

WERTE TEILEN, UM WERT ZU SCHAFFEN

FERRERO-GRUPPE
SOZIALE VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS
BERICHT 2017



ÜBERBLICK

Über diesen Report	IFC
Brief unseres Executive Chairman	1
Soziale Verantwortung bei Ferrero	2
Wesentlichkeitsanalyse	4
Stakeholder Mapping	7
Die Ziele der Ferrero-Gruppe	8



FERRERO-GRUPPE

Auf einen Blick	12
Organisationsstruktur der Ferrero-Gruppe	14
Der Mehrwert von Ferrero	17
Organisationen und Verbände	18
Verantwortungsvolles Supply Chain Management	20
Menschenrechte	21



UNSERE KONSUMENTEN

Ernährung	26
Innovation	30
Qualität	31
Verantwortungsvolle Kommunikation	34
kinder Surprise Company	40



UNSERE MITARBEITER & UNSERE GEMEINSCHAFT

Ferrero-Mitarbeiter	56
Die Fondazione Ferrero	73
Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero	81
kinder+Sport	92



UNSERE WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Kreieren	118
Auswählen	126
Handeln	168
Lagern und liefern	179
Konsument	181
Kennzahlen	186
SDG	210
Assurance Letter	220

ZUM VORLIEGENDEN CSR-BERICHT

Der vorliegende CSR-Bericht erklärt die Strategie zu sozialer Verantwortung und Nachhaltigkeit der Ferrero-Gruppe und die entsprechenden weltweiten Aktivitäten für das Geschäftsjahr 2016/2017 (1. September 2016 bis 31. August 2017). Unter Berücksichtigung der Ziele, die in früheren Berichten definiert wurden, wurden die Themen für diesen neunten CSR-Bericht im Rahmen einer internen Wesentlichkeitsprüfung auf der Grundlage ihrer Relevanz für unsere Gruppe mit dem kontinuierlichen Beitrag der wichtigsten Stakeholder ausgewählt. Frühere CSR-Berichte stehen unter www.ferreroocr.com zur Verfügung.

Verfasst wurde dieser CSR-Bericht gemäß den „GRI Standards: Core Option“, durch das Corporate Communication and Sustainability Office (E-Mail-Adresse: csr@ferrero.com). Er wurde dem GRI Content Index Service vorgelegt und die GRI bestätigte die Richtigkeit des GRI Content Index. Außerdem wurden folgende Referenzrichtlinien berücksichtigt:

- Die zehn Global Compact-Prinzipien der Vereinten Nationen (UNGC);
- Der ISO-Leitfaden (International Standard Organisation) 26000:2010 zur gesellschaftlichen Verantwortung;
- Die Richtlinien der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für multinationale Unternehmen;
- Die Veröffentlichung von GRI und UN Global Compact, „An Analysis of the Goals and Targets“.

Die in diesem Bericht verwendeten Wirtschaftszahlen entsprechen dem Umfang der konsolidierten Bilanz von Ferrero International.

Im Berichtszeitraum erwarb die Muttergesellschaft der Ferrero-Gruppe, Ferrero International S.A., den US-amerikanischen Süßwarenhersteller Fannie May Confections Brands, Inc.

Bei den qualitativen und quantitativen Daten zu sozialen und ökologischen Aspekten wurden folgende Einheiten nicht berücksichtigt:

- Das Joint Venture Stelliferi & Itavex Srl, das im Bereich Zubereitung und Verkauf von gerösteten Haselnüssen verschiedener Verarbeitungsstufen tätig ist;
- Die Unternehmen, die zu Thorntons Plc. und Fannie May Confections Brands, Inc. gehören, es sei denn, diese werden explizit erwähnt.

Die Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero wurde hingegen einbezogen.

Der CSR-Bericht wurde von PircewaterhouseCoopers einer begrenzten Prüfung („limited assurance engagement“) unterzogen.

Dieser CSR-Bericht steht auch online zur Verfügung unter www.ferreroocr.com. Dort sind auch die vorhergehenden acht CSR-Berichte zu finden. Wir werden weiterhin jährlich einen CSR-Bericht veröffentlichen.



Die früheren CSR-Berichte finden Sie unter: www.ferreroocr.com



BRIEF UNSERES EXECUTIVE CHAIRMAN



Unsere Leidenschaft, Produkte höchster Qualität zu kreieren, bestimmt tagtäglich unser Handeln. Dies fängt bei der Beschaffung der allerbesten Rohstoffe an, die nicht nur im Hinblick auf ihre ausgezeichnete Produktqualität die „allerbesten“ sind, sondern auch im Sinne strenger Nachhaltigkeitskriterien. Diese Kriterien wenden wir in Partnerschaft mit einer Vielzahl von Interessensgruppen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg an.“

Giovanni Ferrero
Executive Chairman – Ferrero-Gruppe

Wir blicken zurück auf ein sehr erfolgreiches Jahr. Es steht außer Frage, dass dies ein Jahr der Transformation bei Ferrero war, einzigartig in der Geschichte des Unternehmens: Zunächst haben wir ein neues Corporate-Governance-Modell eingeführt, das zur Ernennung von Lapo Civiletti zum neuen CEO von Ferrero geführt hat. Unter seiner starken Führung konnten wir die Zielerreichung für das Gruppenbudget und die PS3-Geschäftsziele sicherstellen.

Darüber hinaus haben wir einen neuen strategischen Planungsprozess entwickelt, um ambitionierte und überzeugende langfristige Ziele sowie couragierte Mittel- bis Langfriststrategien aufzustellen.

Der Planungszyklus, den wir beginnen, ist ebenso historisch. Während wir weiterhin unsere Werte bewahren, unser Erbe nutzen und unseren Vertrag über das Engagement mit unseren Interessensgruppen uneingeschränkt respektieren, brechen wir gewachsene Strukturen auf: Wir migrieren vom Schokoladenmarkt zum Sweet Packaged Foods (SPF) Markt. Was sich jedoch nicht ändert, ist die Art und Weise, wie *Ferrero die Dinge handhabt*.

Für uns bei Ferrero werden Engagement, Authentizität und Loyalität gegenüber unseren Konsumenten, die zu Produkten von höchster Qualität führen, immer unser Handeln bestimmen. Dies hat bereits zu ausgezeichneten Ergebnissen für die Ferrero-Gruppe geführt, was der konsolidierte Umsatz von 10,5 Milliarden im Geschäftsjahr 2016/2017 belegt – eine Steigerung von 1,5% gegenüber dem Vorjahr.

Unsere Leidenschaft, Produkte höchster Qualität zu kreieren, bestimmt tagtäglich unser Handeln. Dies fängt bei der Beschaffung der allerbesten Rohstoffe an, die nicht nur im Hinblick auf ihre ausgezeichnete Produktqualität die „allerbesten“ sind, sondern auch im Sinne strenger Nachhaltigkeitskriterien. Diese Kriterien wenden wir in

Partnerschaft mit einer Vielzahl von Interessensgruppen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg an.

Unsere Mitarbeiter und die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, stehen ebenfalls im Fokus unserer Leidenschaft und im Zentrum unseres Wertesystems. Dieses System führt zur Stärkung unserer Mitarbeiter, die für Ferrero und die Communities in unserer Lieferkette gearbeitet haben und dies auch weiterhin tun. Dies bedeutet auch Kontinuität wichtiger Initiativen wie der Fondazione Ferrero, des Michele Ferrero Entrepreneurial Project sowie des Programms kinder + Sport. Besonders stolz bin ich darauf, dass dieses letztgenannte Programm im vergangenen Jahr einen wichtigen Meilenstein erreicht hat, indem es Kindern und Jugendlichen in 30 Ländern Freude an Bewegung vermittelt hat.

Die Ferrero-Gruppe hat auch für die kommenden Jahre große Ambitionen. Sie alle sind geprägt von unserem absoluten Respekt für Mensch und Planet.

Dieser Bericht ist ein Beleg für unsere erneute Unterstützung des Global Compact der Vereinten Nationen, der weltweit größten Initiative zur Nachhaltigkeit von Unternehmen.

Abschließend möchte ich jeder einzelnen Ferrero-Mitarbeiterin und jedem einzelnen Ferrero-Mitarbeiter – also allen Ferrerianern, wie wir uns selbst nennen – für ihre kontinuierliche Unterstützung, ihr Engagement und ihre aktive Beteiligung, mit uns auf diese einzigartige Reise zu gehen, danken.

Giovanni Ferrero
Executive Chairman – Ferrero-Gruppe

SOZIALE VERANTWORTUNG BEI FERRERO

Ferrero hat sich schon immer dazu bekannt, Verpflichtungen einzugehen, die dem Schutz von Mensch und Planet dienen und gibt diesen Vorrang gegenüber wirtschaftlichen Zielen. Diese Einstellung ist Teil der DNA des Unternehmens und wird durch einen Brief deutlich, den Michele Ferrero 1957 an seine Mitarbeiter schrieb, als er die Leitung des Unternehmens übernahm:



Ich verpflichte mich persönlich dazu, meine Tätigkeit und mein Wirken unserem Unternehmen zu widmen, damit es, dem Beispiel meines Vaters und meines Onkels folgend, den bisher beschrittenen Weg weiterverfolgen kann. Und ich versichere Ihnen, dass ich erst zufrieden sein werde, wenn es mir mit konkreten Fakten gelungen ist, Ihnen und Ihren Nachkommen eine sichere und unbeschwerte Zukunft zu garantieren.“

Michele Ferrero
1957

Unser Executive Chairman Giovanni Ferrero führt die Gruppe in seinem Sinne weiter:



Tradition und Innovation sind Teil der Ferrero-DNA. Wenn ich eine Metapher finden müsste, würde ich sagen, Tradition ist wie ein Bogen. Je stärker wir ihn spannen, desto weiter fliegt der Pfeil der Modernität, der Vision und der Innovation.“

Giovanni Ferrero
Executive Chairman

Der Begriff soziale unternehmerische Verantwortung hat für die Ferrero-Gruppe schon immer bedeutet, sich für Mensch und Region einzusetzen, das heißt für Mitarbeiter und ehemalige Mitarbeiter, Konsumenten, Familien und lokale Gemeinschaften, in denen wir tätig sind. Dieses Prinzip der sozialen Verantwortung hat die ersten Schritte geprägt, die Ferrero vor mehr als 70 Jahren in Alba gemacht hat und ist bis heute unverändert gültig.

Für uns war die wichtigste Bilanz niemals die, die jährlich im Handelsregister hinterlegt wird, sondern die der sozialen Verantwortung, die den Respekt der Gruppe gegenüber Mensch und Planet widerspiegelt.

Heute basiert unser Nachhaltigkeitsansatz auf der Strategie zur sozialen Verantwortung des Unternehmens: **„Werte teilen, um Wert zu schaffen“.**

Diese Strategie setzen wir tagtäglich um mit unserem Engagement für Verbraucher, das sich in höchster Produktqualität, Innovation und transparenter Kommunikation ausdrückt. Für uns ist die Schaffung eines geteilten Wertes ein Prozess, der alle Teile der Wertschöpfungskette betrifft: Er reicht von der Fürsorge für die Menschen, die die Geschichte der Gruppe geschrieben haben und noch schreiben, über die Unterstützung der lokalen Gemeinschaften, die Förderung eines aktiven Lebensstils bei Kindern und Jugendlichen sowie deren Familien, bis hin zu der starken Verpflichtung zu nachhaltigen landwirtschaftlichen Praktiken und dem Schutz der Umwelt.

Wir bestätigen daher alle Verpflichtungen unserer Strategie zur sozialen Verantwortung des Unternehmens, die sich auch weiterhin auf zwei große Bereiche erstreckt: Mensch und Planet.



Um Richtlinien für soziale Verantwortung (CSR-Richtlinien) zu definieren und durchzuführen, hat die Ferrero-Gruppe eine eigene Abteilung eingerichtet, die für den Bereich CSR zuständig ist:
csr@ferrero.com



MENSCHEN

Für Ferrero ist Kundenorientierung nicht nur ein abstrakter Wert, sondern täglich gelebte Praxis. Sie basiert auf einem starken Verantwortungsgefühl, das weit über geschäftliche Ziele hinausgeht. Dies zeigt sich durch Ferreros Strategie zu Ernährung, durch kontinuierliche Innovation, Qualität und Frische der Produkte, Lebensmittelsicherheit sowie transparente und verantwortungsvolle Kommunikation.

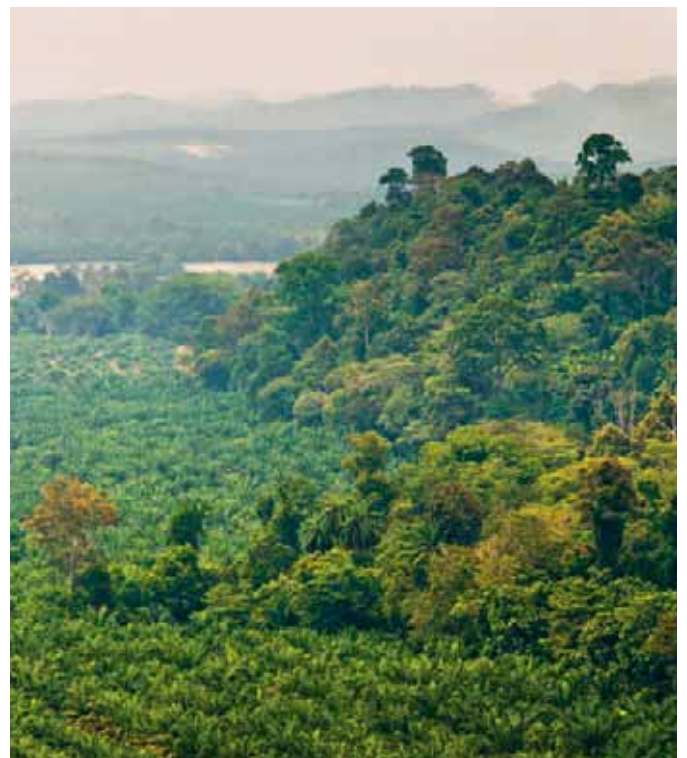
Außerdem widmen wir große Aufmerksamkeit unseren aktuellen und ehemaligen Mitarbeitern sowie den Menschen in den Gemeinschaften, in denen wir tätig sind. Dies äußert sich im Wirken der Fondazione Ferrero und im Rahmen des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero, das in Afrika und Asien aktiv ist. Außerdem setzt unsere Gruppe ihr Engagement zur Förderung eines aktiven Lebensstils fort und wendet sich mit dem globalen kinder+Sport-Programm „Joy of Moving“ an Kinder, Jugendliche und deren Familien.



PLANET

Für unsere Gruppe hat es höchste Priorität, die Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf die gesamte Lieferkette zu überwachen und zu verbessern. Besonders wichtig ist hier die nachhaltige Beschaffung unserer wichtigsten Rohstoffe.

Außerdem setzen wir uns für eine umweltschonende Produktion ein, indem wir die besten verfügbaren Technologien anwenden, Energie, Materialien und natürliche Ressourcen effizient nutzen sowie verantwortungsvoll und angemessen mit den Wasserressourcen umgehen. Im Bewusstsein dieser Verantwortung engagieren wir uns auch weiterhin in starkem Maße, um unsere Umweltauswirkungen von der Rohstoffgewinnung über die Produktionsstätten bis hin zur Logistik über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg zu minimieren.



WESENTLICHKEITSANALYSE

Ziel unserer Wesentlichkeitsanalyse ist es, die Bedeutung verschiedener Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren und zu bewerten: Themen, die unsere Fähigkeit beeinflussen, Wert zu schöpfen und solche, die für unsere Stakeholder relevant sind.

In diesem Jahr haben wir beschlossen, bei unserer Analyse noch einen Schritt weiter zu gehen und sowohl unsere Erfassung als auch die Priorisierung zu aktualisieren, um den Erwartungen der Stakeholder besser gerecht werden zu können.

Die Kriterien basierten auf folgenden Faktoren:

- **Glaubwürdigkeit** – Vertrauen in Ergebnisse, die auf Daten und Belegen basieren.
- **Reichweite** – Analyse auf der Basis größerer Zahlen von Datenquellen und Meinungen von Stakeholdern.
- **Effizienz** – Bessere Nutzung von Zeit und Ressourcen, ohne Einbußen bei Qualität und Genauigkeit.
- **Transparenz** – Analyse auf der Basis überprüfbarer Belege.
- **Relevanz** – Analyse kann in Geschäftsprozesse einfließen, auch in das Risikomanagement.

Im ersten Schritt wurde mithilfe eines externen BI-Tools (Datamaran Limited) unter Nutzung verschiedener Quellen ein breites Spektrum an Themen untersucht. Aus diesen Themen wurden dann die ausgewählt, die für uns besonders relevant sind.

In der Analyse wurden 26 Themen als wesentlich eingestuft.

Nach der Auswahl der Themen wurden diese auf Grundlage der internen und externen Wahrnehmung priorisiert.

Die Relevanz für unsere externen Stakeholder wurde mithilfe einer quantitativen Analyse gemessen, die auf Basis mehrerer Tausend Datenpunkte aus Unternehmensberichten, obligatorischen und freiwilligen Vorgaben (wie etwa Publikationen von NGOs), Nachrichten und Social Media Posts² gemessen wurden.

Die Relevanz und potentiellen Auswirkungen für Ferrero wurden durch eine interne Analyse gemessen.

In der Matrix stehen die Aspekte, die für Ferrero und unsere Stakeholder am wichtigsten sind, oben rechts.

Im Vergleich zu den Vorjahren haben einige umweltbezogene Themen an Bedeutung gewonnen, insbesondere *Klimaveränderung und Luftqualität, Schutz des Naturkapitals und Biodiversität sowie nachhaltige Verpackungen*. *Ernährung* bleibt sowohl für externe Stakeholder als auch für Ferrero von großer Bedeutung. Sowohl aus interner als auch aus externer Perspektive bestätigten wir noch einmal die wesentliche Bedeutung einer *verantwortungsvollen Lieferkette*.

Aus interner Sicht hat *Sicherheit und Qualität von Produkten und Zutaten* weiterhin die höchste Priorität für unsere Gruppe, zusammen mit dem Schutz der *Menschenrechte, Verbraucherrechte und verantwortungsvolles Marketing* haben ebenfalls eine große Bedeutung für die Gruppe.

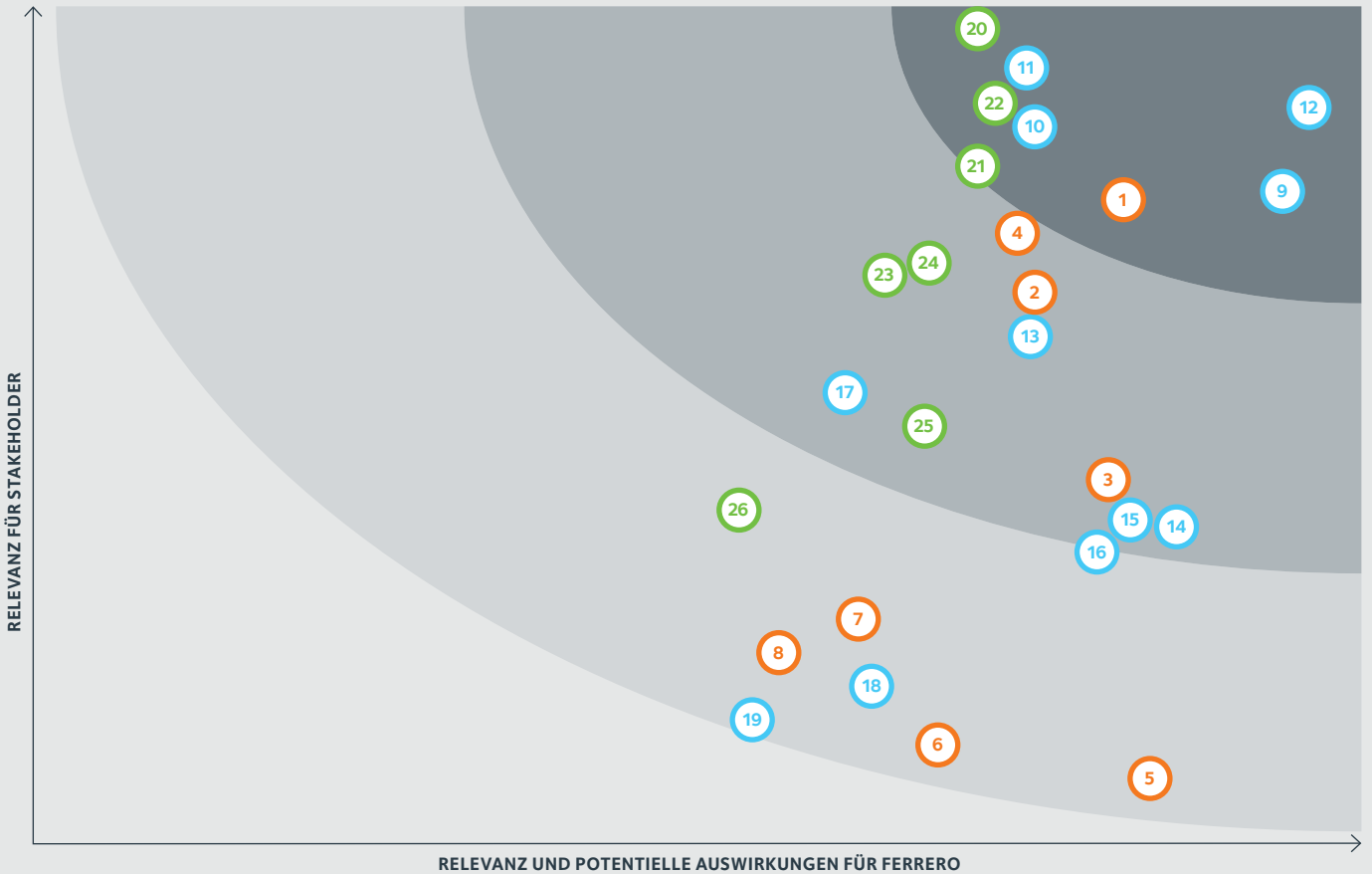
Die Bedeutung anderer Umweltthemen (*Wassermanagement und Abfallmanagement*) wurde ebenfalls hervorgehoben, und auch Themen wie *Transparenz, Ethik und Compliance* bleiben weiterhin von Bedeutung.

Ein besonderes Augenmerk gilt zudem unseren Mitarbeitern. Wir haben Themen wie *Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeiter sowie einen fairen Arbeitsplatz, der den Richtlinien der Inklusion entspricht*, als von hoher Bedeutung identifiziert.

