



RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA  
RAPPORTO 2008/2009

CONDIVIDERE VALORI  
PER CREARE VALORE

**FERRERO**®

## Premessa metodologica

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

Questo rapporto ha l'obiettivo di illustrare la strategia di responsabilità sociale e di sostenibilità del Gruppo Ferrero e le relative iniziative, sviluppate in tutto il mondo, riferite al periodo 1° settembre 2008 - 31 agosto 2009. Altri ne seguiranno annualmente.

A partire dagli obiettivi raggiunti e in vista di quelli prefissati entro il 2013/15, le tematiche di questa prima edizione sono state selezionate in base al loro livello di rilevanza per il Gruppo, tenendo naturalmente conto degli orientamenti di coloro con cui abbiamo consuetudine di confronto e con i quali i principi ispiratori del rapporto sono stati condivisi.

La redazione è stata curata dall'Ufficio di Coordinamento CSR del Gruppo Ferrero (e-mail: [csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com), indirizzo: Chaussée de la Hulpe 187, 1170 Bruxelles), in conformità alle linee-guida "Sustainability Reporting Guidelines" (G3) definite nel 2006 dal GRI (Global Reporting Initiative), integrate con alcuni indicatori del "Food Processing Sector Supplement" (versione in bozza del 24.08.09).

Il livello di applicazione dei parametri del GRI/G3 del presente Rapporto è C+.

Entro i prossimi due anni di rendicontazione, pensiamo di poter raggiungere un livello di GRI pari a B+.

La certificazione indipendente del presente rapporto è stata affidata a Deloitte con particolare attenzione al piano di condivisione dei principi di impresa e al codice etico aziendale (v. capitolo 1 e pag. 102).

Al rapporto di responsabilità sociale è stata data diffusione anche via internet ([www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)).







Tutto è cominciato sessantacinque anni fa nella piccola città piemontese di Alba. È da lì che hanno origine i valori e le tradizioni del Gruppo Ferrero, valori che ancora oggi costituiscono la forza motrice di un'industria dolciaria tra le prime al mondo, con un fatturato che supera i 6 miliardi di Euro e con oltre 20.000 dipendenti. Sono tali valori, più che i numeri, al centro del primo rapporto sulla responsabilità sociale del Gruppo Ferrero: valori duraturi, che alimentano i nostri rapporti con i consumatori e le comunità locali, con i dipendenti e le loro famiglie, con i partner commerciali e le istituzioni.

Il vero patrimonio del nostro Gruppo è costituito proprio da questi valori.

Il primo principio etico che ci ispira è l'impegno nel raggiungere e mantenere nel tempo l'eccellenza nella qualità dei nostri prodotti, al fine di rispettare e soddisfare appieno le esigenze del consumatore, mediante l'applicazione quotidiana della nostra filosofia aziendale ancorata ai valori di responsabilità sociale.

Essenziale alla sostenibilità della nostra attività produttiva, anche in un'ottica di lungo periodo, è continuare ad investire nell'innovazione dei nostri prodotti, ovvero prevedere un costante e vigoroso sforzo di ricerca e sviluppo. Per noi è così da sempre: Ferrero mira a sviluppare prodotti nuovi ed innovativi, e non già a seguire tendenze di mercato esistenti.

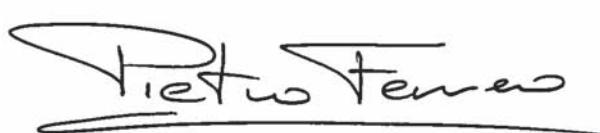
Da sinistra: Pietro, Michele, Maria Franca e Giovanni Ferrero

Siamo inoltre fieri che il nostro impegno in termini di affermazione dei valori imprenditoriali in cui crediamo sia legato costantemente a quello etico di lavorare per il beneficio delle comunità in cui siamo presenti, attraverso un forte radicamento con il territorio. Ciò avviene grazie al convinto contributo dei nostri dipendenti, operanti in tutto il mondo, che incarnano i valori della Ferrero per farne una realtà concreta e solidale.

Da sempre, Ferrero si occupa e si preoccupa del pieno rispetto dell'ambiente, delle questioni legate alla sicurezza alimentare, delle condizioni di vita dei cittadini dei Paesi ove opera e delle relative questioni sociali.

Un esempio: da qualche anno, Ferrero ha iniziato un progetto speciale, fortemente voluto da nostro padre, Michele, denominato "Imprese Sociali", volto a migliorare la qualità della vita in alcune delle aree più bisognose del mondo. Le prime "Imprese Sociali" sono già state realizzate in India, Sud Africa e Camerun. Non solo si creano nuovi posti di lavoro e si aiutano gli abitanti locali a specializzarsi: si mira a distribuire parte del valore prodotto per contribuire alla realizzazione dei progetti locali, specie a favore dei bambini, nei settori fondamentali della sanità e dell'istruzione. Un altro esempio è quello della Fondazione Ferrero, la cui meritoria attività è guidata da nostra madre, Maria Franca. La Fondazione ha una duplice valenza: da un lato è il punto di riferimento per gli "anziani Ferrero", cioè di tutte le persone che sono state dipendenti del Gruppo per almeno 25 anni, consentendo alle stesse di proseguire nella loro crescita sociale e culturale anche dopo il ritiro dalla vita lavorativa; dall'altro, in stretta connessione con il territorio, mira a valorizzare le ricchezze artistiche e culturali, con una serie continua di attività (mostre, conferenze, eventi commemorativi...).

Desideriamo, quindi, concludere rendendo omaggio alle persone che più hanno ispirato i nostri principi di responsabilità sociale: nostra madre Maria Franca e nostro padre Michele, che ha fondato il Gruppo ed ha creato i prodotti che conoscete e che, speriamo, amiate.



**Pietro Ferrero**  
CEO Ferrero International



**Giovanni Ferrero**  
CEO Ferrero International

# INDICE

<b>Premessa metodologica</b>	copertina
<b>Lettera CEOs</b>	2
<b>Indice</b>	4
<b>Introduzione Alla scoperta di Ferrero</b>	7
La storia della Ferrero	8
Ferrero nel mondo: dolcezza senza confini	10
I nostri prodotti	12
Dicono di noi...	14
Gli obiettivi raggiunti...	16
... e quelli da raggiungere, entro il 2013/15	17
<b>Capitolo 1 Visione, principi e struttura del Gruppo Ferrero</b>	19
I principi d'impresa	20
Prossimi passi	22
La struttura organizzativa del Gruppo Ferrero	23
<b>Capitolo 2 Impegni sociali e rapporti con il territorio</b>	27
La Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero	28
Le attività sociali della Fondazione Ferrero	29
Le attività culturali della Fondazione Ferrero	30
Prossimi passi	31
<b>Capitolo 3 Rispetto dei diritti umani e iniziative sociali</b>	33
Le Imprese Sociali Ferrero	34
Lavoro e formazione professionale	34
Le iniziative sociali: "United Kinder of the World"	35
Le risorse umane e la tecnologia	35
Le materie prime e i prodotti	36
L'avvio delle attività delle Imprese Sociali	36
Prossimi passi	37
<b>Capitolo 4 La valorizzazione delle risorse umane</b>	39
La valorizzazione delle persone in Ferrero	40
Le relazioni industriali	42
Un ambiente di lavoro sicuro	43
Formazione	46
La comunicazione interna	48
Prossimi passi	49
<b>Capitolo 5 Equilibrio nutrizionale in uno stile di vita sano</b>	51
Gli ingredienti Ferrero	52
L'importanza della prima colazione	53
La partecipazione alla Piattaforma Europea	54
La formulazione dei nostri prodotti e la giusta porzionatura	54

La sensibilizzazione e l'educazione alimentare	55
Il Network Europeo di Epode (EEN)	55
La promozione dell'attività fisica	56
Kinder + Sport	57
Lasciamo parlare le etichette	58
Una comunicazione pubblicitaria responsabile	59
Prossimi passi	61
<b>Capitolo 6 Il gusto per la qualità</b>	63
Qualità e sicurezza del processo produttivo	64
La sicurezza degli ingredienti e del processo produttivo	64
Il sistema di tracciabilità in Ferrero	65
I nostri stabilimenti	66
Ingredienti e ricerca universitaria	67
Assaggiare per valutare	67
Prossimi passi	69
<b>Capitolo 7 L'eccellenza delle materie prime: il valore di una scelta responsabile</b>	71
I nostri ingredienti principali	72
Dalla fava di cacao al cioccolato	72
L'olio di palma	74
Lo zucchero	75
Il latte	75
Le nocciole	76
La sostenibilità negli approvvigionamenti delle materie prime	77
Prossimi passi	77
<b>Capitolo 8 Il valore del gioco, in tutta sicurezza</b>	79
La sicurezza dei nostri giocattoli sin dalla fase di progettazione	80
Il Codice MPG	81
Il monitoraggio in Italia a cura dell'Istituto Italiano Sicurezza Giocattoli (IISG)	81
I contenitori delle sorprese	82
Aspetti etici ed ambientali	82
Prossimi passi	83
<b>Capitolo 9 Naturalmente Ferrero</b>	85
L'Impegno del Gruppo Ferrero in campo energetico	86
Alcuni dati di rilevanza ambientale del Gruppo Ferrero	91
Una "supply chain" integrata	92
Le cinque R per i nostri imballaggi	93
Prossimi passi	95
Indicatori GRI	96
Certificazione indipendente a cura di Deloitte	102



**RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA**

ALLA SCOPERTA  
DI FERRERO.

INTRODUZIONE

# LA STORIA DELLA FERRERO.

## Ad Alba, in Piemonte, il 14 maggio 1946 nasce il Gruppo Ferrero

Alla fine dello stesso anno, i dipendenti superano la cinquantina e il laboratorio pasticceria di via Rattazzi ad Alba, diventa troppo piccolo: è necessario il trasferimento dei laboratori nella sede più ampia di via Vivaro. Nello stesso anno Pietro Ferrero inventa il **Giandujot**.

### Anni '40

Giovanni Ferrero organizza il commercio e la vendita del **Giandujot** che consegna in giro per l'Italia assicurandosi sempre maggiori ordinazioni. Pietro Ferrero inventa la confezione monodose della pasta gianduia, il **Cremino**, destinata a un successo immediato. Nel marzo del 1948, la produzione della fabbrica supera i 3.000 quintali di prodotto e lo stabilimento deve ingrandirsi e assumere nuovo personale.

**Il 4 settembre 1948 un'alluvione** rischia di compromettere il lavoro dei primi anni. L'azienda resta isolata ma i dipendenti non la abbandonano; insieme ai fratelli Ferrero, tutti lavorano per quattro giorni e quattro notti. Alla fine del mese, la fabbrica torna attiva come prima.

Poco dopo, il 2 marzo 1949, un altro triste avvenimento: a 51 anni scompare improvvisamente Pietro Ferrero, il geniale fondatore dell'azienda. Il fratello Giovanni saprà raccoglierne il testimone.

### Gli anni '50: l'espansione dell'azienda in Italia

Nel 1950 la Ferrero ha una propria rete di distribuzione sempre più capillare ed efficace, superando in poco tempo il migliaio di furgoncini.

È del 1954 la scelta di un nuovo marchio che ne farà conoscere il nome a livello nazionale, mantenendo inalterati i valori di credibilità e affidabilità con cui l'azienda si identifica: una scritta Ferrero in corsivo minuscolo sotto una piccola corona stilizzata, a ricordare Alba, la "città delle cento torri".

### 1956: il primo stabilimento all'estero

Ferrero apre uno stabilimento in Germania a Stadtallendorf. Si inizia con la **Cremalba**, presentata con successo sul mercato tedesco a cui segue la messa in produzione del **Mon Chéri**. Il successo di quest'ultimo è esorbitante.

### 1957: Michele Ferrero alla guida del Gruppo

Nel 1957 muore Giovanni Ferrero. Il controllo dell'azienda passa al nipote Michele che rinnova, in breve tempo, gli stabilimenti per favorirne l'aumento di produzione attraverso l'impiego di tecnologie sempre più sofisticate e di macchinari sempre più efficienti.





## Anni '60: l'azienda si espande in tutta Europa

Nel 1960 nasce la Ferrero Francia e subito dopo la Ferrero Belgio.

Nel giro di pochi anni, grazie all'allestimento di un'adeguata rete commerciale, Ferrero si espande in tutta Europa: Olanda, Lussemburgo, Gran Bretagna, Austria, Danimarca, Svezia, Svizzera e nel 1964 si inaugurano i nuovi uffici direzionali della Ferrero Italia a Pino Torinese.

**Nel 1964 Michele Ferrero crea la Nutella.**

**Nel 1968 Michele Ferrero lancia sul mercato Kinder Cioccolato.**

Il marchio è destinato ad identificarsi con una linea intera di prodotti alimentari specializzati per ragazzi, la "Kinder Division".

## Anni '70 e '80

Nel 1969 viene inaugurata la Ferrero USA. Si creano società commerciali, di cui alcune con stabilimenti produttivi: in Canada, in America Latina, nel Sud-Est Asiatico e in Australia.

A partire dagli anni Ottanta, la Ferrero è posizionata strategicamente in tutti i continenti.

**1985:** nel sud d'Italia si realizzano **due nuovi stabilimenti** che contribuiscono alla rinascita delle zone devastate dal terremoto in Irpinia del 1980.

## Anni '90

Inizia l'apertura verso i Paesi dell'Europa dell'Est con l'installazione di sedi commerciali in Polonia, Ungheria e Repubblica Ceca e del nuovo stabilimento produttivo a Belsk (Polonia).

**1994: una terribile alluvione.**

**Nel mese di novembre**, una terribile alluvione, che farà purtroppo parecchie vittime in Piemonte, colpisce anche lo stabilimento di Alba. L'azienda subisce ingenti danni, la produzione è costretta a fermarsi ma, come già avvenne nel 1948, i dipendenti – anche quelli che hanno le case in parte distrutte – decidono di lavorare accanto alla famiglia Ferrero, per riportare in sole due settimane la "loro" fabbrica in attività.

**Nel 1997**, la terza generazione fa il suo ingresso alla guida dell'azienda: i figli di Michele Ferrero, **Pietro e Giovanni**, dopo anni di buon lavoro all'interno del Gruppo, diventano **Chief Executive Officer** di Ferrero International, la "holding" del Gruppo, con 17 stabilimenti produttivi e 16.000 dipendenti.

## Anni 2000

L'arrivo del terzo millennio rafforza la crescita e la vocazione internazionale della Ferrero. Nel 2004 si festeggiano i 40 anni di **Nutella** ed i 30 anni di **Kinder Sorpresa**.

**Nel 2006**, viene lanciato un nuovissimo prodotto: **il Gran Soleil** ed entra in funzione il nuovo importante stabilimento canadese a Brantford.

**Siamo nel 2009, e la nostra storia continua...** con oltre 20.000 dipendenti e più di 6 miliardi di Euro di fatturato. L'intera famiglia Ferrero continua a profondere il proprio entusiastico impegno per il Gruppo, con i valori di innovazione e di eccellenza che ne hanno determinato il successo.

# FERRERO NEL MONDO: DOLCEZZA SENZA CONFINI.

<b>34 SOCIETÀ OPERATIVE</b>	<b>Anno</b>
GERMANIA	1956
BELGIO	1958
FRANCIA	1960
ITALIA	1964
REGNO UNITO	1966
SVIZZERA	1966
SVEZIA	1968
STATI UNITI	1969
AUSTRIA	1971
CANADA	1974
AUSTRALIA	1974
PORTORICO	1975
IRLANDA	1975
HONG KONG	1976
GIAPPONE	1978
OLANDA	1980
SPAGNA	1988
ARGENTINA	1992
MESSICO	1992
POLONIA	1992
LUSSEMBURGO	1993
BRASILE	1994
UNGHERIA	1994
REP. CECA	1994
RUSSIA	1997
UCRAINA	2003
CROAZIA	2003
SRI LANKA	2004
INDIA	2004
SUD AFRICA	2004
TURCHIA	2005
GRECIA	2005
ROMANIA	2006
CINA	2006

<b>18 STABILIMENTI PRODUTTIVI</b>	<b>Anno</b>
ITALIA – ALBA	1946
GERMANIA – STADTALLENDORF	1956
FRANCIA – VILLERS ECALLES	1960
ITALIA – POZZUOLO MARTESANA	1965
AUSTRALIA – LITHGOW	1974
IRLANDA – CORK	1975
ECUADOR – QUITO	1975
ITALIA – BALVANO	1985
ITALIA – S. ANGELO DEI LOMBARDI	1985
BELGIO – ARRON	1989
POLONIA – BELSK	1992
ARGENTINA – LA PASTORA	1992
BRASILE – POCOS DE CALDAS	1994
CANADA – BRANTFORD	2006
CAMERUN – YAOUNDÉ	2006
INDIA – BARAMATI	2007
SUD AFRICA – JOHANNESBURG	2007
RUSSIA – VLADIMIR*	2009



STABILIMENTO DI CONFEZIONAMENTO	Anno
USA - Somerset	1969

IMPRESE SOCIALI	Anno
CAMERUN - YAOUNDÉ	2004
SUD AFRICA - GAUTENG - JOHANNESBURG	2005
INDIA - BARAMATI (PUNE)	2007

\* Nel 2008, completamento e messa in funzione di un nuovo stabilimento produttivo in Russia (Vladimir), operativo da Ottobre 2009

LA FRESCHEZZA E L'INNOVAZIONE  
SONO LE CHIAVI  
DEL NOSTRO SUCCESSO,  
DI GENERAZIONE IN GENERAZIONE.



\* Le date si riferiscono al lancio dei prodotti sul mercato italiano

# E MOLTI ALTRI ANCORA...

## **CREME**

NUTELLA & GO!, NUTELLA SNACK & DRINK.

## **SNACKS**

HANUTA, KINDER BUENO WHITE, KINDER COUNTRY, KINDER MAXI, TRONKY, YOGURETTE.

## **PRODOTTI DA FORNO**

BRIOSS, FIESTA, KINDER BRIOSS, KINDER COLAZIONE PIÙ, KINDER PAN E CIOC, YOGO BRIOSS.

## **PRODOTTI SEMIFREDDI**

KINDER CHOCO FRESH, KINDER MAXI KING, KINDER PINGUÌ.

## **UOVA E PRODOTTI “REGALO”**

KINDER GRANSORPRESA, KINDER SOFTY, NOGGY, SCHOKO-BONS.

## **PRALINE**

FERRERO KÜSSCHEN, FERRERO OPERA, Giotto.

## **LA NOSTRA PRODUZIONE IN NUMERI...**

<b>GRUPPO FERRERO</b>		
TOTALE PRODOTTI	2007-2008	2008-2009
in quintali	9.782.500	9.817.700

<b>FERRERO INTERNATIONAL</b>		
FATTURATO NETTO	2007-2008	2008-2009
€/000	6.214.058	6.345.036

## DICONO DI NOI...

### MIGLIORE REPUTAZIONE ED AFFIDABILITÀ

In base ad un'indagine mondiale effettuata dal Reputation Institute di New York, il Gruppo Ferrero si colloca al primo posto assoluto per la migliore reputazione generale nel mondo intero.  
2009

### Premio "CSR Initiative for Peace and Sport of the year"

L'Organizzazione non governativa "Peace and Sport" ([www.peace-sport.org](http://www.peace-sport.org)) ha nominato Kinder + Sport fra i tre progetti finalisti per il premio destinato alla migliore iniziativa CSR.  
2009

### Premio "Leadership" di Coolbrands

Il Tribute Event Coolbrands, l'evento in cui vengono selezionati i brand più "cool" del mercato italiano, ha selezionato ben tre brand della realtà Ferrero: Estathé, leader nelle bevande a base di tè, Ferrero Rocher, la pralina più offerta al mondo, e l'unica e inimitabile Nutella.  
2009



## Goldener Zuckerhut

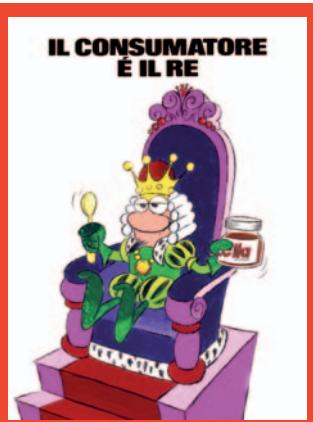
Ferrero Germania ha ricevuto per la seconda volta il “Goldener Zuckerhut”. Si tratta di un riconoscimento conferito alle aziende dell’industria alimentare che hanno influito in maniera importante e duratura sullo sviluppo di tale settore industriale.  
2009

## Premio “Brands Award” al Gran Soleil

Una giuria di 20 esperti, provenienti da diverse discipline, ha assegnato, nel 2007 e nel 2008, il primo premio assoluto a Ferrero Gran Soleil “per aver saputo creare e mantenere un mix innovativo di eccellenza, con nuove tecnologie di produzione, e un posizionamento vincente nell’area gusto e servizio”.  
2007, 2008

## European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions

Lo studio - condotto in diversi paesi, settori e tipologie di aziende - ha incluso la Ferrero tra le migliori aziende che attuano una buona pratica relativamente al rapporto con i dipendenti e al rapporto che continua anche nella fase successiva al pensionamento.  
2006



Le illustrazioni fanno parte dell’archivio storico Ferrero

## GLI OBIETTIVI RAGGIUNTI...

### Ferrero nasce nel 1946

Nel 1956 apre il primo stabilimento all'estero.

Nel 2008, il Gruppo Ferrero si posiziona tra le prime industrie dolciarie al mondo.

Un risultato raggiunto attraverso scelte attente, da sempre, alla qualità dei prodotti, all'innovazione, all'interesse per le persone e al rispetto per l'ambiente.

### "Reputation Award" 2009

Il Reputation Institute di New York ha assegnato al Gruppo Ferrero tale prestigioso riconoscimento per la migliore reputazione e affidabilità, sulla base della scelta dei consumatori di 32 paesi di tutto il mondo.

### 18 stabilimenti produttivi e sempre nuovi prodotti

10 in Europa e 8 in: Australia, Ecuador, Argentina, Brasile, Canada, Camerun, India, Sud Africa.

### Oltre 20.000 dipendenti

Al 31 agosto 2009, il nostro organico è composto da 21.555 persone delle quali l'83% si trova in Europa.

### Stile di vita sano

Confezioniamo prodotti dalla giusta porzionatura facilmente integrabili in una dieta equilibrata e promuoviamo l'esercizio dell'attività fisica.

### Rispetto per l'ambiente

La gestione degli impianti risponde ad un uso efficace dell'energia e delle risorse naturali e punta ad una sempre maggiore riduzione degli impatti ambientali.

### Risposte concrete ai bisogni delle persone

È stato inaugurato, nel 2009, un asilo nido dedicato a 60 bambini, figli dei dipendenti Ferrero ma aperto anche alla cittadinanza di Alba.

# ...E QUELLI DA RAGGIUNGERE, ENTRO IL 2013/15

## Per le persone in Ferrero e per le Comunità dove siamo presenti

I nostri obiettivi concreti in tale ambito sono:

<b>Completare il piano di condivisione dei principi d'azienda</b>	Capitolo 1 <b>Visione, principi e struttura del Gruppo Ferrero</b> Capitolo 4 <b>La valorizzazione delle risorse umane</b>
<b>Potenziare le attività delle Imprese Sociali e della Fondazione Ferrero</b>	Capitolo 3 <b>Rispetto dei diritti umani e iniziative sociali</b> Capitolo 2 <b>Impegni sociali e rapporti con il territorio</b>

## Per il pieno rispetto dell'ambiente

Sempre più impegnati sul fronte ambientale, miriamo tra l'altro a:

<b>Sviluppare una capacità di autoproduzione energetica pari al fabbisogno di tutti gli stabilimenti produttivi in Europa</b>	Capitolo 9 <b>Naturalmente Ferrero</b>
<b>Riduzione di almeno il 15% dei consumi – diretti e indiretti – di combustibili fossili e conseguentemente delle emissioni di CO<sub>2</sub>, rispetto al 2007</b>	Capitolo 9 <b>Naturalmente Ferrero</b>

## Per l'approvvigionamento etico delle materie prime

Il nostro obiettivo è quello di **approvvigionarci di olio di palma certificato sostenibile per il 100% del nostro fabbisogno, entro il 2015**

Capitolo 7  
**Eccellenza delle materie prime, il valore di una scelta responsabile**

## Per promuovere uno stile di vita sano

**Continueremo a sostenere e ad ampliare "Kinder + Sport":** il nostro progetto ideato per promuovere uno stile di vita sano mediante la diffusione dello sport come pratica quotidiana, soprattutto fra i bambini

Capitolo 5  
**Equilibrio nutrizionale in uno stile di vita sano**

## Per una comunicazione responsabile

**Adotteremo una politica di autoregolamentazione delle pubblicità indirizzate ai bambini a livello globale, da gennaio 2012**

Capitolo 5  
**Equilibrio nutrizionale in uno stile di vita sano**



RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

I VALORI GIUSTI PER  
ANDARE LONTANO.

