPRESE È IN LINEA CON LO SPIRITO E I PRINCIPI FONDAMENTALI DEL CODICE DI CONDOTTA, CHE NON SUSSISTONO "NON CONFORMITÀ" RIGUARDO AL RISPETTO DEI DIRITTI UMANI E DEGLI ALTRI IMPORTANTISSIMI CONTENUTI DI TALE CODICE, E CHE NON È MAI UTILIZZATO IN NESSUN CASO, E PER NESSUN MOTIVO, IL LAVORO MINORILE.**

Tutto ciò rassicura ampiamente circa il rispetto delle condizioni di lavoro da parte dei fornitori di sorprese, e consente altresì a Ferrero di onorare precisi impegni assunti con alcuni licenzianti, che sui temi etici sono particolarmente sensibili.

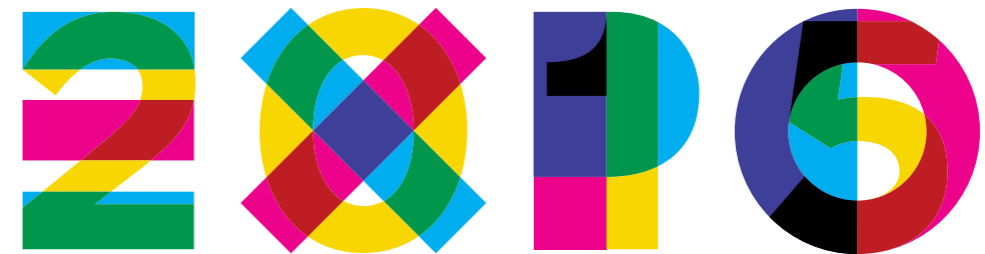
**Focus**

## **Expo Milano 2015**



Official Partner

---



MILANO 2015

---

NUTRIRE IL PIANETA  
ENERGIA PER LA VITA

# EXPO MILANO 2015

## Il Gruppo Ferrero condivide in Expo Milano 2015 i propri valori, per creare valore

**I**l Gruppo Ferrero partecipa a Expo Milano 2015 in qualità di "Confectionery Specialties Official Partner", raccontando una storia di iniziative e progetti di responsabilità sociale nel campo dell'innovazione e dell'attenzione alle persone e all'ambiente.

Ferrero crede fortemente nell'importanza di "Condividere Valori per Creare Valore" ed Expo Milano 2015 è un'importante opportunità per accrescere la consapevolezza di tutti gli *stakeholder*, delle istituzioni, della società civile e del mondo del *business* su argomenti che sono profondamente rilevanti per il nostro futuro e per il Pianeta.

Durante l'Esposizione Universale, Ferrero coglie l'occasione per presentare i propri impegni sull'altissima qualità e sull'innovazione dei prodotti, sulla comunicazione trasparente, sull'attenzione e la cura delle persone che hanno fatto e fanno la storia del Gruppo, sul supporto alle comunità locali, sulla promozione di uno stile di vita attivo tra i più giovani, sull'adozione di pratiche agricole sostenibili e sulla protezione dell'ambiente.



Il Gruppo Ferrero si presenta ai visitatori di Expo in molteplici forme:

- Con la **Search for Balance Hall**, organizzata in collaborazione con Expo e posta nel Padiglione Zero, all'entrata principale del sito espositivo e prima tappa dell'itinerario delle Nazioni Unite in Expo.

- Con un'area dedicata al progetto **Kinder+Sport**, gestita in collaborazione con il Ministero dell'Educazione, dell'Università e della Ricerca italiano (MIUR) e con il Comitato Olimpico Nazionale Italiano (CONI), dove i bambini, con le proprie famiglie, possono sperimentare la gioia di muoversi.

- Con 7 torri multimediali, ciascuna dedicata a un tema preciso: **Ecceellenza e sostenibilità nelle materie prime; Fondazione Ferrero; Imprese Sociali Ferrero; KINDER®; NUTELLA®; Tic Tac®; Ferrero Rocher.**

- Con il **NUTELLA® Concept Bar**, realizzato in collaborazione con Eataly, con cui Ferrero condivide la passione per i cibi di alta qualità, ispirata da una ricca eredità fondata sulle tradizioni familiari.