² Quelle: Datamaran Limited



WESENTLICHKEITSMATRIX



DIE GRUPPE

- 1. Verantwortungsvolle Lieferkette
- 2. Corporate Governance
- 3. Transparenz
- 4. Ethik und Compliance
- 5. Langfristiger Wert
- 6. Innovation und Digitalisierung
- 7. Wettbewerbsdruck
- 8. Geopolitische Ereignisse

DIE MENSCHEN

- 9. Menschenrechte
- 10. Ernährung
- 11. Mitarbeiterrechte
- 12. Sicherheit und Qualität von Produkten und Zutaten
- 13. Talente und Entwicklungsmöglichkeiten
- 14. Verbraucherrechte
- 15. Verantwortungsvolles Marketing
- 16. Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeiter
- 17. Fairer und inklusiver Arbeitsplatz
- 18. Unterstützung lokaler Gemeinschaften
- 19. Inklusion und Barrierefreiheit

DER PLANET

- 20. Klimawandel und Luftqualität
- 21. Nachhaltige Verpackungen
- 22. Schutz des Naturkapitals und Biodiversität
- 23. Wassermanagement
- 24. Abfallmanagement
- 25. Energieeffizienz
- 26. Tierwohl



Eine Übersicht dazu findet sich auf unserer Internetseite www.ferrerocsr.com, unter „Unser CSR-Bericht“. Diese wurde auf Grundlage der GRI Sustainability Reporting Standards erstellt.

WESENTLICHKEITSANALYSE

FORTSETZUNG

Um festzustellen, inwieweit ein Thema Auswirkungen hat und um damit seine Relevanz festzulegen, wurde für jedes der 26 als relevant eingestuften Themen ein Geltungsbereich festgelegt.

Eine Analyse der genannten Aspekte erfolgt in den entsprechenden Kapiteln dieses CSR-Berichts anhand einer qualitativen Beschreibung des Managementansatzes sowie spezieller Leistungskennzahlen.

BEREICH	THEMA	BETRIFFT
	Verantwortungsvolle Lieferkette	Einkauf, Lieferanten, Vertrieb und Handel
	Corporate Governance	Ferrero-Gruppe
	Transparenz	Ferrero-Gruppe
	Ethik und Compliance	Ferrero-Gruppe, Lieferanten, Vertrieb und Handel, Bauern
	Langfristiger Wert	Ferrero-Gruppe
	Innovation und Digitalisierung	Ferrero-Gruppe, Lieferanten, Vertrieb und Handel, Bauern
	Wettbewerbsdruck	Ferrero-Gruppe
	Geopolitische Ereignisse	Ferrero-Gruppe
	Menschenrechte	Ferrero-Gruppe, Lieferanten, Bauern, NGOs
	Ernährung	Ernährungsstrategie, Produkte, Konsumenten, Verbraucherverbände und NGOs, Institutionen, Regierungen und Gesetzgeber
	Mitarbeiterrechte	Ferrero-Gruppe, externe Mitarbeiter
	Sicherheit und Qualität von Produkten und Zutaten	Werke, Produkte, Lieferanten, Vertrieb und Handel, Konsumenten, Verbraucherverbände und NGOs
	Talente und Entwicklungsmöglichkeiten	Ferrero-Gruppe
	Verbraucherrechte	Werke, Produkte, Vertrieb und Handel, Konsumenten, Verbraucherverbände und NGOs
	Verantwortungsvolles Marketing	Marketing, Kommunikation und Medien, Konsumenten
	Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeiter	Ferrero-Gruppe, externe Mitarbeiter, Lieferanten
	Fairer und inklusiver Arbeitsplatz	Ferrero-Gruppe
	Unterstützung lokaler Gemeinschaften	Einkauf, Werke, HCo, kinder+Sport, Fondazione Ferrero, Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero, NGOs, Institutionen, Regierungen, lokale Gemeinschaften
Inklusion und Barrierefreiheit	Ferrero-Gruppe, Bauern, lokale Gemeinschaften	
	Klimawandel und Luftqualität	Werke, Lager, Lieferanten, Dienstreisen der Mitarbeiter
	Nachhaltige Verpackungen	Verpackungsabteilung, Werke, Konsumenten, Lieferanten
	Schutz des Naturkapitals und Biodiversität	Werke, Lieferanten, Bauern, lokale Gemeinschaften
	Wassermanagement	Werke, HCo, Lieferanten, Bauern
	Abfallmanagement	Werke, Lieferanten, Produkte, Vertrieb und Handel, Konsumenten
	Energieeffizienz	Werke, Lager, Lieferanten
	Tierwohl	Einkauf, Lieferanten, NGOs



Der GRI Content Index findet sich auf unserer Internetseite www.ferrerocsr.com unter „Unser CSR-Bericht“ (erstellt auf Grundlage der GRI Sustainability Standards).



STAKEHOLDER MAPPING

Für die Erstellung des CSR-Berichts wurde ein Mapping interner und externer Stakeholder durchgeführt. Das Ergebnis: Die Konsumenten sind nach wie vor die wichtigsten Stakeholder von Ferrero.

Wir beteiligen uns aktiv an Debatten und Arbeitsgruppen von Branchen- und Industrieverbänden, denen wir auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene angehören.

Darüber hinaus haben wir einen strukturierten Dialog mit einigen NGOs aus dem Bereich CSR aufgebaut.



DIE ZIELE DER FERRERO-GRUPPE

BEREICH	BESCHREIBUNG	STATUS	
	FSSC 2200 Zertifizierung Lebensmittelsicherheit für alle Produktionsstätten der Gruppe – mit Ausnahme der Produktionsstätten des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero – einschließlich des neuen Werks in China	Erreicht im Januar 2017	●
	Ausweitung der Aktivitäten der Fondazione Ferrero und des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero	Erreicht und erneuert	●
	Unterstützung interner Maßnahmen zur Förderung einer „Diversitätskultur“	Erneuert bis 2018	●
	Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen um 5% (im Vergleich zum 31. August 2015)	Bis 2020	●
	Weiterführung und Ausweitung des Programms „kinder+Sport“ durch Erweiterung auf 30 Länder weltweit und 5 Millionen bewegte Kinder	Bis August 2018	●
	100% als nachhaltig zertifizierter Kakao	Bis 2020	●
	100% als nachhaltig zertifiziertes, segregiertes RSPO-Palmöl	Erreicht im Dezember 2014	●
	100% raffinierter Rohrzucker aus nachhaltigen Quellen	Bis 2020	●
	Implementierung des Rückverfolgbarkeitsplans für 100% der Haselnüsse	Bis 2020	●
	100% der Eier von Hühnern aus Bodenhaltung, um dem Tierwohl Rechnung zu tragen	Erreicht im September 2014 in EU-Werken und auf globale Ebene ausgeweitet bis 2025.	●



DIE MENSCHEN



DER PLANET

- im Plan
- nicht im Plan



Weitere Informationen zum Status der Ziele der Ferrero-Gruppe für 2020 finden Sie in den folgenden Kapiteln des vorliegenden Berichtes.



BEREICH	BESCHREIBUNG	STATUS
	Selbst erzeugte elektrische Energie deckt 70% (statt 75%) der in allen europäischen Produktionsstätten verbrauchten Energie ab, davon 18% (statt 25%) aus erneuerbaren Quellen	Teilweise erreicht im September 2014 ●
	Gruppenzertifizierung nach ISO 50001 für die 17 im August 2014 bestehenden Produktionsstandorte – mit Ausnahme der Produktionsstätten des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero – einschließlich der Energieerzeugungsbetriebe	Bis 2020 ●
	Weltweite Umsetzung eines Energieaktionsplans in Übereinstimmung mit den lokalen Vorgaben bestehender und zukünftiger Produktionsstätten mit Blick auf eine Verringerung der Emissionen	Bis 2020 ●
	Verringerung der durch Produktionsaktivitäten verursachten CO ₂ -Emissionen um 40% (gegenüber 2007)	Bis 2020 ●
	Verringerung der Treibhausgasemissionen um 30% (Tonnen CO ₂ eq) bei Transport und Lagerung (gegenüber 2009)	Bis 2020 ●
	Nutzung von Verpackungsmaterialien aus erneuerbaren Quellen (+10% gegenüber 2009)	Bis 2020 ●
	100% Karton ³ aus Primärfasern aus als nachhaltig zertifizierter Lieferkette	Erreicht im Dezember 2014 ●
	100% Papier ⁴ aus Primärfasern aus als nachhaltig zertifizierter Lieferkette	Erreicht im Dezember 2017 ●



DIE MENSCHEN



DER PLANET

- im Plan
- nicht im Plan

- 3 Als „Karton“ gelten Materialien mit einem Flächengewicht (Masse pro Quadratmeter) von mehr als 225g/m².
- 4 Als „Papier“ gelten Materialien mit einem Flächengewicht (Masse pro Quadratmeter) von weniger als 225g/m².

FERRERO-GRUPPE

Unser Ansatz zur unternehmerischen sozialen Verantwortung konzentriert sich vor allem darauf, den Verbrauchern innovative Produkte von höchster Qualität und Frische anzubieten und für diese sorgfältig ausgewählte Rohstoffe zu verwenden.

Unsere Gesellschaftsstruktur der Ferrero-Gruppe und unsere Grundsätze zur Unternehmensführung haben sich mit der Expansion in globale Märkte und der konstanten Innovation unserer Produkte und Verpackungen über die Zeit weiterentwickelt.

Unsere Verpflichtung zu verantwortungsvollen und nachhaltigen Geschäftspraktiken leitet uns dabei seit dem ersten Tag.

Auf einen Blick	12
Organisationsstruktur	14
Der Mehrwert von Ferrero	17
Organisationen und Verbände	18
Verantwortungsvolles Supply Chain Management	20
Menschenrechte	21



Weitere Informationen erhalten Sie auf:
www.ferrero.com
www.ferrerocsr.com



ÜBERBLICK

FERRERO-GRUPPE

UNSERE KONSUMENTEN

UNSERE MITARBEITER &
UNSERE GEMEINSCHAFT

UNSERE
WERTSCHÖPFUNGSKETTE



AUF EINEN BLICK

Unser Ansatz zur unternehmerischen sozialen Verantwortung konzentriert sich vor allem darauf, den Verbrauchern innovative Produkte von höchster Qualität und Frische anzubieten und für diese sorgfältig ausgewählte Rohstoffe zu verwenden.

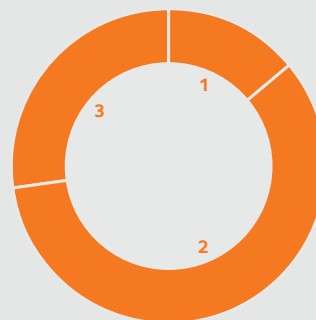
FERRERO WELTWEIT

Unsere Produkte sind in mehr als **170** Ländern erhältlich und werden dort direkt oder über autorisierte Einzelhändler verkauft. Die Ferrero-Gruppe ist in den folgenden **55** Ländern und Regionen vertreten:

Argentinien	Mexiko
Australien	Monaco
Belgien	Niederlande
Brasilien	Norwegen
Bulgarien	Österreich
Chile	Polen
China	Portugal
Dänemark	Puerto Rico
Deutschland	Rumänien
Ecuador	Russland
Finnland	Schweden
Frankreich	Schweiz
Georgien	Serbien
Griechenland	Singapur
Hongkong	Slowakei
Indien	Spanien
Indonesien	Sri Lanka
Irland	Südafrika
Israel	Südkorea
Italien	Taiwan
Japan	Tschechische Republik
Kamerun	Türkei
Kanada	Ukraine
Kasachstan	Ungarn
Kolumbien	Vereinigte Arabische Emirate
Kroatien	Vereinigtes Königreich
Luxemburg	Vereinigte Staaten
Malaysia	



Weitere Informationen erhalten Sie auf:
www.ferreroocr.com



Geografische Verteilung des konsolidierten Nettoumsatzes im Geschäftsjahr 2016/2017

1. Italien	14%
2. Restliches Europa	59%
3. Außerhalb Europas	27%

WICHTIGE ZAHLEN

Gesamtproduktion (Tonnen)

+0,9%

2016/17 **1.277.126**

2015/16 1.265.950

Konsolidierter Nettoumsatz (€/000)

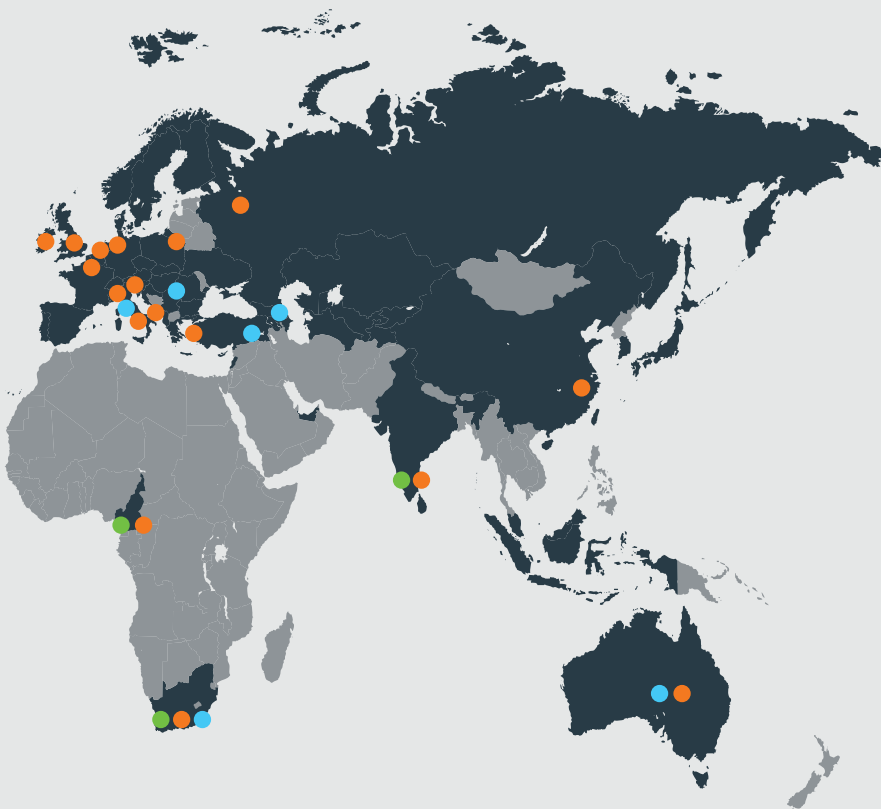
+1,54%

2016/17 **10.485.058**

2015/16 10.325.845



- Produktionsstätte
- Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero
- Ferrero Hazelnut Company



Starkes und kontinuierliches Wachstum, das die hohe Qualität unserer Produkte bestätigt und für die Fähigkeit der Unternehmensgruppe spricht, sich an die Anforderungen der verschiedenen Märkte anzupassen und schnell auf diese zu reagieren. Darüber hinaus dafür, dass die Gruppe und ihre Produkte den aktuellen Bedürfnissen von Verbrauchern weltweit entsprechen.

23 PRODUKTIONSSTÄTTEN WELTWEIT

1. Italien – Alba 1946
2. Deutschland – Stadtallendorf 1956
3. Frankreich – Villers-Écalles 1960
4. Italien – Pozzuolo Martesana 1965
5. Australien – Lithgow 1974
6. Irland – Cork 1975
7. Ecuador – Quito 1975
8. Italien – Balvano 1985
9. Italien – S. Angelo Dei Lombardi 1985
10. Belgien – Arlon 1989
11. Polen – Belsk Duzy 1992
12. Argentinien – La Pastora 1992
13. Brasilien – Poços De Caldas 1994
14. Kanada – Brantford 2006
15. Kamerun – Yaoundé* 2005
16. Südafrika – Walkerville* 2006
17. Indien – Baramati* 2007
18. Russland – Vladimir 2009
19. Mexiko – S. José Iturbide 2013
20. Türkei – Manisa 2013
21. China – Hangzhou 2015
22. Vereinigtes Königreich – Alfreton 2015
23. USA – North Canton 2017

* Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero

Durchschnittliche
Mitarbeiteranzahl der Gruppe

+3,76%

2016/17 **30.305**

2015/16 29.206

ROHMATERIALIEN

Im Geschäftsjahr 2016/2017 verwendete die Gruppe insgesamt **1.849.430** Tonnen¹ landwirtschaftliche Rohstoffe und Verpackungrohstoffe.

¹ Diese Zahl beinhaltet unter anderem die Wassermenge, die für die Rezepturen der Ferrero-Produkte benötigt wird, sowie Rohstoffe für Überraschungen und Hilfsmaterialien für den Produktionsprozess.

HCO – HAZELNUT COMPANY

6 landwirtschaftliche Betriebe in:

- Chile
- Argentinien
- Georgien
- Südafrika
- Australien
- Serbien

8 Verarbeitungs- betriebe in:

- Chile
- Italien
- Türkei

ORGANISATIONSSTRUKTUR DER GRUPPE

Die Gesellschaftsstruktur der Ferrero-Gruppe und unsere Grundsätze zur Unternehmensführung haben sich mit der Expansion in globale Märkte über die Zeit weiterentwickelt.

Folgende Aspekte prägen unsere Geschichte und unser Wachstum besonders:

- Die Tatsache, dass wir ein Familienunternehmen sind;
- Die kontinuierliche Erschließung neuer Märkte;
- Die Gründung neuer Produktionsstätten;
- Konstante Produkt- und Verpackungsinnovationen;
- Der stete Fokus auf höchste Qualität und Frische unserer Produkte.

Zum 31. August 2017 bestand die Unternehmensgruppe aus 91 konsolidierten Gesellschaften, die von der Holding Ferrero International S.A. – unserer Muttergesellschaft mit Sitz in Luxemburg und mit über 1.000 Mitarbeitern das strategische und operative Herz der Gruppe – gelenkt werden.

Ferrero International wurde seit 1998 nach einem klassischen Modell der Corporate Governance geführt, in dem die Aktionärsversammlung und der Verwaltungsrat eine zentrale Rolle spielen. Der Vorsitzende des Verwaltungsrates übt dabei weniger eine exekutive als eine leitende Funktion aus. Dem Verwaltungsrat gehören auch Mitglieder an, die nicht aus der Ferrero-Familie stammen, wie zum Beispiel der

stellvertretende Vorsitzende. Die Exekutivmitglieder des Verwaltungsrates werden auf Grundlage ihrer Qualifikationen und Kompetenzen ausgewählt: Ihre Leistungen werden kontinuierlich bewertet.

2017 hat sich die Ferrero-Gruppe dazu entschieden, ein neues Governance-Modell einzuführen, um die Wettbewerbsposition auf dem weltweiten Markt für Schokolade und verpackte Süßwaren zu stärken und für weiteres Wachstum zu sorgen.

Der Unternehmer und CEO der Ferrero-Gruppe Giovanni Ferrero übte bis zum 1. September 2017 die Funktion des Verwaltungsratsvorsitzenden aus und verhalf der Unternehmensgruppe dazu, sich auf langfristige Strategien zu konzentrieren, neue Geschäftswege zu gehen und bahnbrechende Innovationen zu realisieren, ohne dabei die Aufrechterhaltung unserer Werte und Kultur aus den Augen zu verlieren.

Am selben Tag wurde Herr Lapo Civiletti zum neuen Hauptgeschäftsführer ernannt. In seiner Funktion legte er den Schwerpunkt auf das Erreichen kurz- und mittelfristiger Ergebnisse.

2017 hat sich die Ferrero-Gruppe dazu entschieden, ein neues Governance-Modell einzuführen, um die Wettbewerbsposition auf dem weltweiten Markt für Schokolade und Sweet Packaged Food zu stärken und für weiteres Wachstum zu sorgen.



Ein Familien-
unternehmen seit

1946





Der Vorstandsvorsitzende leitet das Group Leadership Team (GLT) und die Komitees und Ausschüsse des Unternehmens mit dem Ziel, Strategien und Aktivitäten zur Weiterentwicklung von Governance- und Geschäftsprozessen zu definieren. Er legt die Vision und die langfristige Strategie der Gruppe fest.

Diese strategischen Funktionen berichten an ihn:

- Der CEO.
- Institutional Affairs: unterstützt den Vorstandsvorsitzenden bei der Entwicklung langfristiger Netzwerkstrategien mit institutionellen Stakeholdern.
- Open Innovation: legt den Schwerpunkt auf wissenschaftliche Innovation, die zu bahnbrechenden Neuerungen für unser Produkt der Zukunft führen könnte.
- Strategic R&D: entwickelt innovative Produkte durch den Einsatz verfügbarer, wissenschaftlicher Erkenntnisse, internationaler Kompetenzen und unserer Expertise, um die Produktentwicklung bei den neu erworbenen Unternehmen zu unterstützen.
- Strategy and M&A: unterstützt die Entwicklung mittel- bis langfristiger Strategien der Unternehmensgruppe.
- Komitees und Ausschüsse des Unternehmens, namentlich:
 - **Advisory Board:** unterstützt den Vorstandsvorsitzenden im Entscheidungsprozess, mit einem spezifischen Schwerpunkt auf dem Bereich Wirtschaft/Finanzen und dem Generieren von Unternehmenswert.
 - **Audit Committee:** überwacht den Risk-Management-Prozess und die internen Kontrollsysteme, um die Effizienz der internen Revision durch eine unabhängige Prüfung zu bewerten und den Prozess der Rechnungslegung zu beaufsichtigen.
 - **Business Innovation and Science Committee:** legt den Schwerpunkt auf Vorschläge für neue Geschäftsmodelle im Hinblick auf neue Kanäle, Kategorien, Medien, Rohstoffe, Verpackungsmaterialien, Beschaffungsstrategien, Vertriebsmodelle und neue große transversale Projekte.
 - **Group Leadership Team:** stellt durch die Unterstützung strategischer Entscheidungen und der Umsetzung des Businessplans die Verbindung zwischen der unternehmerischen und der Managementwelt sicher.

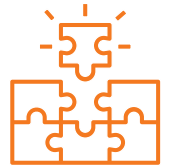
- **Operations Committee:** legt den Schwerpunkt auf die industrielle Strategie und die Entwicklung des Fußabdrucks, die Veränderung logistischer Netzwerke, den Einsatz von Rohmaterialien und Verpackung, Informationstechnologiesystemen sowie die Bewertung der neuen Produktionsstätten.
- **Organization, Appointment, and Remuneration Committee:** führt in folgenden Bereichen Analysen durch und bringt entsprechende Vorschläge ein: Organisatorische Überprüfung, Besetzung von Schlüsselpositionen, Vergütungsrichtlinien, Anreizsystem.
- **Product Committee:** legt den Schwerpunkt auf neue Produktentwicklungen (Innovation) und den Bereich Portfolio-Management.

Der CEO stellt mit Unterstützung des Group Management Teams (GMT) den Erfolg und die Stärkung unserer Managementkompetenzen sicher.

- Beteiligt sich an der Festlegung von Geschäftszielen, gemäß den Leitlinien des Vorstandsvorsitzenden.
- Stellt das Erreichen von Geschäftszielen sicher (Budget und 1-3-Jahresplan).
- Überwacht und managt Konflikte und Differenzen zwischen Funktionen und Geschäftsbereichen.
- Sorgt für einen besseren Schutz des Unternehmens-Know-hows und fördert seine Weiterentwicklung.
- Garantiert Kontinuität im Hinblick auf die Werte von Ferrero und fördert unsere Kultur innovativer Produktentwicklung.