## CAPITOLO 1

VISIONE, PRINCIPI  
E STRUTTURA  
DEL GRUPPO  
FERRERO

## La passione per l'eccellenza e l'affidabilità.

Sin dalla fondazione del Gruppo nel 1946, ad opera di Pietro Ferrero, la filosofia aziendale è stata sempre la passione per l'eccellenza e l'affidabilità dei prodotti. Il figlio di Pietro, Michele, ha portato tale filosofia prima in Europa e poi nel mondo con l'espansione del Gruppo. Con queste solide basi, il Gruppo è cresciuto grazie all'impegno quotidiano delle persone che lo compongono nel perseguire sempre nuovi obiettivi imprenditoriali, senza mai perdere di vista i fondamentali valori dell'azienda.

Questo nostro primo Rapporto sulla responsabilità sociale del Gruppo, intende confermare la visione etica del Gruppo ed esprimere con chiarezza i nostri principi d'impresa, diffondendoli con trasparenza e coerenza. Tali principi sono stati raccolti e condivisi internamente per la prima volta nel 2004, per poi essere aggiornati nel 2009 nella versione qui illustrata. Essi orientano i comportamenti di tutto il personale Ferrero nelle relazioni quotidiane con il consumatore, con le comunità, con le istituzioni e con i partner commerciali.

### NELLE PAROLE DI MICHELE FERRERO:

“La Ferrero ha al suo interno un patrimonio di risorse che le consente di superare le difficoltà e di proseguire il suo cammino verso un futuro di solidità e di crescita. Sono risorse che derivano dalla **forza dei suoi prodotti e dallo spirito che unisce tutti i collaboratori**. (...) Siate quindi fiduciosi, continuate con serenità a dare il vostro impegno con quello **spirito di lealtà, coscienza professionale e dedizione che ha sempre caratterizzato la vostra azione: è un valore inconfondibile che ha contribuito al raggiungimento dei nostri successi nel passato e che sarà un fattore determinante per assicurare il nostro avvenire.**”

**MICHELE FERRERO - messaggio di fine anno ai collaboratori, dicembre 2008**

## I principi d'impresa.

La nostra è quindi una storia di famiglia, ancorata a solidi principi d'impresa e valori, profondamente condivisi da tutti noi. Li ricordiamo ancora una volta:

### LEALTÀ E FIDUCIA

- La costante attenzione nei confronti delle esigenze del consumatore costituisce la premissa della nostra politica aziendale, ispirata alla massima trasparenza e all'eccellenza nella qualità. La lealtà verso i consumatori e la fiducia che essi ci accordano ogni giorno con i loro acquisti, sono il nucleo forte della relazione duratura che ci unisce.
- I nostri comportamenti in azienda si basano sulla reciproca fiducia tra colleghi, sulla piena disponibilità e trasparenza verso il Gruppo e verso tutte le parti interessate con le quali quotidianamente ci confrontiamo.

## RISPETTO E RESPONSABILITÀ

- Sosteniamo la tutela della dignità umana e il totale e incondizionato rispetto dei diritti umani, ovunque operino le società del Gruppo.
- Sosteniamo l'abolizione dello sfruttamento del lavoro minorile e del lavoro forzato e coercitivo, nell'ambito della nostra sfera di influenza e lungo tutta la catena produttiva, mediante strumenti giuridici e strette relazioni con le comunità locali.
- Valorizziamo le nostre risorse umane mediante la loro realizzazione personale e professionale, nel rispetto dell'egualanza. In tal modo rafforziamo il solido vincolo che ci unisce ai territori e alle comunità ove siamo presenti, contribuendo al loro sviluppo.
- Ci adoperiamo per evitare qualsiasi discriminazione nella disciplina del rapporto di lavoro in tutte le società del Gruppo, fin dal momento dell'assunzione. Obiettivo primario della nostra strategia occupazionale è di stabilire legami duraturi nel tempo, ispirati ai principi di crescita professionale e di riconoscimento del merito.
- Assicuriamo la libertà di associazione e l'effettivo esercizio del diritto alla contrattazione sindacale.
- Poniamo sempre al centro del nostro modo di operare, la tutela della salute umana e il rispetto dell'ambiente; gestiamo i nostri impianti mediante un uso sostenibile delle risorse idriche, delle materie prime, dei materiali e dell'energia, compreso l'utilizzo di fonti rinnovabili; perseguiamo il miglioramento dell'impatto ambientale in tutte le sue forme, in particolare mediante la riduzione delle emissioni, l'eliminazione degli sprechi e una corretta gestione dei rifiuti.

## INTEGRITÀ E SOBRIETÀ

- Il nostro modo di comunicare all'esterno, compresa la pubblicità, è rispettoso della dignità umana, della famiglia e del bambino, in linea con i nostri principi etici. Esso si basa sul consumo equilibrato dei nostri prodotti ed è ispirato alla promozione di uno stile di vita sano.
- La nostra attività di sensibilizzazione nei confronti delle istituzioni internazionali, nazionali e locali si basa su solide conoscenze scientifiche ed è sempre ispirata ad integrità intellettuale e di comportamento, nonché alla massima trasparenza.

## PASSIONE PER LA RICERCA E L'INNOVAZIONE

- Il nostro obiettivo è creare prodotti unici, mediante processi altamente innovativi di ricerca e produzione, con nostre tecnologie.
- Applichiamo un consolidato sistema di controllo della qualità e tracciabilità di ogni singola materia prima per salvaguardarne le caratteristiche organolettiche e nutrizionali.
- Un fondamentale elemento del nostro successo è l'accuratissima selezione di materie prime di qualità, di cui ci approvvigioniamo nel pieno rispetto di uno stringente codice inherente alla loro origine, raccolta e lavorazione.
- In un contesto mondiale di crescente attenzione verso i temi della sicurezza alimentare, della nutrizione e dell'attività fisica, orientiamo la nostra strategia di ricerca e i nostri investimenti produttivi verso la creazione di prodotti di elevatissimo standard, studiati in termini di apporto nutrizionale e di porzionatura, affinché siano integrabili in una dieta equilibrata, con particolare cura per i bambini e la famiglia.

CI RICONOSCIAMO NEL MOTTO: “**LAVORARE, CREARE, DONARE**”, FORMULATO E SEMPRE APPLICATO DA MICHELE FERRERO. IN SOSTANZA, PRIVILEGIAMO L’ETICA DEL FARE RISPETTO ALLA PRATICA DELL’APPARIRE.

In sintesi, si tratta della filosofia che ha ispirato ed ispira:

- **La Fondazione Ferrero**, la quale si dedica, mediante un ampio ventaglio di attività sociali e culturali, a mantenere vivo e costante il rapporto con gli ex dipendenti Ferrero, consolidando il legame con i territori in cui operiamo;
- **Le Imprese Sociali Ferrero**, basate su investimenti nelle zone più povere del mondo per migliorarne le condizioni di vita, destinando parte delle risorse che ne derivano ai loro abitanti e in particolare ai bambini;
- **L’intero Gruppo Ferrero**, quotidianamente impegnato in attività con forti connotazioni di responsabilità sociale.

I nostri principi d’impresa sono conformi alle pertinenti Convenzioni delle Nazioni Unite (in particolare le Convenzioni “Global Compact” e sui “Diritti del Bambino”), incluse tra l’altro quelle dell’Organizzazione Internazionale del Lavoro e dell’Organizzazione Mondiale della Sanità.

Questi valori e principi sono sviluppati nel nostro **Codice Etico, consultabile sul sito [www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)**

Per segnalare questioni relative alla responsabilità sociale d’impresa, è stata attivata una casella di posta elettronica a cui far ricorso sia dall’esterno che dall’interno dell’azienda: [csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com).

I prossimi capitoli illustrano come la nostra strategia aziendale si ispiri ai principi di Gruppo, anche mediante apposite strutture CSR, di seguito descritte.

## Prossimi passi

È ATTIVO UN PROCESSO DI AGGIORNAMENTO DEGLI STRUMENTI E DELLE PROCEDURE INTERNE PER LA SEGNALAZIONE, DA PARTE DEI COLLABORATORI, DI VIOLAZIONI AI PRINCIPI ILLUSTRATI NEL CODICE ETICO AZIENDALE.

ABBIAMO MESSO A PUNTO UN PIANO DI CONDIVISIONE E DIFFUSIONE DEI NUOVI PRINCIPI D’IMPRESA E DEL CODICE ETICO NEI CONFRONTI DI TUTTI I DIPENDENTI FERRERO ED ANCHE DEI NOSTRI PRINCIPALI INTERLOCUTORI ESTERNI, DA ATTUARE ENTRO IL PRIMO SEMESTRE 2010.

LA VERIFICA DI CONFORMITÀ DI TALE PIANO È AFFIDATA A DELOITTE (v. pagina 102).

## La struttura organizzativa del Gruppo Ferrero.

Dal 1946 ad oggi, la struttura societaria del Gruppo si è evoluta nel tempo, accompagnandone l'espansione mondiale. I punti cardinali che contraddistinguono la storia e la crescita del Gruppo Ferrero sono: **la continuità nella proprietà familiare e la conquista di nuovi mercati, anche tramite la creazione di nuovi stabilimenti, accompagnate dalla costante innovazione dei prodotti.**

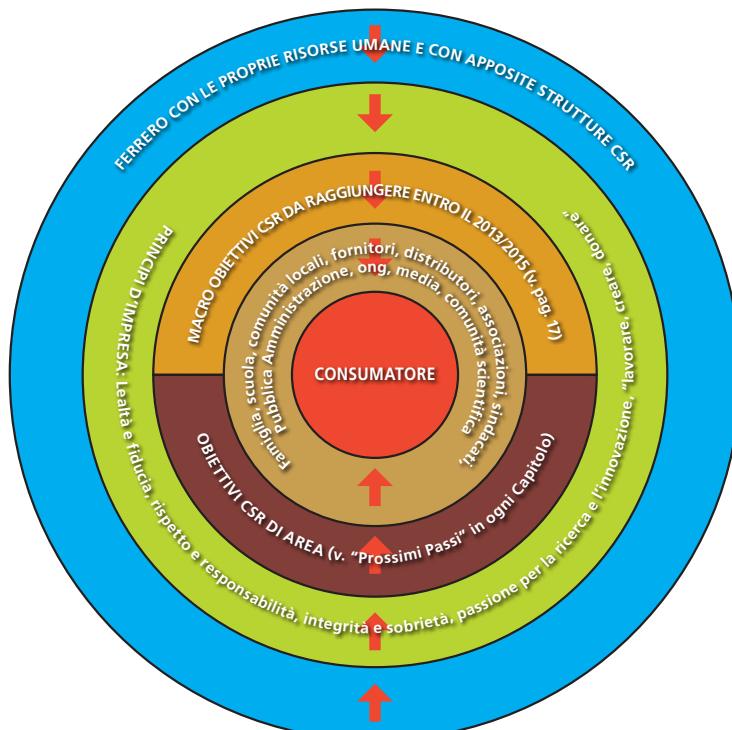
Al 31 agosto 2009, il Gruppo risulta composto da circa 70 società controllate dalla capogruppo Ferrero International S.A., con sede a Lussemburgo (Findel Business Center, Route de Trèves L-2632), con la forma legale di una "société anonyme" di diritto lussemburghese.

Ferrero International adotta un modello tradizionale di corporate governance, nell'ambito del quale l'**Assemblea** e il **Consiglio di Amministrazione (CDA)** hanno un ruolo centrale. Al Presidente del CDA non è attribuito un ruolo esecutivo. Il CDA include anche membri non appartenenti alla famiglia Ferrero, tra cui il Vice-Presidente.

Il **CDA** si avvale dell'attività di comitati gestionali. Inoltre, il CDA ha istituito un network di comitati di audit, operanti sia a livello locale presso le principali controllate che a livello di capogruppo, composti in maggioranza da qualificati professionisti esterni al Gruppo. Tali comitati di audit svolgono una funzione consultiva e propositiva per il CDA in materia di sistema di controllo interno e, tramite il loro ausilio, il CDA definisce le linee di indirizzo miranti a rafforzare l'efficacia del sistema di controllo interno, anche tramite il costante riferimento alle best practice internazionali.

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

Il **"Career and Remuneration Committee"** ha come scopo la determinazione della politica retributiva, *lato sensu*, dei "top manager" del Gruppo Ferrero e dei loro piani di carriera. Inoltre, tale comitato formula proposte e raccomandazioni in tema di relazioni con il personale e formula le proposte di nomina dei consiglieri delle società del Gruppo.



Ai fini della determinazione e gestione della **politica di Gruppo in materia di CSR** sono stati costituiti due comitati, coordinati dal Vice-Presidente: il **comitato di pilotaggio CSR** e il **team operativo CSR**. Il comitato di pilotaggio CSR è composto da direttori e senior manager ed ha il compito di definire l'indirizzo e le linee guida di Gruppo sulle attività di CSR, mentre il team operativo si occupa soprattutto della gestione e dell'applicazione della politica di CSR di Gruppo, anche attraverso il coordinamento con i team locali CSR. È stato inoltre costituito un ufficio di coordinamento CSR, con sede a Bruxelles (e-mail: [csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com)).

Tali strutture CSR hanno svolto, tra l'altro, **un percorso di riflessione sui temi più rilevanti di responsabilità sociale**, selezionati sulla base dei principi e valori del Gruppo, coinvolgendo i principali referenti con cui abbiamo consuetudine di confronto. Mediante tale processo, sono state ulteriormente affinate la percezione di rilevanza interna e la comprensione dell'impatto esterno delle tematiche trattate. Si tratta, naturalmente, di attività soggette ad affinamenti continui che amplieremo con iniziative di ascolto con alcune categorie di interlocutori esterni. Siamo particolarmente fieri di sottolineare che in tutte le riflessioni interne è emerso un dato costante: **la fiducia del consumatore** è il fine ultimo e il principio ispiratore di tutte le azioni svolte dal Gruppo. Un'altra priorità emersa riguarda la centralità della **valorizzazione delle risorse umane interne** al Gruppo. Gli altri nostri principali interlocutori esterni sono: la famiglia, le scuole, le comunità locali dove operiamo, la rete dei fornitori e dei distributori, le associazioni, i sindacati, la Pubblica Amministrazione, le organizzazioni non governative, i media e la comunità scientifica.

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

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

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

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

**CIAA** - European Federation of Food & Drink Industries: federazione europea che promuove e rappresenta gli interessi del settore alimentare e bevande ([www.ciaa.be](http://www.ciaa.be)).

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

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

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

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

L'elenco delle associazioni cui Ferrero partecipa, nei paesi dove è presente, è consultabile nei siti internet delle varie sedi.

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

- le attività di ricerca e sviluppo di prodotti, processi e tecniche di produzione;
- progettazione di impianti/macchinari d'importanza strategica (circa il 50%);
- le attività di produzione e trasformazione.

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

- sulla filiera di produzione agricola di nocciole con l'obiettivo di sviluppare piantagioni proprie al fine di soddisfare parte della domanda (v. Capitolo 7);
- lo sviluppo di attività di produzione e commercializzazione dell'energia, in modo da coprire in parte i fabbisogni del Gruppo con investimenti in impianti ad alta efficienza e in attività di utilizzo di energie rinnovabili (v. Capitolo 9).

Le seguenti operazioni avvengono inoltre in "outsourcing":

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





**RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA**

La foto, che ritrae pensionati Ferrero, è di Bruno Murielado.

LAVORARE, CREARE, DONARE.

## CAPITOLO 2

IMPEGNI SOCIALI  
E RAPPORTI CON  
IL TERRITORIO



## La Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero: UNA FONDAZIONE PER L'UOMO E LA CULTURA.

La Ferrero ha saputo conquistare la fiducia dei consumatori nel mondo con prodotti inimitabili e, nel contempo, ha saputo costruire al suo interno un contesto umano basato su principi e valori che si sono tramandati di generazione in generazione. Essa ha saputo fondere il forte spirito imprenditoriale con un elevato senso di coesione, che si è radicato nelle coscenze creando il genuino e profondo legame tra i membri della famiglia proprietaria e tutti i collaboratori.

Con questo spirito, la famiglia Ferrero ha costituito, già dal 1983, un ente denominato "Opera Sociale", destinato inizialmente ad accogliere gli anziani del Gruppo, così da sviluppare il senso di continuità della loro appartenenza all'azienda.

**Nel 1991, dalle radici dell'Opera Sociale, nasce la Fondazione Ferrero per volontà del Cavaliere del Lavoro Michele Ferrero che la intitola ai genitori e allo zio, fondatori dell'industria dolciaria.**

«DESIDERO CHE LE PERSONE CHE HANNO CONTRIBUITO CON ME A SVILUPPARE PRODOTTI INNOVATIVI PER I CONSUMATORI, POSSANO AVERE A DISPOSIZIONE UNO SPAZIO FISICO E RISORSE ECONOMICHE E UMANE PER CONTINUARE AD IMPARARE COSE NUOVE, IL CUI FRUTTO VENGA DONATO AGLI ALTRI E AL TERRITORIO».

Con queste parole, Michele Ferrero diede vita al concetto che guida l'attività della Fondazione Ferrero: lavorare per creare cose nuove da donare agli altri.

Da allora, **"Lavorare, Creare, Donare"** sono i valori guida che ispirano l'operato della Fondazione Ferrero e dell'intero Gruppo. Con queste espressioni si è voluto esaltare il senso dell'origine: onore al lavoro, culto della creatività e delle idee, missione umanitaria. La Fondazione, sotto la guida instancabile del **suo Presidente, Signora Maria Franca Ferrero**, ha ampliato progressivamente il raggio d'azione e l'orizzonte fino a diventare oggi un punto di riferimento preciso e un centro attivo nei campi del sociale, filantropico, culturale ed artistico, che estende la sua influenza dal Piemonte a tutta l'Italia ed anche oltre i confini nazionali. Nel rispetto dei principi etici della famiglia Ferrero, la Fondazione si propone come modello e punto di riferimento per tutte le realtà aziendali del Gruppo. Sulla base del modello italiano, in Francia e Germania sono già in corso iniziative a favore degli anziani Ferrero e dei bambini.

L'impegno della Fondazione è stato riconosciuto, il 14 dicembre 2005, con la Medaglia d'oro ai benemeriti della scuola, della cultura, della scienza e dell'arte conferita alla Signora Maria Franca Ferrero dal Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi. La medaglia ha inteso premiare gli oltre vent'anni di attività della Fondazione Ferrero in campo culturale e sociale.

La Fondazione Ferrero è operativamente organizzata in due settori: le attività sociali e le attività culturali.

## Le attività sociali della Fondazione Ferrero.

Al centro dei suoi obiettivi la Fondazione colloca la persona in pensione, con il suo patrimonio di valori, esperienze, saggezza e umanità: mediante spazi e risorse, offre l'opportunità di proseguire un cammino di crescita anche nella dimensione post-lavorativa.

La Fondazione dà agli anziani Ferrero l'opportunità di svolgere attività sul piano motorio, culturale, relazionale, con ulteriori ricadute positive nelle Comunità e sul territorio.

La Fondazione fornisce agli anziani varie opportunità di carattere salutistico, medico, sociale, consentendo loro di continuare a sviluppare le proprie capacità per sé e per gli altri. Esistono decine di gruppi di attività in cui gli anziani possono cimentarsi avvalendosi di laboratori di sartoria, ceramica, fotografia, pittura, ricamo, ecc. In uno di questi gruppi i nipoti iniziano i nonni ai segreti di internet!

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

Tra il 2003 e il 2004 grande impegno è stato dedicato alla realizzazione di corsi mirati ad approfondire temi del volontariato utili a fornire un aiuto concreto a malati e bisognosi. Sempre in quest'ottica si è concretizzato l'intervento a favore della realizzazione di una nuova sala operatoria per l'Istituto Nazionale Tumori della Fondazione "G.Pascale" di Napoli.

Coloro che frequentano la Fondazione, oltre a praticare corsi di attività motoria mirata a combattere diverse patologie, usufruiscono di un servizio di assistenza sanitaria di alto livello. Esiste una rete di collaborazioni con centri medici specialistici tra cui: la Fondazione per la Macula di Genova, l'Istituto per la Ricerca e la Cura del Cancro di Candiolo, l'Istituto Europeo di Oncologia di Milano, l'Istituto Nazionale per lo Studio e la Cura dei Tumori di Napoli.

È stata inoltre avviata una collaborazione con la Fondazione "Movimento Bambino" della professoressa Maria Rita Parsi che ha portato all'elaborazione di un codice di comportamento, la Carta di Alba, per un utilizzo consapevole dei nuovi media da parte dei più piccoli.

Un'altra nuova realtà è l'**asilo nido aziendale**: attivo dall'autunno 2009, ospita sessanta bambini, in età compresa fra i tre mesi e i tre anni, a condizioni particolarmente agevolate per i dipendenti. L'asilo nido è inoltre radicato sul territorio garantendo una quota di posti anche ad altre famiglie del Comune di Alba.

L'asilo, architettonicamente all'avanguardia, si relaziona in modo specifico al progetto pedagogico: superfici e volumi sono ideati in modo da creare un continuo laboratorio dove sperimentare relazioni e stimoli per i bambini (v. Capitolo 4).

## Le attività culturali della Fondazione Ferrero.

L'impegno culturale della Fondazione si concretizza in vari progetti ed iniziative attinenti ai vari ambiti del sapere, dall'umanesimo alle scienze, e si traduce in una serie continua di convegni, conferenze, seminari, mostre e concerti.

Alcuni dei principali eventi organizzati hanno divulgato la conoscenza delle figure più rilevanti della storia culturale di Alba e del Piemonte. La Fondazione collabora con Università e Enti internazionali, nazionali e regionali.

La Regione Piemonte è da sempre partner delle iniziative culturali della Fondazione; dal 2008, con la realizzazione della mostra «Il cioccolato, dai Maya al XX secolo» ha preso avvio una collaborazione ancora più stretta.

A partire dal 1996, la Fondazione ha ospitato personalità quali l'iraniana Shirin Ebadi, Premio Nobel per la Pace nel 2003; monsignor Gianfranco Ravasi; il sociologo Luciano Gallino; lo scrittore Vincenzo Cerami; Carlo Petrini, fondatore di Slow Food; Giuseppe De Rita, segretario generale del Censis; Pascual Chávez Villanueva, Rettore Maggiore dei Salesiani; Jean Todt e Rubens Barrichello del team Ferrari di Formula 1; il filosofo francese Edgar Morin; l'imprenditrice Marina Salamon; i giornalisti Mario Calabresi, Giorgio Forattini, Piero Angela, Folco Quilici, Gian Paolo Ormezzano; il critico d'arte Philippe Daverio; il climatologo Luca Mercalli; il filosofo Umberto Galimberti e molti altri.

Nel campo della storia dell'arte gli interessi e le azioni della Fondazione spaziano dal XV secolo all'età contemporanea. Il pittore rinascimentale Macrino d'Alba e gli artisti a lui coevi e operanti nel medesimo territorio, sono stati oggetto di progetti espositivi e editoriali.

Una trama di sottili rimandi anagrafici, umani e professionali, intreccia le vite dei maggiori esponenti della cultura albese, cui la Fondazione rivolge costantemente la sua attenzione: Roberto Longhi, storico dell'arte di fama mondiale; Beppe Fenoglio, tra i più grandi scrittori del Novecento italiano e Pinot Gallizio, eclettico sperimentalista e tra i fondatori del movimento artistico "Internazionale Situazionista". La Fondazione è sede del centro di documentazione Beppe Fenoglio, che da oltre un decennio, in forma continuativa e completa, raccoglie e mette a disposizione degli studiosi e del pubblico materiale bio-bibliografico sul noto autore piemontese.