La presenza Ferrero in Expo, inoltre, è caratterizzata da una moltitudine di eventi sia locali che internazionali, organizzati dal Gruppo nel corso dei 184 giorni dell'Esposizione.

**LE INSTALLAZIONI, CON LE QUALI IL GRUPPO FERRERO SI PRESENTA A EXPO MILANO 2015, CONTINUERANNO A CREARE VALORE ANCHE DOPO LA FINE DELL'ESPOSIZIONE UNIVERSALE, ATTRAVERSO LA "RESTITUZIONE". UNA PARTE DI ESSE SARÀ INFATTI RIASSEMBLATA CREANDO UN'INFERMERIA PEDIATRICA PER I FIGLI DEI COLLABORATORI FERRERO E PER I BAMBINI DELLA COMUNITÀ IN CUI OPERA LA NOSTRA IMPRESA SOCIALE FERRERO IN SUDAFRICA. FERRERO STA VALUTANDO IL POSSIBILE RIUTILIZZO DI ALCUNE ALTRE INSTALLAZIONI A SOSTEGNO DI ATTIVITÀ EDUCATIVE IN CAMERUN.**

### 1. La Search for Balance Hall nel Padiglione Zero

Ferrero è partner di Expo nella realizzazione della sala conclusiva del Padiglione Zero, all'entrata principale di Expo e prima tappa dell'itinerario delle Nazioni Unite all'Esposizione Universale; in questo padiglione Expo narra lo sviluppo della civiltà umana e della sua relazione con la natura e la produzione di cibo.

È un viaggio attraverso la cultura della nutrizione, la varietà dei cibi e degli attrezzi utilizzati per la loro produzione, nonché i metodi di conservazione, fino alle conseguenze che l'industria alimentare ha sull'ambien-

te. Nella *Search for Balance Hall*, la ricerca di un equilibrio apre uno **spiraglio ottimistico sulle prospettive di una interazione etica tra uomo e ambiente**. È proprio questo il contributo che Ferrero vuole apportare.

"Nullus locus sine genio" è l'affermazione di Servio nel suo commento all'Eneide, il poema latino di Virgilio; Servio spiega come ogni ecosistema sia il risultato dell'interazione tra la sua identità e coloro che nel tempo hanno vissuto lì, arricchendone usi, costumi e tradizioni. Dodici panorami proiettati nella sala sono un esem-

pio di perfetto equilibrio tra l'ambiente e lo sviluppo umano e industriale; di essi, otto sono stati girati da Ferrero e illustrano coltivazioni di materie prime che il Gruppo usa nelle proprie produzioni.

## 2. L'area Kinder+Sport

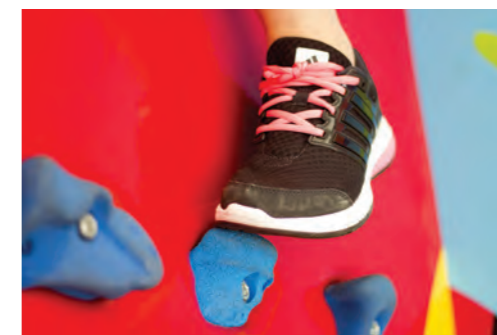
L'area Kinder+Sport, posta proprio al centro del sito dell'Esposizione Universale, rappresenta il fulcro della partecipazione di Ferrero in Expo. Si estende per circa 3.600 m<sup>2</sup> nei quali bambini e genitori possono sperimentare la gioia dell'attività fisica, attraverso diversi percorsi:

- *Inspiring space*: l'area di ingresso, dedicata alla presentazione del progetto e dei suoi valori, volta a far comprendere l'importanza di uno stile di vita attivo acquisito fin dalla più giovane età;

- *The Joy of Moving Garden*, costituito da una struttura innovativa ed educativa dedicata al movimento, dove i bambini imparano a essere autonomi e acquisiscono nuove abilità motorie giocando con macchine

studiate e sviluppate in collaborazione con l'Università di Roma "Foro Italico", con il CONI e il Ministero dell'Educazione. Tutte le macchine sono mirate a migliorare le abilità motorie dei bambini, facilitandone lo sviluppo cognitivo e sociale. L'innovativo percorso intende fornire ai ragazzi, i cittadini di domani, qualche strumento utile ad affrontare le sfide quotidiane della vita.