Der CEO leitet das GMT, das folgende Funktionen umfasst:

- Regionen: Europa, International, Schwellenländer
- CFO
- Global Brands Soremartec
- HR & OI
- Industrial and Supply Department
- Legal
- Quality
- Sales Business Development
- Strategic Business Units (SBU)



Konsolidierte
Unternehmen unter der
Leitung von Ferrero
International S.A

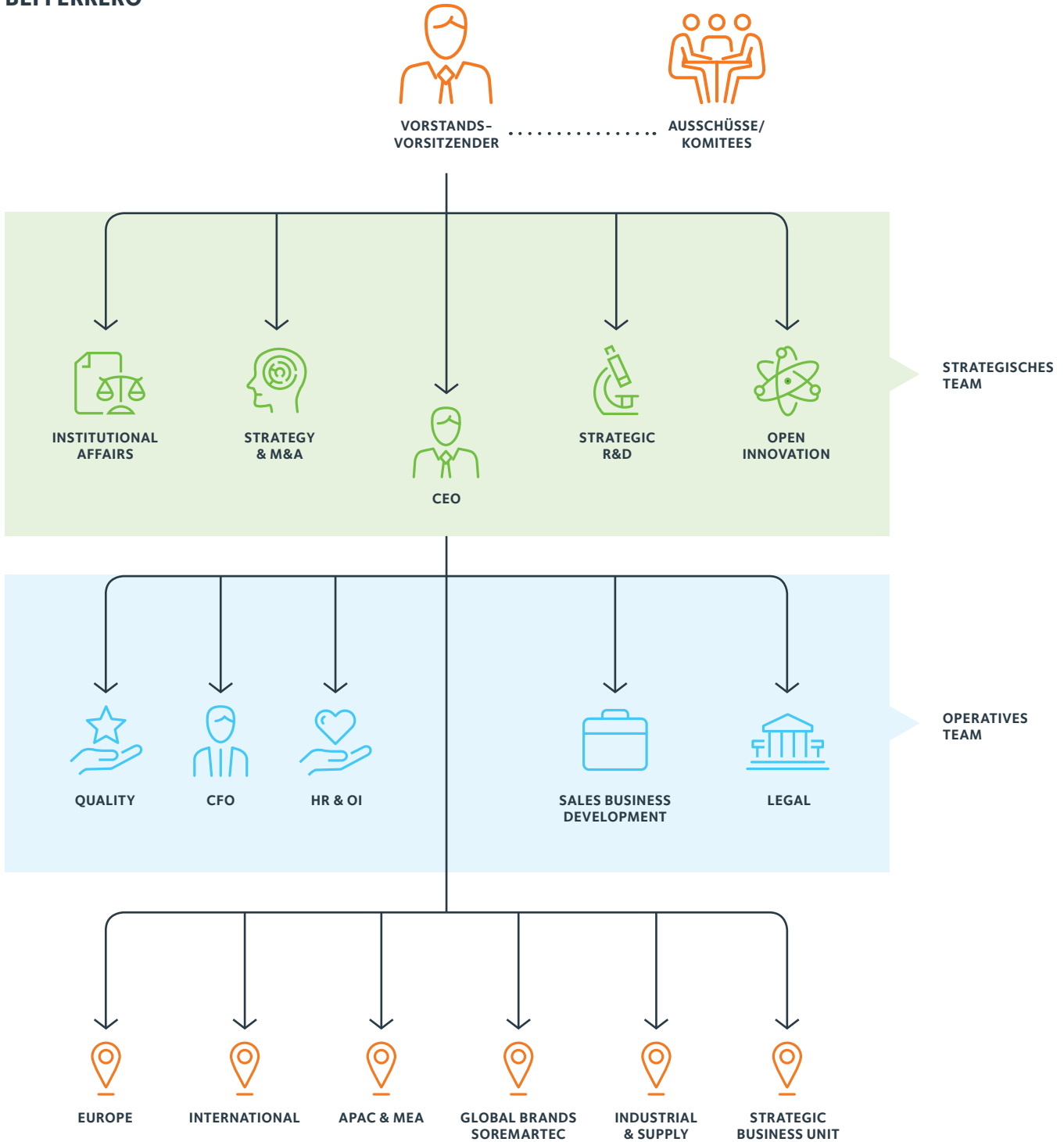
91

August 2017

ORGANISATIONSTRUKTUR DER GRUPPE

FORTSETZUNG

DIE GOVERNANCE-STRUKTUR BEI FERRERO





DER MEHRWERT VON FERRERO

Unter „Mehrwert“ verstehen wir den wirtschaftlichen Wert, der durch die Gruppe generiert wird.

Der „Nettomehrwert“ ist der im Berichtszeitraum generierte wirtschaftliche Wert, abzüglich der Abschreibungen und Betriebskosten. Zu den Betriebskosten zählen auch Zahlungen an Lieferanten (vor allem für den Einkauf von Rohstoffen und Dienstleistungen).

Wie in der folgenden Grafik dargestellt, ist der „Nettomehrwert“ von Ferrero für das Referenzjahr dieses CSR-Berichts in verschiedenen Formen auf die internen und externen Stakeholder der Gruppe verteilt.

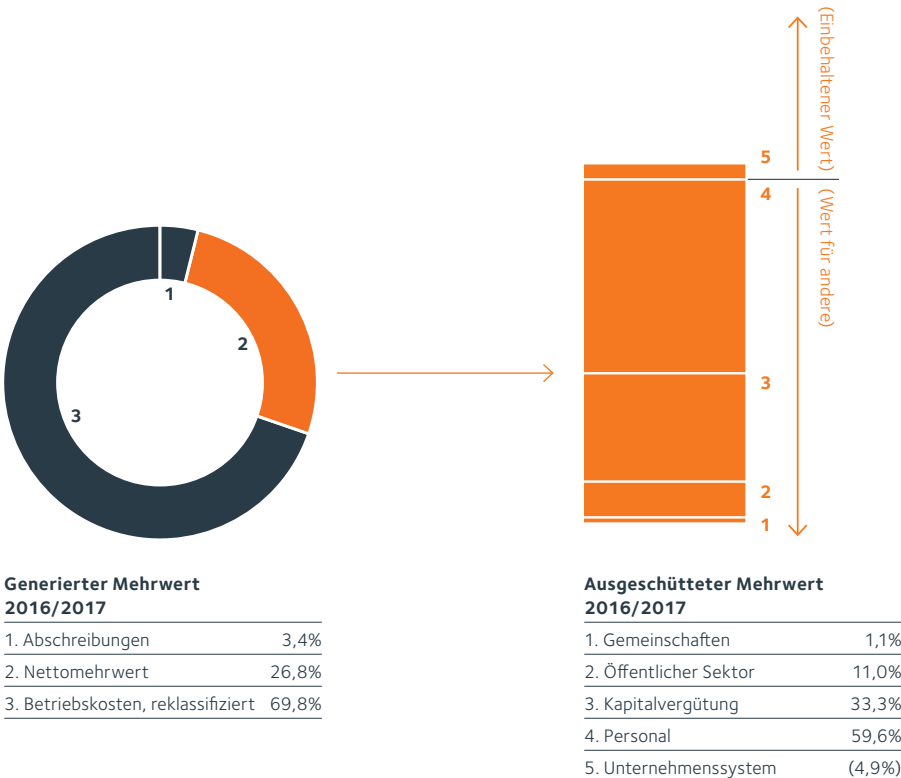
Der Posten „Personal“ umfasst alle Arten von Lohn, Gehalt und Vergütung, die Mitarbeiter für ihre Arbeit erhalten, einschließlich der von der Gruppe aufgewendeten Sozialversicherungsabgaben.

Zum Posten „Kapitalvergütung“ gehören Dividendenausschüttungen im Berichtszeitraum sowie Zinsaufwendungen.

Der Posten „Öffentlicher Sektor“ umfasst die Zahlungen der Gruppe an Behörden, wie Einkommensteuer und andere Abgaben, die direkt auf das Unternehmensvermögen zurückzuführen sind, ausgenommen Steuern und andere Zusatzkosten im Zusammenhang mit der Geschäftstätigkeit (Zölle und Zollgebühren).

Der Posten „Gemeinschaften“ umfasst unentgeltliche Zuwendungen und Spenden, Investitionen in soziale Projekte und Kooperationen mit Universitäten und Forschungseinrichtungen.

Der Posten „Unternehmenssystem“ enthält schließlich den von der Gruppe einbehaltenen wirtschaftlichen Wert, der sich aus der Differenz zwischen dem generierten wirtschaftlichen Wert und dem ausgeschütteten wirtschaftlichen Wert ergibt.



ORGANISATIONEN UND VERBÄNDE

DIE FÜR UNS WICHTIGSTEN EUROPÄISCHEN UND INTERNATIONALEN ORGANISATIONEN UND VERBÄNDE

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT

(Sitz: New York)

Eine politische und strategische Initiative für Unternehmen, die sich verpflichten, ihre Geschäftstätigkeiten und Strategien an zehn universell anerkannten Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung auszurichten.

www.unglobalcompact.org

GRI – GLOBAL REPORTING INITIATIVE

(Sitz: Amsterdam)

Eine gemeinnützige Organisation zur Förderung wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit mit Hilfe eines umfassenden Bewertungsrahmens.

www.globalreporting.org

CSR EUROPE

(Sitz: Brüssel)

Eine 1995 gegründete Organisation zur Förderung und Unterstützung der sozialen Verantwortung von Unternehmen. CSR Europe gehören 50 Gesellschaften und 45 nationale Partnerorganisationen an. Insgesamt umfasst die Organisation mehr als 10.000 Unternehmen.

www.csreurope.org

AEF – ADVERTISING EDUCATION FORUM

Eine gemeinnützige Organisation, die Informationen über Werberegulierungen auf internationaler Ebene bietet, insbesondere im Hinblick auf an Kinder gerichtete Werbekommunikation.

www.aeforum.org

AIM – EUROPEAN BRANDS ASSOCIATION

Eine Vereinigung, die die wichtigsten Markenindustrien der EU repräsentiert, mit insgesamt etwa 1.800 Unternehmen in 21 Ländern. Sie liefert Informationen und schafft ein Bewusstsein für Themen wie Entwicklung, Verbreitung und Vermarktung von Marken.

www.aim.be

BONSUCRO

Eine gemeinnützige Organisation zur Förderung der Nachhaltigkeit im Zuckerrohrsektor durch Bereitstellung eines Mess- und Zertifizierungssystems. Die Organisation hat heute mehr als 400 Mitglieder in 32 Ländern, die alle Phasen der Produktionskette repräsentieren.

www.bonsucro.org

CAOBISCO – EUROPEAN ASSOCIATION OF CHOCOLATE, BISCUIT & CONFECTIONERY INDUSTRIES

Eine Organisation, die etwa 11.000 Süßwarenunternehmen in der Europäischen Union vertritt, mit dem Ziel, eine innovative, moderne und nachhaltigere Süßwarenindustrie zu fördern.

www.caobisco.eu

EUFIC – EUROPEAN FOOD INFORMATION COUNCIL

Eine gemeinnützige Organisation, die von Lebensmittel- und Getränkeunternehmen sowie von der Europäischen Kommission unterstützt wird, Informationen zur Lebensmittelsicherheit und -qualität bietet und entsprechende Studien durchführt.

www.eufic.org



EUROPEN – THE EUROPEAN ORGANIZATION FOR PACKAGING AND THE ENVIRONMENT

Eine Branchenvereinigung aus dem Bereich Verpackungs-Lieferkette in Europa, die Interessen in den Bereichen Verpackung und Umwelt vertritt.

www.euopen-packaging.eu

FDE – EUROPEAN FEDERATION OF FOOD & DRINK INDUSTRIES

Ein europäischer Verband zur Förderung und Vertretung der Interessen der Lebensmittel- und Getränkebranche.

www.fooddrinkeurope.eu

ICGA – INTERNATIONAL CHEWING GUM ASSOCIATION

Ein globaler Verband, der die Interessen der gesamten Kaugummi-Lieferkette vertritt, von den Zutaten für die Kaugummigrundmasse bis hin zum fertigen Kaugummi.

www.gumassociation.org

IFBA – INTERNATIONAL FOOD & BEVERAGE ALLIANCE

Eine Organisation, die sich aus den führenden, global agierenden Lebensmittel- und Getränkeunternehmen zusammensetzt, um gemeinsam eine ausgewogene Ernährung sowie einen gesunden Lebensstil unter Verbrauchern zu fördern.

www.ifballiance.org

CGF – THE CONSUMER GOODS FORUM

Ein globales Netzwerk, das etwa 400 Handelspartner, Produzenten, Dienstleister und andere Stakeholder aus 70 Ländern vertritt, um mit Blick auf positive Veränderungen effiziente Geschäftspraktiken zu fördern.

www.theconsumergoodsforum.com

TIE – TOY INDUSTRIES EUROPE

Eine Organisation, die die Interessen der Spielwarenhersteller in der Europäischen Union vertritt und die Bedeutung von Spielzeugen und des Spielens für die kognitive, physische und soziale Entwicklung von Kindern fördert.

www.tietoy.org

WFA – WORLD FEDERATION OF ADVERTISERS

Weltdachverband der nationalen Werbeverbände und Unternehmen aus dem Marketingbereich, die zusammen etwa 90% Marktanteil des Werbemarktes innehaben. Der Verband fördert eine verantwortungsvolle und effiziente Kommunikation.

www.wfanet.org

WSRO – WORLD SUGAR RESEARCH ORGANIZATION

Eine internationale wissenschaftliche Forschungsorganisation, deren Ziel es ist, auf den direkten und indirekten Einfluss von Zucker auf die Ernährung, Gesundheit und das Wohlbefinden der Weltbevölkerung hinzuweisen.

www.wsro.org

VERANTWORTUNGSVOLLES SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Seit 2011 engagiert sich die Ferrero-Gruppe für die Umsetzung des ABCDE-Plans (A Business Code Dialogue Engagement), um den Code of Business Conduct der Gruppe unter allen Stakeholdern entlang der Wertschöpfungskette zu verbreiten. Seit 2013 wird dieses Ziel erreicht.

Der Code of Business Conduct basiert auf den Unternehmensprinzipien von Ferrero und entspricht dem Ethikkodex der Gruppe. Er definiert die Vorgehensweise von Ferrero in den folgenden Bereichen:

1. Exzellente Produktqualität und -sicherheit;
2. Verpflichtung zum Schutz der Menschenrechte;
3. Umweltschutz und Nachhaltigkeit;
4. Arbeitsumfeld;
5. Korrektes Geschäftsverhalten.

Nach der Einführung des Code of Business Conduct wurden spezifische Verifizierungsprotokolle für die Nachhaltigkeit landwirtschaftlicher Rohstoffe erstellt; im Speziellen das Ferrero Farming Values-Protokoll für die Produktion von Haselnüssen vor Ort. Dieses wurde in Zusammenarbeit mit SCS Global Services entwickelt und sieht die Überprüfungsprotokolle unserer Lieferkette vor.

Ebenso wurde ein Ferrero Farming Values-Protokoll für die Milchlieferkette im Rahmen des „Milk Supply Chain Partnership Project“ erstellt. Das Ziel dieses Projektes besteht darin, Partnerschaften mit Lieferanten aufzubauen, um gemeinsam einen Maßnahmenplan zu erarbeiten und mit dessen Hilfe die im Ferrero-Lieferkettenprotokoll definierten Standards zu erreichen.

Außerdem beteiligt sich die Ferrero-Gruppe seit Dezember 2013 an der Supply Chain Initiative, um die „Grundsätze der guten Praxis in vertikalen Beziehungen in der Lebensmittelversorgungskette“ zu etablieren.

Die Supply Chain Initiative ist eine von sieben europäischen Verbänden gestartete Initiative zur Förderung gleichberechtigter Geschäftsbeziehungen in der gesamten Lebensmittelversorgungskette.

Im März 2018 veröffentlichten die Initiatoren der Supply Chain Initiative den vierten Jahresbericht und lieferten darin einen umfassenden Überblick über die Fortschritte und Ergebnisse der Supply Chain Initiative seit ihrem Start im September 2013.



Seit Dezember 2013 beteiligt sich die Ferrero-Gruppe an der Supply Chain Initiative



Ethik-Kodex, verfügbar unter:

www.ferrero.com

Grundsätze der guten Praxis in vertikalen Beziehungen in der Lebensmittelversorgungskette:

www.supplychaininitiative.eu

Milk Supply Chain Partnership Project.

Weitere Informationen im Kapitel

„Unsere Wertschöpfungskette“ – Auswählen





MENSCHENRECHTE

DIE EINHALTUNG VON MENSCHENRECHTEN BEI FERRERO

Ferreros Verpflichtung zur Einhaltung von Menschenrechten bildet – gemeinsam mit den Unternehmenswerten – die Grundlage unseres unternehmerischen Ansatzes und wird in Form spezieller Richtlinien sowie im Rahmen unserer täglichen Arbeit umgesetzt. Wir bekräftigen unsere feste Entschlossenheit zur Beendigung aller Formen von moderner Sklaverei, Menschenhandel, Zwangsarbeit, Gefangenearbeit sowie Kinderarbeit beizutragen.

Wir setzen uns bereits stark für die Einhaltung von Menschenrechten ein. Für Menschenrechtsverletzungen entlang unserer Wertschöpfungskette gilt eine Nulltoleranzgrenze. Darüber hinaus bekennen wir uns zu den zehn Prinzipien des UN Global Compact und zu den UNO-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte.

Wir erkennen die Bedeutung von Maßnahmen in diesem Bereich an und verpflichten uns, unsere bestehenden Bemühungen im Hinblick auf die Verbesserung von Menschenrechten zu verstärken. Wir setzen uns mit verschiedenen Stakeholdern für Menschenrechte ein und haben einen verbindlichen Ethik-Kodex sowie einen Code of Business Conduct entlang unserer gesamten Lieferkette eingeführt. In diesen wird genau erläutert, was wir im Hinblick auf Menschenrechte von unseren Lieferanten und Mitarbeitern, die vertraglich zu deren Einhaltung verpflichtet sind, erwarten.

Wir sind der Überzeugung, dass Due Diligence – also ein fortlaufender Risikomanagementprozess zur Ermittlung, Verhinderung und Verringerung nachteiliger Auswirkungen auf die Menschenrechte – der Schlüssel ist, um die Achtung dieser innerhalb unserer eigenen Geschäftstätigkeit und entlang der Lieferkette sicherzustellen. Aus diesem Grund haben wir begonnen, unseren Ansatz unter dem Gesichtspunkt der Menschenrechte zu überprüfen und eine Reihe von Folgenabschätzungen durchzuführen.

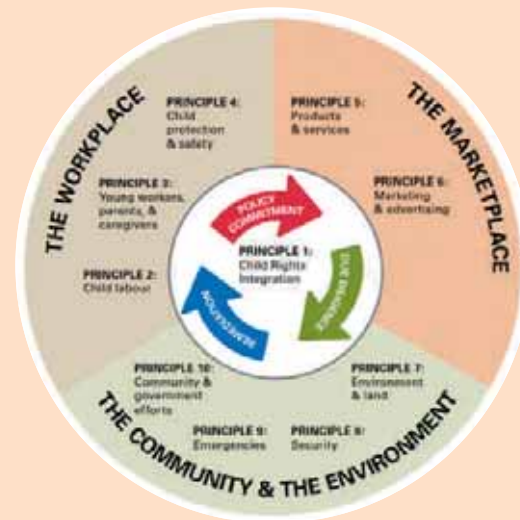
Wir glauben ebenfalls, dass Partnerschaften ein sehr wichtiger Punkt sind, wenn es darum geht, menschenrechtsspezifische Themen in ihrer Komplexität anzugehen. Wir arbeiten mit einer Vielzahl von Stakeholdern – von Geschäftspartnern bis hin zu internationalen Organisationen, Regierungen und gemeinnützigen Organisationen – zusammen, um uns diesen Themen gemeinsam zu stellen.

WIE WIRKEN SICH UNSERE AKTIVITÄTEN AUF KINDER AUS?

Kinder und junge Erwachsene sind seit jeher die wichtigsten Stakeholder von Ferrero.

Aus diesem Grund sind wir eine Partnerschaft mit Save the Children eingegangen, um die Auswirkungen auf Kinder und Kinderrechte innerhalb unserer Wertschöpfungskette aus der Perspektive der globalen Leitsätze „Children’s Rights and Business Principles (CRBP)“ zu betrachten.

Mitte 2017 hat Save the Children bei Ferrero einen Workshop durchgeführt, um Verständnis dafür zu schaffen, was eine kinderrechtliche Folgenabschätzung ist und um das Bewusstsein für Kinderrechte zu wecken.



Quelle: Children's Rights and Business Principles (UNICEF, the United Nations Global Compact and Save the Children)



Wir glauben, dass Partnerschaften ein sehr wichtiger Punkt sind, wenn es darum geht, menschenrechtsspezifische Themen in ihrer Komplexität anzugehen

MENSCHENRECHTE

FORTSETZUNG

DIE EINHALTUNG VON MENSCHENRECHTEN ENTLANG DER LIEFERKETTE

Verantwortungsvolle Beschaffung

Wir haben ein breites Spektrum an direkten und indirekten Lieferanten, von kleinen Erzeugern bis hin zu multinationalen Unternehmen. Dies umfasst sowohl direkte Lieferanten, die uns mit Zutaten und Verpackungsmaterialien für unsere Produkte beliefern sowie indirekte Lieferanten, die uns ihre Services zur Unterstützung unseres operativen Geschäfts zur Verfügung stellen. Wir erkennen an, dass unsere Beschaffungsaktivitäten nicht nur Einfluss auf die Arbeiter haben, sondern auch Möglichkeiten zur Unterstützung der lokalen Gemeinschaften bieten.

Wir erwarten von all unseren Geschäftspartnern, unseren Code of Business Conduct und die darin enthaltenen Regelungen im Hinblick auf Menschenrechte einzuhalten. Über unser „Supplier Sustainability Program“ haben wir Möglichkeiten, die Praktiken von Lieferanten in Bezug auf Menschenrechte und Arbeitsthemen zu messen und zu verbessern. Dies erfolgt insbesondere durch:

- Chancen- und Risikoeinschätzung
- Compliance und Optimierung
- Aufbau von Kapazitäten

Von 2015 bis 2017 wurden für über 280 Drittanbieter CSR-Prüfungen durchgeführt, sowohl für direkte als auch für indirekte Teilnehmer der Lieferkette.

Nachhaltige Landwirtschaft

Im landwirtschaftlichen Bereich sind Wanderarbeiter, Frauen und Kinder häufig kritischen Bedingungen ausgesetzt und besonders anfällig für unfaire Arbeitsbedingungen wie Zwangsarbeit, Menschenhandel und Kinderarbeit. Als relevanter Stakeholder in der Lieferkette verpflichtet sich Ferrero, menschenrechtsspezifische Themen anzugehen und die Verbesserung von Menschenrechten entlang der landwirtschaftlichen Lieferkette, bis hin zu den uns beliefernden Landwirten, zu fördern.

Um sich für die Einhaltung von Menschenrechten und faire Arbeitsbedingungen einzusetzen und die Arbeits- und Lebensbedingungen der Arbeiter zu verbessern, hat Ferrero das Programm F-ACTS – Ferrero Agricultural Commitment to Sustainability ins Leben gerufen.