In ambito storico, studi e ricerche hanno valorizzato la figura dell'Imperatore romano Publio Elvio Pertinace, nato ad Alba, vissuto nel II secolo d.C.. A Pertinace è stata dedicata una giornata di studi e, nella piazza già dedicata all'imperatore romano, è stato collocato un busto in bronzo che lo raffigura, replica dell'originale conservato ai Musei Vaticani.

Altra iniziativa è stata dedicata al giureconsulto cinquecentesco Pietrino Belli, anch'egli albese e anticipatore del diritto internazionale e umanitario con il "De Re Militari et Bello



Sede della Fondazione Ferrero, Alba, Piemonte. Foto di Alberto Piovano

Tractatus" (1563). Sempre ad iniziativa della Fondazione, il trattato è stato tradotto in italiano e in francese: le due versioni sono state presentate rispettivamente all'Accademia dei Lincei di Roma e nella sede del Parlamento europeo a Bruxelles.

La Fondazione assegna inoltre borse di studio e di ricerca; eroga finanziamenti ad enti o persone, con lo scopo di contribuire al miglioramento della qualità della vita dell'uomo, anche con riferimento al mondo dell'infanzia. Recentemente sono state assegnate ai figli dei dipendenti del Gruppo 25 borse di studio in Italia, 5 in Francia e 5 in Germania.

L'Università degli Studi di Torino ha istituito, in collaborazione con la Fondazione, un **Master post universitario di secondo livello** in Scienza e Tecnologia dell'Alimentazione e Nutrizione Umana, intitolandolo a "Michele Ferrero". Trattasi di un percorso di studi volto a formare specialisti con conoscenze scientifiche in campo tecnologico, medico biologico e chimico. Ciò al fine di facilitarne l'inserimento nel sistema produttivo, portandovi una visione ampia e completa dei fattori che condizionano le scelte di nuovi prodotti alimentari o nella riformulazione di prodotti già esistenti.

Ogni anno, la Fondazione ospita "Alba International Film Festival - Cinema e ricerca dello spirito", manifestazione interamente dedicata ai film che indagano la dimensione della ricerca spirituale. Collabora per le iniziative musicale con Italy & Usa – Alba Music Festival, con l'Unione Musicale di Torino, con l'Accademia Stefano Tempia.

Ulteriori informazioni dettagliate su tutte le attività promosse dalla Fondazione Ferrero sono disponibili on line sul sito: [www.fondazioneferrero.it](http://www.fondazioneferrero.it).

## Prossimi passi

AL FINE DI VALORIZZARE AL MEGLIO LA PERSONA ANZIANA, L'OFFERTA DELLE ATTIVITÀ DELLA FONDAZIONE È CONTINUAMENTE ALLINEATA ALLE NUOVE ESIGENZE DEGLI ANZIANI IN UN CONTESTO SOCIALE IN CONTINUA EVOLUZIONE.

SI CONTINUERÀ AD INDIVIDUARE TEMI ALTAMENTE SIGNIFICATIVI PER LE COMUNITÀ LOCALI, MA ANCHE A VALENZA NAZIONALE, CON RELATIVE ATTIVITÀ SVOLTE DIRETTAMENTE DALLA FONDAZIONE E DI SOSTEGNO AD ALTRE ISTITUZIONI (QUALI AD ESEMPIO DOTTORATI DI RICERCA, RICERCHE MEDICO-SCIENTIFICHE, BORSE DI STUDIO, MASTER UNIVERSITARI).

PIÙ IN DETTAGLIO, I PROGETTI CULTURALI DELLA FONDAZIONE ASSUMERANNO ANCH'ESSI VALENZA SEMPRE PIÙ NAZIONALE CON L'OBIETTIVO DI DIVENTARE IMPORTANTI RIFERIMENTI PER ULTERIORI APPROFONDIMENTI E STUDI.

**NEL SETTEMBRE 2008, INOLTRE, È STAIAUGURATA L'“OPERA SOCIALE” IN GERMANIA, DOVE LE ATTIVITÀ CULTURALI E SOCIALI DEDICATE AI PENSIONATI FERRERO SONO IN ESTENSIONE, TRA CUI AD ESEMPIO: LA PREDISPOSIZIONE DI EVENTI CULTURALI E DI MOSTRE, NUMEROSE INIZIATIVE DI SOLIDARIETÀ E VOLONTARIATO E AZIONI DI PROMOZIONE DELL'ATTIVITÀ FISICA. NEL 2010, PREVEDIAMO CHE BENEFICERANNO DIRETTAMENTE DEI SERVIZI DELL’“OPERA SOCIALE” OLTRE 350 PERSONE.**



**RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA**

La foto ritrae un'Impresa Sociale Ferrero

SOSTEGNO ALLE PERSONE  
PER COSTRUIRE  
UN MONDO MIGLIORE.

### CAPITOLO 3

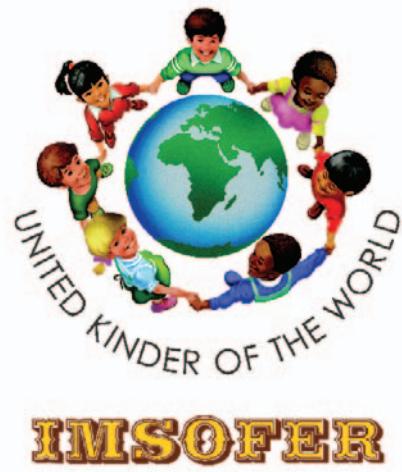
RISPETTO DEI  
DIRITTI UMANI  
E INIZIATIVE  
SOCIALI

## Le Imprese Sociali Ferrero.

Scopo delle “Imprese Sociali” è quello di estendere l’impegno della Ferrero nel contribuire concretamente al miglioramento delle condizioni di vita e di sviluppo delle popolazioni di alcune delle aree più povere del mondo. Esse poggiano su uno spirito etico ed una concezione imprenditoriale da cui si ricavano le risorse finanziarie per proseguire, in misura sempre maggiore, il loro operato.

La missione delle “Imprese Sociali” si sviluppa secondo tre direttive fra loro strettamente collegate:

- **CREARE POSTI DI LAVORO, FORMANDO LE PERSONE ED INSEGNANDO LORO UN MESTIERE, CREANDO QUINDI LE CONDIZIONI PER UN VERO SVILUPPO SOSTENIBILE;**
- **REALIZZARE PRODOTTI FERRERO, TENENDO CONTO DELLE SITUAZIONI CLIMATICHE E DELLE ESIGENZE DELLE POPOLAZIONI LOCALI;**
- **CONTRIBUIRE AD INIZIATIVE LOCALI VOLTE ALLA TUTELA DELLA SALUTE, ALLA CRESCITA EDUCATIVA E SOCIALE DEI BAMBINI E DEI RAGAZZI, DESTINANDO RISORSE ECONOMICHE COMMISURATE AI VOLUMI PRODOTTI IN LOCO.**



## Lavoro e formazione professionale.

Oltre ad offrire la possibilità di ottenere un reddito che consenta di affrontare il costo della vita per sé e la famiglia, il progetto “Imprese Sociali”:

- **DÀ A CHI LAVORA UN RINNOVATO SENSO DELLA DIGNITÀ E SOPRATTUTTO LA CONSAPEVOLEZZA DI DIVENIRE PROTAGONISTA DEL PROPRIO DESTINO;**
- **ASSICURA UNA FORMAZIONE TECNICO-PROFESSIONALE;**
- **CONTRIBUISCE A CREARE LA CULTURA DEL LAVORO, FONTE DI PROGRESSO E DI EVOLUZIONE CIVILE.**

Inoltre, attraverso gli insediamenti produttivi Ferrero, si favoriscono le attività indotte coinvolgendo imprese locali che generano ulteriori posti di lavoro, innescando così una spirale virtuosa verso lo sviluppo economico e quindi di benessere per tutta la comunità.

## Le iniziative sociali: "United Kinder of the World".

Una volta a regime, l'attività delle "Imprese Sociali" potrà contribuire fattivamente ad iniziative locali volte al miglioramento delle condizioni di vita dei bambini e dei ragazzi, **destinando loro una parte delle risorse generate in loco**.

Ad esempio, in questa fase di avvio, le ancora limitate dimensioni dell'attività delle "Imprese Sociali" hanno comunque permesso di fornire un piccolo sostegno a due importanti iniziative nel continente africano:

- **IN CAMERUN:** il potenziamento del reparto pediatrico dell'ospedale St. Martin De Porres a Yaoundè;
- **IN SUD AFRICA:** il finanziamento del progetto "Love Matters", una serie di "workshop" settimanali dedicati ai giovani per educarli ad uno stile di vita sano ed impegnato, con particolare attenzione al tema della salute e della prevenzione dell'AIDS.

Sotto l'insegna "United Kinder of the World", le "Imprese Sociali" trovano specificamente nella salute e nello sviluppo dei bimbi e dei ragazzi il fine ultimo delle loro attività.

## Le risorse umane e la tecnologia.

Gli impiegati e gli operai delle "Imprese Sociali" sono selezionati e assunti localmente, anche grazie alla collaborazione con alcune scuole professionali locali.

Ciascun dipendente ha accesso a corsi di formazione tecnico-professionale e manageriale, localmente o in Italia, in funzione dell'incarico, secondo il programma di formazione del Gruppo Ferrero adattato alle specifiche realtà e culture.

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

- Innovativa e automatizzata per tutto quanto riguarda la parte alimentare del prodotto, **per assicurare la medesima qualità dei prodotti realizzati in tutto il resto del mondo**;
- Manuale per ciò che attiene al confezionamento, la realizzazione delle sorprese dell'ovetto Kinder Merendero/Joy e altre attività accessorie, **al fine di offrire lavoro al massimo numero possibile di maestranze locali**, pur mantenendo gli elevatissimi livelli di qualità Ferrero.



## Le materie prime e i prodotti.

Le “Imprese Sociali” utilizzano materie prime **in linea con gli standard qualitativi del Gruppo Ferrero.**

I prodotti selezionati per l'avvio delle “Imprese Sociali” sono quelli che, all'interno della gamma Ferrero, si adattano meglio alle esigenze dei Paesi dove esse operano.

Si è pertanto scelta la linea Kinder e in particolare Kinder Merendero/Joy e Kinder Schoko-Bons, cui si è aggiunta di recente la produzione di Tic Tac.

Tali prodotti vengono realizzati secondo gli stessi criteri utilizzati in tutti gli stabilimenti Ferrero, ovvero:

- **impiego di materie prime di qualità, accuratamente selezionate;**
- **assenza di coloranti e conservanti;**
- **lievitazione naturale.**

## L'avvio delle attività delle Imprese Sociali.

### CAMERUN

Nel giugno del 2004, si è avviato un centro produttivo a Yaoundé per la produzione del Kinder Merendero/Joy. Questo centro è anche impiegato per studiare prodotti sperimentali e materie prime locali. 90 persone sono attualmente impiegate in tale stabilimento.

### SUD AFRICA

Nell'agosto del 2006, ha avuto inizio l'attività produttiva dell'ovetto Kinder Merendero/Joy a Walkerville (Gauteng - Johannesburg).

Ad oggi vi sono impiegate 185 persone e il sito è stato anche equipaggiato per confezionare il Tic Tac.

### INDIA

Nell'agosto del 2007, ha preso avvio la costruzione dello stabilimento a Baramati (Pune).

Ad oggi vi sono impiegate 650 persone, con la prospettiva di giungere a circa 1.000 addetti alla fine del 2013. Oltre alla produzione dell'ovetto Kinder Merendero/Joy, anche a Baramati si è cominciato a confezionare il Tic Tac.

## Prossimi passi

I NOSTRI IMPEGNI PER LA SOSTENIBILITÀ DELLE IMPRESE SOCIALI FERRERO, DA ATTUARE ENTRO IL 2013, PREVEDONO:

- COMPLETAMENTO DEL NUOVO STABILIMENTO IN INDIA, CON LA CREAZIONE DI OLTRE **1.000 POSTI DI LAVORO COMPLESSIVI**;
- AVVIO DEL **PROGRAMMA DI INTEGRAZIONE CULTURALE** (CORSI DI “FERRERITÀ”) E PROFESSIONALE DEI NOSTRI DIPENDENTI (1° SESSIONE IN SUD AFRICA PREVISTA NEL 2010/11);
- REALIZZAZIONE DI **TRE PROGETTI SOCIALI** ANNUALI IN SUD AFRICA, CAMERUN E INDIA, DA IDENTIFICARE NEI SETTORI DELLA SALUTE E DELL’EDUCAZIONE DEI BAMBINI;
- VALUTAZIONE DELLA FATTIBILITÀ DI UN’INIZIATIVA SOCIALE O INDUSTRIALE A FAVORE DELLE POPOLAZIONI DI **ALTRE ZONE E AREE DEPRESSE** DEL PIANETA.





**RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA**

FAR CRESCERE LE COMPETENZE  
E LE PROFESSIONALITÀ.

## CAPITOLO 4

LA VALORIZZAZIONE  
DELLE RISORSE  
UMANE

## La valorizzazione delle persone in Ferrero.

Il patrimonio della Ferrero è costituito dai principi d'impresa e dalle persone che li attuano quotidianamente. Per questo, lo sviluppo professionale e personale delle nostre risorse è un fattore chiave per la crescita dell'azienda.

L'attenzione verso le persone si concretizza attraverso la creazione di un ambiente di lavoro positivo, dove sia possibile sviluppare ed accrescere capacità e competenze, nel rispetto delle differenze e sulla base di una politica di remunerazione meritocratica.

A questo proposito, è stato messo a punto un piano di condivisione interna dei principi e del codice etico (v. Capitolo 1).

Al 31 agosto 2009:

- **l'organico medio del Gruppo è pari a 21.555 persone, di cui 9.486 donne (44%) e 12.069 uomini (56%), vs. le 21.625 persone al 31 Agosto 2008;**
- **l'83% del personale Ferrero si trova in Europa.**

Di seguito sono riportati maggiori dettagli:

Inquadramento Dipendenti	31/08/09	Tipologia di contratto	31/08/09
Operai	12.993 (60%)	Tempo indeterminato	17.460 (81%)
Impiegati	6.067 (28%)	Tempo determinato	4.095 (include stagionali 11%, stage 1% e contratti a tempo determinato 7%)
Quadri e Funzionari	1.724 (8%)		
Dirigenti	771 (4%)		
<b>Totale</b>	<b>21.555</b>	<b>Totale</b>	<b>21.555</b>

### LE INIZIATIVE AL SERVIZIO DEI DIPENDENTI.

Nella maggior parte delle sedi del Gruppo, sono in atto iniziative a servizio dei dipendenti. In Italia e in Germania, ad esempio, sono attivi da molti anni alcuni servizi di “assistenza sociale” per il sostegno delle famiglie nei momenti di difficoltà (visite mediche, erogazioni benefiche), per l'espletamento delle pratiche pensionistiche e per l'organizzazione di attività sociali di diversa natura (colonie estive, festa degli anziani e festa di Natale per i bambini).

A partire dalla Francia e dall'Italia, inoltre, si sono moltiplicate le iniziative finalizzate alla miglior conciliazione dei tempi di vita e di lavoro (nido aziendale e mini club, “conciergerie” per i servizi domestici, gruppo di ascolto per i dipendenti) che si affiancano a quelle finalizzate a garantire orari di lavoro “part time” e permessi particolari per i lavoratori e le lavoratrici con figli piccoli.

### **UN “NIDO” PER I NOSTRI BAMBINI** (v. Capitolo 2, Fondazione Ferrero)

Sorge proprio di fronte allo stabilimento di Alba: un asilo nido aziendale capace di ospitare **60 bambini** in età compresa fra **i tre mesi e i tre anni**.

L’asilo accoglie, da settembre 2009, i figli di dipendenti della Ferrero del comprensorio di Alba. La struttura, architettonicamente all'avanguardia, è concepita in spazi sicuri e curati dove ci si può muovere in libertà, ma anche riposare, giocare, divertirsi.

Particolare cura è riservata agli spazi all’aperto, fondamentali affinché il bambino possa vivere un’esperienza ricca e sana, muoversi in libertà e confrontarsi con elementi e fenomeni naturali. Nel piano educativo c’è spazio anche per un coinvolgimento delle famiglie, dei genitori e soprattutto degli anziani Ferrero che avranno la possibilità di partecipare ad alcune attività del percorso didattico.

**L’edificio è stato progettato con l’obiettivo della massima sostenibilità ambientale.** Particolare attenzione è stata infatti riservata all’isolamento termico, all’uso di materiali ecosostenibili, alla riduzione dei consumi, al controllo del soleggiamento estivo, alla ventilazione naturale. L’energia necessaria al funzionamento e alla gestione del complesso è in parte autoprodotta con fonti rinnovabili.

Il “nido”, è questo il nome semplice scelto per la struttura, si propone come un luogo favorevole allo sviluppo, al benessere e all’apprendimento dei bambini, in grado di offrire un valido supporto alle famiglie nell’educazione e nella cura dei figli. È radicato al territorio anche mediante la definizione di una **quota di posti dedicati alle famiglie del Comune di Alba**.

La costruzione dell’asilo ha comportato un importante investimento e la **Fondazione Ferrero si è fatta carico della gestione** sostenendo la maggior parte dei costi di funzionamento dell’asilo per poter rendere le rette a carico dei dipendenti molto agevolate e comunque graduate in funzione del reddito del nucleo familiare.

**La Fondazione Ferrero si farà carico annualmente di assorbirne il disavanzo economico.**

### **LA MOBILITÀ INTERNAZIONALE.**

La crescita internazionale del Gruppo è stata favorita dalle persone che, intraprendendo un incarico in Paesi esteri, hanno contribuito alla crescita del Gruppo portando la cultura e i valori Ferrero nei diversi Paesi. Per tali risorse è previsto un apposito sistema retributivo che aiuta l’espatriato e la famiglia a vivere in un paese diverso da quello di origine, offrendo un supporto per l’integrazione.

## **COLLABORAZIONE CON ORGANIZZAZIONI ESTERNE.**

Da 5 anni, Ferrero collabora con Intercultura, Associazione internazionale di volontariato impegnata nella promozione dello scambio interculturale: ogni anno vengono elargite borse di studio per figli di dipendenti, studenti meritevoli nei paesi di principale attività per la Ferrero (Italia, Germania, Francia).

## **LE RELAZIONI INDUSTRIALI.**

Ferrero riconosce il ruolo fondamentale delle Organizzazioni Sindacali e delle istanze di rappresentanza dei lavoratori, mantenendo con le stesse relazioni improntate al reciproco riconoscimento, al dialogo e al confronto costruttivo.

Le aziende del Gruppo aderiscono alla contrattazione collettiva nazionale laddove esistente, integrata, ove possibile, dalla contrattazione aziendale. Il management locale, in ogni caso, si adopera per garantire un adeguato livello di tutela a tutti i lavoratori del Gruppo, sulla base degli standard internazionali e delle linee guida e politiche emanate dalle direzioni centrali.

L'adesione e l'iscrizione alle Organizzazioni Sindacali è una libera scelta di ogni collaboratore e avviene secondo le norme e le prassi locali. Così pure, nel rispetto delle legislazioni localmente rilevanti, Ferrero riconosce il ruolo delle istanze elette – ove presenti – favorendone un ruolo attivo nella ricerca di soluzioni condivise per individuare le migliori risposte organizzative alle esigenze produttive e di mercato.

In particolare, il modello di relazioni industriali Ferrero si è via via affinato dando vita ad un sistema basato sul dialogo, improntato alla risoluzione efficace dei problemi, nel reciproco rispetto di ruoli e responsabilità e in continuità con **una storia aziendale caratterizzata da un clima positivo e di bassa conflittualità**.

Si tratta di un modello **negoiale basato sul confronto**, fondato, ai diversi livelli, sull'utilizzo di strumenti concreti ed idonei a rispondere con efficacia alle sfide del contesto esterno mantenendo in primo piano l'attenzione sulle risorse umane.

Il risultato più apprezzabile di questo “modello di relazioni industriali Ferrero” è certamente l'aver assicurato – e la volontà di continuare a farlo per il futuro – gli strumenti organizzativi e di flessibilità del lavoro idonei a fronteggiare le esigenze di business e di competitività aziendale, garantendo, nel contempo, la giusta attenzione alle persone che lavorano in azienda.

In particolare, la ricerca congiunta delle migliori modalità di gestione delle esigenze produttive e distributive, ha portato a definire un corretto mix di contratti di lavoro (a tempo indeterminato full time e part time e stagionali) oltre a sistemi innovativi di turnazione flessibile che si ritrovano, con le naturali specificità, presso tutte le realtà del Gruppo.

Va infine sottolineato il bassissimo tasso di conflittualità e **l'assenza totale, ad oggi, di astensioni dal lavoro o manifestazioni rivendicative nel confronto dell'azienda**, restando limitate le occasioni di sciopero alle proclamazioni di carattere nazionale o di categoria. Non può d'altra parte essere dimenticata la costante evoluzione positiva del Gruppo, senza mai necessità di gestione di rallentamenti produttivi o esuberi di personale. Allo stesso modo, risulta minimo il tasso di conflittualità per rivendicazioni o controversie individuali.

### IL CAE – COMITATO AZIENDALE EUROPEO

Dialogo, confronto e valorizzazione di tutte le risorse che operano nel Gruppo, nel rispetto delle differenze e peculiarità locali, sono gli ideali su cui poggia il Comitato Aziendale Europeo Ferrero. Il CAE nasce nel 1996 dall'esigenza di creare un luogo di confronto con tutti i rappresentanti sindacali dei lavoratori Ferrero in Europa e una sede dove azienda e lavoratori si scambiano informazioni, best practice dei singoli paesi promuovendo un sistema di confronto che racchiuda e valorizzi tutte le peculiarità locali. Obiettivo di tale organismo, anello di congiunzione fra lavoratori, le loro rappresentanze a livello locale e il management internazionale dell'azienda, è innanzitutto creare continuità e sintesi tra le prassi di relazioni industriali delle varie aziende del Gruppo, nella condivisione degli ideali e valori che derivano "dall'essere Ferrero".

Oggi il CAE è espressione di circa il 75% dei lavoratori del Gruppo nel mondo e della quasi totalità di quelli operanti sul territorio europeo.

Oltre che per la dovuta informazione e consultazione, il CAE è luogo privilegiato per attività di formazione congiunta (rappresentanti dei lavoratori e management) che contribuiscono ad un confronto qualificato sulle principali tematiche all'ordine del giorno delle relazioni industriali a livello internazionale e locale.

## UN AMBIENTE DI LAVORO SICURO: IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SALUTE E SICUREZZA.

La salvaguardia e promozione della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro rappresentano una priorità per il Gruppo Ferrero in ogni sua attività e in ogni paese in cui opera.

Siamo impegnati a offrire condizioni di lavoro sicuro attraverso lo sviluppo di un approccio preventivo finalizzato a evitare incidenti e malattie professionali, minimizzando, quindi i rischi per la salute e sicurezza.

In ogni realtà aziendale esistono strutture dedicate alla gestione di tutti gli aspetti di sicurezza e salute, in coerenza con le disposizioni legislative dei vari Paesi in cui operiamo, e a cui è demandata la responsabilità della gestione degli adempimenti specifici nel rispetto di alcuni principi generali di politica aziendale:

- **la salute e sicurezza sul lavoro**, il rispetto dei principi di ergonomia e le attività di prevenzione di qualunque rischio **sono strettamente integrati all'attività lavorativa** e non sono considerati una semplice questione accessoria;
- la tutela della salute e della sicurezza sul lavoro rappresenta da sempre un obiettivo prioritario del Gruppo Ferrero, **fin dall'ideazione e progettazione degli impianti, macchine e degli ambienti di lavoro**;
- Ferrero pone un impegno costante nel **monitoraggio di eventuali fattori di rischio**, intervenendo immediatamente per la loro rimozione o, comunque, riduzione al minimo;
- i collaboratori Ferrero, a tutti i livelli dell'organizzazione, nell'ambito delle proprie competenze e attribuzioni, sono chiamati a **offrire il loro contributo per la prevenzione dei rischi**, il miglioramento delle condizioni di lavoro e la diffusione di una cultura della sicurezza;
- ogni responsabile aziendale ha il **dovere specifico di contribuire alla promozione del rispetto delle regole e dei comportamenti sicuri**, intervenendo per correggere o segnalare eventuali situazioni di non conformità, sulla base delle responsabilità che gli sono assegnate;

- **l'informazione e la formazione sulle tematiche della sicurezza del lavoro** sono obiettivo prioritario nell'ambito dei piani di qualificazione e aggiornamento professionale lungo tutto l'arco della vita lavorativa;
- presso ciascuna realtà devono essere adottate **procedure operative** per fare fronte con rapidità ed efficacia ad eventuali situazioni di rischio o pericolo o emergenza che possano eventualmente verificarsi.