- *The Active Arena*, uno spazio dove bambini e genitori possono eseguire attività ludico-motorie uniche e studiate da un Comitato Scientifico per sviluppare le abilità necessarie alla vita sociale. In quest'area sono anche ospitati gli eventi istituzionali, comprese esibizioni e partite sportive.



I nostri enti *partner* condividono con Kinder+Sport l'obiettivo di **promuovere l'esercizio fisico come parte essenziale della vita di ogni giorno**. Kinder+Sport punta a far muovere il maggior numero di bambini, a livello globale, incoraggiandoli a perseguire uno stile di vita attivo e sano.

Infine, il "**Manifesto Joy of Moving**" enuncia i valori del movimento per le giovani generazioni, valori fondamentali dal punto di vista fisico, sociale ed educativo. Nel corso dei 6 mesi di Expo 2015 sono raccolti i *feedback* degli *stakeholder* più rilevanti sui punti racchiusi nel Manifesto. Il risultato di questa riflessione collettiva condurrà alla definizione e al lancio di un programma a lungo termine.

### 3. Le Torri Ferrero

Le Torri Ferrero sono state progettate per **raccontare, in modo il più possibile interattivo, i temi della responsabilità sociale d'impresa di Ferrero** e alcuni suoi *brand* globali, come NUTELLA®, KINDER®, Ferrero Rocher e Tic Tac®. Le Torri sono state pensate per promuovere l'interazione con il visitatore: *monitor* esterni, filmati proiettati all'interno delle Torri e "pozzi" approfondiscono i messaggi comunicati.

Sui pannelli decorativi d'oro sono incisi i nomi propri dei dipendenti Ferrero di tutto il mondo: è questo un modo per ringraziare tutti coloro che, con il proprio impegno quotidiano, contribuiscono al successo di Ferrero. Inoltre, nella parte superiore della struttura di ogni Torre, alberi di nocciolo sono un tributo alla natura, produttrice generosa di frutti.

Ecco di seguito alcune peculiarità di ogni Torre:

- **Torre Materie Prime: Eccellenza e Sostenibilità**



La Torre è stata progettata con lo scopo di **raccontare l'eccellenza e la sostenibilità** delle materie prime, che per Ferrero significano altissimi livelli di qualità, massima freschezza, attenzione agli aspetti sociali e ambientali nell'approvvigionamento, in accordo con gli elevati *standard* seguiti da Ferrero. La Torre illustra l'esempio della nocciola, frutto distintivo e materia prima che, da sempre, dona ai prodotti Ferrero il loro sapore unico. Materie prime eccezionali richiedono anche pratiche agricole sostenibili e la promozione dello sviluppo economico e sociale delle terre da cui provengono. Questo aspetto è dimostrato dall'esempio

del burro di karité: estratto da alberi che crescono in Africa, fornisce un'importante fonte di nutrimento e di reddito per le comunità locali, rappresentando dunque una forma di sostentamento e di arricchimento sociale, in particolare per le donne. La scritta "**MADE WITH CARE**", apposta in evidenza sulla struttura, rappresenta l'approccio di Ferrero nel creare prodotti e fare *business*, un approccio che ruota attorno al concetto di *care*, attenzione, riposta in tutte le fasi della catena del valore, dalla selezione delle materie prime alla produzione, fino all'analisi dell'impatto economico e sociale.

- **Torre Fondazione**

Questa Torre intende far scoprire al pubblico internazionale l'esperienza unica che rappresenta la Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero, caratterizzata dal motto: "**Lavorare, Creare, Donare**". A partire dal 1983, la Fondazione si è sviluppata con l'o-

biiettivo di offrire alle donne e agli uomini, che hanno dedicato venticinque o più anni della loro vita lavorativa a Ferrero, l'opportunità di continuare a rimanere in contatto, di essere attivi e creativi e di dare il loro contributo alla comunità locale. Proponendo