Dabei gibt es für jeden Rohstoff ein individuelles Ferrero Farming Value (FFV) Programm. Das Programm konzentriert sich auf die Nachhaltigkeitswirkung in allen wichtigen Bereichen, einschließlich Menschen- und Arbeitsrechte. Dabei verfolgt es spezifische Ziele und beruht auf den folgenden drei Pfeilern: Umsetzung spezieller Projekte und Partnerschaften, Einführung von Standards und Zertifizierungen, institutionelles und kollektives Engagement.



Anzahl der CSR-Prüfungen bei Drittanbietern in den Jahren 2015-2017

280



Weitere Informationen zu unserem Supplier Sustainability Programm finden Sie im Kapitel „Auswählen“.



FFV PROGRAMM FÜR DIE HASELNUSS-LIEFERKETTE

Bei diesem Programm liegt der Fokus auf den Themen Wanderarbeiter und Kinderarbeit in der Türkei.

Aus der Türkei stammen etwa 75% der weltweiten Haselnussproduktion. Dabei ist Ferrero auch weiterhin der größte Abnehmer. Als solcher verpflichtet sich das Unternehmen zu einer ethischen und nachhaltigen Lieferkette.

Um ein besseres Verständnis für die Haselnusslieferkette in der Türkei zu erlangen, hat Ferrero 2013 eine lokale gemeinnützige Organisation mit der Durchführung eines Workshops beauftragt, in dessen Rahmen die menschenrechtsspezifischen Auswirkungen der Haselnusswirtschaft auf die saisonalen Wanderarbeiter und ihre Kinder untersucht werden sollten. Ein besonderer Fokus wurde dabei auf die türkische Schwarzmeerregion gelegt, wo die Haselnüsse geerntet werden. Gegenstand der Untersuchung bildeten die Lebensgrundlagen der Arbeiter sowie die Themen Arbeits- und Kinderrechte.



Im Rahmen dieser Untersuchung wurde eine ganze Reihe von unmittelbaren Risiken für die saisonalen Wanderarbeiter und ihre Kinder im Zusammenhang mit der Haselnussernte festgestellt, wie z. B. eingeschränkter Zugang zu sauberem Trinkwasser in den Haushalten, mangelhafte Ernährung und lange Arbeitszeiten. Als Antwort auf diese Ergebnisse haben wir uns entschieden, das FFV Haselnut Program einzuführen, um die Produktionsqualität zu verbessern und die ermittelten sozialen Probleme anzugehen, von denen diese Gemeinschaften betroffen sind.

Auf Grundlage der durchgeführten Untersuchung hat Ferrero außerdem in Zusammenarbeit mit SCS Global Services – einem führenden globalen Unternehmen für unabhängige Zertifizierung und Services zur Förderung von Nachhaltigkeit – einen Produktionsstandard für Haselnüsse erarbeitet. Dieser bezieht sich insbesondere auf die folgenden vier Kernbereiche: gute soziale Praxis, gute landwirtschaftliche Praxis, Nacherntequalität und Rückverfolgbarkeit. Diese vier Aspekte bilden auch die Leitprinzipien des gesamten Programms.

Ein weiterer Schwerpunkt des Programms liegt auf der Verbesserung der Arbeitsbedingungen und des Wohlbefindens von Bauern und Saisonarbeitern und ihren Familien. Zu den Aktivitäten, die im Rahmen des Programms durchgeführt werden, gehören unter anderem:

- Schulungen und Gespräche mit Haselnusslieferanten zu sozialen Herausforderungen wie Arbeitsbedingungen und Kinderarbeit.
- Spezielle Schulungen für Frauen, um das Bewusstsein für Kinderrechte und Kinderschutz zu schärfen.
- Öffentlich-private Partnerschaft mit Caobisco zur Abschaffung der schlimmsten Formen von Kinderarbeit in Regionen, in denen Haselnüsse geerntet werden.

Um den Grad der Compliance und unsere Auswirkungen vor Ort im Auge zu behalten, haben wir jährliche Audits vor Ort sowie einen kontinuierlichen Überwachungs- und Auswertungsprozess (aktuelles Projekt) eingeführt.



Mehr zum Thema:
Kapitel „Auswählen“



Anteil der Türkei
an der weltweiten
Haselnussproduktion

75%

UNSERE KONSUMENTEN

Die Konsumenten sind unsere wichtigsten Kooperationspartner. Sie zufriedenzustellen ist der Kern unserer täglichen Arbeit und unsere Leidenschaft.

Alles was wir tun, tun wir für die Konsumenten: Wir produzieren Produkte höchster Qualität, investieren in kontinuierliche Innovationen, wir verpflichten uns zu Frische, Lebensmittelsicherheit und verantwortungsvoller Kommunikation. Wir widmen unsere Aufmerksamkeit den Bedürfnissen von Eltern und ihren Kindern, durch die Aktivitäten der kinder Surprise Company.

Ernährung	26
Innovation	30
Qualität	31
Verantwortungsvolle Kommunikation	34
kinder Surprise Company	40



Weitere Informationen finden Sie hier:
www.ferrerocsr.com



ÜBERBLICK

FERRERO-GRUPPE

UNSERE KONSUMENTEN

UNSERE MITARBEITER &
UNSERE GEMEINSCHAFT

UNSERE
WERTSCHÖPFUNGSKETTE



ERNÄHRUNG

Ernährung ist ein wesentliches Element unseres Lebens: sowohl Genuss als auch Notwendigkeit. Ferrero produziert und vertreibt in mehr als 170 Ländern einige der beliebtesten Süßwaren der Welt.

Diese Produkte sind von hoher Qualität und lassen sich in eine abwechslungsreiche Ernährung und einen aktiven, gesunden Lebensstil integrieren. Eine gesunde, ausgewogene Ernährung ist die Grundlage, um sich wohlfühlen. Eines unserer Ziele als Unternehmen besteht darin, unseren Konsumenten bei der richtigen Auswahl der Lebensmittel zu helfen und sie zu einer abwechslungsreichen und ausgewogenen Ernährung zu ermutigen, die für die Aufnahme wichtiger Nährstoffe und der richtigen Energiemengen aus den einzelnen Lebensmittelkategorien sorgt.

Wir vertreten die Ansicht, dass alle Lebensmittel gleichermaßen zu einer abwechslungsreichen und ausgewogenen Ernährung beitragen können und dass drastische Einschränkungen bei bestimmten Lebensmitteln oder das Verurteilen einzelner Zutaten oder Nährstoffe nicht nötig sind.

Es gibt eine Vielzahl wissenschaftlicher Belege zu Ernährung und Lebensmitteln und ihre Zahl wächst stetig. Vor diesem Hintergrund stimmt die Rolle unserer „großen Marken“ bei der täglichen Ernährung mit den grundlegenden Richtlinien der modernen Ernährungswissenschaft überein:

- Eine abwechslungsreiche und ausgewogene Ernährung stellt die Zufuhr aller notwendigen Nährstoffe sicher;
- Eine gesunde Ernährung basiert auf dem mäßigen Verzehr aller Arten von Lebensmitteln;
- Tägliche und moderate körperliche Bewegung ist wichtig für einen gesunden Lebensstil; Bewegungsmangel hingegen kann zu Übergewicht und Fettleibigkeit führen.

Auf Grundlage dieser Prinzipien haben wir eine innovative Strategie entwickelt, die auf Folgendem basiert:

1. Sorgfältige Auswahl qualitativ hochwertiger Rohstoffe, die Energie und Mikronährstoffe liefern, die für die Gesundheit unentbehrlich sind: Der Nutzen dieser natürlichen Zutaten für den Körper wird durch eine strategische Auswahl einzigartiger industrieller Verfahren sichergestellt, bei denen diese natürlichen Komponenten in ihrer Menge und Wirkung bewahrt werden;
2. Förderung von Produkten im Rahmen von Bildungsprogrammen zu gesunder Ernährung, die sich sowohl an die Konsumenten als auch an Mediziner und Wissenschaftler richten;
3. Angemessene Portionierung unserer Produkte die die Verbraucher unterstützt, ihre tägliche Energiezufuhr im Rahmen der Gesamternährung besser zu handhaben;
4. Entwicklung eines Förderungsprogramms für einen aktiven Lebensstil.

Seit mehr als zehn Jahren – und somit länger, als es allgemeine Richtlinien zur Lebensmittelsicherheit gibt – wählen wir unsere Rohstoffe nach strengsten Qualitätskriterien aus und produzieren unsere fertigen Produkte mit größter Sorgfalt. Dies hat es ermöglicht, auf gehärtete pflanzliche Fette, die Transfettsäuren enthalten (TFS, die als gesundheitsschädlich angesehen werden), sowie auf die künstliche Anreicherung unserer Produkte mit Mikronährstoffen zu verzichten.



Anzahl der Länder,
in denen Ferrero
Produkte vertreibt

+170





Unserer Auffassung nach ist Ernährungserziehung der am besten strukturierte und effizienteste Ansatz zur Förderung gesunder Nahrung und gesunder Ernährungsweise. Da unsere Produkte in Portionen mit niedrigem Kaloriengehalt angeboten werden, können die Konsumenten ihre tägliche Lebensmittelaufnahme flexibler gestalten.

Klare und leicht verständliche Etiketten erleichtern und fördern die richtige Kombination von Nahrungsmitteln, in Übereinstimmung mit den wichtigsten Richtlinien anerkannter Institutionen, und unterstützen so die Entwicklung eines gesunden Lebensstils. Unser Bildungsprogramm wird immer weiter ausgedehnt, um Möglichkeiten zur Verbesserung des Wissens und der Informationen über Lebensmittel und Ernährung zu erfassen. Dieses Jahr bezog es auch Mediziner und Wissenschaftler mit ein.

Anlässlich des siebenjährigen Bestehens von Ferrero starteten wir eine spezielle Kampagne, in der medizinische Fachkreise über bedeutende Ergebnisse unserer Forschung sowie über allgemeine wissenschaftliche Erkenntnisse informiert wurden, um die Rolle und Bedeutung der Hauptzutaten der Ferrero-Produkte zu untermauern. Hervorzuheben sind insbesondere die Erkenntnisse über die Bedeutung gesättigter Fettsäuren für die Ernährung: Sofern die aufgenommene Menge 10% der zugeführten Gesamtenergie nicht übersteigt, werden gesättigte Fettsäuren heute nicht mehr als so gesundheitsschädlich eingestuft wie früher.

Die Haselnuss, eine Hauptzutat der Ferrero-Produkte, hat positive Eigenschaften im Hinblick auf Antioxidantien und Mikronährstoffe (Vitamin E). Wissenschaftliche Studien haben außerdem ergeben, dass Haselnüsse signifikante positive Auswirkungen auf die vaskuläre Elastizität haben.

Wir sind der Überzeugung, dass nicht einzelne Lebensmittel, sondern die gesamte Ernährung für den Gesundheitszustand entscheidend ist und dass der Wunsch nach Wohlbefinden immer mehr die Ernährungsentscheidungen der Konsumenten bestimmt. Daher hat Ferrero diese Vorstellung von einer gesunden Ernährung und den Wunsch nach Wohlbefinden um das Konzept der Nachhaltigkeit erweitert: Das Unternehmen vertritt die Ansicht, dass eine „nachhaltige Ernährung“ die einzig mögliche Form der Weiterentwicklung in diesem Bereich sein kann.

Große Marken in kleinen Portionen

Die Analyse der nährwertbezogenen Auswirkungen unserer Produkte wurde vertieft und erweitert. Diese bezog sich auf 62 SKUs (Stock Keeping Units), die 95,1% unseres Gesamtvolumens ausmachen. Nicht berücksichtigt wurden Saisonprodukte (etwa Oster- oder Weihnachtsprodukte), Produktmischungen und Miniprodukte, bei denen die Rezeptur dieselbe ist wie beim „Mutterprodukt“.

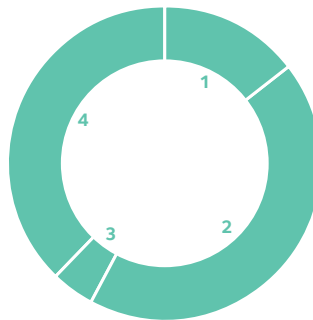
Die Rolle, die unsere Produkte in den Konsumentengewohnheiten spielen, steht im Einklang mit ihrer Gesamtpositionierung im Süßwarenssektor. Insbesondere „BMEE“ (Between Meals Eating Episodes) sind der häufigste Verzehranlass, was auch dem Absatzvolumen entspricht.



Für nährwertbezogene Auswirkungen berücksichtigtes Absatzvolumen

95,1%

62 SKUs



Mengenverteilung* nach Verzehrgelegenheit

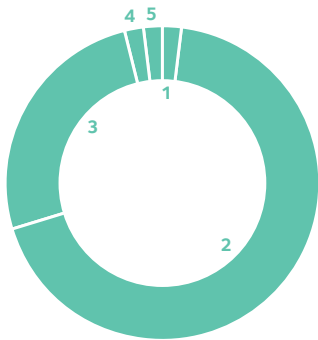
1. Frühstück	14.5%
2. BMEE	43.4%
3. Dessert	4.4%
4. Zu anderen Anlässen	37.7%

* Menge in % des weltweiten Absatzvolumens im Zeitraum 2016/2017. Quelle: Ferrero intern.

ERNÄHRUNG

FORTSETZUNG

Berücksichtigt man das Absatzvolumen im Geschäftsjahr 2016/2017 werden, über alle Verzehrogelegenheiten hinweg, 68,2% des Absatzvolumens in Portionen von 100 kcal oder weniger vertrieben. Nur 3,7% des Absatzvolumens liefern mehr als 150 kcal pro Portion.



Mengenverteilung* der Ferrero-Produkte nach Energiezufuhr pro Portion

1. ≤10 kcal	2,2%
2. >10 – ≤100 kcal	68,2%
3. >100 – ≤150 kcal	25,8%
4. >150 – ≤200 kcal	2,0%
5. >200 kcal	1,7%

* Menge in % des weltweiten Absatzvolumens im Zeitraum 2016/2017. Quelle: Ferrero intern.

In Übereinstimmung mit unseren Ernährungsprinzipien und dem in den vergangenen Jahren vorgeschlagenen System setzen sich 92,2% unseres Absatzvolumens aus Portionen mit einem Kaloriengehalt von ≤130 kcal zusammen. Damit bestätigen wir unsere Verpflichtung, Produkte herzustellen, die sich flexibel in die einzelnen Mahlzeiten einbinden lassen.

Die wissenschaftliche Arbeit an einer Definition der Auswirkungen der Ferrero-Produkte auf den Stoffwechsel wurde weitergeführt. Die nun verfügbaren Daten beziehen sich auf 53 der auf dem Markt erhältlichen Produkte (85% der SKUs), also mehr als 90% unseres Absatzvolumens. Uns ist der glykämische Index (GI) unseres gesamten Produktsortimentes bekannt und wir ermitteln routinemäßig den glykämischen Index aller Produktneuentwicklungen. Die große Mehrzahl unserer Produkte verfügen aufgrund ihrer Zusammensetzung und Struktur über einen niedrigen oder mittelhohen glykämischen Index: 83% haben einen niedrigen GI, 9% einen mittelhohen und nur 8% einen hohen.

Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Prozentsatz des Absatzvolumens von Produkten mit einem Kaloriengehalt von weniger als 130 kcal pro Portion von 86% auf über 92%.

Dies bestätigt drei wichtige Aspekte:

- Die Einhaltung der von uns unterzeichneten Selbstverpflichtungen;
- Die Bedeutung einer klaren und transparenten Etikettierung, um korrekte Verzehrhinweise bereitzustellen;
- Die Rolle einzeln verpackter Portionen als starke und implizierte Verzehrempfehlung.

Deshalb werden wir die Förderung eines verantwortungsvollen Konsums von Süßwarenprodukten weiterhin konkret unterstützen. Wir stellen Produkte her, die im Rahmen einer ausgewogenen und abwechslungsreichen Ernährung als gelegentlicher Genuss verzehrt werden sollen. Als Lebensmittelhersteller sind wir uns dessen bewusst, dass es wichtig ist, wie unsere Produkte konsumiert werden und genau deshalb bieten wir den Konsumenten große Marken in kleinen Portionen an.

ERGEBNISSE UNSERER WISSENSCHAFTLICHEN AKTIVITÄTEN

Wir engagieren uns stark im Bereich der wissenschaftlichen Forschung, um gute Essgewohnheiten zu fördern. Darüber hinaus führen wir unsere Anstrengungen fort, Jugendliche über die Bedeutung des Frühstücks zu informieren und bei allen Altersgruppen eine gesunde Ernährungsweise zu fördern.

Im Geschäftsjahr 2016/2017 realisierten und unterstützten wir im Sinne unserer Unternehmenswerte außerdem Forschungsaktivitäten im Bereich Ernährung bei verschiedenen international anerkannten wissenschaftlichen Einrichtungen. Verschiedene universitäre Forschungsgruppen erhielten, unter Beibehaltung der Unparteilichkeit, der Unabhängigkeit des Instituts sowie der intellektuellen Freiheit der Forscher gegenüber Ferrero, Unterstützung in Form nicht zweckgebundener Mittel, um unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten solide Ergebnisse zu erzielen.

Die Ergebnisse dieser wissenschaftlichen Untersuchungen wurden dann auf verschiedenen Konferenzen, Kongressen und Workshops vorgestellt und in wissenschaftlichen Zeitschriften veröffentlicht, mit ausgezeichneter Resonanz.

Aufgrund unserer Unternehmensrichtlinien werden viele dieser Informationen jedoch nur intern verwendet oder von den entsprechenden Wissenschaftlern eigenständig veröffentlicht.



Produkte mit 100 kcal oder weniger

68,2%

Nur 3,7% haben mehr als 150 kcal



Produkte mit 130 kcal oder weniger

92,2%

Anstieg um 6,2% von bisher 86%



Die unten aufgeführte offizielle Liste der Forschungsergebnisse in diesem CSR-Bericht zeigt daher nur einen Teil der wissenschaftlichen Arbeit, die in den letzten Jahren von der Ferrero-Gruppe durchgeführt wurde. Dazu gehören die folgenden wissenschaftlichen Veröffentlichungen:

- Phillips, F. und Ruxton, C.H. „Scientific evidence and daily food for a better life: Milan, 19 June 2015“. Public Health vol. 140: 73-79 (2016).
- Fattore, E. et al. „Effects of free sugars on blood pressure and lipids: a systematic review and meta-analysis of nutritional isoenergetic intervention trials“. The American Journal of clinical nutrition (2016).
- Magagna, F. et al. „Black tea volatiles fingerprinting by two-dimensional comprehensive gas chromatography–mass spectrometry combined with high concentration capacity sample preparation techniques: toward a fully automated sensomic assessment“. Journal of Food Chemistry (2017).
- Codella, R. et al. „Effect of Sugar versus Mixed Breakfast on Metabolic and Neurofunctional Responses in Healthy Individuals“. Journal of Diabetes Research (2017).
- Portion Control Opportunities in Children’s Diets. Femke W.M. Damen, Ellen Van Kleef, Carlo Agostoni, and Eva Almiron-Roig Food Technology Vol. 71, No.11 November 2017.
- Mena, P. et al. „The Pocket-4-Life project, bioavailability and beneficial properties of the bioactive compounds of espresso coffee and cocoa-based confectionery containing coffee: study protocol for a randomized cross-over trial.“ Trials 18.1 (2017): 527.
- Adamo, M. et al. „Effects of hazelnuts and cocoa on vascular reactivity in healthy subjects: a randomized study“. International Journal of Food Sciences and Nutrition (2018): 1-12.
- Fanali, C. et al. „Effect of solvent on the extraction of phenolic compounds and antioxidant capacity of hazelnut kernel“ Electrophoresis – special issue ‚Foodomics and Food Analysis 2018‘.
- Fattore E., Massa E. „Dietary fats and cardiovascular health: a summary of the scientific evidence and current debate“ International Journal of Food Science and Nutrition (2018) 4:1-12.
- Cossu, M. et al. „A nutritional evaluation of various typical Italian breakfast products: a comparison of macronutrient composition and glycaemic index values.“ International journal of food sciences and nutrition (2017): 1-6.
- Rosso, M. C. et al. „Evolution of potent odorants within the volatile metabolome of high-quality hazelnuts (Corylus avellana L.): evaluation by comprehensive two-dimensional gas chromatography coupled with mass spectrometry.“ Analytical and Bioanalytical Chemistry (2018) 410(15): 3491-3506.

„ERNÄHRUNGSPASS“ FÜR FERRERO-PRODUKTE

Dabei handelt es sich um ein Dokument, das die Nährwertmerkmale des jeweiligen Produktes sowie die entsprechenden Verzehrgelegenheiten (Frühstück, Zwischenmahlzeit, Dessert oder zu besonderen Anlässen) aufführt. Es steht allen Arbeitsgruppen bei Ferrero zur Verfügung, die mit Ernährung zu tun haben.

Außerdem liefert dieses Dokument eine Bewertung der metabolischen Reaktion auf den Verzehr des jeweiligen Ferrero-Produktes, bei einigen Produkten auch weitere wissenschaftliche Forschung und klinische Studien, die Auswirkungen auf seine Nährwertmerkmale haben.

Derzeit gibt es für etwa 89% unseres Absatzvolumens 2016/2017 solche Ernährungspässe.



INNOVATION

Unser Innovationsansatz kombiniert zwei Modelle, die sich gegenseitig ergänzen und verstärken.



Innovation ist seit mehr als

50 Jahren

einer der Hauptfaktoren für unseren Erfolg.

Durch sie wurden echte Kultmarken kreiert

Das Modell „Product to Science“ beginnt mit der Idee für ein neues Produkt, auf deren Basis dann nach dem wissenschaftlichen Ansatz gesucht wird, mit dem diese Innovation umgesetzt werden kann. Das „Science to Product“ hingegen basiert auf der kontinuierlichen Erforschung neuer Ideen und Innovationen aus der Welt der Wissenschaft und Technologie, die Ferrero neue Ideen und Produktkonzepte liefern.

PRODUCT TO SCIENCE

Innovation ist einer der Hauptfaktoren für den Erfolg unserer Produkte: In den letzten 50 Jahren haben wir innovative Produkte kreiert, die im Laufe der Zeit zu echten Kultmarken wurden.

Ein eigenes Forschungs- und Technologieunternehmen innerhalb der Ferrero-Gruppe führt Innovationsstudien durch. Es verfügt über entsprechende Ressourcen und Kompetenzen, um neue Produkte zu entwickeln, die potenzielle Kundenbedürfnisse erfüllen – auch solche, die für die Verbraucher noch nicht erkennbar sind. Dieses Unternehmen beschäftigt Wissenschaftler, die sowohl technische Studien durchführen als auch moderne Ernährungsbedürfnisse und Ernährungsstile identifizieren. Es nutzt neue Rohstoffe und innovative Produktionstechnologien, um, übereinstimmend mit der Ferrero-Philosophie und den Ferrero-Werten, einzigartige Produkte von ausgezeichnetem Geschmack und höchster Qualität zu kreieren.