Nelle realtà produttive è presente **un servizio sanitario dedicato alle attività di prevenzione, sorveglianza e pronto soccorso** con personale dedicato. Presso tali strutture vengono effettuate le visite preventive e periodiche e gli interventi di primo soccorso in caso di infortunio.

Anche nel periodo 2008/2009, come per gli anni passati, sono stati attuati **significativi interventi formativi a tutti i livelli dell'organizzazione, sui temi della salute sicurezza e igiene del lavoro**, con particolare riguardo agli aspetti della prevenzione nell'ambito della progettazione degli impianti e macchinari, della organizzazione del lavoro e della valorizzazione del ruolo e della responsabilità di ciascuno per la diffusione di una positiva cultura di partecipazione. Infatti, una cultura condivisa, che pone la sicurezza come condizione essenziale per lo svolgimento di ogni attività, è il presupposto fondamentale per una concreta ed efficace attività di prevenzione dei rischi.



FERRERO FRANCIA HA AVVIATO NEL 2007 UN PERCORSO DI CONDIVISIONE CON TUTTI I COLLABORATORI CHIAMATO “FERRERO ENSEMBLE JUSTEMENT”.

SI TRATTA DI UNA RIFLESSIONE COLLETTIVA CONDOTTA ATTRAVERSO UN DIALOGO APERTO A TUTTI I COLLABORATORI DI FERRERO FRANCIA CHE HA PERMESSO DI DEFINIRE L’AMBITO DELLA POLITICA DI RESPONSABILITÀ DI TALE REALTÀ, TENENDO CONTO DELLE ASPETTATIVE E DEI SUGGERIMENTI DEI COLLABORATORI. INFATTI, TALE PROGETTO È STATO COSTRUITO CON TUTTI COLORO CHE OGGI LO SVILUPPANO.

BASANDOSI SULLA STORIA, SUI VALORI, E SULLA MISSIONE DI FERRERO FRANCIA, SI È APERTO UN DIALOGO STRUTTURATO SU COME POTER ESSERE PIENAMENTE RESPONSABILI DI FRONTE AI COLLABORATORI, NELLE RELAZIONI ESTERNE, NEI CONTATTI ECONOMICI, PER I CONSUMATORI, PER LA SOCIETÀ CIVILE E OVVIAMENTE PER L’AMBIENTE.

A PARTIRE DA QUESTA RIFLESSIONE COLLETTIVA, IL “COMITATO DI DIREZIONE” HA FISSATO PRECISI IMPEGNI, CHE GUIDANO ORAMAI I PROGETTI IN CORSO MEDIANTE PIANI D’AZIONE CONCRETI PER RAGGIUNGERE AL MEGLIO GLI OBIETTIVI INIZIALI.

INOLTRE, PER MANTENERE IL CARATTERE INIZIALE DEL PROGETTO, SONO STATI CREATI 4 COMITATI INTERNI, COMPOSTI DA COLLABORATORI VOLONTARI CON LO SCOPO DI CONTINUARE A RIFLETTERE INSIEME E PROPORRE DELLE AZIONI CONCRETE SU VARI TEMI QUALI: LA DIVERSITÀ, LA FLESSIBILITÀ, LA SENSIBILIZZAZIONE AI GESTI RISPETTOSI DELL’AMBIENTE O L’ATTUAZIONE DELLA POLITICA DI SOLIDARIETÀ DELL’AZIENDA.

## FORMAZIONE.

Il Gruppo Ferrero è da sempre impegnato ad individuare le attività di formazione che, permettendo il pieno sviluppo delle capacità individuali, garantiscano sostegno agli obiettivi di business e nel contempo alla motivazione delle persone. Ferrero, attraverso il “**Learning Lab**”, ha definito un percorso di Sviluppo che, mediante un processo di formazione continua, accompagna la crescita professionale e personale delle persone.

“Ferrero Learning Lab”, attraverso la sua offerta formativa al Gruppo e un efficace teamwork con le direzioni del personale, favorisce l’acquisizione di competenze sia professionali sia legate alla sfera dei comportamenti e dei metodi manageriali. Tale ente di formazione di Gruppo ha incorporato, nel 2005, la Corporate University interna. La missione della Corporate University è “facilitare la comprensione e la diffusione dei valori e degli obiettivi aziendali, nonché l’accettazione del cambiamento necessario ad assicurare la competitività ed il futuro del Gruppo.” (*Dal discorso di Michele Ferrero al management, giugno 2000*).

Fra le aree di intervento di Ferrero Learning Lab, si possono identificare le seguenti:

- definizione dei sistemi di **valutazione e di sviluppo del personale** all’interno del Gruppo;
- **formazione coordinata dalla Corporate University** di due tipi: istituzionale e formazione sulle competenze manageriali e professionali;
- **formazione “on demand”** su tematiche locali considerate potenzialmente “pilota” per progetti di interesse di Gruppo (ad esempio il programma di Executive MBA Russia, progettato per 26 dipendenti della Ferrero Russia nella prima edizione e 30 nella seconda edizione);
- **comunicazione interna**.

A titolo puramente esemplificativo si riportano alcuni dati relativi alla formazione manageriale (destinata a dirigenti, quadri e funzionari) effettuata in seminari organizzati internamente a livello di Gruppo.

Anno	Numero Sessioni	Numero Partecipanti	Tipologia di progetti formativi
2006-2007	58	965	20
2007-2008	91	1433	21
2008-2009	100	1500	23

La coabitazione di varie culture crea valore aggiunto al Gruppo. Le politiche di gestione delle persone tengono conto delle differenze culturali e la formazione supporta il management nel suo percorso di adattamento. In particolare, il Gruppo sta affrontando la **tematica del “Diversity Management”** sia dal punto di vista dell’integrazione tra diverse culture o etnie, sia da quello dell’integrazione tra generazioni diverse. Esistono buone pratiche, per esempio in Asia, di “intercultural diversity”, utili a sensibilizzare e supportare le persone sulla comprensione del valore aggiunto dell’integrazione di modelli culturali differenti.

Adattiamo la nostra proposta formativa alle realtà locali, tenendo conto delle esigenze culturali e delle diverse realtà lavorative.

Il Gruppo collabora inoltre con le **principali Università in vari paesi** (ad esempio in Italia: Politecnico di Torino, Bocconi, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, Istituto San Raffaele, Milano) e scuole di Formazione Manageriale (ad esempio ESCP-Europe).

## Esempi di percorsi formativi del Gruppo Ferrero

### **“CAPIRE FERRERO”**

L'eccellenza dei prodotti Ferrero nasce non soltanto dall'applicazione di criteri tecnologici e di business all'avanguardia ma anche da una “filosofia imprenditoriale” unica nel suo genere.

“Capire Ferrero” è un percorso formativo per i giovani neolaureati che entrano a fare parte del Gruppo.

Dal 2006, “Capire Ferrero” ha accolto 210 giovani provenienti da diverse Aziende del Gruppo. Per 7 settimane, i partecipanti possono così approfondire la cultura del Gruppo, con i suoi i valori, il modello di business e l'organizzazione, per esercitare meglio e più efficacemente il proprio ruolo nell'azienda e nella funzione di appartenenza.

### **“X Generation”**

Il programma “X Generation” risponde alla necessità di continuare ad investire sulla crescita delle risorse e di formare un gruppo di professionisti in grado di ricoprire in futuro i ruoli chiave della funzione “Information Technology”.

L'intento è quello di offrire ai partecipanti, provenienti da diversi paesi nel mondo, l'opportunità di coltivare il loro talento, valorizzando allo stesso tempo le loro competenze tecniche e le loro capacità gestionali, in modo da emergere e maturare professionalmente all'interno del Gruppo Ferrero.

### **“Principi di Nutrizione”**

Dal 2006, Ferrero Learning Lab organizza il workshop “Principi di Nutrizione” in molti Paesi in cui il Gruppo Ferrero opera.

L'obiettivo del workshop è creare consapevolezza sui valori nutrizionali dei nostri prodotti. A tal fine si forniscono alle persone che lavorano in Ferrero, anche non facenti parte di Direzioni tecniche, concetti di base scientifici e tecnici inerenti i principi nutrizionali, inclusi i nuovi orientamenti della ricerca.

Ulteriore obiettivo del workshop è continuare nell'opera di sensibilizzazione interna sul cambiamento di stile di vita dei consumatori e sugli effetti di tale cambiamento. Finora hanno partecipato a questi workshop 562 dipendenti Ferrero, provenienti da quasi tutti i paesi in cui Ferrero è presente.

“Principi di Nutrizione” fa parte del programma “Scuola Prodotto”, realizzato con Soremartec\* per tutti i dipendenti, incentrato:

- sulla “biblioteca di prodotto” che raccoglie fonti esterne sulle nostre materie prime e prodotti;
- su una varietà di corsi sulle fonti interne relative ai temi nutrizionali, agli assaggi interni, alle nostre principali materie prime utilizzate, ai principi di marketing.

\* Soremartec: Société de Recherches Techniques et de Marketing del Gruppo Ferrero

## LA FORMAZIONE TECNICA.

In ogni stabilimento del Gruppo Ferrero esistono attività di formazione tecnica dedicate agli operai, secondo i diversi piani produttivi.

Nel 2008, “Ferrero Learning Lab” ha redatto una mappa completa di tali percorsi formativi nonché delle conoscenze e delle competenze interne al Gruppo.

Al fine di rendere questo Sapere e/o Saper Fare condivisibili e fruibili a tutti, questa mappa ha alimentato una LIBRERIA composta da 110 corsi di formazione. Ad esempio, nello stabilimento di Stadtallendorf (Germania), un gruppo di colleghi dell'area manutenzione provenienti dagli stabilimenti di Alba, Balvano, Sant'Angelo (Italia), Cork (Irlanda), Vladimir (Russia) e naturalmente Stadtallendorf, ha partecipato ad un corso di formazione di 6 giorni nei quali i partecipanti hanno avuto modo di confrontarsi su metodologie e strumenti relativi all'area manutenzione.

Lo scambio di esperienze e la messa in comune delle prassi fondamentali sta aiutando il personale degli stabilimenti ad imparare tutti i vari aspetti dei sistemi produttivi Ferrero.

Dopo la prima sperimentazione in Germania sui temi della manutenzione, molti corsi della library sono stati utilizzati per formare i nuovi collaboratori di Vladimir (Russia), prima dell'avvio delle linee produttive in questo nuovo sito.

## LA COMUNICAZIONE INTERNA.

La comunicazione interna utilizza come **strumento principale “[my.ferrero.com](http://my.ferrero.com)”, il portale di Gruppo** che permette la condivisione delle informazioni. Ad oggi circa 5.000 persone vi accedono.

In questi ultimi anni, Ferrero ha investito nell'implementazione dell'intranet di Gruppo: al suo interno stanno convogliando i vari portali locali con informazioni provenienti da aree aziendali diverse e a volte geograficamente lontane.

Inoltre le diverse Aziende del Gruppo promuovono attività, che hanno come obiettivo la comunicazione e l'informazione fra le persone. In molti paesi, ad esempio, si utilizzano diversi mezzi di comunicazione (House Organ, portali locali, blog, analisi di clima) al fine di informare le persone su ciò che accade nel Gruppo e nell'entità locale.



Stabilimento di Brantford (Canada)

## Prossimi passi

I NOSTRI OBIETTIVI, DA RAGGIUNGERE ENTRO IL 2013, PREVEDONO:

- LO SVILUPPO DI PROGETTI DI ANALISI DEL “**CLIMA INTERNO**” PER L’INDIVIDUAZIONE DI AZIONI DI MIGLIORAMENTO (2010-2012);
- LO SVILUPPO DELL’ATTIVITÀ DI FORMAZIONE SUI TEMI DELLA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO NELL’AMBITO DEL **COMITATO AZIENDALE EUROPEO (CAE)** E L’AVVIO DI INIZIATIVE A LIVELLO LOCALE CON LE DIVERSE Istanze di rappresentanza dei lavoratori;
- L’AVVIO DI **SPECIFICI PROGETTI FORMATIVI** A SUPPORTO DEI PERCORSI DI SVILUPPO, MOBILITÀ E CARRIERA E PER L’AGGIORNAMENTO E LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE. CIÒ SARÀ POSSIBILE ANCHE GRAZIE ALL’ELABORAZIONE DI DATI STATISTICI SULLA FORMAZIONE TECNICA E MANAGERIALE PER I SINGOLI PAESI E A LIVELLO DI GRUPPO, ATTRAVERSO L’UTILIZZO DI UN SISTEMA INFORMATIZZATO AD HOC.



RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

LA NOSTRA RICETTA  
PER VIVERE IN ARMONIA.

## CAPITOLO 5

EQUILIBRIO  
NUTRIZIONALE  
IN UNO STILE  
DI VITA SANO

## Gli ingredienti Ferrero: un'alimentazione equilibrata e uno stile di vita sano.

In Ferrero siamo da sempre consapevoli dell'importanza nutrizionale dei nostri prodotti e attenti al tema del consumo responsabile.

La nostra politica di ricerca e i nostri investimenti produttivi sono, pertanto, orientati alla creazione di prodotti di elevata qualità, studiati in termini di apporto nutrizionale e di porzionatura, affinché siano facilmente integrabili in una dieta equilibrata, con particolare cura per i bambini e la famiglia.

Ma siamo andati oltre.

Riteniamo fondamentale sostenere e incoraggiare uno stile di vita sano, a partire dalle buone abitudini alimentari e da una dieta bilanciata, accompagnate anche dallo svolgimento regolare di attività fisica.

Per questo ci impegniamo:

- **nello studio e nella ricerca per garantire la freschezza e la qualità dei nostri prodotti,**
- **nell'attenta valutazione del loro apporto nutrizionale, considerando e suggerendo diverse combinazioni alimentari,**
- **nella promozione di uno stile di vita sano, attraverso il supporto a progetti di ricerca e programmi di formazione e avvicinamento dei più giovani alle discipline sportive più adatte,**
- a garantire una **corretta informazione e una comunicazione responsabile.**



## L'importanza della prima colazione.

Saltare la prima colazione è una cattiva abitudine\*, purtroppo sempre più diffusa non solo fra gli adulti ma anche fra bambini e adolescenti.

Le ragioni sono diverse, quali ad esempio l'inappetenza al risveglio e i ritmi frenetici della vita moderna.

L'importanza della prima colazione, nell'ambito di un'alimentazione sana ed equilibrata, è invece **confermata da numerosi studi scientifici** che evidenziano il valore nutrizionale del pasto di avvio della giornata, anche in termini di benessere fisico e di concentrazione, a scuola e sul lavoro.

Le nostre ricerche hanno dimostrato come il rilascio degli zuccheri della Nutella sia lento e graduale, permettendo di promuovere una prima colazione che agisca positivamente sul senso di sazietà, nonché sulla concentrazione e sull'attenzione.

Il basso indice glicemico di pane e Nutella consente, infatti, una combinazione di alimenti flessibile e bilanciata, resa appetibile e piacevole dal gusto di Nutella.

Ci siamo, quindi, impegnati a promuovere la prima colazione, suggerendo la combinazione di Nutella con altri alimenti: preparare una fetta di pane e Nutella non richiede molto tempo e il suo apporto nutrizionale consente anche di bere una tazza di latte e un frutto, garantendo così l'energia e il nutrimento necessari per iniziare bene la giornata.

**Dedicare un po' di tempo alla prima colazione, significa anche condividerla con i propri cari.**

### STUDI SCIENTIFICI SULLA PRIMA COLAZIONE

**"Breakfast: a good habit, not a repetitive custom".**

**Journal of international medical research. 2008, 36:  
pag 613-624**

**"A consensus document on the role of breakfast  
in the attainment and maintenance of health and  
wellness".**

**ACTA BIOMED. 2009, 80: pag 166-171**



\* È stato calcolato che circa il 30% della popolazione "salta la colazione" (The Boston Public School Universal Breakfast Program; Final evaluation Report" 2000; Mass. Gen. Hospital)

## La partecipazione alla Piattaforma Europea.

Nel 2005, la Direzione Generale Salute e Consumatori della Commissione Europea ha lanciato la **“Piattaforma Europea per la dieta, l’attività fisica e la salute”** (European Platform on diet, physical activity and health) per coordinare gli impegni assunti volontariamente dai vari partner finalizzati a far fronte all’aumento dell’obesità e del sovrappeso in Europa, soprattutto fra i bambini. Partecipano alla Piattaforma 32 fra associazioni industriali, associazioni di consumatori e organismi di ricerca.

Ferrero contribuisce attivamente al raggiungimento degli obiettivi della Piattaforma, attraverso i seguenti impegni:

- **la formulazione e la giusta porzionatura dei propri prodotti,**
- **l’informazione nutrizionale corretta e l’educazione alimentare dei consumatori,**
- **la promozione dell’attività fisica e dello sport,**
- **la comunicazione pubblicitaria responsabile.**

## La formulazione dei nostri prodotti e la giusta porzionatura.

Già dal 1976, Ferrero propone i prodotti della linea Kinder in porzioni incartate singolarmente con un peso tra 12,5 e 43 grammi.

I nostri studi hanno dimostrato che **il controllo delle porzioni**, mantenendo fermi gli standard di gusto e qualità, **rappresenta un aiuto concreto** per i genitori nella cura dell’alimentazione dei propri figli.

**Ferrero non utilizza i grassi idrogenati** e, quindi, **i suoi prodotti non contengono gli acidi grassi trans (TFA)** da tale origine.



## La sensibilizzazione e l'educazione alimentare attraverso il coinvolgimento delle comunità.

**EPODE** (acronimo francese che sta per “insieme per prevenire l’obesità infantile” - [www.epode.fr](http://www.epode.fr)) è un progetto a lungo termine, basato su un partenariato pubblico/privato, nato in Francia nel 2004, che coinvolge le municipalità, le famiglie, gli insegnanti, gli istruttori sportivi, i ristoratori, ecc. con programmi di educazione alimentare e di promozione dell’attività fisica.

Gli obiettivi principali sono:

- **promozione della salute,**
- **prevenzione dell’obesità infantile,**
- **condivisione di buone pratiche,**
- **sviluppo di partnership con altri interlocutori.**



Oltre ai programmi specifici avviati già in 4 paesi europei (Francia, Belgio, Spagna, Grecia), Ferrero sostiene anche il Network Europeo di EPODE (EEN), finanziato per il 50% dall’Unione Europea e per l’altro 50% da partner privati.

### Il Network Europeo di Epoche (EEN) ha i seguenti obiettivi:

- IDENTIFICAZIONE E COMUNICAZIONE DELLE LINEE GUIDA E DELLE BUONE PRATICHE INDIVIDUATE DA 4 UNIVERSITÀ COINVOLTE;
- COMUNICAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE A LIVELLO ISTITUZIONALE;
- IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI DI LAVORO PER SVILUPPARE IL PROGRAMMA NELLE CITTÀ E REGIONI DEI PAESI COINVOLTI;
- DIFFUSIONE DEL PROGRAMMA EPODE IN ALTRI PAESI EUROPEI.

STATO	NOME PROGRAMMA	CITTÀ E PERSONE COINVOLTE	SITO WEB	ANNO	CONTRIBUTO FERRERO
Francia	EPODE	226 città attivate per 1 milione di persone coinvolte	<a href="http://www.epode.fr">www.epode.fr</a>	2006/11	500.000€
Belgio	VIASANO	15 città attivate per circa 300.000 persone coinvolte	<a href="http://www.viasano.be">www.viasano.be</a>	2007/11	400.000€
Spagna	THAO	38 città coinvolte per oltre 10.000 persone coinvolte	<a href="http://www.thaoweb.com">www.thaoweb.com</a>	2008/11	300.000€
Grecia	PAIDEIATROFI	5 città	<a href="http://www.paideiatrofi.org">www.paideiatrofi.org</a>	2009/11	150.000€
Unione Europea	EUROPEAN EPODE NETWORK	4 Stati Membri	<a href="http://www.epode-european-network.com">www.epode-european-network.com</a>	2007/10	450.000€

Totale investimento Ferrero 2006-2011 (compreso il supporto al Network) 1.800.000€

## La promozione dell'attività fisica.

Uno stile di vita sano dipende da molti fattori: abitudini alimentari sane, una dieta bilanciata e lo svolgimento regolare di esercizio fisico.

**Attraverso accordi di collaborazione con Federazioni Sportive internazionali, istituzioni, associazioni dell'industria alimentare e non governative, Ferrero contribuisce a sensibilizzare i cittadini sull'importanza dell'attività fisica per il raggiungimento di uno stile di vita sano, con particolare attenzione ai bambini e ai ragazzi.**

Tali attività vengono sviluppate coerentemente con gli obiettivi della “Piattaforma Europea per la dieta, l'attività fisica e la salute” e con i principi della “Charter on brands for health and well-being”, sottoscritta da Ferrero insieme alle oltre 50 aziende e associazioni europee produttrici di beni di largo consumo raggruppate nell'AIM (Associazione delle Industrie di Marca).



## Kinder + Sport.

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

**Dal 2007 “Kinder + Sport” ha coinvolto oltre 6 milioni di ragazzi di tutto il mondo con attività svolte in 17 Paesi.** Lo scopo principale è aiutare i bambini a praticare sport, attraverso l’organizzazione di tornei, il supporto alle associazioni sportive e alle scuole. Kinder + Sport attiva anche accordi di collaborazione con le associazioni sportive nazionali o internazionali, le federazioni sportive, i centri sportivi locali e i Comitati olimpici nazionali per promuovere l’organizzazione di eventi sportivi in contatto con le scuole e le istituzioni locali. Nel 2008, è stato firmato un accordo con ISF (International Sport Federation) che ha consentito di coinvolgere le Federazioni sportive di 38 paesi per la promozione dello sport nelle scuole.

**Alcuni dati interni relativi alle attività di Kinder + Sport sino al 2009:**

- 15 paesi europei (+ Israele) coinvolti;
- oltre 6 milioni di ragazzi partecipanti;
- oltre 5.000 set sportivi installati nelle scuole e nei club;
- circa 350 eventi sportivi promossi in tutta Europa;
- 19 Campioni testimoni per la promozione degli eventi sportivi e di uno stile di vita sano;
- oltre 20 federazioni nazionali sponsorizzate;
- 2 comitati olimpici (CONI – Italia, DOSB – Germania) sponsorizzati;
- oltre 500.000 visitatori al sito Kinder + Sport;
- investimento totale annuo Ferrero: 12 milioni €.

Particolarmente rilevante è la ricerca avviata nel 2008/2009 in collaborazione con l’Istituto di medicina dello sport di Torino, insieme alla Federazione Italiana di Pallavolo (FIPAV), al Ministero dell’Istruzione, al CONI e alle istituzioni locali, con l’obiettivo di misurare gli effetti di medio lungo termine (5 anni) sui bambini delle scuole coinvolte dal progetto Kinder + Sport mini volley.

**L’investimento totale Ferrero per questa ricerca è di 250.000€ nel periodo 2009/2013.** Nel 2009, l’organizzazione non governativa “Peace and Sport” ([www.peace-sport.org](http://www.peace-sport.org)) ha nominato Kinder + Sport fra i tre progetti finalisti per il premio destinato alla migliore iniziativa CSR (“CSR initiative for peace and sport of the year Award”).