diversi tipi di attività, **la Fondazione Ferrero supporta un'idea di terza età attiva** e consente di migliorare la qualità di vita delle persone anziane, incoraggiando le relazioni, l'impegno, la solidarietà e l'intrattenimento. La Fondazione Ferrero si trova ad Alba, all'interno di una moderna struttura in grado di accogliere i bisogni di circa 3.500 ex collaboratori e coniugi, offrendo loro occasione di incontri, spazi di intrattenimento, laboratori, una biblioteca, un *auditorium* multifunzionale, una palestra e sale espositive. In più, per i figli dei dipendenti esiste un moderno asilo nido, dove gli "anziani" Ferrero offrono il loro aiuto, a testimonianza di come due generazioni, quella dei nonni e dei nipotini, possono interagire in modo costruttivo.



• **Torre Imprese Sociali Ferrero**

Questa Torre illustra le principali attività delle Imprese Sociali Ferrero, vere e proprie imprese commerciali volte a realizzare profitto, ma che operano anche spinte da un forte spirito sociale.



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

- la creazione di posti di lavoro;
- la realizzazione di progetti e iniziative di carattere sociale e umanitario.

I supporti multimediali della Torre guidano il visitatore attraverso alcune di queste esperienze eccezionali che Ferrero promuove in India, Sudafrica e Camerun. Per la realizzazione di **progetti e iniziative di carattere sociale e umanitario**, le Imprese Sociali Ferrero prevedono la costituzione di un Fondo Sociale definito sulla base dei volumi prodotti annualmente dallo stabilimento. Ad oggi, le iniziative sociali e umanitarie hanno permesso il rifacimento e la ristrutturazione di scuole pubbliche e asili nido, sostegno a strutture pediatriche e assistenziali per bambini senza fissa dimora, seminari rivolti ad adolescenti per sensibilizzarli sulla prevenzione di malattie trasmissibili.



• **Torre KINDER®**

KINDER® crede che la spensieratezza e la gioia siano ingredienti base per la crescita del bambino: per questo motivo la Torre KINDER® è dedicata ai bambini e alle loro famiglie, con l'obiettivo di regalare loro **momenti di gioia e spensieratezza**. I visitatori scoprono come Ferrero pensa e produce le sorprese, che hanno l'obiettivo di regalare le più belle esperienze di gioco, in un formato estremamente piccolo ma in grado di generare grandi emozioni.



• Torre NUTELLA®

NUTELLA® è **simbolo di energia positiva e di ottimismo**: questo è anche l'obiettivo della Torre presente in Expo. Innanzitutto i visitatori scoprono perché NUTELLA® è così buona: la Torre rivela, infatti, alcuni segreti della ricetta, semplice ma unica, che ha reso nei decenni questo prodotto così famoso tra i suoi *fan*, che anche ad Expo possono condividere momenti felici in modo divertente e coinvolgente.



• Torre Ferrero Rocher



Attraverso questa Torre, Ferrero condivide con il pubblico di Expo la "golden experience" che Ferrero Rocher rappresenta. Ferrero Rocher significa infatti "specialità" che deriva dalla qualità e dall'esperienza della tradizione Ferrero nell'arte pasticceria: è una grande esperienza sensoriale, combinata con ingredienti di alta qualità. Ferrero Rocher **parla inoltre di festa e celebrazione, dell'atto del donare e del condividere** con le persone che ci stanno a cuore. All'interno della Torre multimediale i visitatori scoprono così la particolarità di Ferrero Rocher e a tutti è rivolto l'invito di dedicare del tempo ad assaporare e condividere "i piaceri d'oro" della vita.

• Torre Tic Tac®

Tic Tac® è più di una semplice caramella, è un **modo di stare insieme e condividere momenti spensierati**. È nato nel 1969, l'anno di Woodstock e del primo uomo sulla Luna. Non a caso Tic Tac® è nato in quell'anno: si tratta di un vero prodotto rivoluzionario, che ha inaugurato una categoria merceologica completamente nuova. Tic Tac® è stato un successo immediato come fresca caramella a basso contenuto calorico, unica grazie ai suoi 3 sapori (vaniglia fuori, menta dolce all'interno e menta forte come anima).

All'interno della Torre i visitatori possono vivere momenti di spensieratezza, sperimentando le emozioni di Tic Tac® e piacevoli filmati.