Der Einführung eines neuen Produktes geht ein langer, akribischer Prozess voraus: von der Forschung über Studien und spezifische Produkttests bis hin zur Einführung des Produktes in ausgewählten Märkten. Dort wird genau beobachtet, wie das neue Angebot

bei den Konsumenten ankommt. Erst wenn ein Produkt alle Testphasen erfolgreich durchlaufen hat, wird es industriell produziert.

Hinter jedem Produkt, das für die Verbraucher vielleicht ganz einfach aussieht, stecken hochmoderne, weltweit einzigartige und patentierte Technologien, die deutlich machen, mit welcher Leidenschaft Produktinnovation bei uns gelebt wird.

SCIENCE TO PRODUCT

Das Modell „Science to Product“ beruht auf der Ferrero Open Innovation (OI) Science: Diese untersucht, identifiziert, bewertet und nutzt externe, bahnbrechende Innovationen in Wissenschaft und Technologie, die bedeutende Auswirkungen auf Innovationen bei Ferrero haben können.

OI Science konzentriert sich auf Wissenschaft und Technologien sowie Biotechnologie im Bereich Landwirtschaft. Somit auf Innovationen, die die metabolische Reaktion auf Ferrero-Produkte verbessern sowie ihren Nährwert optimieren können oder die zu einer signifikanten Verbesserung des Produktschutzes und der Produktverpackungen führen.

Die potentiellen Auswirkungen auf die Nachhaltigkeit unserer Produkte und der entsprechenden Lieferketten ist ein bedeutender Faktor für die Erforschung und ein sehr wichtiges Kriterium bei der Auswahl zu verfolgender Innovationschancen. So war OI Science beispielsweise sehr aktiv bei der Suche nach neuen nachhaltigen Verpackungsmaterialien, neuen bahnbrechenden Technologien, mit denen wir die vollständige Rückverfolgbarkeit von Herkunft und Qualität der Rohstoffe verstehen können, sowie bei der Optimierung des landwirtschaftlichen Bioms.





QUALITÄT

Unser Qualitätsmanagementsystem garantiert eine weltweite Qualitätssicherung über eine zentrale Qualitätsabteilung und lokale Qualitätsabteilungen in den einzelnen Produktions- und Vertriebsgesellschaften.

Die zentrale Qualitätsabteilung der Gruppe kontrolliert mit speziell zugewiesenen Ressourcen die gesamte Beschaffungskette, von den Rohstoffen bis zum Markt. Des Weiteren definiert sie in enger fachlicher Zusammenarbeit mit den lokalen Qualitätsabteilungen die Qualitätsziele und überwacht regelmäßig deren Stand mithilfe eines komplexen Systems von Leistungsindikatoren und Audits. Außerdem werden die Qualitätsergebnisse regelmäßig in einem Bericht zusammengefasst, der den relevanten Unternehmensabteilungen und der Unternehmensführung zur Verfügung gestellt wird. Um eine einheitliche Qualitätssicherung entlang der gesamten Lieferkette und in allen Ländern zu erzielen, führten wir über mehrere Jahre hinweg ein wichtiges Projekt mit dem Namen „One Quality“ durch. Dieses befand sich im Geschäftsjahr 2016/2017 in der abschließenden Phase und führte alle Mitarbeiter der Qualitätssicherung zusammen.

DIE QUALITÄTSRICHTLINIEN BEI FERRERO

Wie in unseren Qualitätsrichtlinien festgelegt, besteht unser Hauptziel darin, unseren Konsumenten das höchste Maß an Qualität zu bieten.

Um dieses Ziel zu erreichen, ist unser Geschäftsmodell darauf ausgerichtet, Folgendes sicherzustellen: ein exzellentes sensorisches Verzehrerlebnis in allen Märkten weltweit, maximale Frische der Produkte über die gesamte Beschaffungskette hinweg und eine ansprechende Präsentation der Produkte und Verpackungen bei gleichzeitig umfassendem Schutz des ökologischen Gleichgewichts, um unnötige Abfälle jeglicher Art zu minimieren.

Im Sommer stoppen wir beispielsweise die Auslieferung bestimmter Produkte in Regionen mit hohen Temperaturen. Diese können die optimalen sensorischen Merkmale der Produkte beeinträchtigen, bevor sie beim Verbraucher ankommen. Dies betrifft besonders empfindliche Produkte, wie etwa die Pralinen Ferrero Rocher und Mon Chéri. In einigen Fällen werden diese Produkte sogar aus dem Verkauf zurückgeholt.

QUALITÄT UND FRISCHE

Um die wahrgenommene Qualität am POS zu messen, haben wir einen „Allgemeinen Mängelkatalog“ erstellt, der auf Kontrollen zur wahrgenommenen Qualität basiert und mit dessen Hilfe eine Überprüfung aller auf dem Markt erhältlichen Produkte stattfindet. Im Geschäftsjahr 2016/2017 wurden weltweit mehr als eine Million Kontrollbesuche in Verkaufsstellen durchgeführt, bei denen die Frische der Produkte und die Temperatur vor Ort überprüft wurden. Außerdem wurden bei mehr als 400.000 dieser Kontrollen spezifische Qualitäts- und Verbrauchertests durchgeführt, um die tatsächlichen Bedingungen zu überprüfen, denen die Produkte im Regal ausgesetzt sind.

Um sicherzustellen, dass die Produkte unseren hohen Geschmacksstandards entsprechen, werden neben den klassischen Labortests auch sensorische Analysen durchgeführt. Diese „Geschmackstests“ bewerten alle Facetten des Geschmacks sowie das Aussehen und die Präsentation des Produktes.

Geschmacks- und sensorische Bewertungen beinhalten:

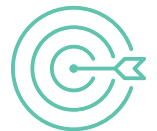
- Sensorische Tests der Rohstoffe bei Lieferannahme;
- Sensorische Tests der Halbfertig- und Fertigprodukte während der Produktionsphase;
- Sensorische Tests, die von Managern der Produktionseinheiten durchgeführt werden;
- „Netzdiagramm“-Tests, die in einem zentralen Produktlabor mit einem ausgesuchten Panel von Geschmackstestern durchgeführt werden.



Auf Frische getestete Produkte

mehr als
1 Million

im Geschäftsjahr
2016/2017



Zahl der spezifischen
Qualitäts- und
Verbraucher-
Produkttests

400.000

zur Überprüfung der
genauen Bedingungen,
denen die Produkte im
Regal ausgesetzt sind

QUALITÄT

FORTSETZUNG

Im Rahmen der Produktion von Ferrero Rocher wurden im Geschäftsjahr 2016/2017 mehr als 18.500 Geschmackstests während der Produktionsphase und im zentralen Produktlabor durchgeführt. In diesem Jahr startete ein neues globales Projekt, um:

- Das Kompetenzniveau unserer Geschmackstester zu steigern;
- Die Vergleichbarkeit der Ergebnisse aller Geschmackstests weltweit zu verbessern;
- Das tatsächliche Maß der sensorischen Qualität, die von den Verbrauchern wahrgenommen wird, noch besser bewerten zu können.

Im Rahmen des Projektes führte ein Panel von 1.011 Geschmackstestern weltweit Geschmackstests unserer Produkte durch. Auswahl und Schulung der Geschmackstester erfolgte nach den neuen gruppenweiten Ferrero-Geschmackstestvorgaben. Die Geschmackstests werden nun von Geschmackstestern im zentralen Produktlabor in Alba sowie in den lokalen Werken und Business Units durchgeführt.

Das Feedback der Endverbraucher bearbeiten wir selbst. Dazu richteten wir im März 2017 innerhalb des zentralen Fachbereiches Qualität die Stabsstelle Konsumentenbeschwerdungsverfahren ein. Wir definierten und entwickelten ein gruppenweites System für Qualitätsreklamationen. Außerdem wird die Prozessausführung kontinuierlich überwacht, damit wir die Verbesserung der Produktqualität besser unterstützen können, indem wir die Beschwerdeursachen durch eine systematische, kohärente Analyse aller Verbraucherreaktionen herausfinden. Seit 2015 verfügen wir über eine eigene zentrale Datenbank, in der das gesamte Verbraucherfeedback standardisiert und strukturiert erfasst wird. Aktuell können wir über diese Datenbank, das sogenannte Consumer Contact Management (CCM), 98,6% des Verkaufsvolumens zentral überwachen; die verbleibenden 1,4% beziehen sich auf Märkte in Entwicklungsländern.

Im Hinblick auf eine ständige Verbesserung haben wir damit begonnen, eine erweiterte Version des CCM-Tools zu entwickeln, um unseren Beschwerdemanagementprozess zu verbessern. Dieses Projekt wurde 2017 gestartet und unser neues Tool Ferrero Care wird im GJ 2018/2019 zur Verfügung stehen. Dies ist ein wichtiger Schritt hin zum Erreichen unseres Gruppenziels: bis 2020 von einem zentralen Monitoring der Beschwerden zu einem Qualitätsmanagement überzugehen, das auf gruppeninternen einheitlichen Definitionen, Verfahren und Modalitäten basiert, die für alle unsere verbundenen Unternehmen und Gruppengesellschaften gelten. Wichtigstes Ziel ist es dabei, klarere Service-Standards für das Beschwerdemanagement zu definieren, indem Leistungskennzahlen (KPIs) festgelegt und überwacht werden.



Weltweit bei **FERRERO ROCHER** durchgeführte Geschmackstests

18.536

in der Produktionsphase



Geschmackstester weltweit

1.011

DIE FORTSCHRITTLICHEN STANDARDS UNSERER WERKE

Unsere Werke nutzen ein globales, integriertes SAP-System, das sicherstellt, dass Daten der Qualitätskontrollen gemeinsam genutzt werden können, die zentral von der Gruppe integriert und verwaltet werden. Das System wurde bereits an den meisten Produktionsstandorten weltweit implementiert. Es ermöglicht, Datenerfassung und -vergleich global koordiniert durchzuführen.

Das System konzentriert sich auf die Qualitätsprozesse und wurde in allen Werken vollständig implementiert, außer im Werk Yaoundé (Kamerun), wo ein Projekt zur Umsetzung eines Prozesskontrollsystems (IPC) und eines Qualitätsmanagementsystems (Fenice) läuft. Dieses Ziel erreichten wir im Mai 2018.

Wir verfügen über ein sehr strenges Qualitätsmanagementsystem, das die hohe Produktqualität in allen Werken weltweit garantiert. Außerdem führt das gruppenweite Qualitätsprüfungsteam integrierte, systematische Audits der gesamten Logistikkette durch. Diese Audits werden in allen unseren Werken, Lagern und in den Betrieben der Zulieferer durchgeführt. Geprüft wird dabei, ob unsere strengen Spezifikationen hinsichtlich Produkten und Lebensmittelsicherheit sowie unser Qualitätsmanagementsystem korrekt angewendet werden.

Die Qualität der Produktionsprozesse bei unseren Zulieferern wird außerdem mithilfe unseres integrierten Monitorings, der sogenannten „kontinuierlichen Qualitätskontrolle“, gewährleistet, die wir im Geschäftsjahr 2015/2016 eingerichtet haben.

Dieser Prozess, der im Geschäftsjahr 2018/2019 abgeschlossen werden soll, umfasst systematische Inspektionen und Kontrollen, die von den lokal verantwortlichen Mitarbeitern der verschiedenen Abteilungen durchgeführt werden, und wird durch Audits ergänzt, die von der bereits für die Zulieferer zuständigen Qualitätsabteilung durchgeführt werden. Das Monitoring dieses Kontrollprozesses wird von der gruppenzentralen Qualitätsabteilung übernommen, die das Regelwerk und die betrieblichen Verfahren festlegt und das Training der Mitarbeiter vor Ort durchführt.

Um die Effizienz des gesamten Qualitätsmanagementsystems von Ferrero sicherzustellen, werden alle unsere Werke von einem akkreditierten Institut zertifiziert. Für die Zertifizierung des Qualitätsmanagementsystems hat die Gruppe den internationalen Standard ISO 9001 gewählt. 2017 gelang es der Gruppe, für alle Werke die Zertifizierung nach ISO 9001:2015 zu erreichen, drei Jahre vor dem für 2020 geplanten Ziel.



Unser Lebensmittelmanagementsystem erhielt für alle unsere Produktionsstandorte die Zertifizierung nach FSSC 22000. Lokal sind weitere Zertifizierungsstandards erforderlich, um den Marktanforderungen (z.B. IFS) oder gesetzlichen Vorschriften zu genügen.

In einem kontinuierlichen Anpassungsprozess stoßen wir für jedes neue Werk unverzüglich den Zertifizierungsprozess gemäß den beiden genannten internationalen Standards an. Dies gilt auch für unseren jüngsten Neuzugang, das Werk Alfreton (ehemals Thorntons) in Großbritannien, wo derzeit ein Integrationsprojekt läuft. Ziel ist es hier, eine Zertifizierung nach ISO 9001 und nach FSC 2200 zu erreichen. Das Werk ist bereits nach dem BRC Global Standard und anderen lokalen Zertifizierungen zertifiziert. Zusammen mit den internen Inspektionen, die das Systemüberwachungsteam des Werkes durchführt, wird so die vollständige Einhaltung der von uns geforderten höheren Standards für Lebensmittelsicherheit und Qualitätsmanagement garantiert.

ERGEBNISSE DER EXTERNEN AUDITS

ISO 9001:2015 – Zertifizierung des Ferrero-Qualitätsmanagementsystems

Das externe Prüfinstitut schloss im vergangenen Jahr sieben Werke in die Zertifizierung nach ISO 9001 ein. An folgenden Standorten wurden Überprüfungsaudits durchgeführt: Alba (Italien), Balvano (Italien), Villers Ecalles (Frankreich), Hangzhou (China), Vladimir (Russland), Walkerville (Südafrika), La Pastora (Argentinien) sowie in der Zentrale in Luxemburg. Insgesamt waren die Ergebnisse dieser Audits positiv, an keinem Standort wurde eine größere Nichteinhaltung von Vorschriften festgestellt.

FSSC 22000 – Zertifizierung des Ferrero-Systems zur Kontrolle der Lebensmittelsicherheit

Im Rahmen der Zertifizierung nach FSSC 22000 wurden im Geschäftsjahr 2016/2017 in allen zertifizierten Werken der Ferrero-Gruppe Audits durchgeführt, um die Einhaltung dieses Standards zu überprüfen. Das Gesamtergebnis war positiv und es wurde keine größere Nichteinhaltung von Vorschriften festgestellt.

IFS – International Food Standard

Die Überprüfungen im Geschäftsjahr 2016/2017 haben ergeben, dass in den Produktionsstätten Alba, Arlon, Belsk, Cork und Stadtallendorf die Einhaltung dieses Standards im Durchschnitt bei über 97% lag, was als „Higher Level“ bewertet wird.



Zahl der Kontrollen von Rohstoffen

670.000

an 20 Produktionsstandorten



Zahl der Kontrollen an Primär- und Sekundärverpackungen

1,3 Millionen

einschließlich sensorischer Tests und Überprüfungen auf Mängel

RÜCKVERFOLGBARKEIT UND SICHERHEIT DER ROHSTOFFE

Wir haben der Auswahl der Rohstoffe und Zutaten schon immer größte Aufmerksamkeit gewidmet.

In der Tat bestimmen Qualität und Frische der Rohstoffe die besonderen sensorischen Eigenschaften unserer Produkte. Aus diesem sehr wichtigen Grund haben wir innovative Verfahrensweisen entwickelt, um Frische und Qualität sicherzustellen, wie etwa unseren sogenannten „Sacco conosciuto“. Diese Bezeichnung bezieht sich auf alle von Ferrero-Fachleuten durchgeführten Aktivitäten, wie etwa sensorische Tests und Analysen, Inspektionen bei Lieferanten sowie Praktiken, die sowohl die Lebensmittelsicherheit als auch die Rückverfolgbarkeit der Rohstoffe gewährleisten.

Weltweit werden alle unsere Lieferanten nach klar definierten Kriterien über eine Online-Plattform, über die sie mit unseren erfahrenen Lebensmitteltechnologien verbunden sind, ausgewählt und bewertet.

Auf Basis des Code of Business Conduct überprüfen wir kontinuierlich die Produktionsstandorte unserer Lieferanten. Dabei werden die jeweils angewandten Systeme und Verfahrensweisen kontrolliert, um die Sicherheit und Qualität der Lieferungen zu garantieren.

Bei der Lieferannahme in den Werken wird das interne Gruppenprotokoll der Ferrero-Gruppe ausgeführt, das auf modernes Risk Assessment ausgerichtet ist. Es definiert die Art und Häufigkeit der chemischen, physikalischen, mikrobiologischen und sensorischen Tests, die stichprobenartig an der eingehenden Ware durchgeführt werden.

Im Geschäftsjahr 2016/2017 führten wir an 20 Ferrero-Produktionsstandorten folgende Kontrollen durch:

- Etwa 670.000 Kontrollen an Rohstoffen, darunter chemische, chemisch-physikalische und mikrobiologische Analysen, sowie Kontrollen von Halbfertig- und Fertigprodukten;
- Mehr als 1.333.000 Kontrollen von Primär- und Sekundärverpackungen, einschließlich sensorischer Tests und Überprüfungen auf Mängel.

Um das Konzept der „Professional Quality Family“ weiter zu stärken, organisieren wir jedes Jahr einen Qualitätskongress, an dem alle Mitarbeiter der Bereiche Production Quality, Commercial Quality und Central Management Quality teilnehmen. Ziel dieser Veranstaltung ist es, das Konzept der „Gruppen-Qualität“ im Rahmen eines dreitägigen Austauschs über Ideen, Probleme und Best Practices zu stärken. An dieser Veranstaltung nahmen im vergangenen Jahr mehr als 80 Mitarbeiter der Ferrero-Qualitätsabteilungen aus aller Welt teil.

VERANTWORTUNGSVOLLE KOMMUNIKATION

Soziale Verantwortung zu übernehmen bedeutet für ein Unternehmen, freiwillig Praktiken und Verhaltensweisen anzuwenden, die über gesetzliche Vorschriften hinausgehen.

Ferrero ist daher eine Reihe von Selbstverpflichtungen eingegangen, insbesondere zur Nährwertkennzeichnung und Werbung. Darüber hinaus beteiligt sich das Unternehmen an Programmen zur Förderung von Bewegung und zur Verbesserung von Ernährungsgewohnheiten.

Wir sind davon überzeugt, dass durch diese Maßnahmen spürbare Vorteile für das soziale Umfeld erzielt werden, in dem das Unternehmen agiert. Wir teilen die Ansicht, dass eine verantwortungsvolle Werbekommunikation dazu beitragen kann, dass Konsumenten bei Lebensmitteln und Getränken angemessene Entscheidungen treffen und verstehen, welche Rolle Ernährung und Bewegung für einen gesunden und aktiven Lebensstil spielen können. Die Industrie kann in diesem Bereich eine entscheidende Rolle spielen, indem sie ihre Werbekommunikation an den Grundsätzen einer gesunden und ausgewogenen Ernährung, körperlicher Bewegung und individuellen Entscheidungen orientiert.

Als weltweit agierender Marktteilnehmer unserer Branche wenden wir den „Framework for responsible food and beverage communication“ der internationalen Handelskammer ICC (International Chamber of Commerce) wie auch die auf dieser Basis entwickelten regionalen und nationalen Selbstregulierungsvorgaben konsequent an. Wir erkennen die Notwendigkeit angemessener Mechanismen an, um Werbung, die nicht den oben genannten Selbstregulierungsvorgaben entspricht, zu sanktionieren oder zu ändern.

Wir sind davon überzeugt, dass durch diese Maßnahmen spürbare Vorteile für das soziale Umfeld erzielt werden, in dem das Unternehmen agiert. Wir teilen die Ansicht, dass eine verantwortungsvolle Werbekommunikation dazu beitragen kann, dass Konsumenten bei Lebensmitteln und Getränken angemessene Entscheidungen treffen und verstehen, welche Rolle Ernährung und Bewegung für einen gesunden und aktiven Lebensstil spielen können.

Wir glauben fest daran, dass eine wirksame Selbstregulierung zur werblichen Kommunikation einen wirksamen Rahmen bildet, um dem Wunsch der Konsumenten nach einer wahrheitsgemäßen und genauen Kommunikation besser gerecht zu werden. Aus diesem Grund übernimmt Ferrero sowohl national als auch international eine aktive Rolle im Selbstregulierungsprozess. Wir sind Mitglied in den folgenden Organisationen:

- International Food & Beverage Alliance (IFBA): Vereinigung der wichtigsten Unternehmen der Lebensmittelindustrie, die sich verpflichten, Selbstregulierungsprogramme im Hinblick auf Rezepturen und Portionsgrößen von Lebensmittelprodukten, Nährwertinformationen für Verbraucher, verantwortungsvolle Werbung und die Förderung von Bewegung umzusetzen;
- World Federation of Advertisers (WFA): internationale Organisation, die gute und effiziente Praktiken zum Thema verantwortungsvolle Werbung fördert.

Des Weiteren beteiligen wir uns gemeinsam mit anderen Unternehmen an einer Reihe von Selbstregulierungsinitiativen, einschließlich:

- Verantwortungsvoller Umgang mit Werbung, die sich an Kinder richtet (EU Pledge);
- Förderung eines fairen Umgangs in geschäftlichen Beziehungen zwischen den Akteuren der Lebensmittelkette.

Seit 2006 sind wir außerdem im Rahmen der Europäischen Plattform für Ernährung, Bewegung und Gesundheit, die von der Europäischen Kommission geleitet wird, eine Reihe von Verpflichtungen zum Thema gesunder Lebensstil eingegangen. Diese beziehen sich insbesondere auf folgende Bereiche: Rezepturen und Produktportionierung, verantwortungsvolle Werbung und Förderung von Bewegung durch unser Programm kinder+Sport. Außerdem unterstützen wir in ausgewählten Ländern nationale Projekte des Programms EPODE.



International Food & Beverage Alliance (IFBA)

www.ifballiance.org

World Federation of Advertisers (WFA)

www.wfanet.org/en

EU Pledge: www.eu-pledge.eu

Promotion of fair practices along the food supply chain: www.supplychaininitiative.eu





MONITORING DES FREIWILLIGEN ENGAGEMENTS

Um die Glaubwürdigkeit unserer Aktivitäten zu stärken, lassen wir uns jedes Jahr durch externe Organisationen überprüfen.

WERBEMONITORING WELTWEIT

Wir wenden die „IFBA Global Policy on Advertising and Marketing Communications to Children“ weltweit an. Gemäß dieser Richtlinie bewerben wir unsere Lebensmittelprodukte nicht im Fernsehen, im Radio, in Printmedien, im Kino, online (einschließlich der Unternehmenswebsites), auf DVD/CD-ROM, durch Direktmarketing, Produktplatzierung, interaktive Spiele, Außenwerbung, mobiles und SMS-Marketing, wenn das Publikum hauptsächlich aus Kindern unter zwölf Jahren besteht.