**La nostra sfida per il futuro è di estendere il progetto sia in paesi europei che in paesi extra europei e in via di sviluppo, anche attraverso le Imprese Sociali Ferrero, ampliando il numero di ragazzi, aree geografiche e culture coinvolti.**

Di seguito un commento dal blog

[HTTP://EVVIVA.KINDERPIUSPORT.IT/FRONT\\_POSTS/BCOMMENTS/](http://EVVIVA.KINDERPIUSPORT.IT/FRONT_POSTS/BCOMMENTS/)



“Quando mi allenno e scendo in campo penso sempre allo sport e alla sua importanza per me. È tutto; passione, cuore, sacrificio, grinta e unione. Si lotta, si suda, ma tutto ciò viene ripagato da momenti indimenticabili che si vivono all’interno di una squadra, di un gruppo, che cerca sempre e comunque di raggiungere, seppur oltrepassando ostacoli che sembrano insormontabili, obiettivi comuni, tramite tutti i componenti che si mettono a suo servizio dando, nonostante le possibili difficoltà, tutto”.

## Lasciamo parlare le etichette.

Attraverso le etichette dei nostri prodotti, offriamo informazioni nutrizionali semplici e chiare, in modo da assicurare a tutti i consumatori trasparenza, consapevolezza e tranquillità nel consumo. Già da tempo, sul retropacco dei prodotti della linea Kinder e Nutella sono riportate informazioni nutrizionali relative al valore energetico, alle proteine, ai carboidrati, ai grassi e, su molti prodotti, viene anche riportata l'informazione relativa alla % GDA (\*) dell'energia per porzione.

**L'impegno a favore di una corretta informazione nutrizionale è il prolungamento naturale della politica di qualità e responsabilità di Kinder e Ferrero ed è destinata a rafforzarsi ulteriormente.**

Ferrero si è impegnata a modificare, entro il 2009, l'etichettatura nutrizionale dei prodotti Kinder e Nutella commercializzati nei paesi dell'Unione Europea, secondo le raccomandazioni della CIAA (Confederazione delle Industrie Agro Alimentari europee).

Sul **fronte pacco** sarà riportato l'**“Energy logo”**, cioè il valore energetico per porzione in assoluto e in percentuale, rispetto al fabbisogno giornaliero e sul **retropacco i valori per porzione** di energia, proteine, carboidrati (di cui zuccheri), grassi (di cui grassi saturi), fibre e sodio, nonché le % GDA per porzione di energia, zuccheri, grassi, grassi saturi e sodio.



### KINDER CIOCCOLATO

INFORMAZIONI NUTRIZIONALI			
VALORI MEDI	PER 100g	PER PEZZO 12,5g	%GDA* PER PEZZO
VALORE ENERGETICO kcal / kJ	561 / 2341	70 / 292	4
PROTEINE	9	8,7	1,1
CARBOIDRATI	9	53,5	6,7
di cui: zuccheri	9	53	6,6
GRASSI	9	34,7	4,3
di cui: saturi	9	22,5	2,8
FIBRE ALIMENTARI	9	1	0,1
SODIO	mg	0,123	0,015
VITAMINA B2 (RIBOFLAVINA)	mg	0,45 (28% RDA**)	0,05 (3% RDA**)
VITAMINA B12	mcg	0,80 (80% RDA **)	0,1 (10% RDA**)
CALCIO	mg	309 (38% RDA **)	38 (4% RDA**)
FOSFORO	mg	245 (30% RDA**)	30 (3% RDA**)

\*GDA: La Quantità giornaliera raccomandata per un adulto è basata su di una dieta che prevede un apporto medio giornaliero di 2000 kcal. Il fabbisogno nutrizionale di un individuo può essere maggiore o minore, a seconda del sesso, età, attività fisica ed altri fattori.

\*\*RDA: razione giornaliera raccomandata.

\*Guideline Daily Amounts – Dosi raccomandate giornaliere

## Una comunicazione pubblicitaria responsabile.

Una comunicazione responsabile aiuta il consumatore a compiere scelte appropriate di acquisto e di consumo dei prodotti alimentari e a comprendere il ruolo dell'alimentazione e dell'attività fisica per uno stile di vita equilibrato e sano.

Siamo convinti che la pubblicità sia uno strumento importante e ci siamo "autoregolamentati" per tutelare il consumatore da pubblicità false o ingannevoli.

Come Gruppo, applichiamo il "Regolamento-quadro per una comunicazione pubblicitaria responsabile in ambito alimentare", adottato dalla Camera di Commercio Internazionale (ICC) e i relativi Codici di autoregolamentazione sviluppati a livello nazionale o regionale.

Siamo, inoltre, membri attivi della World Federation of Advertisers (WFA) e della International Food and Beverage Alliance (IFBA).

**IN QUALITÀ DI MEMBRO DI IFBA, FERRERO HA ASSUNTO L'IMPEGNO DI APPLICARE DAL GENNAIO 2012 LA RELATIVA POLITICA GLOBALE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE DELLE PUBBLICITÀ INDIRIZZATE AI BAMBINI (TELEVISIVE, SU STAMPA E VIA INTERNET).**

La verifica del rispetto dei codici di autoregolamentazione delle nostre comunicazioni pubblicitarie è realizzata annualmente dalla European Advertising Standard Authority (EASA).

**Nel 2008, sono state monitorate da EASA, 73 nostre pubblicità in 8 Paesi, di cui 12 sono risultate non conformi per questioni "formali" (semantiche e grafiche), immediatamente risolte.**

**Al 31 agosto 2009 sono state monitorate, sempre da EASA, 56 pubblicità in 8 Paesi, che sono risultate tutte conformi ai codici di autoregolamentazione.**

Ferrero è da sempre consapevole del **ruolo cruciale dei genitori nell'educare i bambini a uno stile di vita equilibrato e salutare**: infatti, la nostra comunicazione è indirizzata soprattutto ai genitori, principali responsabili della "crescita sana" dei loro figli.

Per tale ragione, abbiamo autoregolamentato le nostre pubblicità dirette ai bambini tramite televisione, stampa, Internet e nelle scuole elementari, aderendo all'**EU Pledge** (<http://eu-pledge.eu/>) applicato nei 27 Paesi dell'UE.

In Canada, Brasile e Australia abbiamo sottoscritto nel 2009 accordi analoghi all'**EU Pledge**.



**L'IPA (INSTITUTE OF PRACTITIONERS IN ADVERTISING) HA PREMIATO LO SPOT INGLESE DELLA NUTELLA PER LA FORZA E L'EFFICACIA NEL POSIZIONARE IL PRODOTTO NELLA PRIMA COLAZIONE (2009).**

Con l'obiettivo di aiutare a far crescere consumatori consapevoli, sosteniamo anche **il programma educativo “Media Smart”** che si propone di sviluppare nei bambini un approccio critico ai programmi televisivi, aiutandoli a riconoscere e distinguere i contenuti editoriali dalla pubblicità.

**Il programma “Media Smart” è attivo nei seguenti paesi:**

**Belgio** - [www.raadvoordereclame.be](http://www.raadvoordereclame.be)  
**Finlandia** - [www.mediasmart.fi](http://www.mediasmart.fi)  
**Germania** - [www.mediasmart.de](http://www.mediasmart.de)  
**Olanda** - [www.mediarakkers.nl](http://www.mediarakkers.nl)  
**Svezia** - [www.mediasmart.se](http://www.mediasmart.se)  
**Regno Unito** - [www.mediasmart.org.uk](http://www.mediasmart.org.uk)  
**Ungheria** - [www.mediaturor.hu](http://www.mediaturor.hu)  
**Portogallo** - [www.mediasmart.com](http://www.mediasmart.com).

Siamo anche membri attivi dell'**Advertising Education Forum**, organizzazione non profit che ha costituito un database informativo sulle regolamentazioni delle pubblicità dirette ai bambini. L'accesso è libero per chiunque voglia effettuare ricerche accademiche e scientifiche sulla relazione fra pubblicità e bambini ([www.aeforum.org](http://www.aeforum.org)).



Stabilimento di Stadtallendorf (Germania)

## Prossimi passi

NEL 2010, VERRÀ COMPLETATO NEI 27 PAESI UE, IL LANCIO SUL MERCATO DI NUOVE ETICHETTE NUTRIZIONALI PER KINDER E NUTELLA, BASATE SULLE “GUIDELINES DAILY AMOUNT” (GDA) CON L’“ENERGY LOGO” SUL FRONTE-PACCO.

SEMPRE NEL 2010, È PREVISTA L'ADESIONE AL **“PLEDGE” DI AUTOREGOLAMENTAZIONE** DELLE PUBBLICITÀ INDIRIZZATE AI BAMBINI **IN MESSICO**.

CON DECORRENZA 1° GENNAIO 2010, PREVEDIAMO L'ADESIONE ALL'**INTERNATIONAL FOOD AND BEVERAGE ALLIANCE (IFBA)** COME MEMBRO A PIENO TITOLO, CON SOTTOSCRIZIONE DEI RELATIVI IMPEGNI.

PREVEDIAMO, INOLTRE ENTRO IL 2013:

- **L'ESTENSIONE DEL PROGRAMMA KINDER + SPORT** AD ULTERIORI PAESI EUROPEI ED EXTRA-UE INCLUSI ALCUNI PAESI IN VIA DI SVILUPPO, IN COLLABORAZIONE CON LE IMPRESE SOCIALI FERRERO;
- L'ESTENSIONE DEL PROGRAMMA **EPODE** AD ALTRI PAESI EUROPEI;
- L'ESTENSIONE **DELL'ETICHETTATURA NUTRIZIONALE GDA PER KINDER E NUTELLA** ANCHE IN ALCUNI PAESI EXTRA-UE.



**RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA**

L'AUTENTICITÀ DEL NOSTRO  
ENTUSIASMO RIMANE IMMUTATA  
NEL TEMPO.

## CAPITOLO 6

IL GUSTO  
PER LA QUALITÀ

## Qualità e sicurezza del processo produttivo.

**Il “sacco conosciuto”:** è questo il modo con cui definiamo la qualità e la sicurezza delle materie prime che approdano nei nostri stabilimenti. **Nel 2007/08, il totale delle materie prime da noi utilizzate ammontava a 860.000 tonnellate, a fronte di 925.000 tonnellate nel 2008/09.**

Il sacco conosciuto identifica, quindi, la tracciabilità dell'origine delle nostre forniture, sia delle materie prime, anche sfuse, che degli imballi, affinché la qualità e la sicurezza alimentare dei prodotti Ferrero siano costantemente garantite nell'intera filiera produttiva, in linea anche con quanto previsto dal “Libro Bianco dell’Unione Europea sulla sicurezza alimentare” del 12 gennaio 2000.

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

Per rafforzare la gestione centralizzata del processo di assicurazione qualità, secondo criteri comuni e con una logica di massima integrazione, operiamo con un nostro **apposito sistema globale** con l’obiettivo di integrare al meglio i dati di Gruppo relativi al processo di qualità, il nostro nuovo sistema informatico sarà esteso ad altri stabilimenti europei.

A monte della nostra filiera interna della qualità, svolgiamo anche **controlli e operazioni di audit direttamente presso i nostri fornitori e sulle relative analisi** che sono tenuti ad eseguire sul materiale fornito.

ANALISI - Media Annuale			
	MATERIE PRIME	IMBALLI	TOTALE
Numero di controlli in accettazione	420.000	250.000	670.000

## La sicurezza degli ingredienti e del processo produttivo.

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

**Il Gruppo sostiene significativi investimenti in attività di ricerca e sviluppo e di miglioramento continuo del processo industriale, per garantire la massima soddisfazione dei consumatori.**

A titolo di esempio, nell'esercizio 2008/2009, le ore di formazione in materia di igiene e sicurezza alimentare del personale operaio degli stabilimenti europei sono state 10.393.

La selezione dei nostri fornitori viene effettuata sulla base di appositi “Fogli caratteristiche materie prime” che definiscono i parametri chimico-fisici, microbiologici e organolettici della materia prima, che i fornitori firmano per accettazione.

Utilizziamo, inoltre, i cosiddetti “capitolati di prodotto finito” che definiscono, oltre ai parametri analitici di cui sopra, anche quelli merceologici (composizione, peso, aspetto, ecc.), come pure le modalità e la frequenza dei controlli delle linee produttive.

## Il sistema di tracciabilità in Ferrero.

Il sistema di tracciabilità, applicato in tutti gli stabilimenti, permette in ogni fase della produzione la rintracciabilità degli alimenti attraverso:

- **un codice identificativo;**
- **un codice del lotto di appartenenza;**
- **l'indicazione del fornitore;**
- **la fase di destinazione.**

Riassumiamo brevemente le varie fasi di tale processo:

### **ACCETTAZIONE**

#### **GESTIONE INGRESSO MATERIE PRIME ED IMBALLI**

Registrazione e identificazione dei materiali in entrata attraverso i relativi codici.

Campionamento della merce e analisi di accettazione in conformità al “foglio caratteristiche materie prime” e secondo un rigido schema prestabilito.

Avvio alla lavorazione solo a fronte dell'autorizzazione da parte della direzione qualità.



### **PRODUZIONE**

#### **IDENTIFICAZIONE UNIVOCÀ DI CIASCUN PRODOTTO FINITO**

Le varie fasi di produzione ci permettono di identificare ciascun prodotto finito attraverso un codice univoco che raggruppa tutte le varie informazioni (lotto confezionamento, ora produzione, data scadenza, codice prodotto, numero colli, peso). Naturalmente, tutte le varie fasi della produzione sono sottoposte a controlli da parte di personale addetto per verificare la conformità a quanto previsto nei “capitolati”.



### **DISTRIBUZIONE**

#### **GESTIONE DEL PRODOTTO FINITO DALLO STABILIMENTO AL CLIENTE**

Con il codice univoco il prodotto viene seguito fino al magazzino di distribuzione e successivamente è possibile individuare i clienti di destinazione (grande e piccola distribuzione). Una collaborazione efficace tra le diverse funzioni aziendali consente di definire le nostre linee guida per la sicurezza, le procedure, la formazione e gli audit periodici.



Stabilimento di Belsk (Polonia)

## I nostri stabilimenti.

A garanzia delle nostre produzioni vi è anche tutto il sistema delle certificazioni di cui seguiamo costantemente gli sviluppi per adeguare le nostre unità produttive.

Naturalmente, tutti gli stabilimenti del Gruppo dispongono e mettono in pratica un piano HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points), ormai obbligatorio nell'Unione Europea.

La seguente tabella riporta lo stato attuale delle certificazioni dei nostri **STABILIMENTI**.

Stabilimenti	ISO 9002:1994 dal	ISO 9001:2000 dal	ISO 9001:2000 di Gruppo Europa dal	ISO 22000	ISO 17025 dal	IFS* dal
Alba (Italia)	1999	2003	2005		2006	2007
Arlon (Belgio)	1996	2003	2005			2006
Balvano (Italia)	1996	2004	2005			
Belsk (Polonia)	2001	2003	2005			2006
Brantford (Canada)		previsto nel 2009/2010				
Cork (Irlanda)	1994	2004	2005			
La Pastora (Argentina)	2000	2003		2008		
Lithgow (Australia)	1999	2003				
Pocos de Caldas (Brasile)	1999	2002		2007		
Pozzuolo (Italia)	1998	2002	2005			
Quito (Ecuador)	1999	2000				
S.Angelo dei Lombardi (Italia)	1999	2004	2005			
Stadtallendorf (Germania)	1994	2003	2005		2007	2006
Villers Ecalles (Francia)	1997	2003	2005	previsto nel 2009/2010		

La valutazione attenta delle materie prime e l'impiego di processi di lavorazione sicuri e innovativi ci permette di non dover ricorrere ad **additivi o conservanti, né ad organismi geneticamente modificati**. I **coloranti** usati per alcuni tipi di Tic Tac sono stati oggetto di studi specifici e risultati senza conseguenze sui bambini: il nostro obiettivo è comunque quello di sviluppare coloranti naturali in sostituzione di quelli sintetici.

Oltre al rispetto delle relative normative e ai piani HACCP\*\*, ci siamo dotati di sistemi e procedure interne rigorose per tutelare i nostri consumatori e i nostri dipendenti dalle **problematiche sanitarie** legate agli allergeni e all'**intolleranza al glutine**. Ove richiesto, abbiamo ottenuto la certificazione da enti terzi (es. FACE per la Nutella commercializzata in Spagna).

Utilizziamo gli **aromi** in quantità esigue e in ottemperanza del Regolamento CE 1334 del 2008 (in vigore nel 2011), rispettando le modalità e i livelli previsti dalle normative (Direttiva 88/388/CEE; D.L.107/1992) e sottoponendoli a una severa attività di controllo, attraverso analisi organolettiche, strumentali (gascromatografiche) e chimico-fisiche. Naturalmente, non usiamo gli aromi con classificazioni di rischio (Reg.1907/2006/CE).

\* IFS: International Food Standard

\*\* I piani HACCP considerano la presenza di glutine al pari della presenza di un allergene

### **POLITICA PER LA FRESCHEZZA DEI PRODOTTI FERRERO**

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

Eseguiamo un costante monitoraggio presso i rivenditori e **ritiriamo, a prezzi di mercato, i prodotti che non presentino le migliori condizioni al tatto, alla vista e all'olfatto, anche se la data di scadenza non è ancora stata raggiunta.**

Ciò avviene in particolare in condizioni di clima caldo, come in estate, quando la produzione viene sospesa.

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

### **Ingredienti e ricerca universitaria.**

Ferrero da sempre considera la ricerca un aspetto fondamentale per garantire la qualità e la freschezza dei propri prodotti.

I progetti e gli studi Ferrero sono condotti in collaborazione con 10 grandi Università di 5 diversi Paesi: Olanda, Italia, Germania, Polonia, Spagna, e seguiti da un comitato di studiosi ed esperti internazionali.

I principali ambiti di ricerca riguardano:

- **i contenuti e gli effetti dei nutrienti delle materie prime;**
- **gli effetti di specifici nutrienti (grassi, antiossidanti, minerali, fibre ...);**
- **la valutazione di nuovi ingredienti;**
- **la sicurezza dei prodotti, in particolare quelli consumati dai bambini;**
- **la porzionatura dei prodotti e la definizione delle migliori performance in termini di gusto e sazietà;**
- **il profilo di nuovi prodotti da commercializzare nei prossimi anni.**

### **Assaggiare per valutare.**

Affinché i nostri prodotti siano conformi agli elevati standard di gusto Ferrero, oltre ai classici test di laboratorio, realizziamo anche un'analisi sensoriale, da noi definita "assaggio", per esprimere un giudizio compiuto sull'aspetto estetico, sull'odore e sul gusto del prodotto.

Le attività di analisi includono:

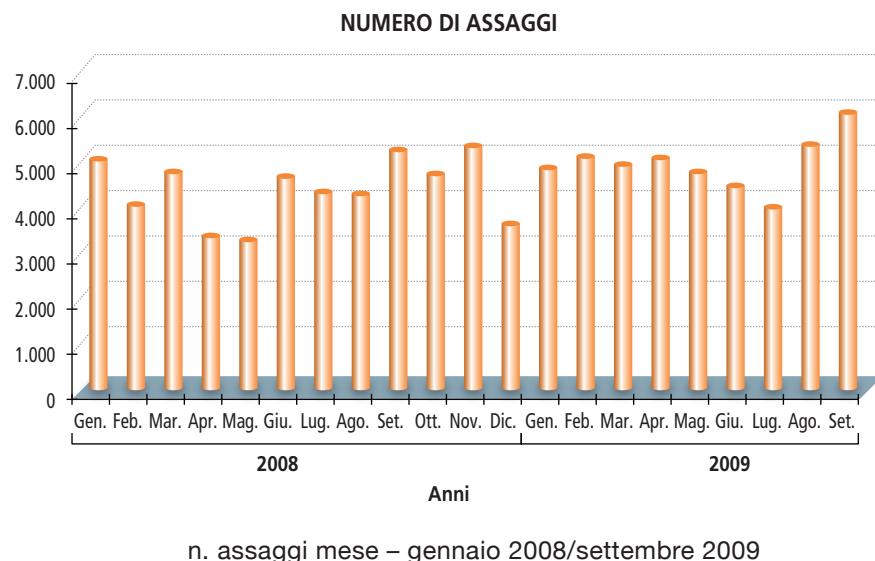
- **gli assaggi delle materie prime, di cui si tiene conto nella fase di accettazione;**
- **gli assaggi di linea sui semilavorati e prodotti finiti, di cui si tiene conto nella fase di produzione;**
- **gli assaggi di "direzione";**
- **i test spider web.**

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

Essi sono caratterizzati da alcune regole:

- **ogni giorno, un numero minimo di assaggiatori diversi (calcolato in base alle dimensioni degli stabilimenti) gusta almeno un prodotto;**
- **ogni settimana i risultati dei test vengono inviati alla Direzione Qualità delle “Operations”.**

I risultati degli assaggi “di direzione” vanno ad alimentare il cosiddetto cruscotto che descrive l’andamento globale qualitativo dei prodotti.



### MEDIA MENSILE DEGLI ASSAGGI DI DIREZIONE NEGLI STABILIMENTI DI PRODUZIONE KINDER SORPRESA E FERRERO ROCHER



**KINDER  
SORPRESA**

**n. stabilimenti** 5  
**media mensile assaggi** 509

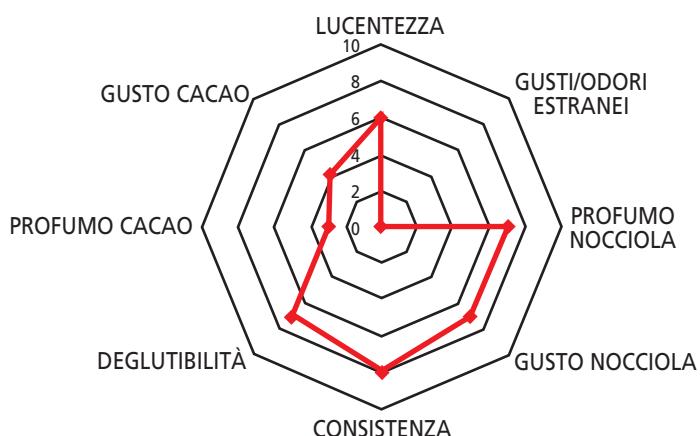


**FERRERO  
ROCHER**

**n. stabilimenti** 4  
**media mensile assaggi** 286

Il test “**Spider Web**” valuta 8 fattori ed è eseguito ogni quindici giorni da un gruppo di esperti interni, allo scopo di realizzare un “profilo sensoriale più approfondito” che sostituisce i giudizi ottimo, buono, discreto.

Il risultato dell’assaggio viene visualizzato in un grafico a forma di “ragnatela” unendo i punti relativi alle valutazioni dei descrittori, in base alla media delle valutazioni degli assaggiatori.



Profilo sensoriale Spider Web di Nutella “standard”

Il test *Spider Web* è oramai consolidato su alcuni prodotti (Nutella, Rocher, Uova Kinder, Kinder Délice) e in via di sviluppo su altri (Raffaello, Kinder Cioccolato, Kinder Bueno). A regime sono previste circa 510 analisi l’anno, cui partecipano mediamente 10 assaggiatori per stabilimento.

## Prossimi passi

### DA RAGGIUNGERE ENTRO IL 2013:

- IL NUOVO SISTEMA INFORMATICO DEL PROCESSO DI QUALITÀ, CHE HA COME OBIETTIVO LA MASSIMA INTEGRAZIONE DEI DATI DI GRUPPO, SARÀ ESTESO ANCHE AD ALTRI STABILIMENTI EUROPEI.
- PREVEDIAMO INOLTRE L’INTEGRAZIONE DEL SISTEMA DI AUDIT E CONTROLLO, A LIVELLO MONDIALE, PRESSO I FORNITORI DI MATERIE PRIME E DI IMBALLI CON PARTICOLARE ATTENZIONE ALLE SEGUENTI QUESTIONI: PRESENZA OGM, PIANO HACCP, PRESENZA ALLERGENI, MARCHIO “PEANUT FREE”.

### PER QUANTO RIGUARDA INVECE LE CERTIFICAZIONI, PREVEDIAMO DI OTTENERE:

- CERTIFICAZIONE ISO 22000 NEGLI STABILIMENTI EUROPEI;
- ISO 9001:2008 IN TUTTI GLI STABILIMENTI DEL GRUPPO.



**RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA**

TUTTI I NOSTRI PRODOTTI  
PARLANO DI SOSTENIBILITÀ  
E DI DIGNITÀ DEL LAVORO.