4. II NUTELLA® Concept Bar

Il concept è "Tu sei NUTELLA®: migliaia di foto e nomi scritti ovunque raccontano la storia di NUTELLA®". Il NUTELLA® Concept Bar è un punto privilegiato dove il visitatore può gustare diverse ricette realizzate con NUTELLA®, acquistare deliziosi snack come Nutella B-ready, esclusivi oggetti brandizzati, una speciale confezione e il libro "NUTELLA® World". Inoltre, solo nel NUTELLA® Concept Bar di Expo, è possibile stampare etichette personalizzate con nomi in otto diverse lingue (italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo, russo, cinese e arabo) o con dei brevi messaggi in inglese.







The Ferrero Group is a registered Organizational Stakeholder of GRI and supports the mission of GRI to empower decision makers everywhere, through its sustainability standards and multi-stakeholder network, to take action towards a more sustainable economy and world.

A decorrere dalla fine del 2014, il GRI ha aggiornato quanto prima noto come Application Level Check (ALC) riqualificandolo GRI Application Level Service. Nonostante il nome del servizio e la relativa icona siano cambiate, la metodologia e le direttive connesse al servizio restano le stesse.

Il GRI Application Level Service conferma che il rapporto contiene l'informativa inerente tutti gli indicatori richiesti affinché venga soddisfatto il livello di applicazione dichiarato dall'organizzazione rendicontante.

Quando il GRI Application Level Service è completato con successo, il GRI fornisce un logo distintivo per l'organizzazione, sostitutivo della dichiarazione inclusa nei precedenti rapporti, che funge da conferma formale che il rapporto di tale organizzazione sia stato sottoposto e abbia completato con successo il GRI Application Level Service in un determinato anno e mese.

In linea con gli ultimi tre rapporti, il GRI ha confermato che anche l'attuale rapporto è stato predisposto nel rispetto delle linee guida GRI-G3.1, al livello di applicazione A+. Il logo dell'organizzazione figura alla prima pagina dell'indice degli indicatori GRI.



# Indicatori GRI-G3.1

Di seguito è presentata una sintesi dei principali contenuti del rapporto di responsabilità sociale d'impresa 2014, 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) e 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
<b>PROFILO</b>					
<b>1. Strategia e analisi</b>					
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	8-9
1.2	Descrizione dei principali impatti, rischi e opportunità	n.a	6.2 Governo dell'organizzazione	T	8-9; 12-13; 22-23; 25; 29; 120-123; 150-153; 189-192; 194-199; 202-204; 223; 227; 235; 241; 245; 248-249; 253; 260-261
<b>2. Profilo dell'organizzazione</b>					
2.1	Nome dell'organizzazione	n.a	n.a.	T	22
2.2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	n.a	n.a.	T	18
2.3	Struttura operativa dell'organizzazione, considerando principali divisioni, aziende operative, controllate e joint-venture	n.a	6.2 Governo dell'organizzazione	T	20-23
2.4	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	n.a	n.a.	T	22
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	20-21
2.6	Assetto proprietario e forma legale	n.a	n.a.	T	22
2.7	Mercati serviti	n.a	n.a.	T	20
2.8	Dimensione dell'azienda (numero dipendenti, numero di attività, fatturato netto, quantità prodotti serviti)	n.a	n.a.	T	19-21; 80-82
2.9	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione	n.a	n.a.	T	5; 20-22
2.10	Riconoscimenti/premi ricevuti nel periodo di rendicontazione	n.a	n.a.	T	30-35; 183; 238
<b>3. Parametri del report</b>					
<b>Profilo del report</b>					
3.1	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite	n.a	n.a.	T	4
3.2	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	n.a	n.a.	T	5
3.3	Periodicità di rendicontazione	n.a	n.a.	T	5