2017 arbeiteten wir mit großem Einsatz daran, in Schlüsselmärkten wie Mexiko oder der Türkei neue oder strengere lokale Verpflichtungen im Bereich Werbung zu etablieren. Lokale Verpflichtungen dieser Art zielen auf die Umsetzung der allgemeinen IFBA-Richtlinien ab, indem auch lokale Unternehmen einbezogen werden.

Indiesem Jahr wurde mit der Anwendung der „verstärkten Verpflichtungen“ zu verantwortungsvollem Marketing begonnen. Zum 1. Januar 2017 verpflichteten wir uns, weltweit in den von uns genutzten Medienkanälen Produkt-Marketingkommunikationen zu vermeiden, die sich vorwiegend an Kinder unter zwölf Jahren richten. Neben der Platzierung der Werbung berücksichtigen wir auch den Inhalt unserer Kommunikation und stellen dabei sicher, dass diese nicht vorwiegend Kinder unter zwölf Jahren anspricht.



Weitere Einzelheiten zu Ferreros verantwortungsvollem Marketing:
www.ferrero.com/social-responsibility/ferrero-advertising-and-marketing-principles/responsible-advertising-marketing

VERANTWORTUNGSVOLLE KOMMUNIKATION

FORTSETZUNG

AUF EUROPÄISCHER EBENE

In Europa beteiligen wir uns an der Initiative „EU Pledge“. Diese Initiative fördert den verantwortungsvollen Umgang mit Lebensmittelwerbung im Fernsehen, in den Printmedien und im Internet, die sich an Kinder unter zwölf Jahren richtet. Die Selbstverpflichtungen waren Gegenstand eines jährlichen Monitorings, das von den folgenden beiden externen Organisationen durchgeführt wurde:

- Accenture Media Management für ausgestrahlte TV-Werbung in: Rumänien, Frankreich, Deutschland, Ungarn, Italien und Spanien;
- European Advertising Standards Alliance (EASA) für die Websites der Unternehmen, die den „EU Pledge“ unterzeichnet haben, auf Basis von Bewertungen der nationalen Selbstregulierungsorganisationen in: Bulgarien, Frankreich, Deutschland, Ungarn, Spanien und den Niederlanden.

Die Gesamtkonformitätsrate der TV-Werbung der „EU Pledge“-Unterzeichner beträgt 95,6%.

Das Website-Monitoring umfasste in diesem Jahr insgesamt 224 Websites, mit einer Gesamtkonformitätsrate von 99%.

Im vergangenen Jahr verfolgten wir eine eng verzahnte Abstimmung zwischen allen am Thema „verantwortungsvolle Werbung“ beteiligten Funktionen (Marketing, Recht, Medienplanung, Business Units), um so die höchstmögliche Konformitätsrate zu gewährleisten. Außerdem entwickelte die Ferrero-Gruppe weiterhin interne Richtlinien, die auf die Bedürfnisse der verschiedenen Märkte abgestimmt sind.



Gesamtkonformitätsrate bei Fernsehwerbung

95,6%

bei den Unterzeichnern des „EU Pledge“



Gesamtkonformitätsrate der Websites

99%

bei den Unterzeichnern des „EU Pledge“



In Europa richten wir keine Lebensmittelwerbung an Kinder unter

12 Jahren

5 Die Daten, die im Accenture Media Management Report präsentiert werden, beziehen sich auf das erste Quartal von 2017

6 Die Daten, die im Accenture Media Management Report präsentiert werden, beziehen sich auf September und Oktober 2017

Bei der Fernsehwerbung erzielten wir 2017 folgende Konformitätsraten: Ungarn: 99,7%, Deutschland: 99,9%, Frankreich: 99,9%, Italien: 99,3%, Spanien: 99,5%, Rumänien: 91,1%.

Wir wurden über einige kleinere Fälle von Nichtkonformität informiert und haben sofort Maßnahmen ergriffen, um die fraglichen Werbespots zu identifizieren und entsprechende Korrekturmaßnahmen zu ergreifen.

23 der von EASA überwachten 224 Unternehmenswebsites waren von Ferrero. Alle enthielten Produktwerbung, aber nur eine entsprach nicht den Vorgaben des „EU Pledge“. Interne Korrekturmaßnahmen wurden sofort eingeleitet. Außerdem wurden unsere internen Richtlinien für verantwortungsvolle Werbung anhand der Ergebnisse des EASA-Monitorings 2017 aktualisiert.

EUROPÄISCHE PLATTFORM FÜR ERNÄHRUNG, BEWEGUNG UND GESUNDHEIT

Im Rahmen unsere Beteiligung an der EU-Plattform für Ernährung, Bewegung und Gesundheit verpflichten wir uns jährlich einen Monitoring-Bericht zu präsentieren. Dieser deckt Verpflichtungen zu folgenden Bereichen ab: Rezepturen und Produktportionierung, Informationen zu Lebensmitteln, Förderung von Bewegung und verantwortungsvolle Marketingkommunikation. Die Europäische Kommission bewertet diese Monitoring-Berichte jährlich.

Die Europäische Kommission veröffentlicht jedes Jahr einen allgemeinen Bericht, der auf den Monitoring-Berichten der Plattformmitglieder beruht und eine Übersicht über die Aktivitäten der Plattform enthält. Er liefert eine Analyse der Verpflichtungen, zieht Rückschlüsse und liefert Empfehlungen für die Zukunft.



Weitere Informationen zu Ferreros verantwortungsvollem Marketing finden Sie hier: www.ferrero.com/social-responsibility/ferrero-advertising-and-marketing-principles/responsible-advertising-marketing



AUSSAGEKRÄFTIGE ETIKETTEN

In Übereinstimmung mit der geltenden Gesetzgebung der einzelnen Länder liefern wir den Verbrauchern korrekte und transparente Nährwertinformationen auf der Packungsrückseite.

Zusätzlich zu den jeweiligen nationalen gesetzlichen Vorschriften liefern wir auf der Packungsvorderseite ergänzende Nährwertinformationen, um ein einfacheres Verständnis der Etiketten zu gewährleisten.

Am 13. Dezember 2014 trat die EU-Verordnung 1169/2011 (Information der Verbraucher über Lebensmittel) in Kraft, die neue Verpflichtungen bei der Kennzeichnung von Lebensmittelprodukten beinhaltet. Im Sinne dieser Verordnung liefern wir auch weiterhin auf der Packungsvorderseite der kinder®- und nutella®-Produkte sowie der Ferrero-Snacks freiwillige Nährwertinformationen. Wir setzen damit auf freiwilliger Basis die Empfehlungen zur Nährwertkennzeichnung von FoodDrinkEurope (dem europäischen Verband der Getränke- und Lebensmittelindustrie) um.

In der Europäischen Union finden sich diese freiwilligen Nährwertinformationen auf 100% der entsprechenden Ferrero-Produkte (kinder®- und nutella®-Produkte sowie Ferrero-Snacks). Dieser Prozentsatz umfasst keine Kleinpäckungen und Saisonprodukte, da die entsprechende Empfehlung diese Kategorien ausdrücklich ausnimmt.

Das Logo auf der Packungsvorderseite, mit dem die bereits auf der Rückseite angegebenen Informationen wiederholt werden, liefert freiwillige Nährwertinformationen gemäß den Vorgaben der Verordnung (EU) 1169/2011.

Per 25 g:



Per 100 g:
2343 kJ / 560 kcal

Abbildung 1:



Abbildung 2:



Diese Informationen umfassen den Energiewert und die Nährstoffe pro 100 g und pro Portion in Kilokalorien und Kilojoule sowie den Hinweis „Referenzmenge eines durchschnittlichen Erwachsenen (8.400 kJ/2.000 kcal)“.

Um Einheitlichkeit auf Gruppenebene zu gewährleisten, stellen wir die freiwilligen Nährwertinformationen auf der Packungsvorderseite auch außerhalb Europas zur Verfügung.

Wir verpflichten uns weltweit zur vollständigen Umsetzung der „IFBA Principles for a Global Approach to Fact-based Nutrition Information“ auf den relevanten Ferrero-Produkten, was im Januar 2017 erreicht wurde. Ausgenommen sind Länder, in denen die lokalen gesetzlichen Vorschriften dies nicht zulassen.

Hier zwei Beispiele, wie die neue IFBA-Verpflichtung zur Angabe des Energiewertes auf der Packungsvorderseite unter Berücksichtigung der Anforderungen des jeweiligen Landes umgesetzt wird.

In den Ländern, in denen es keinen anerkannten Wert für den „Reference Intake“ gibt (oder dieser nicht verwendet werden darf), werden nur die Kalorien pro 100 g und/oder pro Portion als Wert angegeben (Abbildung 1). In den anderen Ländern werden, sofern dies möglich ist, beide Werte angegeben, und zwar in absoluten Zahlen und als Prozentsatz des anwendbaren Reference Intake (Abbildung 2).



VERANTWORTUNGSVOLLE KOMMUNIKATION

FORTSETZUNG

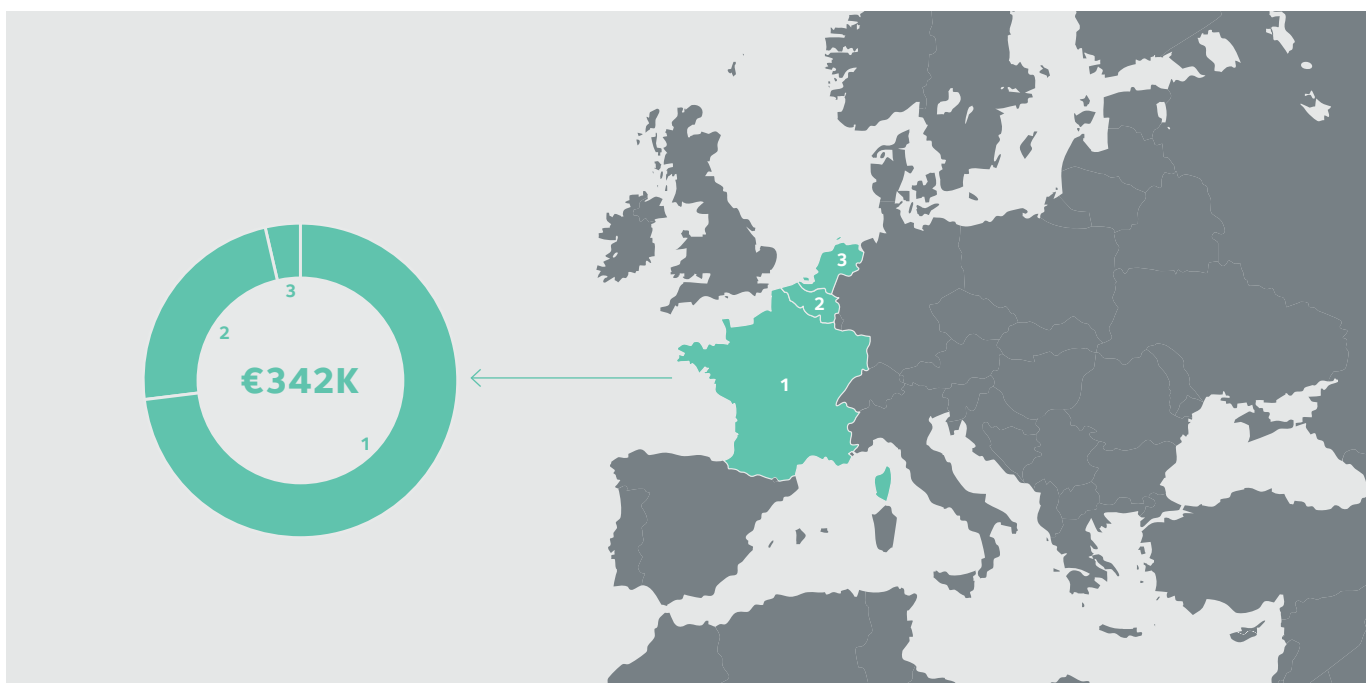
DAS EPODE-PROGRAMM

Die Europäische Kommission hat die Bedeutung sozial wertvoller öffentlich-privater Partnerschaften offiziell anerkannt. Sie bezeichnete EPODE als Best Practice Modell, das in anderen Ländern der Europäischen Union aufgegriffen werden sollte, da es viele Kooperationspartner zusammenbringt, etwa lokale Behörden, Gesundheitsexperten, Lehrer, private Partner und lokale Gemeinschaften, um auf Ebene der Gemeinschaften gemeinsam Fettleibigkeit bei Kindern vorzubeugen.

Wir sind seit 2007 Partner von EPODE (Ensemble Prévenons l'Obésité Des Enfants) und von EEN (European Epode Network). Auch 2017 beteiligten wir uns an nationalen EPODE-Projekten in folgenden europäischen Ländern:

- Frankreich: **Vivons en forme (VIF)**. Das Hauptthema 2017 war „Ernährung und Bewegung“. Ziel war es, Lehrer, Pflegekräfte und Projektmanager zu schulen und gleichzeitig Instrumente zu entwickeln, um Kinder in den Schulen über diese Themen zu informieren.
- Belgien: Projekt **Viasano**. 2017 war es Ziel dieses Projektes, Familien dabei zu unterstützen, korrekte Entscheidungen zu treffen, um Übergewicht bei Kindern zu verhindern.
- Niederlande: Projekt **JOGG**. Dieses Projekt unterstützt die kommunalen Behörden und die Beteiligten vor Ort dabei, Informationen zu Ernährung und den Vorteilen von Bewegung und Sport zu kommunizieren. Ferrero beteiligt sich nur in der Gemeinde Breda.

BEITRAG IN	PROJEKT	STÄDTE	JAHR	EURO
1. Frankreich	Vivons en Forme www.vivons-en-forme.org	250 Städte	2017	250.000
2. Belgien	VIASANO www.viasano.be	19 Städte	2017	80.000
3. Niederlande (Breda)	JOGG www.jongerenopgezondgewicht.nl	Ferrero beteiligt sich nur in Breda	2017	12.000





KINDER SURPRISE COMPANY

DIE GESCHICHTE UNSERER ÜBERRASCHUNGEN

Seit mehr als 40 Jahren tragen die kinder®-Produkte von Ferrero dazu bei, dass **Kinder aller Altersgruppen glücklich aufwachsen**, indem sie für kleine Momente intensiver Emotionen sorgen.

In dieser Zeit hat sich die Art und Weise, wie wir unsere Überraschungen kreieren, weiterentwickelt. Gleich geblieben ist jedoch unsere Verpflichtung, sichere, innovative Produkte zu schaffen und ihre Qualität immer weiter zu verbessern.

Die kinder Surprise Company (KSC) ist ein Unternehmensbereich der Ferrero-Gruppe, der sich allen kinder®-Eiern und –Saisonprodukten widmet. Außerdem kreieren wir in der KSC die kleinen kinder®-Spielzeuge, deren Merkmale und Spielbarkeit speziell für das Miniaturformat der kinder®-Welt entwickelt und optimiert wurden.

KINDER UND DER WERT DES SPIELENS

Kinder sind unser zentraler Bezugspunkt. Sie sind neugierig, kreativ und haben viel Fantasie. Sie lieben es, Neues auszuprobieren, zu entdecken und werden gerne überrascht. Sie lernen schnell und sind ständig auf der Suche nach neuen Anregungen.

Sowohl Kinder als auch Eltern möchten Zeit miteinander verbringen und sich austauschen, durch die Freude am gemeinsamen Spielen.

Dieses Grundbedürfnis stellt die Herausforderung für Ferrero dar, immer neue Überraschungen und Spiele zu kreieren, durch die Eltern und Kinder gemeinsam etwas unternehmen und eine Bindung zwischen ihnen entsteht.

Kinder sind unsere Zukunft, und wir sind fest davon überzeugt, dass **ein Kind, das heute glücklich ist, morgen ein besserer Erwachsener sein wird.**

Spielen ist ein wesentlicher Bestandteil des Lebens von Kindern und sie haben ein Recht darauf!





Entsprechend dieser Vision ist es das Ziel der Ferrero kinder®-Produkte, die schönste Spielerfahrung in einem überraschend kleinen Format zu schaffen, das große Emotionen hervorruft.

Das Recht der Kinder, zu spielen, wird durch Artikel 31 der UN-Kinderrechtskonvention (Resolution 44/25 vom 20. November 1989) ausdrücklich anerkannt.

RESOLUTION 44/25 VOM 20. NOVEMBER 1989

1. Die Vertragsstaaten erkennen das Recht des Kindes auf Ruhe und Freizeit an, auf Spiel und altersgemäße aktive Erholung sowie auf freie Teilnahme am kulturellen und künstlerischen Leben.
2. Die Vertragsstaaten achten und fördern das Recht des Kindes auf volle Beteiligung am kulturellen und künstlerischen Leben und fördern die Bereitstellung geeigneter und gleicher Möglichkeiten für die kulturelle und künstlerische Betätigung sowie für aktive Erholung und Freizeitbeschäftigung.

Spielen fördert die geistigen Fähigkeiten, Kreativität, Problemlösungsfähigkeit, Fantasie, Kontaktfähigkeit, Bewegung und Koordination (besonders manuelle Fähigkeiten), die Freude am Entdecken und Lernen.

Dafür sind in der gesamten Lieferkette größte Sorgfalt und Aufmerksamkeit erforderlich, von der Planung bis zur Herstellung des fertigen Produkts.

Aus all diesen Gründen sollten die Überraschungen folgende Grundmerkmale besitzen:

- **Die Emotion beim Öffnen des Eies:** Das Produkt zu entdecken und zu erraten, was es enthält, ruft Emotionen hervor, die die Fantasie des Kindes immer wieder aufs Neue anregen.
- **Spielbarkeit:** Das Zusammenbauen der Überraschung stimuliert Fantasie, logisches Denken und motorische Fähigkeiten. Das Spielzeug bezieht das Kind unmittelbar ein und bietet ihm unterschiedliche Möglichkeiten, damit zu spielen.
- **Interaktion mit anderen Kindern und mit den Eltern:** Die Natur der angebotenen Spielerfahrung ermutigt das Kind, mit anderen zu interagieren und schafft gemeinsame Momente voller Freude.



KINDER SURPRISE COMPANY

FORTSETZUNG

PRINZIPIEN DER SPIELZEUGENTWICKLUNG

Alle Überraschungen werden seit jeher mit größter Sorgfalt von einem Team von Fachleuten und unter Mitarbeit von Psychologen entworfen, die auf die kognitive, emotionale, soziale und motorische Entwicklung in der Kindheit spezialisiert sind.

Dieses Team arbeitet nach den folgenden vier Prinzipien:

1. Verbesserung der Fähigkeiten des Kindes
2. Vielfalt
3. 360°-Spielerlebnis
4. Universeller Charakter

1. VERBESSERUNG DER FÄHIGKEITEN DES KINDES

Die kinder® Überraschungen sollen bei Kindern die Entwicklung bestimmter Fähigkeiten fördern.

Dazu zählen:

Kognitive Entwicklung

Das Zusammenbauen der Überraschungen regt dazu an, logisch zu denken, Handlungen in einer bestimmten Reihenfolge durchzuführen, wobei sowohl Problemlösungsfähigkeit als auch Neugier entwickelt werden.

Emotionale Entwicklung

Die Freude, die durch das Erreichen eines Zieles (das Zusammenbauen der Überraschung) als auch den Umgang mit den kleinen Spielzeugen, die speziell für Kinder gemacht sind und die Fantasie anregen, ausgelöst wird.

Soziale Entwicklung

Die Interaktion der Kinder mit Freunden und Familie, die durch die angebotenen Spiele gefördert wird, hilft ihnen, mit anderen Kontakte zu knüpfen und schafft gemeinsame Momente der Freude.

Motorische Entwicklung

Das Zusammenbauen des Spielzeugs erfordert eine gute Augen-Hand-Koordination und fördert die Fantasie, logisches Denken und Geschicklichkeit.

2. VIELFALT

Jahr für Jahr entwickelt ein Team von Fachleuten neue Arten des Spielens, die auf ganzheitliche Weise die Entwicklung des Kindes fördern sollen.

Wir haben eine Strategie entwickelt, die auf „Spielkategorien“ beruht, um die Relevanz jeder Überraschung zu steigern. Im Laufe der Jahre hat der Bereich Marketing and Innovation mehrere Referenzbereiche identifiziert, die im Sortiment zu berücksichtigen sind, um eine breite Vielfalt von Überraschungen sicherzustellen.

Jede Überraschung muss in eine bestimmte Kategorie passen, damit ein ausgewogenes Spielzeugsortiment entsteht, das alle zuvor definierten Spielbereiche abdeckt.

**ROT**

Wettrennen und Geschwindigkeit:
Die Spiele beginnen!

**GRÜN**

Natur und Tiere entdecken
und lernen, behutsam und
freundlich zu sein.

**ORANGE**

Sich selbst entfalten und auf
originelle, immer neue Weise
kreativ sein; kleine Geräte, mit
denen der Künstler im Kind
geweckt wird.

**LILA**

Überraschungen für Mädchen;
eine magische, freundliche,
bunte Welt, in der Raum für
Fantasie ist.

**BLAU**

Spaß an Bewegung; Spielzeuge
zum Aktiv werden, die Spaß
machen und mit denen man
drinnen oder draußen, alleine oder
mit Freunden spielen kann.

KINDER SURPRISE COMPANY

FORTSETZUNG

3. 360°-SPIELERLEBNIS

Die Spielzeuge des kinder® Sortiments bieten ein 360°-Spielerlebnis, das wirklich alles abdeckt: Spaß, Lehrreiches und Spielbarkeit, auch in der digitalen Welt.

Der Dialog mit Konsumenten wird immer wichtiger und aus diesem Grund auch strukturierter. Daher ist es für uns unumgänglich, vor, während und nach dem Kauf Kontakt zu ihnen herzustellen.

Das Leaflet, das allen Überraschungen beiliegt, illustriert die Spielaktivitäten und liefert Ideen für Geschichten, die das Spiel bereichern und erweitern.

Durch Scannen des auf dem Leaflet aufgedruckten QR-Codes, der für jede Überraschung generiert wird, haben Eltern gemeinsam mit ihren Kindern über die Magic-kinder-App Zugang zu anspruchsvollen Geschichten. Die App bietet verschiedene Möglichkeiten für gemeinsame Aktivitäten, die die Beziehung zwischen Eltern und Kindern intensivieren.



4. UNIVERSELLER CHARAKTER

Die Spielzeuge sind so entworfen, dass sie Kinder auf der ganzen Welt aus unterschiedlichen Kulturen, unterschiedlichen Geschlechts und unterschiedlichen Alters begeistern. Es gilt, kleine Spielzeuge zu kreieren, die universelle Werte ausdrücken und die ganze Welt unterhalten.

Trotz großer Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern der Welt ist allen Kindern eines gemeinsam: Sie lieben es, überrascht zu werden. Und dies ist umso intensiver, je mehr die Überraschung ein positives

Staunen hervorruft. Das hebt ihre Einzigartigkeit gegenüber anderen, ähnlichen Produkten auf dem Markt hervor.