## CAPITOLO 7

L'ECCELLENZA  
DELLE MATERIE  
PRIME: IL VALORE  
DI UNA SCELTA  
RESPONSABILE

## I nostri ingredienti principali.

Da sempre selezioniamo, con la massima cura, gli ingredienti migliori per garantire la qualità e la freschezza dei nostri prodotti. La provenienza geografica e le modalità dell'approvvigionamento delle materie prime da noi utilizzate costituiscono i parametri fondamentali delle nostre scelte.

### Dalla fava di cacao al cioccolato.

Ferrero lavora al proprio interno le fave di cacao e i maestri cioccolatieri sviluppano miscele specifiche a seconda delle diverse applicazioni: acquistiamo solo il raccolto principale e le varietà di alta qualità, come il noto "Arriba".

Gli approvvigionamenti provengono soprattutto dalla fascia tropicale dell'Africa Occidentale, principalmente dalla Costa d'Avorio, primo produttore mondiale, e dal Ghana.

**Abbiamo instaurato rapporti di lungo termine con i nostri fornitori, convinti che sia il sistema migliore per generare sicurezza, crescita e quindi benessere locale.** Le corrette condizioni di lavoro dei contadini e l'attenzione all'ambiente sono le leve su cui ci muoviamo per il raggiungimento di un'economia sostenibile nel cacao.

**Tutto questo, però, senza mai perdere di vista la qualità.**

**IL NOSTRO OBIETTIVO A LUNGO TERMINE È, NATURALMENTE, QUELLO DI ARRIVARE AD APPROVVIGIONARCI AL 100% DI CACAO SOSTENIBILE DELLA QUALITÀ A NOI NECESSARIA, CERTIFICATO O VERIFICATO ESTERNAMENTE. PER RAGGIUNGERE TALE FINE, DATA L'ESTREMA COMPLESSITÀ DELL'ATTUALE FILIERA DEL CACAO (CON PIÙ DI UN MILIONE E MEZZO DI SINGOLI CONTADINI, INNUMEREVOLI INTERMEDIARI, DIFFICOLTÀ LOGISTICHE E MODALITÀ DI TRASPORTO) RITENIAMO NECESSARIO, A NOSTRO PARERE, COLLABORARE CON GLI ENTI DEI PAESI COINVOLTI.**

Per questo, crediamo fortemente in un **approccio collettivo** a livello industriale, mirante a promuovere la sostenibilità della filiera del cacao, tenendo conto della complessità dei fattori che la influenzano.

Pertanto, siamo membri attivi:

- dell'**International Cocoa Initiative (ICI [www.cocoainitiative.org](http://www.cocoainitiative.org))**, fondata nel 2002 in partnership con altre organizzazioni dolciarie, i Sindacati e le ong per monitorare e sostenere gli sforzi per eliminare le peggiori forme di lavoro minorile e lavoro forzato nella produzione di cacao e dei prodotti derivati. L'ICI mira ad accrescere la consapevolezza dei produttori, supportando programmi di sensibilizzazione e di educazione basati sulla condivisione delle esperienze;
- della **World Cocoa Foundation (WCF [www.worldcocoafoundation.org](http://www.worldcocoafoundation.org))**, fondata nel 2000 dalle aziende del settore, con l'obiettivo di migliorare il benessere delle comunità in cui viene coltivato il cacao, con particolare attenzione al reddito dei contadini, all'educazione e all'organizzazione delle comunità e al rispetto dell'ambiente, anche attivando partnership con organizzazioni non governative e istituzioni.



Aderiamo anche al **“Protocollo Harkin-Engel”**, firmato nel 2001, in base al quale è stato sviluppato il **primo sistema di certificazione mondiale di processo** del rispetto delle normative sul lavoro minorile indicate nella Convenzione ILO n.182. Dal **luglio 2008**, almeno il **50% del cacao** proveniente da Ghana e Costa d'Avorio è certificato in base a tale sistema.

In aggiunta, Ferrero è direttamente impegnata in una serie di **progetti specifici di partnership**, tra privati, miranti a fornire assistenza e formazione permanente agli agricoltori, prevedendo anche premi per la qualità del prodotto che spesso si concretizzano in re-investimenti nei Paesi produttori, finalizzati ad un continuo miglioramento della qualità e della crescita delle economie locali.

Ad esempio:

In **Costa d'Avorio**, con Touton (trader di rilevanza mondiale per il cacao, [www.touton.fr](http://www.touton.fr)) abbiamo realizzato un partenariato per due progetti di certificazione etico-ambientale delle fave di cacao.

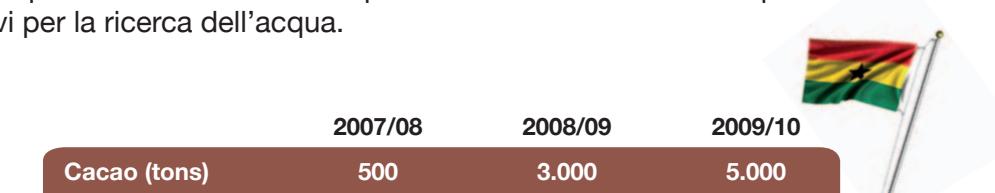
Tale certificazione prevede l'applicazione, lo sviluppo e il rispetto di numerosi indicatori ambientali, sociali ed economici (conservazione degli ecosistemi, protezione della fauna selvaggia, conservazione delle risorse idriche, gestione e conservazione del suolo e gestione dei rifiuti, politiche di gestione sociale, rispetto della salute e della sicurezza dei lavoratori, giusto trattamento e buone condizioni di lavoro, formazione sui sistemi di controllo e audit). Il primo progetto si concentra sulle piantagioni della Société Agricole de l'Ouest (SAO – parte del gruppo Touton dal 1998) e la **certificazione Rainforest Alliance** ([www.rainforest-alliance.org](http://www.rainforest-alliance.org)) è prevista dall'inizio del 2010.

Con il secondo progetto, si vuole raggruppare una moltitudine di piccoli contadini in un unico centro d'acquisto. **Anche per questo progetto si attende la certificazione nel corso del 2010.**

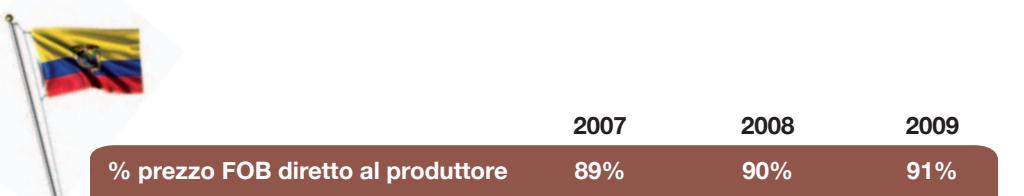
 PROGETTO	SUPERFICIE COLTIVATA PRODUZIONE 08/09 PRODUZIONE 09/10		
	SAO	600 ha	300 tons
CENTRO D'ACQUISTO	600 ha	0 tons	300 tons

In **Ghana** siamo impegnati in progetti di tracciabilità del cacao tramite **Source Trust** ([www.sourcetrust.org](http://www.sourcetrust.org)), organizzazione non profit, che promuove la sostenibilità e la tracciabilità delle pratiche di coltivazione, migliorando le condizioni di vita dei contadini e delle comunità, in linea con gli obiettivi delle Nazioni Unite per il nuovo millennio.

Dal 2007, oltre ad acquistare cacao tracciato, Ferrero è direttamente coinvolta nel sostegno alle popolazioni locali per migliorare le loro condizioni di vita. **Sosteniamo in particolare interventi strutturali a favore delle comunità locali dove operiamo**, come ad esempio la costruzione di pozzi per l'acqua in diversi villaggi, la cui popolazione era costretta, sino ad allora, a percorrere vari chilometri per rifornirsi. Per il 2010 sono previsti ulteriori investimenti in scavi per la ricerca dell'acqua.



In Ecuador, sin dal 1998 abbiamo avviato un rapporto diretto con i contadini locali produttori di cacao, garantendo loro un prezzo equo (pari almeno al 90% del prezzo FOB "Free On Board") e un premio economico per la qualità delle fave di cacao, grazie ad un partenariato con la **Fondazione Maquita Cushunchic Como Hermanos - MCCH** ("aiutiamoci gli uni gli altri come fratelli"). MCCH è divenuto il principale fornitore di fave di cacao dell'Ecuador per Ferrero (1.600 tonnellate nel 2008 e 2.400 nel 2009) ed è presente in 6 province con circa 10.000 soci (di cui 2.500 nel cacao). Nel tempo, il pagamento del premio agli agricoltori ha generato numerosi benefici sociali ed economici.



## L'olio di palma.

Ferrero ha sviluppato un'esclusiva tecnica di frazionamento dell'**olio di palma** che consente di mantenere intatte le qualità organolettiche del prodotto, aumentandone la cremosità e, allo stesso tempo, evitando il ricorso ai grassi idrogenati.

Non compriamo olio di palma dall'Indonesia, teatro di estese deforestazioni, ma dalla Malesia (quasi esclusivamente dalla Malacca) e dalla Papua Nuova Guinea. Dal 2005, Ferrero si è resa parte attiva della **Round Table on Sustainable Palm Oil** ([www.rspo.org](http://www.rspo.org)), Organizzazione che rappresenta i consumatori, i trasformatori e rivenditori di olio di palma, oltre che banche, investitori e associazioni ambientaliste e di sviluppo sociale.

**Due sono i principali obiettivi perseguiti dalla RSPO:**

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

Soddisfazione per tali impegni sottoscritti da Ferrero è stata espressa, nel luglio del 2008, **nell'ambito della campagna "Deforestazione zero"**, diretta a fermare la distruzione delle foreste del Sud-Est Asiatico legata all'espansione delle coltivazioni di palma da olio.

A partire dal 2011, un quarto del nostro fabbisogno di olio di palma sarà certificato sostenibile secondo i criteri RSPO, grazie ad **un accordo in corso di sottoscrizione con New Britain Palm Oil limited** ([www.nbpol.com.pg](http://www.nbpol.com.pg)).

**PER IL 2015, IL NOSTRO OBIETTIVO È DI ARRIVARE AL 100% DI OLIO DI PALMA CERTIFICATO SOSTENIBILE.**

## Lo zucchero.

Lavoriamo da decenni, ormai, con cooperative agricole e produttori, per la gran parte europei, i cui statuti e diritti sono riconosciuti a livello comunitario.

Recenti accordi comunitari a sostegno dei Paesi in via di sviluppo hanno facilitato l'approvvigionamento da Paesi terzi, nel rispetto della sostenibilità del prodotto.

Per individuare e selezionare nuovi produttori virtuosi in grado di garantire e dimostrare le condizioni di lavoro minime necessarie e la qualità del prodotto, abbiamo avviato una ricerca ad ampio raggio in varie regioni del mondo.

Nel corso del 2010 entreremo a far parte della **“Better Sugar Cane Initiative”**, costituita dai rappresentanti della filiera zucchero al fine di garantirne i principi di responsabilità sociale.

FERRERO UTILIZZA SOLO CAFFÈ DI QUALITÀ ARABICA 100%, LA PIÙ PREGIATA DAL PUNTO DI VISTA DELL'AROMA E LA PIÙ DELICATA COME VARIETÀ (CULTIVAR). ABBIAMO ANCHE AVVIATO SPECIFICHE RICERCHE SUGLI EFFETTI DEL CAFFÈ SUI LIVELLI DI CONCENTRAZIONE RISCONTRATI SUI CONSUMATORI.

## Il latte.

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

I rapporti di lunga durata ci consentono di realizzare nel tempo un programma di sviluppo e crescita reciproca, sviluppando una filiera corta e sostenibile. Nei prossimi anni continueremo, infatti, a sostenere il **“progetto di filiera integrata”**, che mira a fidelizzare tutta la filiera, dall'allevatore al produttore dei semilavorati (latte intero e scremato in polvere e burro anidro), corrispondendo un prezzo adeguato e senza fattori speculativi. Ciò è possibile attraverso accordi appositi con alcuni nostri fornitori (tra cui **In.al.pi** e **Mittelelbe GmbH**) che ci consentiranno di incrementare le quantità di materie prime ad origine locale e più vicine ai siti produttivi.

**Calcoliamo di soddisfare, entro il 2015, il 25% del nostro fabbisogno con latte in polvere e burro anidro proveniente dalla “filiera integrata”.**

Paesi di origine del latte utilizzato nei nostri stabilimenti:

**STABILIMENTI IN EUROPA**  
**origine Unione Europea**

**LA PASTORA (ARGENTINA)**  
**origine Argentina/Uruguay**

**POCOS DE CALDAS (BRASILE)**  
**origine Brasile**

**QUITO (ECUADOR)**  
**origine Ecuador/Argentina/Colombia**

**BRANTFORD (CANADA)**  
**origine Canada e USA**

**LITHGOW (AUSTRALIA)**  
**origine Australia**



## Le nocciole.

Ferrero è tra i maggiori utilizzatori al mondo di nocciole, delle quali seleziona solo le varietà migliori, **provenienti perlopiù dall'Italia e dalla Turchia**. Per preservarne al massimo la qualità **sono stati sviluppati processi di tostatura e impianti con tecnologie esclusive**, che permettono di esaltare l'aroma e il gusto di questo nostro ingrediente di base.

Nel 2006, Ferrero ha creato la **"Hazelnut Business Development"** (HBD), con l'obiettivo di **stabilire delle partnership a lungo termine con coltivatori, avviare progetti di sviluppo con Governi locali, istituzioni finanziarie e investitori privati**.

L'HBD sviluppa la propria strategia sia identificando ed acquistando terreni dove coltivare e lavorare le nocciole con tecniche e risorse proprie, sia supportando a vario livello operatori terzi che intendono lanciare autonomamente progetti di coltivazione (in particolare proponendo la vendita a prezzo di costo di piantine selezionate delle diverse varietà di nocciola, e fornendo un supporto di consulenza tecnica ed agronomica con un team di esperti, interno alla Ferrero, denominato Coriltech).

L'HBD ha inoltre avviato collaborazioni di lungo termine con le più importanti istituzioni scientifiche internazionali allo scopo di divenire centro di eccellenza per tutte le attività di ricerca (quali ad esempio la coltivazione di nuove varietà resistenti a fattori esterni, processi di accelerazione della messa in produzione, sistemi di coltivazione più efficienti, ecc.).

**Nel 1996 è nata AgriChile:** circa 4.500 ettari di terreno di proprietà coltivati per circa 3.000 con varietà (*cultivar*) provenienti dal Mediterraneo, pienamente operativa ormai dal 2003. In pochi anni, oltre 150 produttori indipendenti hanno comprato le piante da Ferrero e hanno dato il via alla propria piantagione, arrivando a sviluppare ulteriori 5.000 ettari di coltivazione.

A seguito di ricerche nel Mar Nero del *team* scientifico dell'HBD, è stata costituita **AgriGeorgia**: dai 500 ettari del 2007 coltivati anche con varietà locali di elevata qualità, si prevede per il 2010 di arrivare a 2.000 ettari coltivati direttamente da AgriGeorgia su una superficie di proprietà superiore ai 4.000 ettari.

L'ultima, in ordine di tempo, è **AgriSudafrica**, costituita nel 2008, con l'obiettivo di sviluppare la coltivazione delle nocciole attraverso progetti di cooperazione con il governo e investitori locali.

Per il 2013, ci siamo fissati l'obiettivo di aumentare la fornitura di nocciole in provenienza dal **Cile, dalla Georgia e dal Sudafrica**. **In Georgia prevediamo, inoltre, il lancio del primo progetto di certificati verdi (carbon credits) previsto dal Protocollo di Kyoto.**



## La sostenibilità negli approvvigionamenti delle materie prime.

FERRERO PREFERISCE, DA SEMPRE, AVVIARE UN RAPPORTO DIRETTO CON I PRODUTTORI E/O FORNITORI DI MATERIE PRIME, COSTRUENDO PARTNERSHIP COMMERCIALI BASATE SUL DIALOGO E LA TRASPARENZA.

### In aggiunta ai requisiti di qualità delle materie prime, chiediamo ai nostri fornitori:

- il rispetto di condizioni di lavoro e di salario adeguate alle normative internazionali;
- di non effettuare, nei confronti del proprio personale, discriminazioni di razza, nazionalità, sesso e religione;
- di non fare ricorso, nell'espletamento della propria attività, allo sfruttamento di manodopera minorile o di detenuti non consenzienti.

A questo fine, è stata inserita una clausola standard nei contratti per assicurare che tutta la merce acquistata dai nostri fornitori sia stata ottenuta e trasformata in pieno rispetto di tutte le leggi, i regolamenti e le norme locali, oltre che i requisiti introdotti dalle Convenzioni Internazionali (Convenzioni ILO e Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, ONU).

### Inoltre sosteniamo i nostri fornitori:

- attraverso meccanismi commerciali, quali **contratti di lungo termine**, che contribuiscono ad assicurare un reddito più stabile agli agricoltori;
- fornendo, ove necessario, **formazione e assistenza** per garantire la migliore qualità dei prodotti agricoli;
- attraverso una **politica dei prezzi trasparente** che costituisca per i produttori agricoli un punto di riferimento su cui scegliere gli acquirenti;
- prevedendo **premi alla qualità**, che incoraggino gli agricoltori a raggiungere e mantenere elevati standard qualitativi;
- sostenendo un **sistema di produzione agricola economicamente vitale, socialmente accettabile e rispettoso dell'ambiente, incoraggiando quindi pratiche agricole sostenibili**.

## Prossimi passi

- PER I PROGETTI RIGUARDANTI IL CACAO IN COSTA D'AVORIO, PREVEDIAMO UNA CERTIFICAZIONE ESTERNA, ENTRO IL **2010**;
- PER L'OLIO DI PALMA: PREVEDIAMO CHE IL 100% DEL NOSTRO APPROVVIGIONAMENTO SIA CERTIFICATO SOSTENIBILE, ENTRO IL **2015**;
- PER LO ZUCCHERO: ENTREREMO A FAR PARTE DELLA "BETTER SUGAR CANE INITIATIVE", NEL CORSO DEL **2010**;
- PER IL LATTE: CONTINUEREMO A SOSTENERE IL "PROGETTO DI FILIERA INTEGRATA" PER COPRIRE IL 25% DEL NOSTRO FABBISOGNO ENTRO IL **2015**;
- PER LE NOCCIOLE IN PROVENIENZA DALLA GEORGIA PREVEDIAMO IL LANCIO DEL PRIMO PROGETTO DI CERTIFICATI VERDI (CARBON CREDITS) PREVISTO DAL PROTOCOLLO DI KYOTO, ENTRO IL **2013**.



RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

IMMAGINARE, SCOPRIRE,  
CRESCERE... GIOCARE.

## CAPITOLO 8

IL VALORE DEL GIOCO,  
IN TUTTA SICUREZZA

## La sicurezza dei nostri giocattoli sin dalla fase di progettazione.

Con la stessa cura che mettiamo nel garantire la qualità e la sicurezza dei nostri prodotti alimentari, progettiamo e realizziamo i giocattoli destinati prevalentemente alle uova con sorpresa.

Da circa 20 anni, il Gruppo Ferrero si è dotato di una specifica “Funzione Sicurezza Giocattoli” con l’obiettivo di assicurare un elevatissimo livello di sicurezza. Per tutti i giocattoli Kinder, viene infatti applicato il **Codice della Magic Production Group (MPG)**, società del Gruppo Ferrero responsabile dell’intera filiera dei giocattoli Kinder. Esso comprende un “processo di approvazione” e apposite linee guida.

I giocattoli Ferrero sono progettati con caratteristiche precise, tra cui:

- **ridurre il più possibile il numero delle parti, soprattutto quelle di piccole dimensioni;**
- **evitare le parti sferiche, ellissoidali, ovoidali;**
- **privilegiare l’utilizzo di forme irregolari e di parti plasmate in modo articolato e con superficie non liscia;**
- **evitare l’uso del colore cioccolato per le parti di plastica.**

Nel 2009, il “Codice MPG” è stato esteso a tutte le operazioni promozionali realizzate dalle aziende del Gruppo con giocattoli o premium.



## IL CODICE MPG

Oltre ad applicare la Direttiva CEE 87/357 e la recentissima 48 del 2009, Il Codice MPG rispetta:

- gli standard europei sulla sicurezza giocattoli (EN 71);
- i progetti di modifica di tali standard, anticipando la conformità delle sorprese Kinder a future normative;
- i requisiti chimici particolarmente severi, mutuati anche da altre normative (es. normative sui cosmetici);
- le norme ambientali;
- i requisiti di natura volontaria più restrittivi di quelli previsti dallo standard EN 71 (ad esempio riguardo i limiti massimi di migrazione dei metalli pesanti).

L'applicazione del severo Protocollo MPG, ci ha consentito di non dover procedere a nessun richiamo di prodotti non idonei. Dall'entrata in vigore della Direttiva sulla Sicurezza dei Giocattoli nel 1988 e grazie all'applicazione del nostro stringente Protocollo, **33 miliardi di giocattoli sono stati commercializzati in assoluta e totale sicurezza.**

In alcuni casi siamo intervenuti preventivamente, modificando o addirittura cancellando alcuni progetti, come ad esempio:

- giocattoli con PVC: eliminati già dal 1990;
- giocattoli con ventose: eliminati o raramente utilizzati dal 2004;
- giocattoli con magneti: eliminati dal 2007 (prima degli interventi legislativi attuati negli USA e in UE);
- da molto tempo, abbiamo eliminato giocattoli che raffigurano alimenti (e se sono parti di altri giocattoli devono essere attaccati e non confondibili per dimensione e colore).

Oltre al controllo sul giocattolo, realizziamo verifiche annuali presso i fornitori e i confezionatori europei per verificare il livello d'igiene, la sicurezza sanitaria e per sviluppare controlli specifici. Inoltre, i fornitori asiatici sono monitorati da un nostro incaricato presente nella fabbrica per 5-6 giorni alla settimana.

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

## Il monitoraggio in Italia a cura dell'Istituto Italiano Sicurezza Giocattoli (IISG).

Su incarico del Gruppo Ferrero, l'Istituto Italiano Sicurezza Giocattoli verifica per ogni giocattolo Kinder la conformità al Codice MPG.

Secondo uno stringente calendario, numerosi campioni di differenti sorprese sono prelevati dai magazzini Ferrero, per effettuare tutti i test previsti dal codice MPG, nonché i “test di abuso” – previsti dalla norma ISO 8214 – che simulano i comportamenti che i bambini adottano durante il gioco (test di caduta, di torsione, di trazione e di compressione).

I campioni vengono selezionati in modo che tutti i fornitori e tutti i materiali siano testati nell'arco dell'anno.



I GIOCATTOLI DEL **KINDER SURPRISE** NASCONO OGNI MESE DA 30 NUOVE IDEE (UNA OGNI GIORNO!). TRA QUESTE NUOVE IDEE, UN COMITATO DEL GRUPPO FERRERO COMPOSTO DA ESPERTI DI MARKETING E TECNICI, NONCHÉ LEGALI E MEDICI, NE SELEZIONA 140 OGNI ANNO SECONDO CRITERI DI SICUREZZA, QUALITÀ, GIOCABILITÀ E ORIGINALITÀ. IN AGGIUNTA, TUTTI I GIOCATTOLI SONO PREVENTIVAMENTE ANALIZZATI DA OTTO DIVERSI ISTITUTI EUROPEI CHE NE CERTIFICANO LA MASSIMA SICUREZZA. LE CONFEZIONI DEL PRODOTTO RIPORTANO LE INFORMAZIONI UTILI PER IL CONSUMATORE, IN MANIERA CHIARA E VISIBILE.

## I contenitori delle sorprese.

I giocattoli destinati al **Kinder Surprise**, uno dei nostri prodotti contenenti sorprese, sono commercializzati in un contenitore pienamente conforme alle norme europee ed internazionali sui materiali plastici a contatto con alimenti. Grazie a tale contenitore, la parte edibile è separata da quella non edibile, a garanzia della massima igiene e sicurezza.

Inoltre, le due parti di cui si compone il contenitore sono **incernierate per una sicurezza ancora maggiore**, corrispondente pienamente a quanto previsto dalla nuova Direttiva sulla Sicurezza dei Giocattoli (nr 48 del 2009). La qualità e la sicurezza del contenitore sono sottoposte al controllo costante da parte di un'équipe internazionale medica e specialistica.