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e 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
3.4	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti	n.a.	n.a.	T 4
<b>Obiettivo e perimetro del report</b>				
3.5	Processo per la definizione dei contenuti del report	n.a.	n.a.	T 4-5; 14-15
3.6	Perimetro del report (paesi, divisioni, controllate, impianti in leasing, joint venture, fornitori)	n.a.	n.a.	T 4-5; 20-21; 208
3.7	Dichiarazione di qualsiasi limitazione specifica dell'obiettivo o del perimetro del report	n.a.	n.a.	T 5; 80; 105; 121; 125; 198; 200; 208; 211; 228-229
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 5
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 13; 21; 29; 44; 57-58; 80; 82; 88-91; 97; 107-108; 123; 141; 199-201; 205; 208; 211-212; 214; 220; 222-223; 225; 228-229; 240-244
3.10	Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e motivazioni di tali modifiche	n.a.	n.a.	T 5; 208
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 5; 24; 80; 82; 95-96; 195-199; 201; 208; 212; 220; 228-229
<b>Indice contenuti GRI</b>				
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 273-285
<b>Assurance</b>				
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 5; 286-287
<b>4. Governance, impegni, coinvolgimento degli stakeholder</b>				
<b>Governance</b>				
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 22-23
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 22
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 22
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 22-23
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 22
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 22
4.7	Processi per la determinazione della composizione, delle qualifiche e delle competenze dei componenti del più alto organo di governo e dei suoi comitati, comprese le considerazioni sulle questioni di genere e altri indicatori di diversità	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 22

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e 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
4.8	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 8-11; 28; 41-43; 48; 64-65; 74; 77-78; 120-122; 132-134; 150-152; 164; 173; 187-190; 195-197; 246; 248-250; 256 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta; www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-etico/eccellenza-affidabilita
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 12-15; 22-23; 28-29; 56; 150-153; 194-195
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 22
<b>Impegno in iniziative esterne</b>				
4.11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 28-29; 41-43; 148-152; 194-197; 202-203; 204-205; 207; 213-214; 241
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 4; 28-29; 52-53; 56; 61; 152-154; 162; 181; 184 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta
4.13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 26-27
<b>Coinvolgimento degli stakeholder</b>				
4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	n.a.	6.2 Governo dell'organizzazione	T 14
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 4-5; 14-15
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 14-15; 28-29; 92-93; 132-134; 143-145; 150-153; 163-168; 174-176; 178-180; 224-226; 260-261
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 14-15; 28-29; 40; 43-46; 48; 150-153; 163; 165; 172-175; 178-180; 194; 202-203
<b>INDICATORI DI APPROVVIGIONAMENTO</b>				
DMA SC	Politiche e sistemi di gestione e verifica	n.a.		T 8-9; 12-15; 28-29; 40; 46; 150-153; 181-182; 184; 189-193; 199; 211-214; 216-221 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e 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
<b>FP1</b>	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	12-13; 28-29; 150-153; 249; 253-257
<b>FP2</b>	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	12-13; 28-29; 150-153; 162-166; 171-174; 181-182; 185
<b>INDICATORI ECONOMICI</b>					
<b>DMA EC</b>	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	8-9; 12-13; 19-21; 24-25; 28-29; 64-67; 69-73; 88; 91; 120-125; 132-134; 141; 153-159; 162-166; 168-169; 171-175; 204
<b>Performance economica</b>					
<b>EC1</b>	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	24
<b>EC2</b>	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	204
<b>EC3</b>	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	n.a	T	94
<b>EC4</b>	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	V. Occupazione e relazioni industriali XI. Fiscalità	n.a	T	25
<b>Presenza sul mercato</b>					
<b>EC5</b>	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	T	88-90
<b>EC6</b>	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	29; 123-127
<b>EC7</b>	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	91

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e 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
<b>Impatti economici indiretti</b>					
<b>EC8</b>	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	29; 64-67; 69-72; 74-79; 127-130; 132-135; 138-141; 143-145
<b>EC9</b>	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	29; 64-67; 69-72; 74-79; 127-131; 143-145; 202-204
<b>INDICATORI AMBIENTALI</b>					
<b>DMA EN</b>	Politiche e sistemi di gestione e verifica	VI. Ambiente	6.2 Governo dell'organizzazione 6.5 Ambiente	T	8-9; 12-13; 20-21; 28-29; 40; 150-153; 194; 199; 202-205; 207-208 <a href="http://www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta">www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta</a>
<b>Materie prime</b>					
<b>EN1</b>	Materie prime utilizzate per peso e volume	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	21; 153; 162; 200; 223-225
<b>EN2</b>	Percentuali dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	200; 223-225
<b>Energia</b>					
<b>EN3</b>	Consumo diretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	200; 212
<b>EN4</b>	Consumo indiretto di energia suddiviso per fonte energetica primaria	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	200; 212; 217-218
<b>EN5</b>	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	211-214; 216-219; 227-229
<b>EN6</b>	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	211-214; 216-219; 227-229
<b>EN7</b>	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	211-214; 216-219; 227-229