PHASEN DER SPIELZEUGENTWICKLUNG:

1. Marketingstrategie
2. Kreative Phase: erste Ideen und Analyse
3. Design-Prototypen und Vorabbewertung
4. Marktforschung mit Müttern und Kindern
5. Zertifizierungen und freiwillige Tests
6. Produktions- und Qualitätskontrollen
7. Verantwortungsvolles Marketing

1. MARKETINGSTRATEGIE

Ziel dieser Phase ist es, ein strategisches Sortiment zu definieren, das Aspekte von Spielzeugen berücksichtigt, vom Spielen bis zu Aussehen und Haptik jedes einzelnen Spielzeugs.

Jede Überraschung basiert auf speziellen Analysen, die die verschiedenen Aspekte des Alltags eines Kindes berücksichtigen:

- Bedürfnisse von Kindern und Eltern;
- Trends in der Welt der Spielzeuge;
- Marktforschung mit kreativer Unterstützung von Kindern;
- Einfluss von Technologie und Innovation.

Auf Basis dieser Ergebnisse beginnt die Abteilung Marketing and Innovation, eine Reihe von Merkmalen zu definieren, die die Überraschungen aufweisen müssen. Danach werden eine Strategie und ein entsprechendes Sortiment entwickelt.

Wichtig ist in dieser Phase, auch die unterschiedlichen Bedürfnisse in den verschiedenen geografischen Gebieten zu berücksichtigen (etwa kulturelle oder religiöse Aspekte), damit das Sortiment wirklich alle internationalen Trends widerspiegelt und gleichzeitig lokale Traditionen respektiert.



2. KREATIVE PHASE: ERSTE IDEEN UND ANALYSEN

In dieser Phase werden Ideen zu Designs, wobei jedes Spielzeug seine eigenen Charakteristika in Bezug auf Spielbarkeit besitzt. Diese Designs bilden dann die Grundlage für dreidimensionale Prototypen, die mithilfe verschiedener CAD-Programme die Spielzeuge zum Leben erwecken.

Während dieses Prozesses berücksichtigt das Designer-Team auch folgende Aspekte:

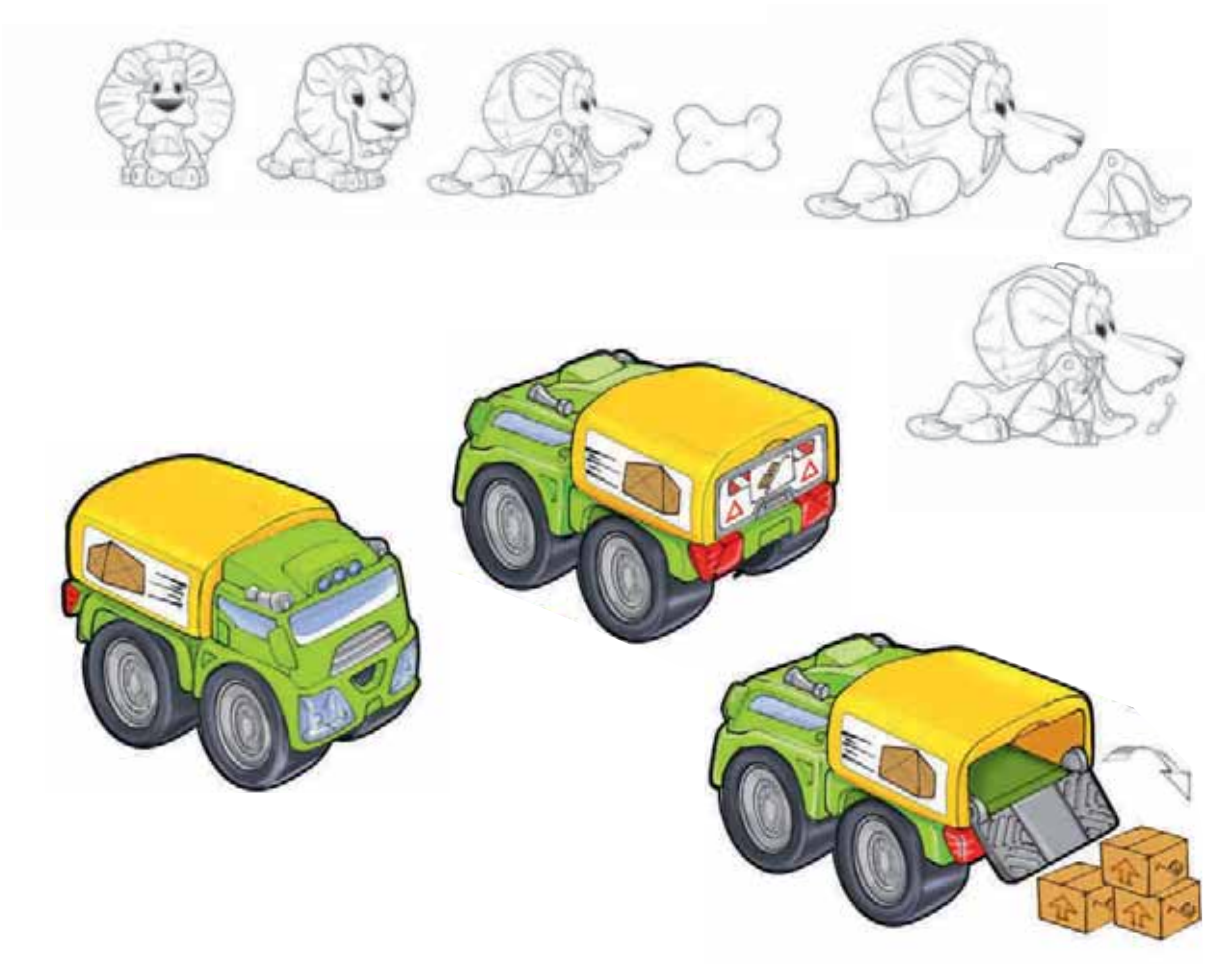
- Sicherheit und Qualität;
- Machbarkeit;
- Kosten;
- Passform für die Kapsel.

Da sicherheitsorientiertes Design einer der Grundpfeiler der Entwicklung der Überraschungen ist, muss jede einzelne Überraschung entsprechenden Richtlinien

entsprechen, die Vorgaben zu Größe, Form und Ausformung des Spielzeugs definieren.

Diese Vorgaben sind:

- Vermeidung zu kleiner Teile;
- Vermeidung runder und ovaler Teile;
- Keine Verwendung von Knopfzellenbatterien und Magneten;
- Vormontage der kleinsten Teile, um die Zahl der Teile zu verringern und größere Teile zu schaffen;
- Vermeidung von Farben, die mit Schokolade verwechselt werden können;
- Verwendung spezieller, hochwertiger Materialien, damit die Spielzeuge nicht kaputtgehen können und gleichzeitig ein hoher Design-Standard gewährleistet bleibt.



KINDER SURPRISE COMPANY

FORTSETZUNG

3. DESIGN-PROTOTYPEN UND VORABBEWERTUNG

Von jedem Spielzeug wird mithilfe der 3D-Druck-technologie ein physischer Prototyp erzeugt.



Dieser Prototyp spiegelt Form und Funktion der Überraschung wider. Er berücksichtigt außerdem die Produktions- und Sicherheitsanforderungen.



Sicherheitsbewertung:

In der Design-Phase führen wir bei jedem Prototypen vorab eine gründliche Sicherheitsbewertung durch. Jeder Prototyp muss eine Reihe von Vorabtests bestehen, damit eine Produktion ins Auge gefasst wird. Diese Bewertung erfolgt mit Unterstützung von Fachleuten (viele von ihnen aus akkreditierten Laboren). Geprüft wird unter anderem, ob die Spielzeuge internationalen Vorschriften und dem Ferrero-Spielzeugsicherheitskodex entsprechen. Auch das Vorhandensein weiterer Risiken wird untersucht.

Ärztliche Kontrolle:

Eine spezielle Arbeitsgruppe analysiert und prüft, ob der Prototyp in jeder Hinsicht verschiedenen Zusatzanforderungen entspricht, die nach medizinischen Kriterien festgelegt werden. Diese Arbeitsgruppe besteht immer aus dem Projektleiter, dem Qualitätsteam, dem Designerteam, dem Rechtsteam und einem Facharzt für Hals-, Nasen- und Ohrenheilkunde.

Im Laufe der Jahre wurde so eine zuverlässige Liste von Merkmalen erstellt, die als Richtwerte für die Analyse verwendet werden. Sind aus Sicherheitsgründen Änderungen am Design erforderlich, prüft die Arbeitsgruppe außerdem, dass die Optik und Spielbarkeit der Überraschung durch diese Änderungen nicht beeinträchtigt werden. Sind Änderungen nicht möglich, kann sie entscheiden, das betreffende Spielzeugkonzept zu verwerfen.



Eine spezielle Arbeitsgruppe analysiert und prüft, ob der Prototyp in jeder Hinsicht verschiedenen Zusatzanforderungen entspricht, die nach medizinischen Kriterien festgelegt werden



Bewertung der Eignung für bestimmte Altersgruppen (Age Grading):

Das Age Grading hilft uns festzustellen, für welches Kindesalters das jeweilige Spielzeug geeignet ist; dabei werden psychologische Entwicklungsstudien und aktuelle gesetzliche Vorschriften¹ berücksichtigt.

Um die Alterseinstufung vorzunehmen, werden bestimmte Merkmale und Spielfunktionen eines Spielzeugs den Fähigkeiten von Kindern einer bestimmten Altersgruppe gegenübergestellt.

Mit dieser Bewertung soll bestimmt werden, ab welchem Alter ein Kind in der Lage ist, das Spielzeug in seiner vorgesehenen Funktion mit Spaß zu nutzen (**also indem man bestimmt, ab welchem Alter das Kind die erforderlichen kognitiven und motorischen Fähigkeiten besitzt, um mit dem Spielzeug vollständig in der vorgeschlagenen Form zu interagieren**).

Die kinder® Überraschungen entsprechen diesen Vorgaben in jeder Hinsicht. Damit ist sichergestellt, dass sie für das Mindestalter (drei Jahre) geeignet sind, das im Kleinteil-Warnhinweis angegeben wird. Auf diese Weise können wir die Wirksamkeit dieses Warnhinweises gewährleisten.

Die Qualitätsabteilung wird bei allen Tests einbezogen.

Wir legen großen Wert darauf sicherzustellen, dass die Konsumenten wissen, dass eine Nutzung der kinder® Überraschungen für Kinder unter drei Jahren verboten ist, und dass, um dies sicherzustellen, beim Spielen die Beaufsichtigung durch Erwachsene empfohlen wird. Ein entsprechender Warnhinweis in Übereinstimmung mit der Spielzeugsicherheitsrichtlinie 2009/48/EG informiert die Eltern klar und verständlich.

Dieser Hinweis ist immer gut sichtbar angebracht.



4. MARKTFORSCHUNG MIT MÜTTERN UND KINDERN

Wir führen jährlich einen groß angelegten strategischen Prototypentest durch, in der Regel etwa zwei Jahre vor Einführung der getesteten Überraschungen. Dazu werden in verschiedenen Ländern Studien durchgeführt, bei denen sowohl Kinder als auch deren Mütter befragt werden.

Üblicherweise werden dazu zwei verschiedene Ansätze angewendet:

1. Quantitativer Ansatz, um zu bewerten:

- Gesamtzufriedenheit und die wichtigsten KPIs jeder einzelnen Überraschung;
- Hinweise zum Verhalten (Spielen, Kombinieren) und Reaktionen der Kinder;
- Rangliste der beliebtesten Überraschungen.

Mütter und Kinder werden in der angegebenen Reihenfolge den folgenden Reizen ausgesetzt:

- Video, das das Öffnen der Produkte und das Herausnehmen der Kapsel zeigt;
- Faltblatt (Vorder- und Rückseite) für jede Überraschung;
- ein 20- bis 30-sekündiges Video, das die Überraschung und die entsprechenden Spielmöglichkeiten zeigt.

2. Qualitativer Ansatz, um zu bewerten:

- Gesamtzufriedenheit des Überraschungssortiments und jeder einzelnen Überraschung;
- Erkenntnisse zur weiteren Optimierung und Entwicklung. Dabei nutzen wir normalerweise Fokusgruppen.

In etwa 9.000 Interviews in ganz Europa, im asiatisch-pazifischen Raum und in Lateinamerika sammeln wir so Meinungen zu einer Reihe neuer Spielzeuge, um unter den jährlich 800 Neuvorschlägen die besten herauszusuchen.

¹ Europäische Richtlinien: CEN Report CR14379:2002 – Classification of toys – ISO/TR 8124-8:2016 Age Determination Guidelines – CPSC Age Determination Guidelines: Relating Children's Ages to Toy Characteristics and Play Behavior: 2002



Interviews in ganz Europa, im asiatisch-pazifischen Raum und in Lateinamerika

9.000

um unter den jährlich 800 Neuvorschlägen die vielversprechendsten herauszusuchen

KINDER SURPRISE COMPANY

FORTSETZUNG

5. ZERTIFIZIERUNGEN UND FREIWILLIGE TESTS

Der Ferrero-Sicherheits- und Qualitätskodex für Spielzeuge legt fest, dass die kinder® Überraschungen allen internationalen Vorschriften und den internen Ferrero-Anforderungen vollständig genügen müssen.

Um dies sicherzustellen, führen zwei akkreditierte Labore – beide weltweit führend in der Sicherheitsforschung und Zertifizierung – die Zertifizierungstests für die Überraschungen durch: der unabhängige, akkreditierte UL Certification Body (mit seinem Netzwerk von Instituten und Laboren für Spielzeugsicherheit in verschiedenen Ländern) sowie die LGA. Die Anforderungen sind:

a) INTERNATIONALE ZERTIFIZIERUNGEN

1. Die jüngste europäische Spielzeugsicherheitsrichtlinie 2009/48/EG.
2. Europäische Spielzeugsicherheitsstandards im Hinblick auf mechanische und chemische Anforderungen (EN 71).
3. Internationaler Spielzeugsicherheitsstandard ISO 8124, der die Vorgehensweise bei den mechanischen Tests sowie die Bewertung der entsprechenden Ergebnisse regelt.
4. MERCOSUR-Standards für international produzierte Spielzeuge.
5. Nationale Standards aller Länder, in denen die Überraschungen vertrieben werden, insbesondere die Standards in Kanada und Australien: Dort sind einige Anforderungen strenger als beim ISO- bzw. EN 71-Standard.

b) Freiwillige Tests

Wir führen außerdem zusätzliche freiwillige Tests durch, die Teil des Ferrero-Kodex für Spielzeugsicherheit und -qualität und strenger als die internationalen Vorschriften sind:



Tests zur Spielzeugsicherheit und -qualität

65

statt der 38 Tests, die nach internationalen Standards vorgeschrieben sind

- In Bezug auf die mechanischen Anforderungen wenden wir bei unseren Überraschungen Tests an, die noch strenger sind als der internationale Spielzeugsicherheitsstandard ISO 8124. Jede Überraschung muss „Belastungsprüfungen“ bestehen (Fallprüfung aus 138 cm Höhe, Torsionsprüfung bei 0,45 Nm, Zugprüfung bei 70 N und Kompressionsprüfung bei 136 N). Diese simulieren das Verhalten von Kindern beim Spielen unter härtesten Bedingungen und berücksichtigen auch die falsche Nutzung des Spielzeugs. Nur wenn die Überraschung und ihre Teile diesen Prüfungen standhalten, werden sie für die Produktion freigegeben. Der internationale Standard erlaubt hingegen, dass das Spielzeug zerbrechen darf, solange keines der abgebrochenen Teile scharfe Kanten aufweist.

- Bei der chemischen Zusammensetzung, insbesondere im Hinblick auf die Migration von Schwermetallen, stellen wir für unsere Überraschungen noch strengere Anforderungen als die von der EN 71-Spielzeugsicherheitsnorm vorgesehenen (der intern festgelegte Grenzwert liegt noch unter dem, den der EN 71-Standard als akzeptabel ansieht).

Die vom Ferrero-Sicherheits- und Qualitätskodex geforderte Anzahl der Tests ist fast doppelt so hoch wie die von internationalen Spielzeugsicherheitsstandards und -qualitätsstandards geforderte Anzahl: **65 statt nur 38 Tests.**

Die Anwendung dieses Regelwerks garantiert, dass das Spielzeug und seine Bestandteile sicher und robust sind.

Überraschung aus sehr widerstandsfähigem Material, da Polypropylen oder ABS die mechanischen Prüfungen nicht bestehen würden.





Mechanische, physikalische und Entflammbarkeitstests

TEST EN 71-1 und 2 sowie ISO 8124-1 und 2: wie gesetzlich vorgeschrieben

EN 71-1: Mechanische und physikalische Tests: Überprüfung, ob scharfe Spitzen und Kanten vorhanden sind.

EN 71-2: Entflammbarkeitstests.

ISO 8124-1: Mechanische und physikalische Tests: Überprüfung, ob bei den mechanischen Tests scharfe Spitzen und Bruchkanten auftauchen.

ISO 8124-2: Entflammbarkeitstests.

Zusätzliche Tests

Wir führen freiwillig sehr viel strengere Tests durch, um die Sicherheit unserer Überraschungen zu gewährleisten. Ein auch nur teilweises Zerbrechen wird nicht toleriert.

- Torsionsprüfung in beide Drehrichtungen (0,45 Nm bzw. 180° bei weichen Objekten), sowohl für einzelne als auch für vormontierte Teile (zum Beispiel Räder).
- Prüfung der Widerstandsfähigkeit bei axialem und senkrechtem Zug (70 N, 10 Minuten), sowohl für einzelne als auch für vormontierte Teile (zum Beispiel Räder).
- Fallprüfung (aus einer Höhe von 138 cm: kein Bruch).
- Überprüfung des Vorhandenseins scharfer Spitzen oder Kanten nach der Fallprüfung.

Außerdem werden gegebenenfalls die folgenden Prüfungen durchgeführt:

1. Aufhänger: Größenkontrolle.
2. Saugnapftest: Ein an einem Saugnapf aufgehängtes Spielzeug darf nicht durch eine Öffnung mit einem Durchmesser von 44,5 mm und einer Tiefe von 6,4 mm passen; der Saugnapf darf sich bei den verschiedenen mechanischen Zugprüfungen nicht ablösen.
3. Luftdurchsatztest: Wir führen an allen dreidimensionalen Teilen einen Luftdurchsatztest durch. Ein spezielles Instrument misst, ob das Teil eine bestimmte Menge (gemessen in Litern) an Luft pro Minute durchlässt. Diese ist nach ärztlichen Vorgaben festgelegt.
4. Widerstandstest unter einem Druck von 136 N: Brüche oder Verformungen werden nicht toleriert.
5. Kontrolle aller Öffnungen: Einhaltung verschiedener Standardgrößen.
6. Größenkontrolle (Mindestgröße 2 mm) bei allen Spielzeugen, die sich durch die Luft bewegen können und/oder bei Spielzeugen mit vorgespanntem Auslöser.

Nur wenn alle Prüfungen bestanden sind, gilt das Spielzeug als konform und wird zur Produktion freigegeben.

KINDER SURPRISE COMPANY

FORTSETZUNG

CHEMISCHE TESTS

TEST EN 71 und ISO 8124: wie gesetzlich vorgeschrieben

EN 71-3: Migrationstest für verschiedene Elemente (19 Elemente).

ISO 8124-3: Migrationstest für verschiedene Elemente (8 Elemente).

Zusätzliche Tests

Zusätzlich zu den oben genannten Tests führen wir freiwillig weitere chemische Tests an allen Spielzeugen durch, die besonderen Anforderungen bzw. Grenzwerten, welche in einigen Ländern gelten bzw. die von EN 71 und ISO 8124 nicht gefordert werden, entsprechen müssen. Wie etwa:

Chile: Toluol-Grenzwerte

Japan: Lebensmittelrecht

Kanada: Nitrozellulose-Grenzwerte

Nur wenn alle Prüfungen bestanden sind, gilt das Spielzeug als konform und wird zur Produktion freigegeben.

c) Lokale Zertifizierungen

Jede einzelne Überraschung wird von verschiedenen Zertifizierungseinrichtungen weltweit zertifiziert:



Die Kapsel von kinder® Überraschung

Das Design der aktuell einteiligen Kapsel, die das Spielzeug enthält, ist noch sicherer, als das Design der zuvor verwendeten zweiteiligen Kapsel. Seit 2007 verwenden wir diese Kapsel.

Die beiden Komponenten der einteiligen Kapsel sind durch eine widerstandsfähige, haltbare Kunststoffflasche miteinander verbunden, die unter bestimmten Bedingungen in einer vorgegebenen Weise zerbricht.

Um ihre Festigkeit und Haltbarkeit zu gewährleisten, werden bei der Produktion täglich Zerstörungsprüfungen durchgeführt.

Bei der Überprüfung wird in jeder Produktionsschicht eine ganze Charge geprüft und die Ergebnisse automatisch von Robocap (eine automatische Testbank zur standardisierten Überprüfung der Kapseln) an einen Computer übermittelt. Bestehen die getesteten Kapseln eine der Prüfungen nicht, wird die Produktion des gesamten Produktionslaufs, in dem die entsprechenden Muster hergestellt wurden, isoliert. Nach weiteren Analysen entscheidet dann die Qualitätsabteilung der KSC, ob die Produkte akzeptiert werden können oder abgelehnt und vernichtet werden müssen.

Die einteilige Kapsel wird gemäß den Standards EN 71-1:2005 und ISO 8124:2000 den folgenden Prüfungen unterzogen:

- **Zugprüfung:** Diese gewährleistet, dass die Kunststoffflasche, die die beiden Teile zusammenhält, nicht bricht, wenn sie einer Zugkraft von 150 N (etwa 15 kg) ausgesetzt wird.
- **Rotationsprüfung:** Mit der Kapsel wird eine bestimmte Anzahl von Rotationen im und gegen den Uhrzeigersinn ausgeführt. Der Test gilt nur dann als bestanden, wenn sich dabei der obere Teil nicht vom unteren löst.

Die Sicherheit der einteiligen Kapsel wurde von einem qualifizierten, international anerkannten Ärzteteam zertifiziert. Außerdem wurde sie als weltweites Referenzmodell für die Sicherheit in ihrer Produktkategorie anerkannt.

Das für die Kapsel verwendete Material wurde speziell entwickelt und wird von ein und demselben Werk allen Kapselherstellern bereitgestellt. Es entspricht den internationalen Vorschriften für den Kontakt mit Lebensmitteln der Länder, in denen das Produkt verkauft wird.

Die Spielzeugsicherheitsrichtlinie 2009/48/EG, die am 20. Juli 2011 in allen Mitgliedstaaten der Europäischen Union in Kraft getreten ist, schreibt vor, dass eine „einteilige“ Kapsel in Europa als einzige Kapselart für Schokoladeneier mit darin enthaltener Überraschung zulässig ist.