Nel **Kinder Joy/Merendero**, invece, la parte edibile e quella non edibile sono doppiamente separate, per garantire la massima igiene e sicurezza per tutto l'anno e in qualsiasi clima. Le due valve, contenenti rispettivamente la parte edibile e il giocattolo, sono rivestite da un imballaggio tecnicamente innovativo, realizzato con materiali multistrato e termoformati. Tali materiali sono naturalmente anche conformi alle norme europee ed internazionali sui materiali plastici a contatto con gli alimenti.

## Aspetti etici ed ambientali.

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

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

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

SGS ha quindi sviluppato un programma di verifica dello stato d'implementazione del Codice, articolato in alcune tappe, tra cui:

- una "check-list" come strumento di verifica;
- la verifica della conformità di ciascun polo produttivo di giocattoli, e il resoconto di tali verifiche;
- il programma di azioni correttive;
- gli audit finali.

Le verifiche effettuate al 31 agosto 2009 hanno riguardato pressoché tutti i poli produttivi e su tali basi SGS ha accertato che:

- il livello di ottemperanza alle previsioni del "Codice di condotta" è elevato;
- non sono state riscontrate "non-conformità" sugli aspetti del Codice che riguardano:
  - la libertà dell'uomo e i suoi diritti fondamentali;
  - il lavoro minorile;
- non sono state riscontrate violazioni della regolamentazione locale sull'ambiente;
- sono state identificate residuali aree di intervento per una piena attuazione della regolamentazione locale sul lavoro;
- gli aspetti di miglioramento, per garantire una piena attuazione del "Codice di condotta" Ferrero da parte dei suoi fornitori di giocattoli, sono facilmente effettuabili e verranno costantemente monitorati.

### KINDER ART – UN OVETTO IN MOSTRA ALLA TRIENNALE

Tre generazioni di bambini hanno amato l'Uovo Kinder e in tutto il mondo hanno formato l'esercito dei collezionisti delle sue sorprese. Non è poi così strano che alcuni di loro, che da grandi sono diventati artisti, lo abbiamo anche ricordato nei loro lavori. 21 artisti, provenienti dall'Italia e dall'estero, hanno contribuito con le loro opere ad una mostra all'interno della Triennale Bovisa, nel novembre 2009, per celebrare lo specialissimo legame tra la fantasia, l'infanzia, il gioco e la creazione artistica.



### Prossimi passi

SECONDO IL CALENDARIO DEI LAVORI PREVISTO CON SGS, CONTINUEREMO AD EFFETTUARE VERIFICHE PRESSO I POLI PRODUTTIVI, PER GARANTIRE LA PIENA ATTUAZIONE DEL "CODICE DI CONDOTTA" PER GLI ASPETTI ETICI ED AMBIENTALI, ANCHE DA PARTE DEI NOSTRI FORNITORI DI GIOCATTOLI.



RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

È L'AMORE PER LA NATURA  
CHE CI INDICA  
LE COSE DA FARE.

## CAPITOLO 9

NATURALMENTE  
FERRERO

## Naturalmente Ferrero.

Il Gruppo Ferrero è **costantemente impegnato nel miglioramento dei propri processi industriali al fine di renderli sempre più rispettosi dell'ambiente** attraverso l'uso efficiente dell'energia, dei materiali e delle risorse naturali, la riduzione degli impatti ambientali, degli sprechi e dei rifiuti e l'utilizzo, ove possibile, di fonti energetiche rinnovabili.

**La costituzione di apposite strutture all'interno del Gruppo dedicate esclusivamente agli aspetti riguardanti l'energia e l'ambiente** è un'ulteriore testimonianza del nostro impegno in tale ambito. Tali strutture sono già operative nei paesi in cui sono stati effettuati investimenti in impianti di autoproduzione energetica, ovvero: Italia, Germania, Belgio e Polonia.

**L'IMPEGNO DEL GRUPPO FERRERO, IN CAMPO ENERGETICO, SI ESPRIME ATTRAVERSO L'ATTUAZIONE DELLE SEGUENTI AZIONI:**

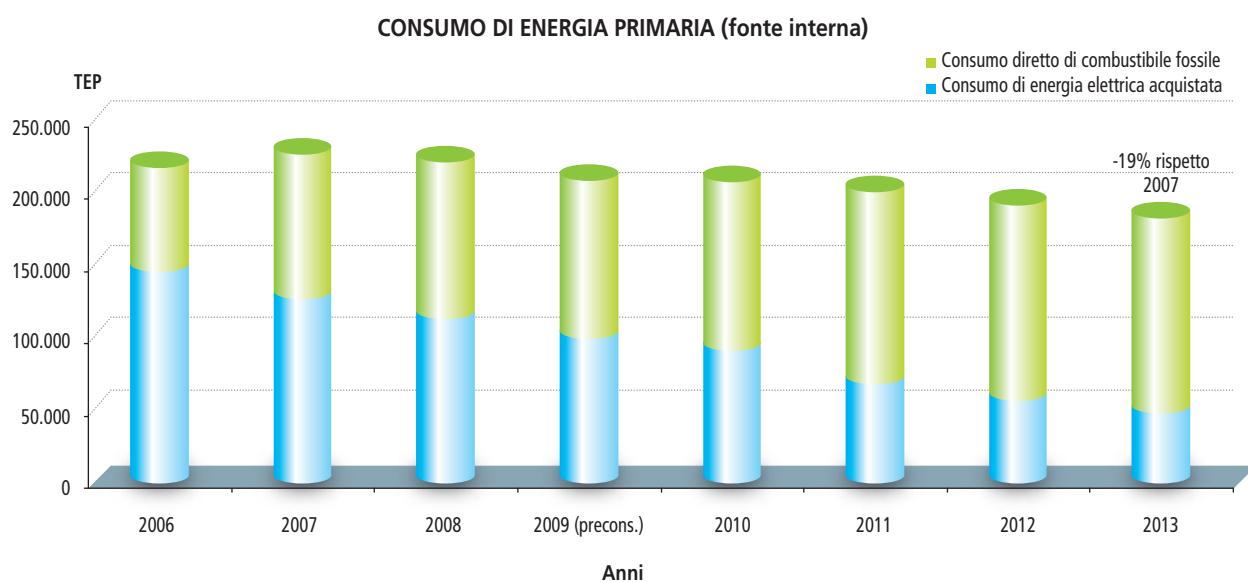
### 1. RIDUZIONE CONSUMI E USO RAZIONALE ENERGIA.

La riduzione dei consumi energetici avviene attraverso una serie di azioni già in fase di applicazione.

Tutti i motori elettrici di nuova installazione sono ad alta efficienza ed ha avuto avvio una campagna di progressiva sostituzione di quelli precedentemente installati. Si sta provvedendo all'installazione di "inverter", dove è necessaria la regolazione di portata di fluidi (aria e acqua), di sistemi per il recupero termico, di illuminazione ad alta efficienza attraverso l'utilizzo di lampade di ultima generazione e di sistemi "intelligenti" di controllo della luminosità.

**Un'ulteriore importante modalità di riduzione dei consumi è data dalla produzione congiunta di energia elettrica e termica attraverso impianti di cogenerazione ad alta efficienza.**

Il grafico sottostante illustra l'andamento annuale dei consumi energetici dei siti produttivi e **gli obiettivi di riduzione che il Gruppo Ferrero mira a raggiungere entro il 2013, pari al 19-20% rispetto ai dati del 2007.**



IN ITALIA, FERRERO È TRA LE AZIENDE CUI L'AUTORITÀ PER L'ENERGIA ELETTRICA E IL GAS HA RICONOSCIUTO IL MAGGIOR NUMERO DI TITOLI DI EFFICIENZA ENERGETICA (TEE), CHE SONO UNO STRUMENTO DI INCENTIVAZIONE ALL'UTILIZZO DI TECNOLOGIE EFFICIENTI DI PRODUZIONE ENERGETICA E ALL'USO RAZIONALE DELL'ENERGIA, A FRONTE DI PROGETTI DI RISPARMIO ENERGETICO SOTTOPOSTI AD APPROVAZIONE.

## 2. RIDUZIONE DEI CONSUMI DI COMBUSTIBILI FOSSILI E CONSEGUENTEMENTE DELLE EMISSIONI DI GAS SERRA.

Tali obiettivi verranno raggiunti anche attraverso:

- l'incremento dell'efficienza di generazione elettrica/termica, grazie alla realizzazione di impianti di cogenerazione a gas naturale ad alta efficienza;
- la produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili.

Alla data di stesura del presente rapporto sono già stati realizzati:

- impianti di cogenerazione ad alta efficienza alimentati a gas naturale per una potenza elettrica totale di circa 35 MW (include 24,5 MW di AlbaPower corrispondenti alla quota di partecipazione di Ferrero nella società mista con la società dei servizi pubblici locale);
- sono in avanzata fase di sviluppo altri impianti di cogenerazione a gas naturale di potenza elettrica complessiva pari a 22 MW.

Per quanto attiene la produzione di **energia da fonte rinnovabile**, sono già stati realizzati impianti fotovoltaici presso alcuni siti produttivi del Gruppo, per una potenza elettrica di picco pari a quasi 2 MW.

La produzione da fonti rinnovabili è iniziata alla fine del 2007. Nell'esercizio 2008/09 la produzione di energia elettrica è stata pari a 986 MWh, ovvero corrispondenti allo 0,15% dei consumi. Nel periodo 2010/2012, andranno in funzione due impianti di cogenerazione a **biomasse liquide**, provenienti da filiera certificata dal punto di vista ambientale e sociale, di potenza elettrica pari a 26,3 MW.



Stabilimento di Alba (Italia)

Di seguito si riporta il prospetto riepilogativo degli impianti di autoproduzione già realizzati e previsti (cogenerazione ad alta efficienza e da fonti rinnovabili).

Per ogni impianto si riportano la potenza elettrica installata e l'anno (a consuntivo o previsto) di entrata in esercizio (dati provenienti da fonte interna).

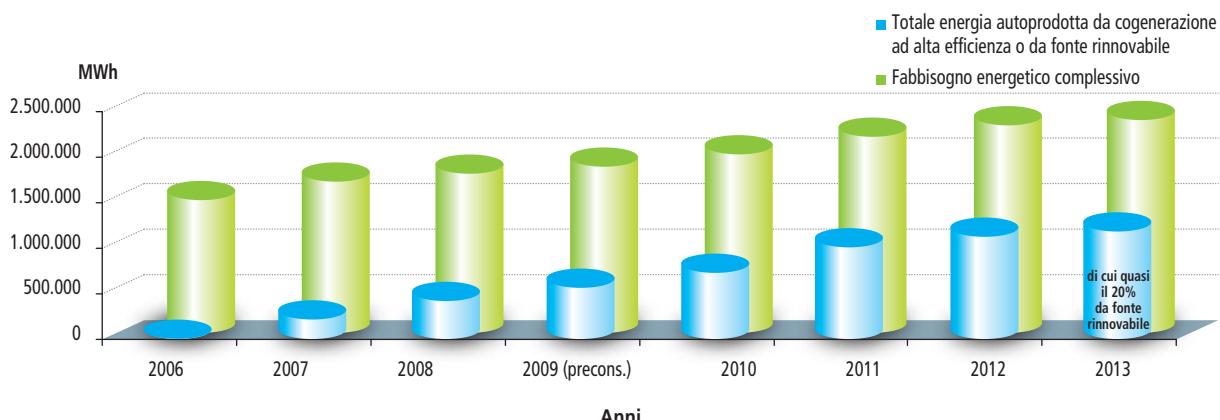
	Cogenerazione a gas naturale	Cogenerazione a biomasse liquide	Fotovoltaico
<b>ALBA</b>	<b>Alba Power</b> <b>24,5 MW*</b> anno 2007  <b>6,3 MW</b> anno 2010		<b>0,25 MW</b> anno 2008
<b>ARLON</b>	<b>4,2 MW</b> anno 2008		
<b>BALVANO</b>		<b>8,4 MW</b> anno 2010	<b>0,51 MW</b> anno 2008
<b>BELSK</b>	<b>1,1 MW</b> anno 2006  <b>4,6 MW</b> anno 2010		
<b>POZZUOLO</b>	<b>3,35 MW</b> anno 2011		
<b>S. ANGELO DEI LOMBARDI</b>		<b>17,9 MW</b> anno 2012	<b>0,52 MW</b> anno 2008
<b>STADTALLENDORF</b>	<b>5,2 MW</b> anno 2007  <b>7,8 MW</b> anno 2011		<b>0,6 MW</b> anno 2007
<b>TOTALE</b>	<b>57,5 MW</b>	<b>26,3 MW</b>	<b>1,88 MW</b>

\* Abbiamo considerato la quota parte della potenza elettrica installata corrispondente alla quota di partecipazione Ferrero nella società Alba Power

AL TERMINE DEL PROGRAMMA DI INVESTIMENTI, PREVISTO ENTRO IL 2013, LA CAPACITÀ COMPLESSIVA DI AUTOPRODUZIONE DEL GRUPPO FERRERO RAGGIUNGERÀ IL VALORE DI OLTRE 85 MW, CON UNA QUANTITÀ DI ENERGIA ELETTRICA PRODOTTA ANNUALMENTE DI 600 GWH/ANNO, PARI A CIRCA IL FABBISOGNO DI TUTTI GLI STABILIMENTI PRODUTTIVI EUROPEI DEL GRUPPO.

In considerazione del fatto che gli impianti di cogenerazione ad alta efficienza producono simultaneamente energia elettrica e termica, nel grafico che segue si riportano l'andamento dei fabbisogni energetici (elettricità + energia termica + usi diretti) complessivi del gruppo e la quota parte autoprodotta totalmente da impianti di cogenerazione ad alta efficienza o da fonti rinnovabili.

#### FABBISOGNI ENERGETICI COMPLESSIVI VS. ENERGIA AUTOPRODOTTA DA COGENERAZIONE AD ALTA EFFICIENZA O DA FONTE RINNOVABILE (fonte interna)

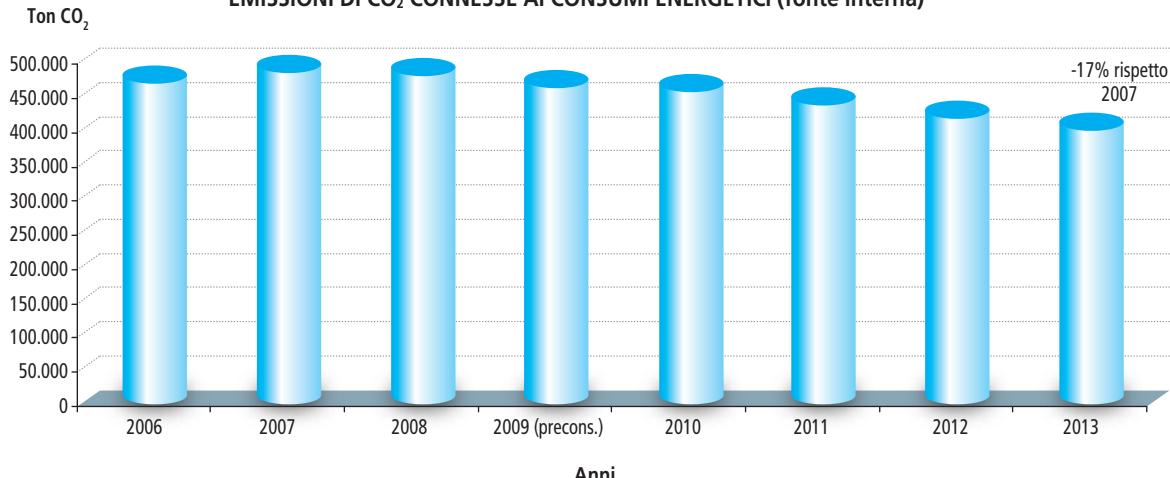


È da sottolineare che, grazie all'autoproduzione da impianti di cogenerazione ad alta efficienza e da fonti rinnovabili, a fronte di un incremento dei fabbisogni si sta ottenendo una significativa diminuzione del consumo dei combustibili fossili, come si evince dal grafico del paragrafo 1 e dalla diminuzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>.

Le riduzioni, connesse con l'utilizzo di combustibili fossili, nonché i benefici che derivano dal complesso di azioni in corso (riduzione dei consumi, riduzione dell'utilizzo di combustibili fossili, utilizzo di fonti rinnovabili) sono riportati nel grafico che segue. **La riduzione complessiva delle emissioni annue di CO<sub>2</sub>, prevista al 2013, è pari al 17% rispetto al 2007.**

Tali valori tengono conto sia delle emissioni dirette legate all'utilizzo di combustibili fossili (processo produttivo, caldaie tradizionali, impianti di cogenerazione) che di quelle indirette relative alla sola energia elettrica acquistata dal mercato.

#### EMISSIONI DI CO<sub>2</sub> CONNESSE AI CONSUMI ENERGETICI (fonte interna)



### 3. LO SVILUPPO DI INIZIATIVE INTEGRATE CON IL TERRITORIO VOLTE AD OTTENERE SINERGIE NEL SETTORE ENERGETICO E AMBIENTALE OLTRE CHE POSITIVI RAPPORTI CON LE COMUNITÀ LOCALI

Grazie alla collaborazione di Ferrero con la società di servizi pubblici di Alba è stato realizzato un progetto sinergico volto a soddisfare i fabbisogni energetici locali in maniera efficiente e rispettosa dell'ambiente.

L'impianto di cogenerazione, denominato Alba Power, è entrato in esercizio nel 2007, ed è in grado di soddisfare buona parte del fabbisogno elettrico e termico dello stabilimento Ferrero di Alba, nonché di produrre **energia elettrica che viene immessa nella rete pubblica**. Ciò consente anche di alimentare, mediante l'acqua calda prodotta con il calore residuo, **oltre 800 famiglie collegate alla rete di teleriscaldamento della città di Alba**.

#### IMPIANTO DI COGENERAZIONE ALBA POWER

LA POTENZA ELETTRICA DELL'IMPIANTO DI COGENERAZIONE ALBA POWER È DI 49 MW. LA SUA PRODUZIONE MEDIA ANNUA COMPLESSIVA È DI CIRCA 330 GWH ELETTRICI E 420 GWH TERMICI.

L'IMPIANTO È STATO REALIZZATO IN PARTERSHIP TRA FERRERO E LA SOCIETÀ CHE GESTISCE ALCUNI SERVIZI PUBBLICI LOCALI. ALBA POWER È TRA I POCHI IMPIANTI IN ITALIA CHE, IN VIRTÙ DELLA DESTINAZIONE DELL'ENERGIA PRODOTTA SIA A SCOPI DI TELERISCALDAMENTO CIVILE SIA PER IL MIGLIORAMENTO DELL'EFFICIENZA ENERGETICA DI UN SITO INDUSTRIALE, HA OTTENUTO L'ASSEGNAZIONE DI "CERTIFICATI VERDI" (PER COGENERAZIONE PER TELERISCALDAMENTO) DI TITOLI DI EFFICIENZA ENERGETICA (RISPARMIO DI ENERGIA ELETTRICA E GAS NATURALE PER UTENZA INDUSTRIALE).



## 4. LA PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA E INNOVAZIONE TECNOLOGICA IN COLLABORAZIONE CON UNIVERSITÀ, ISTITUTI DI RICERCA E AZIENDE PRIVATE

Il Gruppo Ferrero ha sviluppato nel tempo rapporti con il mondo accademico e universitario per promuovere sviluppi scientifici e tecnologici nei settori connessi con le proprie attività. In particolare, alla fine del 2009, è stata completata la realizzazione di un **impianto fotovoltaico sperimentale** dove verranno testate alcune delle tecnologie più promettenti: inseguitori e concentratori solari e varie tipologie di pannelli fotovoltaici. Lo scopo della sperimentazione è di valutare le effettive caratteristiche prestazionali di tali tecnologie e di monitorarne l'evoluzione nel tempo.

Alla fine del 2009 Ferrero, in collaborazione con Università e altri enti privati che operano nel settore, ha partecipato ad un bando di gara della Regione Piemonte per il co-finanziamento di un progetto di ricerca & innovazione per il “miglioramento della sostenibilità della filiera agroalimentare”. Il progetto di durata triennale è già stato pre-selezionato tra quelli ammessi a beneficiare dei fondi pubblici stanziati.

### Alcuni dati di rilevanza ambientale del Gruppo Ferrero.

Dati relativi agli stabilimenti con ISO 14001:2004 (ovvero tutti gli stabilimenti europei e l’Australia), integrati con dati relativi agli altri stabilimenti (v. lista completa pag.10). Fonte interna.

INDICATORI DI PERFORMANCE	2006	2007	2008
<b>CONSUMO DIRETTO DI ENERGIA DA FONTI PRIMARIE (TEP)</b>	<b>218.740</b>	<b>227.066</b>	<b>222.437</b>
Energia elettrica acquistata	146.434	126.889	113.278
Consumo diretto di combustibile fossile	72.306	100.176	109.159
<b>ACQUA PRELEVATA PER TIPO DI SORGENTE (m³)</b>	<b>5.090.210</b>	<b>5.079.064</b>	<b>4.844.748</b>
Fiume	1.942.440	1.683.792	1.521.946
Pozzi	1.350.170	1.347.354	1.474.022
Acquedotti	955.258	1.073.661	987.317
altro	842.342	974.257	861.463
<b>TOTALE EMISSIONI DI CO<sub>2</sub> DIRETTE E INDIRETTE IN PESO (TONNELLATE)</b>	<b>473.110</b>	<b>488.195</b>	<b>483.519</b>
<b>ALTRI EMISSIONI IN ATMOSFERA (TONNELLATE)</b>	<b>286.984</b>	<b>252.079</b>	<b>217.799</b>
NO <sub>x</sub>	135.208	122.968	106.601
Polveri	65.490	58.970	43.885
CO - Ossido di Carbonio	57.246	54.731	53.415
COV	15.665	7.558	7.072
NH <sub>3</sub> - Ammoniaca	13.375	7.852	6.827
<b>TOTALE SCARTI PER TIPO E PER TRATTAMENTO (TONNELLATE)</b>	<b>85.636</b>	<b>89.488</b>	<b>89.033</b>
Riciclo/riuso	74.504	75.741	76.297
Scarto da distruggere	11.132	13.747	12.736

## Una “supply chain” integrata.

Per poter sempre raggiungere i consumatori ed offrire loro prodotti freschissimi, nonché per migliorare il livello di servizi ai distributori razionalizzando i flussi di logistica, il Gruppo Ferrero si è dotato, dal 2008, di una supply chain integrata, secondo i seguenti orientamenti:

- migliorare l'efficienza dei trasporti, riducendo le emissioni di CO<sub>2</sub> e di particolati;
- potenziare l'utilizzo di trasporti intermodali e alternativi, quali ad esempio il trasporto merci via ferrovia che rappresenta oggi il 3% per l'area Europa;
- utilizzare mezzi ad energia alternativa;
- assicurare una saturazione ottimale dei mezzi di trasporto, anche tramite accordi ad hoc con altri fornitori.

Prevediamo di implementare tali orientamenti entro il 2013, per poter gestire in modo più efficace anche gli imballaggi e per migliorare le relazioni tra produttori, fornitori e distributori, tutti uniti verso l'unico obiettivo di una “greener supply chain”.

A TITOLO ESEMPLIFICATIVO, POSSIAMO CITARE QUANTO GIÀ AVVIENE IN FRANCIA E NEL BENELUX. FERRERO PREDISPONE UN “DIARIO DI BORDO” SULLA LOGISTICA AL FINE DI MONITORARE COSTANTEMENTE: IL “CARICO” OTTIMALE DEI CAMION, I CHILOMETRI PERCORSI E LE RELATIVE EMISSIONI DI CO<sub>2</sub>, PER MIGLIORARE L’EFFICACIA DI TALE SISTEMA E PER RESPONSABILIZZARE TUTTI GLI ATTORI DELLA LOGISTICA, TALI INDICATORI SONO ANCHE UTILIZZATI COME STRUMENTI MANAGERIALI E IL LORO MIGLIORAMENTO FA PARTE DELLA VALUTAZIONE DEI COLLABORATORI INCARICATI. PER SERVIRCI DI VEICOLI SEMPRE PIÙ RISPETTOSI DELL’AMBIENTE E CON MOTORI SEMPRE MENO INQUINANTI (SECONDO LE NORMATIVE EUROPEE APPLICABILI), STRINGIAMO ACCORDI CON I NOSTRI PARTNER LUNGO TUTTA LA SUPPLY CHAIN.