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e 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
<b>Acqua</b>					
EN8	Prelievo totale di acqua per fonte	VI. Ambiente.	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	200; 208
EN9	Fonti idriche significativamente interessate dal prelievo di acqua	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	208
EN10	Percentuale e volume totale dell'acqua riciclata e riutilizzata	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.4 Uso sostenibile delle risorse	T	208-209
<b>Biodiversità</b>					
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	201
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	201
<b>Emissioni, scarichi, rifiuti</b>					
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	199-200; 220-221
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	199; 229
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	199; 220-221; 228-229
EN19	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono per peso	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T	221
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	208
EN22	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T	210-211
EN23	Numero totale e volumi di sversamenti significativi	VI. Ambiente	6.5 Ambiente 6.5.3 Prevenzione dell'inquinamento	T	211
<b>Prodotti e servizi</b>					
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	217-218; 225-226
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	223
<b>Conformità</b>					
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	25

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e 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
<b>Trasporti</b>					
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	227-229
<b>INDICATORI SOCIALI</b>					
<b>Indicatori sulle pratiche di lavoro e sulle condizioni di lavoro adeguate</b>					
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	8-9; 22-23; 80-110 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta; www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-etico/eccellenza-affidabilita
<b>Occupazione</b>					
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	80-83
LA2	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	T	86-87
LA15	Tasso di ritorno al lavoro e tasso di retention dopo il congedo parentale, suddivisi per genere	V. Occupazione e relazioni industriali	6.4 Rapporti e condizioni di lavoro 6.4.4 Condizioni di lavoro e protezione sociale	NC	87 Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/2015
<b>Relazioni industriali</b>					
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	93
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	92
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	92
<b>Salute e sicurezza sul lavoro</b>					
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	95-97 Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/2015

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e 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
<b>LA8</b>	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	66-67; 99; 107
<b>Formazione e istruzione</b>					
<b>LA10</b>	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	103-104; 107 Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/2015
<b>LA11</b>	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	100-104; 106-107
<b>LA12</b>	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	106
<b>Diversità e pari opportunità</b>					
<b>LA13</b>	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	82; 84-85
<b>Remunerazione paritaria tra donne e uomini</b>					
<b>LA14</b>	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	88-90 Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/2015
<b>Indicatori diritti umani</b>					
<b>DMA HR</b>	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	8-9; 25; 28-29; 40; 88-90; 92-93; 100-105; 150-153 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta; www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-etico/eccellenza-affidabilita

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e 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
<b>Pratiche di investimento e approvvigionamento</b>					
<b>HR1</b>	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; 40; 100-153; 156-161
<b>HR2</b>	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; 40; 100-153; 156-161; 174-180
<b>Non discriminazione</b>					
<b>HR4</b>	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	25
<b>Libertà di associazione e contrattazione collettiva</b>					
<b>HR5</b>	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; 40; 92-93; 150-153
<b>Lavoro minorile</b>					
<b>HR6</b>	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; 40; 150-153; 156-161; 174-180
<b>Lavoro forzato</b>					
<b>HR7</b>	Attività e principali fornitori con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligato e misure intraprese per contribuire all'abolizione di ogni loro forma	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; 40; 150-153; 156-161; 174-180
<b>Valutazioni</b>					
<b>HR10</b>	Percentuale e numero totale delle attività sottoposte a controlli e/o valutazioni di impatto relativi ai diritti umani	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; 40; 150-153; 156-161; 174-180