### L’IMPATTO AMBIENTALE NELLA CONCEZIONE DEI PRODOTTI

GLI ASPETTI RELATIVI ALL’IMPATTO AMBIENTALE VENGONO, OVUNQUE POSSIBILE, PRESI IN CONSIDERAZIONE FIN DAL MOMENTO DELLA CONCEZIONE DEI NUOVI PRODOTTI FERRERO. NE È UN CHIARO ESEMPIO IL GRAN SOLEIL, DESSERT “PRONTO DA CONGELARE”, CHE VIENE PRODOTTO, TRASPORTATO, STOCCATO ED ESPOSTO NEI PUNTI VENDITA SENZA ALCUN RICORSO ALLA CATENA DEL FREDDO. IL CONSUMATORE È INFATTI LIBERO DI DECIDERE QUANDO CONGELARE IL PRODOTTO A CASA PROPRIA, PRIMA DI CONSUMARLO. È EVIDENTE CHE UN PRODOTTO COSÌ INNOVATIVO HA UN IMPATTO AMBIENTALE SIGNIFICATIVAMENTE MINORE RISPETTO AI GELATI TRADIZIONALI (CHE NECESSITANO DI ESSERE REFRIGERATI LUNGO TUTTO IL LORO CICLO DI VITA), SIA IN TERMINI DI RIDOTTO UTILIZZO DI ENERGIA, CHE DI RIDOTTE EMISSIONI DI CO<sub>2</sub>. SONO IN CORSO DI REALIZZAZIONE APPOSITI STUDI PRESSO L’ISTITUTO POLITECNICO DI TORINO, FINALIZZATI A MISURARE CON PRECISIONE L’IMPATTO AMBIENTALE DEL CICLO INTEGRATO DEL GRAN SOLEIL.

## Le cinque R per i nostri imballaggi.

L'imballaggio viene inteso da Ferrero come parte integrante del prodotto, considerando la sua funzione di protezione a garanzia della qualità dell'alimento.

Ferrero offre al consumatore ricette raffinate, basate su ingredienti di eccellente qualità, utilizzando processi produttivi che ne esaltano le particolari caratteristiche organolettiche. È compito dell'imballaggio proteggere il prodotto finito, impedendo il deterioramento, prevenendo rotture, contaminazioni e manomissioni, al fine di mantenere intatte, a distanza di mesi dalla produzione, la fragranza e l'esperienza gustativa.

Ferrero utilizza una grande varietà di materiali per gli *imballaggi dei propri prodotti*: carta e cartone, plastiche, vetro, alluminio. **Nel corso degli anni sono stati introdotti significativi miglioramenti nel consumo di questi materiali, riducendone l'utilizzo e preservando comunque la qualità e la sicurezza dei prodotti.**

Nello sviluppo e nella progettazione dei nostri imballaggi, adottiamo la **"strategia delle 5R"** tesa ad ottenere il massimo dei vantaggi in termini di qualità e freschezza, minimizzando la quantità di rifiuti prodotti:

**1R – Rimozione:** diminuzione del numero di elementi del packaging delle confezioni.

Abbiamo eliminato oltre 2 milioni di fiocchi in polipropilene (PP) in diverse confezioni regalo della campagna 07/08, risparmiando circa 11 tonnellate di PP.

**2R – Riduzione:** riduzione dell'utilizzo di materiali, attraverso la sgrammatura, la riduzione degli eccessi di imballaggio e l'ottimizzazione del design.

Ferrero ha da sempre posto grande attenzione nel rispetto delle risorse utilizzate per imballare i propri prodotti: già dal 2001, l'**imballo del Kinder Cereali è stato ottimizzato**, consentendo una riduzione in peso del 41% circa.

Per i prodotti da forno negli ultimi 10 anni, riducendo gli spessori dei film di imballo dei pezzi singoli delle merendine è stato realizzato un risparmio di materiali del 20% circa.

Dal 2008 abbiamo ridotto la larghezza della fascettatura in PP e lo spessore del foglio in polistirene (PS) che separa i due livelli di praline di una delle tipologie di scatola di Rocher, **risparmiando così circa 10 tonnellate di PP e 20 tonnellate di PS.**

Con l'obiettivo di ottimizzare la **classica confezione da 16 pezzi di Ferrero Rocher**, ne è stato modificato radicalmente il design. Ciò ha permesso di ridurre il peso iniziale della scatola da 70 gr a 63 gr fino a ≈ 56 gr nel 2008. Si tratta di un processo che continua tuttora e che ha portato negli ultimi due anni ad una riduzione compresa tra 9% e 11% per l'Italia e del 18% per la Germania, che corrisponde ad un minor consumo di polistirolo di circa 500 tonnellate. Il progetto prevede un'armonizzazione tra tutti gli stabilimenti in modo da estendere ulteriormente il risparmio di materiale utilizzato.

Nell'anno 2008-09 è stato attivato un **progetto sull'incarto primario in alluminio** della pralina Ferrero Rocher che ha come obiettivo la riduzione dell'8% del suo spessore entro la fine del 2010. Nel primo semestre 2009, quest'obiettivo è già stato realizzato al 50%.

Anche progetti più recenti, come quello del **Gran Soleil**, pongono estrema attenzione all'uso razionale delle risorse. A partire da Gennaio 2010, si prevede la riduzione dello strato di alluminio utilizzato per confezionare il Gran Soleil, di quasi il 30%. Ciò porterà ad una riduzione della grammatura totale del 10%.

**3R – Riciclabilità:** uso di materiali altamente riciclabili e sostituzione, ovunque tecnicamente possibile, dei materiali composti o accoppiati con mono-materiali, per rendere più semplice la differenziazione e il riciclo.

A seguito di test eseguiti nel 2007, dal 2008/09 abbiamo iniziato la sostituzione di quasi tutti gli imballi secondari con PET rigenerato (rPET). Nell'anno 08/09 Ferrero ha utilizzato 1.000 tonnellate di PET rigenerato e si prevede nello 09/10 di passare almeno a 2.000 tonnellate.

La tabella seguente indica alcuni dei principali materiali utilizzati e le relative quantità provenienti da riciclo:

Materiale	2007-2008		2008-2009	
	Quantità (tons)	Di cui % da riciclato	Quantità (tons)	Di cui % da riciclato
<b>CARTONE</b>	Compatto e microonda	90.000	35%	90.000
	Ondulato	63.000	80%	71.000
<b>PLASTICA</b>	PET	4.000	0%	6.500
<b>VETRO</b>		130.000	10%	140.000
<b>ALLUMINIO</b>		3.000	30-40%	3.500

I dati sono stimati su scala mondiale

**4R – Riutilizzo:** sviluppo ed implementazione di soluzioni che possono essere destinate ad altri usi funzionali o re-introdotti nel ciclo produttivo.

Il riutilizzo è sempre stato una nostra filosofia, sia per i prodotti finiti (bicchieri della Nutella con le relative collezioni, dove il contenitore, finita la sua funzione di trasporto e conservazione del prodotto, diventa un oggetto di uso quotidiano) sia per la produzione e il trasporto (vassoi necessari per il trasferimento delle Uova Kinder Gran Sorpresa e per le praline Rocher e Rondnoir).

**FINE 2009 - NASCE CARTA BUONA:** 50% DI FIBRE RICICLATE POST-CONSUMO DEGLI IMBALLI FERRERO 50% DI FIBRE CERTIFICATE FSC, PRODOTTE CON “ENERGIA PURA” OVVERO ENERGIA COMPENSATA DA CERTIFICATI RECS (RENEWABLE ENERGY CERTIFICATE SYSTEM) CHE GARANTISCONO LA PROVENIENZA DA FONTI RINNOVABILI. TALE CARTA È UTILIZZATA ANCHE PER LA STAMPA DEL PRESENTE RAPPORTO.

**5R – Rinnovabilità:** uso di materiali derivati da risorse rinnovabili e reintegrabili (evitando di attingere dalla filiera alimentare) e materiali biodegradabili.

Abbiamo sostituito il bloccaggio interno dei fiocchi della confezione **Ferrero Rocher Cubo**, originariamente in PET, con un cartotecnico in microonda.

Da Luglio 2009, sono stati sostituiti gli espositori in Polistirene (PS) dei flowpack (ovvero incarti a busta) da 3 e da 4 praline Ferrero Rocher, con degli espositori cartotecnici portando oltre che vantaggi legati all'origine del materiale utilizzato (da fonte rinnovabile) anche un risparmio di risorse di circa 200 tonnellate annue.

Usare materiali che originano da fonti rinnovabili, possibilmente biodegradabili, è una grande sfida. Ad oggi, le soluzioni disponibili non offrono le caratteristiche tecniche che permettono di garantire le medesime proprietà di barriera all'umidità ed ossigeno, condizioni essenziali per poter sempre offrire al consumatore un prodotto fresco e di qualità. Ferrero ha perciò attivato appositi studi con diverse Università ed Istituti di Ricerca con l'obiettivo di sviluppare soluzioni tecniche che, nel rispetto dell'ambiente, possano conferire a questi nuovi materiali le proprietà tecniche ritenute essenziali per garantire freschezza e qualità dei prodotti.

In quest'ottica, Ferrero lavora a stretto contatto con associazioni di categoria italiane ed internazionali, è membro dell'European Bioplastics Association e del consorzio Proplast e partecipa ai principali gruppi di lavoro italiani ed internazionali dedicati ai temi ambientali.

## Prossimi passi

### DI SEGUITO, I NOSTRI PRINCIPALI OBIETTIVI DA RAGGIUNGERE ENTRO IL 2013:

- LA CAPACITÀ COMPLESSIVA DI AUTOPRODUZIONE ENERGETICA DEL GRUPPO SARÀ PARI A CIRCA IL FABBISOGNO DI TUTTI GLI STABILIMENTI PRODUTTIVI EUROPEI;
- RIDUZIONE DEL 19-20% DEI CONSUMI ENERGETICI RISPETTO AL 2007;
- RIDUZIONE DI ALMENO IL 15% DEI CONSUMI DI COMBUSTIBILI FOSSILI – DIRETTI E INDIRETTI – E CONSEQUENTEMENTE DELLE EMISSIONI DI GAS SERRA ( $\text{CO}_2$ ) RISPETTO AL 2007;
- INCREMENTO DI ALMENO IL 50% DELL'ENERGIA DA COGENERAZIONE AD ELEVATA EFFICIENZA, RISPETTO AL 2007;
- PRODUZIONE DI ENERGIA DA FONTE RINNOVABILE NEL 2013 PARI AL **20%** DELL'ENERGIA AUTOPRODOTTA;
- 100% DEI NUOVI PROGETTI DI PACKAGING SARÀ VALUTATO SECONDO CRITERI DI ECO-DESIGN PER L'OTTIMIZZAZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI;
- AUMENTO FINO AL 10% DELL'USO DI CONTENUTO RICICLATO PER IL MATERIALE DI PACKAGING.



## INDICATORI GRI.

Schema **indicatori GRI-G3**, integrato con alcuni parametri del “Food Processing Sector Supplement” (bozza del 24.08.09), applicati nel rapporto di responsabilità sociale d’impresa 2008/2009. Per ogni indicatore sono riportati: una descrizione sintetica del contenuto, il riferimento alla pagina del rapporto, nonché il livello di copertura: T se è totale, P se è parziale, NA non applicabile.



INDICATORI PROFILO ORGANIZZAZIONE	LIVELLO DI COPERTURA	PAGINA
<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	T	2-3
<b>2. PROFILO DELL’ORGANIZZAZIONE</b>		
2.1 Nome dell’organizzazione	T	23
2.2 Principali marchi, prodotti e/o servizi	T	12-13
2.3 Struttura operativa dell’organizzazione, considerando principali divisioni, aziende operative, controllate e joint-venture	T	10-11, 23
2.4 Luogo in cui ha sede il quartier generale dell’organizzazione	T	23
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	T	10-11, 16
2.6 Assetto proprietario e forma legale	T	23
2.7 Mercati serviti (includendo analisi geografica, settori serviti, tipologia di consumatori/beneficiari)	T	8-11
2.8 Dimensione dell’azienda (numero dipendenti, fatturato netto, quantità prodotti forniti)	T	13, 16, 40
2.9 Cambiamenti significativi nelle dimensioni, nella struttura o nell’assetto proprietario avvenuti nel periodo di rendicontazione	T	10
2.10 Riconoscimenti / premi ricevuti nel periodo di rendicontazione	T	14-16, 28, 57, 59

<b>3. PARAMETRI DEL REPORT</b>			
<b>PROFILO DEL REPORT</b>			
3.1 Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite	T		Bandella iniziale
3.2 Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente	NA		
3.3 Periodicità di rendicontazione	T		Bandella iniziale
3.4 Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti	T		Bandella iniziale, 24, bandella finale
<b>OBIETTIVO E PERIMETRO DEL REPORT</b>			
3.5 Processo per la definizione dei contenuti del report	T		Bandella iniziale, 24
3.6 Perimetro del report	T		Bandella iniziale
3.7 Dichiarazione di limitazioni specifiche dell'obiettivo o del perimetro	T		Bandella iniziale
3.8 Informazioni relative a joint-venture, controllate, impianti in leasing, attività in outsourcing ed altre entità che possono influenzare significativamente la comparabilità tra periodi e/o organizzazioni	T		23, 25
3.10 Spiegazione degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenza	NA		
3.11 Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione	NA		
<b>INDICE CONTENUTI GRI</b>			
3.12 Tabella esplicativa contenuti del report che riporti il numero di pagina o del sito internet di ogni sezione	T		96-101
<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	T		23-24

<b>GOVERNANCE</b>			
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)	T	23
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	T	23
4.4	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire raccomandazioni o direttive al più alto organo di governo	T	23-24, 42
<b>COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER</b>			
4.14	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	T	24-25
4.15	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento	T	24

<b>INDICATORI ECONOMICI</b>	<b>LIVELLO DI COPERTURA</b>	<b>PAGINA</b>
<b>PRESENZA SUL MERCATO</b>		
EC6 Politiche, pratiche e percentuali di spesa concentrata su fornitori locali in relazioni alle sedi operative più significative	P	35, 72-77
EC7 Procedure di assunzione di persone residenti dove si svolge prevalentemente l'attività e percentuali dei senior manager assunti nella comunità locale	P	34-36, 40-45, 72-77
<b>IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI</b>		
EC8 Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per “pubblica utilità”	T	28-31, 34-36, 41, 90

<b>INDICATORI AMBIENTALI</b>	<b>LIVELLO DI COPERTURA</b>	<b>PAGINA</b>
<b>MATERIE PRIME</b>		
EN1 Materie prime utilizzate per peso e volume	P	64, 91, 94
EN2 Percentuali dei materiali utilizzati che deriva da materiale riciclato	T	94

<b>ENERGIA</b>		
EN3 Energia direttamente utilizzata dall'impresa (per fonte primaria)	T	91
EN6 Iniziative per fornire prodotti e servizi a efficienza energetica o basati su energia rinnovabile e conseguente risparmio indotto	T	86-92
EN7 Iniziative volte alla riduzione del consumo dell'energia indiretta e riduzioni ottenute	T	86-92
<b>ACQUA</b>		
EN8 Prelievo totale di acqua per fonte	T	91
<b>EMISSIONI, SCARICHI E RIFIUTI</b>		
EN16 Emissioni totali dirette e indirette di gas ad effetto serra per peso	T	91
EN18 Iniziative per ridurre l'emissione di gas ad effetto serra e risultati raggiunti	T	86-95
EN19 Emissioni di sostanze nocive per ozono per peso	T	91
EN22 Peso totale dei rifiuti per tipologia e metodi di smaltimento	T	91
<b>PRODOTTI E SERVIZI</b>		
EN26 Iniziative per mitigare gli impatti ambientali dei prodotti e servizi e grado di mitigazione dell'impatto	T	86-95
<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	P	92

INDICATORI SOCIALI	LIVELLO DI COPERTURA	PAGINA
<b>PRATICHE DI LAVORO E CONDIZIONI DI LAVORO ADEGUATE</b>		
<b>IMPIEGO</b>		
LA1 Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologie, tipo di contratto e distribuzione territoriale	T	40
<b>RELAZIONI INDUSTRIALI</b>		
LA4 Percentuale dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	T	43

INDICATORI SOCIALI	LIVELLO DI COPERTURA	PAGINA
<b>SICUREZZA E SALUTE SUL LAVORO</b>		
LA8 Programmi di educazione, formazione, consulenza prevenzione e controllo dei rischi attivati a supporto dei lavoratori, delle loro famiglie e delle comunità	T	43, 64, 66
<b>FORMAZIONE E ISTRUZIONE</b>		
LA10 Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categorie di lavoratori	P	46-48, 64
LA11 Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione/ aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo	T	34-35, 42, 46-48
<b>DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ</b>		
LA13 Composizione degli organi di governo e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette	P	40
<b>DIRITTI UMANI</b>		
<b>PRATICHE DI INVESTIMENTO E APPROVVIGIONAMENTO</b>		
HR1 Percentuale e numero totale di accordi significativi di investimento che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una relativa valutazione (screening)	T	34-36, 72-77, 80-83
HR2 Percentuale dei principali fornitori e appaltatori che sono sottoposti a verifiche in materia di diritti umani.	T	72-77, 80-83
<b>LAVORO MINORILE</b>		
HR6 Identificazione delle operazioni con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure adottate per contribuire alla sua eliminazione	T	72-77, 80-83
<b>LAVORO FORZATO</b>		
HR7 Attività con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligato e misure intraprese per contribuire alla loro abolizione	T	72-77, 80-83
<b>SOCIETÀ</b>		
<b>COLLETTIVITÀ</b>		
SO1 Natura, obiettivo ed efficacia di qualsiasi programma e attività che valuta e gestisce gli impatti delle operazioni su una determinata comunità, incluse le fasi di inizio, operatività e dismissione	T	28-31, 34-36, 41, 68-69, 72-77, 80-83, 90

<b>CONTRIBUTI POLITICI (APPROCCIO NEI CONFRONTI DI POLITICA/ISTITUZIONI)</b>			
SO5	Posizioni sulla politica pubblica, partecipazione allo sviluppo di politiche pubbliche e pressioni esercitate	T	24, 52-60, 72-77
<b>RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO</b>			
<b>SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI</b>			
PR1	Fasi del ciclo di vita dei prodotti/servizi per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati per promuoverne il miglioramento e percentuale delle principali categorie di prodotti/servizi soggetti a tali procedure	T	52-58, 64-69, 80-83
PR2	Numero totale (e per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti e codici volontari riguardanti impatti sulla salute e sicurezza dei prodotti/servizi durante il loro ciclo di vita	P	81, 83
<b>ETICHETTATURA DEI PRODOTTI E SERVIZI</b>			
PR3	Tipologie di informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalle procedure e percentuale di prodotti e servizi significativi soggetti a tali requisiti informativi	T	54, 58, 82
<b>MARKETING E COMUNICAZIONE</b>			
PR6	Programmi di conformità a leggi, standard e codici volontari relativi all'attività di marketing incluse pubblicità, promozione e sponsorizzazione	T	56-57, 59-60
PR7	Numero totale di casi di non-conformità a regolamenti o codici volontari riferiti all'attività di marketing incluse le pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	T	59

<b>INDICATORI SETTORE ALIMENTARE</b>	<b>LIVELLO DI COPERTURA</b>	<b>PAGINA</b>
FPSS3 Percentuale della produzione interna, certificata da enti terzi indipendenti, secondo standard internazionali di gestione della sicurezza alimentare	T	66-67, 80-83
FPSS4 Percentuale di prodotti per il consumatore venduti, per categoria merceologica, caratterizzati da basse quantità di grassi saturi, grassi trans-idrogenati, sodio e zuccheri aggiunti	T	54
FPSS6 Politiche e pratiche relative alla comunicazione degli ingredienti, delle informazioni nutrizionali e degli additivi e loro funzioni	T	54, 58, 66

**RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE SULLA REVISIONE LIMITATA DEL  
RAPPORTO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA**

Agli Azionisti della  
Ferrero International S.A.

- 1 Abbiamo effettuato la revisione limitata del rapporto di responsabilità sociale d'impresa (di seguito il "rapporto di sostenibilità") del Gruppo Ferrero (di seguito il Gruppo) al 31 agosto 2009. La responsabilità della redazione del rapporto di sostenibilità in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" definite nel 2006 dal GRI - Global Reporting Initiative, indicate nel paragrafo "premessa metodologica", compete agli amministratori della Ferrero International S.A., così come la definizione degli obiettivi in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti. Compete altresì agli amministratori della Ferrero International S.A. l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare, così come l'implementazione e il mantenimento di adeguati processi di gestione e di controllo interno relativi ai dati e alle informazioni presentati nel rapporto di sostenibilità. E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione in base al lavoro svolto.
- 2 Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri per la revisione limitata indicati nel principio "*International Standard on Assurance Engagements 3000 - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" ("ISAE 3000"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board*. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili ("Code of Ethics for Professional Accountants" dell'*International Federation of Accountants*), compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una limitata sicurezza che il rapporto di sostenibilità non contenga errori significativi. Un incarico di revisione limitata comporta un'estensione di lavoro significativamente inferiore rispetto a una revisione completa. Un incarico di revisione limitata di un rapporto di sostenibilità consiste nell'effettuare colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel rapporto di sostenibilità ed altre procedure di verifica 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 sottoparagrafo "la nostra produzione in numeri" a pagina 13 del rapporto di sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 agosto 2009, sul quale Deloitte S.A. ha emesso la relazione di revisione, in data 2 marzo 2010;
  - 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 effettuato interviste e discussioni con il personale del Gruppo, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del rapporto di sostenibilità;
  - analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni riportate nel paragrafo "i principi d'impresa" attraverso interviste e discussioni con il personale del Gruppo e analisi a campione della documentazione di supporto al fine di raccogliere informazioni circa le modalità di definizione e diffusione interna dei principi d'impresa del Gruppo (Codice Etico aziendale), come indicato all'interno del presente rapporto;

- 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 legale rappresentante della Ferrero International S.A., sulla conformità del rapporto di sostenibilità alle linee guida indicate nel paragrafo 1, nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

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

- 3 Su richiesta della direzione del Gruppo, trattandosi del primo rapporto di sostenibilità pubblicato dal Gruppo, nell'ambito del nostro incarico non abbiamo svolto le seguenti procedure:
  - raccolta di informazioni di riscontro sui processi e sulle procedure di controllo interno che supportano l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati quantitativi alla funzione responsabile della predisposizione del rapporto di sostenibilità;
  - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione dei dati quantitativi relativi al 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.
- 4 Sulla base di quanto svolto, ad eccezione dei possibili effetti di quanto descritto al precedente paragrafo 3, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il rapporto di sostenibilità del Gruppo al 31 agosto 2009 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida "Sustainability Reporting Guidelines" definite nel 2006 dal GRI - Global Reporting Initiative come descritto nel paragrafo "premessa metodologica".

## Deloitte.

Milano, 11 giugno 2010

DELOITTE ERS S.r.l

Franco Amelio  
Revisore dei Conti (Italia)  
Corporate Responsibility Services

Preben J. Soerensen  
State Authorised Public Accountant (Danimarca)  
Corporate Responsibility Services



La foto ritrae bambini in attività nell'ambito del programma Kinder + Sport (pag.57)

Ferrero  
Ufficio di Coordinamento CSR  
Chaussée de la Hulpe 187  
1170 Bruxelles  
Belgio

[csr@ferrero.com](mailto:csr@ferrero.com)  
[www.ferrero.com](http://www.ferrero.com)

Concept and Design  
mood comunicazione attiva srl  
Roma

La carta utilizzata è “carta buona” ottenuta da fibre riciclate, post-consumo, degli imballi Ferrero e prodotta con energia da fonti rinnovabili.

“Carta Buona” è un prodotto Favini certificato FSC.



**REALIZZATO CON ENERGIA PURA** Energia Pura contribuisce a ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub>.



FERRERO®