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e 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
<b>Azioni correttive</b>					
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	25
<b>Indicatori Società</b>					
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	8-9; 12-13; 25; 28-29; 40-43; 56; 62-65; 120-123; 132-135; 153-155; 157-161; 164-170; 172-174; 214-216  www.ferrero.com/it/ responsabilita-sociale/ codice-di-condotta
<b>Collettività</b>					
S01 (FPSS)	Natura, obiettivo ed impatto di qualsiasi programma e attività che valuta e gestisce gli impatti delle operazioni sulla comunità	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	25; 40; 62-63; 65-70; 117; 127-131; 136-141; 156-161; 169-170; 180; 213-215
S01 (G3.1)	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	29; 40; 62-66; 68-71; 120-123; 132-134; 153-157; 159-161; 164-170; 172-174; 214-216
S09	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	29
S010	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	29
<b>Alimenti sani e accessibili</b>					
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	41-43; 62-63; 132-134
<b>Corruzione</b>					
S02	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	25

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e 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
S03	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	25 Svilupperemo ulteriormente il nostro sistema di raccolta dati interno entro il 2014/2015
S04	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	25
<b>Contributi politici</b>					
S05	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	26-27; 41-43; 56; 150-153; 162; 164-166; 171-174
S06	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/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta  Il Gruppo Ferrero non consente comportamenti che offrano, promettano, chiedano o consegnino un indebito beneficio pecuniario, o di altra natura, a pubblici ufficiali e/o funzionari e/o membri delle loro famiglie e/o partner commerciali, con l'intenzione di corrompere, direttamente o indirettamente. Ferrero non consente contributi a partiti politici e/o a candidati a pubblici incarichi
<b>Conformità</b>					
S08	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	25
<b>Indicatori di responsabilità di prodotto</b>					
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	25; 28-29; 40-43; 48; 56; 223-227

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e 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
<b>Salute e sicurezza dei consumatori</b>				
<b>PR1</b>	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 28-29; 40-43; 48-49 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta
<b>PR2</b>	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 25; 54
<b>FP5</b>	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 51-53
<b>FP6</b>	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 41-46
<b>FP7</b>	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 41-46
<b>Etichettatura di prodotti e servizi</b>				
<b>PR3</b>	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 59; 223-227
<b>FP8</b>	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 59
<b>Comunicazione di marketing</b>				
<b>PR6</b>	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 56

GRI-G3.1 & FPSS Informativa sulla modalità di gestione (DMA) e 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
<b>PR7</b>	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 57-59
<b>Conformità</b>				
<b>PR9</b>	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 25
<b>INDICATORI DI BENESSERE DEGLI ANIMALI</b>				
<b>DMA AW</b>	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 28-29; 40; 184 www.ferrero.com/it/responsabilita-sociale/codice-di-condotta
<b>Allevamento e genetica</b>				
<b>FP9</b>	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
<b>Zootecnica</b>				
<b>FP10</b>	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
<b>FP11</b>	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
<b>FP12</b>	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
<b>Trasporto, movimentazione e macellazione</b>				
<b>FP13</b>	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

**RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE  
SUL RAPPORTO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA**

Al Consiglio di Amministrazione di  
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 2014. La responsabilità della redazione del rapporto di sostenibilità in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" (versione 3.1, 2011) e al "Food Processing Sector Supplement" entrambi definiti dal GRI - Global Reporting Initiative, indicate nel paragrafo "Premessa metodologica", compete agli amministratori di Ferrero International S.A., così come la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti. Compete altresì agli amministratori di 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 Ethics Standards Board for Accountants ("IESBA"), 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 nel paragrafo "Il Gruppo" del rapporto di sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 agosto 2014, sul quale Deloitte Audit Société à responsabilité limitée ha emesso la relazione della società di revisione, in data 25 febbraio 2015;
  - 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;

- 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 di 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 30 luglio 2014.

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 2014 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" (versione 3.1, 2011) e al "Food Processing Sector Supplement" entrambi definiti dal GRI - Global Reporting Initiative, come descritto nel paragrafo "Premessa metodologica".

Milano, 31 luglio 2015

DELOITTE ERS – ENTERPRISE RISK SERVICES S.r.l.

*Franco Amelio*

**Franco Amelio**  
Socio  
Sustainability Services



**FERRERO**

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

**Italia**

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

Stampato su carta FSC