**Unternehmens-
erfahrung,
Beziehungen auf Basis
von Wissen, Austausch
und Wachstum**

40 Jahre



6. PRODUKTIONS- UND QUALITÄTSKONTROLLEN

Zusätzlich zum stabilen Wachstum unserer europäischen Produktionszentren haben wir auch in die geografische Dezentralisierung investiert, sodass Produktionszentren in verschiedenen Wachstumsmärkten ihren Betrieb aufnehmen konnten.



Neben der Überprüfung der Überraschungen führen wir regelmäßige Ethik- und Sicherheitsüberprüfungen bei den Lieferanten durch, die sich überwiegend in Europa, China und Indien befinden.

Unsere Beziehungen zu Schwellenländern sind inspiriert von dem Prinzip: „Trainieren und aufbauen“. Wir verstehen darunter, 40 Jahre Unternehmenserfahrung weiterzugeben und eine Beziehung aufzubauen, die auf Wissen, Austausch und Wachstum beruht. Darüber hinaus ständig bemüht zu sein, technologische Fortschritte in Produktionsprozessen voranzutreiben und zum Wachstum der industriellen Expertise beizutragen, wo auch immer wir tätig sind.

BEISPIEL EINES INNOVATIVEN PRODUKTIONSPROZESSES

Vorher

Um besondere Funktionalitäten der Spielzeuge zu realisieren oder um Teile miteinander zu kombinieren, die einzeln die Größenstandards nicht erfüllen würden, wurde auf die manuelle Vormontage zurückgegriffen. Die Komponenten der Spielzeuge wurden so hergestellt, dass diese nach dem Zusammenbauen nicht mehr voneinander getrennt werden konnten.

Nachher

Das kontinuierliche Streben nach qualitativer Verbesserung und unser Entschluss, immer strengere Sicherheitsstandards zu erfüllen, hat zur Entwicklung einer technischen Lösung geführt, mit deren Hilfe vormontierte Teile direkt in der Spritzgussphase gefertigt werden können. Dies gewährleistet ein freies Laufen der Räder, ohne das Risiko, dass diese abfallen könnten. Diese technische Lösung wurde zum Patent angemeldet, um ein Exklusivrecht für die Ferrero-Gruppe zu sichern.

Für Überraschungen, bei denen dennoch eine Vormontage vorgesehen ist, werden erstmalig automatische Systeme für die Montage und Zugprüfung entlang der Produktionslinie entwickelt, um eine einwandfreie Befestigung zu gewährleisten. Außerdem führen wir nach der Produktion in jedem Fall die allgemeinen Tests durch, um die Qualität und Sicherheit der Spielzeuge zu überprüfen.



KINDER SURPRISE COMPANY

FORTSETZUNG

Unsere Qualitätsabteilung führt während der gesamten Produktion der Überraschungen kontinuierlich Qualitätskontrollen durch. Dabei werden äußerst präzise Richtlinien angewendet, die sich an den fortschrittlichsten industriellen Praktiken orientieren:

- Mechanische Tests beim Spritzgießen mit vorher festgelegter Frequenz.
- Kontrollen und mechanische Tests bei der Endabnahme.
- Inspektion der fertigen Produkte in den Werken: Zusammenbau- und Handhabungstests.

Die Produktion einer Überraschung wird nur dann weitergeführt, wenn die regelmäßigen Kontrollen zeigen, dass alle Sicherheits- und Qualitätsanforderungen eingehalten werden.

Wir haben im Hinblick auf die ethischen und ökologischen Aspekte bei der Produktion der Überraschungen einen **Verhaltenskodex für alle Lieferanten weltweit** erstellt. So werden nicht nur die **von uns gewünschten hohen Qualitätsstandards beibehalten**, sondern es können auch weiterhin Know-how und Fachwissen an unsere Lieferanten übermittelt werden.

Der Verhaltenskodex mit dem Titel „Ethische, soziale und ökologische Anforderungen für Lieferanten von kinder® Spielzeugen“ orientiert sich an den fortschrittlichsten internationalen Ethikkodizes und ist genauso streng und detailliert wie diese.

Zusammenfassung der ethischen, sozialen und ökologischen Anforderungen für Lieferanten von kinder® Spielzeugen:

Die Hersteller der Überraschungen müssen sich zunächst einer strengen Prüfung unterziehen, um zu gewährleisten, dass sie die im „Code of Conduct“ genannten Grundrechte einhalten.

- Kinderarbeit ist nicht zulässig.
- Produktionsanlagen, Arbeitsumfeld und Personalräume (Kantine, Unterkünfte und sanitäre Anlagen) müssen allen einschlägigen lokalen Vorschriften zu Sicherheit und Hygiene am Arbeitsplatz sowie zu Unfallprävention entsprechen.
- Die Arbeitnehmer haben das Recht, Gewerkschaften zu gründen oder einer Gewerkschaft beizutreten und ihre Vertreter frei zu wählen.
- Kein Arbeitnehmer darf aufgrund von Rasse, Nationalität, Religion, Behinderung, Geschlecht, Alter, sexueller Orientierung, Gewerkschaftszugehörigkeit

oder politischer Einstellung diskriminiert werden. Bei der Verhängung von Disziplinarmaßnahmen sind alle gesetzlichen Vorschriften zu beachten.

- Es ist sicherzustellen, dass die Arbeitnehmer sowohl für ihre reguläre Arbeitszeit als auch für Überstunden eine Vergütung erhalten, die mindestens dem (lokalen/nationalen) gesetzlichen Mindestlohn entspricht. Überstunden sind gemäß der lokalen Gesetzgebung sowie den ortsüblichen Gepflogenheiten zu handhaben.
- Die Hersteller der Überraschungen müssen die nationalen und lokalen Umweltvorschriften zur Vermeidung von Umweltverschmutzung und zur Entsorgung von chemischen Substanzen und Abfällen einhalten.

Wir haben ein Programm entwickelt, um den Grad der Umsetzung des „Code of Conduct“ zu bewerten. Dazu wurden zwei externe Institutionen (SGS und UL) beauftragt, Inspektionen bei allen Herstellern von kinder® Spielzeugen durchzuführen, um die Anwendung und Einhaltung der ethischen Anforderungen sicherzustellen, die unsere grundlegenden Werte unterstützen.

Die von SGS und UL durchgeführten Inspektionen bestätigen, dass die Hersteller von kinder®-Spielzeugen mit dem Grundgedanken und den grundlegenden Werten des Code of Conduct übereinstimmen und dass keine „Nichtkonformitäten“ im Hinblick auf den Schutz der Menschenrechte und der anderen grundlegenden Inhalte des Kodex bestehen. Außerdem ist Kinderarbeit unter keinen Umständen und aus keinem Grund zulässig.

Der Kodex und seine strenge Umsetzung bestätigen überzeugend, dass die Lieferanten von Spielzeugen des kinder® Sortiments unsere Anforderungen zu den Arbeitsbedingungen einhalten. Dies wiederum erlaubt es uns, das spezielle Engagement einiger Lizenzgeber zu honorieren, die ethischen Fragen besonders große Aufmerksamkeit widmen.





7. VERANTWORTUNGSVOLLES MARKETING

Einhaltung der IFBA-Richtlinien

Wir haben schon immer daran geglaubt, dass Eltern bei der Erziehung ihrer Kinder in Bezug auf eine ausgewogene Ernährung und einen gesunden, aktiven Lebensstil eine entscheidende Rolle spielen. Daher sind Werbung und werbliche Kommunikation für unsere Produkte im Hinblick auf Inhalt und die von uns verwendeten Werbekanäle vor allem an die Erwachsenen gerichtet, die entscheiden, welche Lebensmittel sie für ihre Familie kaufen, sowie an Kinder über zwölf Jahren.

Wir sind der Meinung, dass ein **besonderes Augenmerk auf die Werbekommunikation gelegt werden sollte, die sich vorwiegend an Kinder richtet**, vor allem dann, wenn Kinder der Werbung ohne Beaufsichtigung durch ihre Eltern ausgesetzt sind.

Wir halten uns an die IFBA Global Policy on Advertising and Marketing Communications to Children, die von der International Food & Beverage Alliance (IFBA) in Brüssel definiert wurde.

Gemäß diesen Prinzipien gewährleisten wir weltweit, unsere Produkte nicht im Fernsehen, in Printmedien oder im Internet zu bewerben, wenn das Publikum vorwiegend (seit 2013 mehr als 35%) aus Kindern unter zwölf Jahren besteht. In einigen Ländern, in denen andere Kriterien gelten, kann es vorübergehend Ausnahmen von dieser Regel geben.

DIE MAGIC KINDER APP

Mit unserer Magic kinder App geht der Spaß auf neue, mitreißende Weise weiter. Magic kinder ist eine eigene Welt – eine Welt, die Familien durch unterhaltsame und fesselnde Erlebnisse zusammenbringt.

Das wichtigste Ziel unserer App ist es, Familien dabei zu unterstützen, gemeinsam zu spielen und zu lernen. Dazu bietet sie qualitativ hochwertige Angebote, bei deren Entwicklung immer Spaß und Lernen im Vordergrund stehen. Außerdem stellen wir mithilfe klarer Richtlinien sicher, dass keine Lebensmittelprodukte oder Werbung jeglicher Art zu sehen sind und keine Apps gekauft werden können, damit Eltern ganz beruhigt sein können.

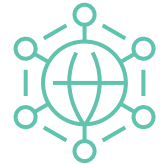
Außerdem gelten für die App klare Regeln, die sicherstellen, dass sie keine kinder-Produkte bewirbt. Damit entspricht sie der IFBA Enhanced Global Policy on Marketing Communications to Children und dem „EU Pledge“, der die Aktionsplattform für Ernährung, Bewegung und Gesundheit der Europäischen Kommission zur Förderung eines ausgewogenen Lebensstils unterstützt. Außerdem hat Magic kinder bei einem externen Audit zur Onlinesicherheit von Kindern die international anerkannte Zertifizierung Coppa+ von KidSAFE® erreicht (<http://www.kidsafeseal.com>, www.kidsafeseal.com). Eltern können also beruhigt sein, dass die strengsten Maßnahmen getroffen werden, um die Onlinesicherheit ihrer Kinder zu gewährleisten.

Unsere Magic kinder App ist (mit Ausnahme von sieben Ländern) weltweit in 14 Sprachen verfügbar und bietet sechs verschiedene Optionen an (Überraschkollektion, Spielen & Lernen, Videos, Geschichten, Zeichnen & Malen und Den Planeten entdecken). Ihre Inhalte sind immer so gestaltet, dass sie lehrreich sind und von der ganzen Familie gemeinsam verwendet werden können. Außerdem gibt es in der App einen Bereich, in dem die Eltern das Konto verwalten und die Nutzungszeit begrenzen können.

Die App kann im iOS bzw. Android Store auf das Tablet oder Smartphone geladen werden und steht außerdem auf Apple und Android TV zur Verfügung.



Weitere Informationen unter www.magic-kinder.com KidSAFE: www.kidsafeseal.com



Sprachen, in denen unsere Magic kinder App weltweit zur Verfügung steht

14

UNSERE MITARBEITER & UNSERE GEMEINSCHAFT

Unsere Werte und Prinzipien zeigen, wie wichtig uns unsere Mitarbeiter sind. Wir investieren in alle Facetten ihrer persönlichen und fachlichen Entwicklung, und zwar von dem Tag, an dem sie zu uns kommen, bis zu ihrer Pensionierung und darüber hinaus.

Ferrero-Mitarbeiter	56
Die Fondazione Ferrero	73
Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero	81
kinder + Sport	92



Weitere Informationen erhalten Sie auf:
www.ferrerocsr.com



ÜBERBLICK

FERRERO-GRUPPE

UNSERE KONSUMENTEN

UNSERE MITARBEITER &
UNSERE GEMEINSCHAFT

UNSERE
WERTSCHÖPFUNGSKETTE

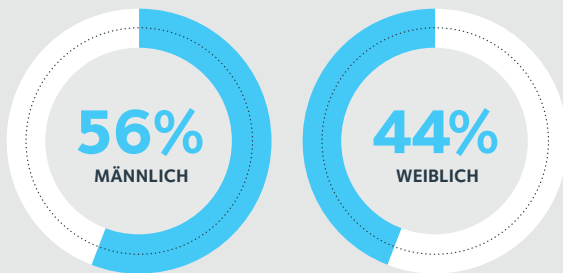


FERRERO-MITARBEITER

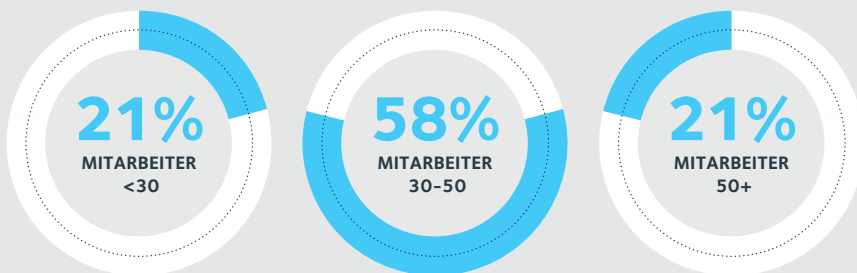
Die Diversität der Ferrero-Mitarbeiter zeigt, wie wichtig uns globale Vielfalt ist. Zum 31. August 2017 beschäftigte die Ferrero-Gruppe **34.543** Mitarbeiter mit **123** verschiedenen Nationalitäten. Hinzu kommen **11** Mitarbeiter der Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero sowie **7.171** externe Mitarbeiter, die mit Unternehmen der Gruppe zusammenarbeiten. Damit beläuft sich die Mitarbeiterzahl insgesamt auf **41.725**.



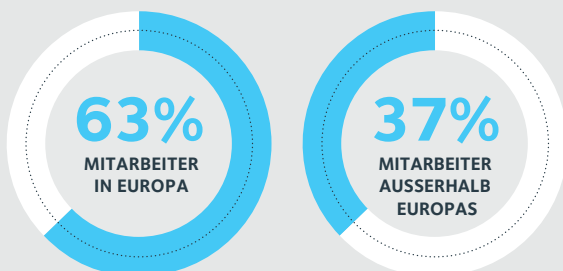
MÄNNER UND FRAUEN*



ALTERSGRUPPEN gesetzt



EUROPA - AUSSERHALB EUROPAS*



NATIONALITÄTEN*

123



STUNDEN FÜR WEITERBILDUNG/SCHULUNGEN

Insgesamt

525.000+

Pro Person

17,4

**FERRERO-MITARBEITER
WELTWEIT**

1. Italien	18,5%
2. Deutschland	12,8%
3. Polen	7,1%
4. Indien	6,9%
5. Vereinigtes Königreich	6,8%
6. Türkei	4,2%
7. Georgien	4,1%
8. Frankreich	3,8%
9. Kanada	3,7%
10. USA	3,4%
11. China	3,2%
12. Belgien	3,0%
13. Brasilien	2,8%
14. Luxemburg	2,8%
15. Russland	2,7%
16. Mexiko	2,6%
17. Chile	1,9%
18. Ecuador	1,1%
19. Argentinien	1,0%
20. Südafrika	1,0%
21. Australien	0,9%
22. Bulgarien	0,8%
23. Irland	0,6%
24. Hongkong	0,6%
25. Kamerun	0,5%
26. Spanien	0,3%
27. Tschechische Republik	0,3%
28. Serbien	0,3%
29. Ukraine	0,3%
30. Kolumbien	0,3%
31. Ungarn	0,2%
32. Sonstige	1,3%

* Diese Zahlen berücksichtigen alle Mitarbeiter, die zum 31. August direkt bei Ferrero angestellt waren, einschließlich der Mitarbeiter der Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero, jedoch ausschließlich der Mitarbeiter von Thorntons Plc. und Fannie May.

FERRERO-MITARBEITER

FORTSETZUNG

Die Entwicklung zu einem globalen Unternehmen bringt auch die Notwendigkeit einer erhöhten Diversität unserer Belegschaft mit sich, mit einem ersten Schwerpunkt auf Geschlecht und Nationalität. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, den Anteil an Frauen, die innerhalb unserer Gruppe eine Führungsposition einnehmen (Senior Manager oder höher) bis 2020 um 5% zu erhöhen. Im letzten Geschäftsjahr konnten wir diese Zahl bereits um 1,2% steigern, ein beachtlicher Schritt in die richtige Richtung.

Auch im letzten Jahr haben wir weitere interne Initiativen zur Unterstützung einer „Kultur der Diversität“ gefördert. Darüber hinaus haben wir bestehende Weiterbildungs- und Entwicklungsmaßnahmen optimiert, um das Wissen rund um das Thema Vielfalt am Arbeitsplatz zu stärken und die Sensibilität für dieses Thema zu erhöhen. Die Ferrero University bietet Mitarbeitern zahlreiche Lern- und Weiterbildungsangebote zum Thema Diversität. Über unsere Online-Plattform YourLearning@FerreroUniversity haben Mitarbeiter die Möglichkeit, sich in ihrem eigenen Tempo Wissen und Kenntnisse zu den unterschiedlichen Dimensionen von Diversity und Integration anzueignen.

Die Ferrero University bietet Mitarbeitern zahlreiche Lern- und Weiterbildungsangebote zum Thema Diversität.

Dies beinhaltet folgende Themen:

- Generationsübergreifende Kommunikation
- Diversity-Management
- Interkulturelle Kommunikation
- Als Vorbild für Diversität agieren

Lerninteressierte haben die Wahl zwischen zahlreichen inspirierenden und informativen Schulungseinheiten, auf die sie jederzeit und von überall aus zugreifen können, um diese in ihrem eigenen Tempo zu bearbeiten. Dabei haben wir einen Schwerpunkt darauf gelegt, die Entwicklung eines globalen strategischen Denkens unter unseren Mitarbeitern zu fördern.

Dies führt dazu, dass das Wissen um die verschiedenen Dimensionen von Diversität und Integration künftig noch stärker in der Ferrero-Kultur verankert sein wird. So wurde etwa ein Curriculum erstellt, um Bewusstsein und Verständnis für Diversität zu schaffen und eine globale, wachstumsorientierte und integrative Haltung zu fördern. Auf diese Weise soll die Interaktion mit Kollegen auf der ganzen Welt mehr Effizienz und Relevanz erhalten.



Wir haben uns für 2020 das Ziel gesetzt, den Anteil an Frauen in Führungspositionen um

5%

zu erhöhen.



ENGAGEMENT

Auf Grundlage unserer Verpflichtung zur Schaffung einer besseren Arbeitsumgebung haben wir uns auf die effektive Implementierung der Aktionspläne im Rahmen des Programms „YOUr Life in Ferrero“ konzentriert. Die Initiativen auf Gruppen- und lokaler Ebene haben zum Ziel, das Engagement der Mitarbeiter mittels Aktionen zu steigern, welche die Werte Glaubwürdigkeit, Fairness, Respekt, Stolz und Teamgeist innerhalb unseres Unternehmens fördern.

Im April 2017 haben wir die SimplYOU! Puls-Mitarbeiterbefragung durchgeführt: eine Art Zwischenstand zwischen der Befragung zur Mitarbeiterzufriedenheit 2015 und der zweiten globalen Mitarbeiterbefragung, die für 2019 geplant ist. Mit Hilfe eines kurzen Fragebogens, der uns vom Great Place to Work Institute® – einer weltweit anerkannten Organisation, die Unternehmen bei der Bewertung von Ergebnissen anhand von nationalen und internationalen Kennzahlen unterstützt – zur Verfügung gestellt wurde, wollten wir aktuellere Informationen erhalten, wie die Mitarbeiter die Implementierung unserer ersten Aktionspläne

wahrnehmen. Zum ersten Mal waren alle Mitarbeiter der Ferrero-Gruppe an der gleichen Umfrage beteiligt, einschließlich aller Mitarbeiter von Thorntons, Findik und der Ferrero-Agrifarms.

Die Ergebnisse dieser Kurzbefragung dienten uns als äußerst wichtiger Input für die Weiterentwicklung unserer Aktionspläne. 85% unserer Mitarbeiter haben an der Pulsbefragung teilgenommen, 40% von ihnen haben die offenen Fragen beantwortet. Die hohe Teilnahmequote zeigt, wie wichtig es für unsere Mitarbeiter ist, gehört zu werden und eine aktive Rolle bei der Verbesserung ihres Arbeitsumfeldes einzunehmen.

Mit Hilfe neu entwickelter digitaler Tools und Kanäle werden wir uns auch weiterhin dafür einsetzen, eine offene und konsistente Kommunikation innerhalb unseres Unternehmens zu ermöglichen. Auf unseren Stärken aufzubauen und verbesserungsbedürftige Bereiche anzugehen, sind wichtige Schritte auf dem Weg, eine bessere Arbeitsumgebung für alle unsere Mitarbeiter zu schaffen.



Die Teilnahme an der Befragung zur Mitarbeiterzufriedenheit lag bei

85%

Lernwoche Russland

Ziel

Den Prozess der Leistungsbeurteilung durch die Stärkung der folgenden Kompetenzen zu unterstützen: Feedback geben/erhalten, Ziele setzen, Kommunikationskompetenzen, Erarbeiten eines Individuellen Entwicklungsplans (IEP).

Zielgruppe

Alle Mitarbeiter und Vorgesetzte mit nachgewiesenem Weiterentwicklungsbedarf im angebotenen Bereich.



Die Lernwoche war gezielt auf die Bedürfnisse der Teilnehmer zugeschnitten und umfasste vierstündige Schulungsmodulare, die innerhalb einer Woche durchgeführt wurden. Um in dieser kurzen Zeit besonders effektive Lernfortschritte zu ermöglichen, wurde ein Format mit 20% theoretischen und 80% praktischen Inhalten gewählt.

Im Rahmen dieser Module sollten folgende Kompetenzen vermittelt werden: Feedback geben/erhalten (getrennt nach Mitarbeitern und Vorgesetzten); Ziele setzen (getrennt nach Mitarbeitern und Vorgesetzten); Überzeugungsfähigkeit; Kompetenz des Zuhörens und Macht von Fragen; durchsetzungsstarke Kommunikation und Erarbeiten eines IEP (angeleitete Session).

Die gewählten Themen zielten auf die erste Phase der Leistungsbeurteilung ab, da gezeigt werden konnte, dass es bei der Zusammenfassung und Nachbesprechung der Mitarbeiterleistungen besonders häufig zu kritischen Situationen kommt. Die Teilnehmer konnten auswählen, an welchen Modulen sie teilnehmen. Dieses Projekt hat eine große Zielgruppe abgedeckt.

FERRERO-MITARBEITER

FORTSETZUNG

Diverse interne Kommunikationskanäle

China

Ziel

Entwickeln diverser interner Kommunikationskanäle, um verschiedene Kommunikationsbedürfnisse zu erfüllen, sowohl in den kommerziellen als auch in den industriellen Geschäftseinheiten.

Zielgruppe

Alle Mitarbeiter.



Ferrero China entwickelt unterschiedliche Kommunikationskanäle, um offene und effektive Kommunikationsplattformen zu schaffen und dabei auch die Teams aus den Bereichen Verkauf und Produktion miteinzubeziehen, die über keinen Laptop verfügen, mit dem sie unternehmensinterne Nachrichten lesen bzw. auf diese reagieren können.

Professionelle Weiterentwicklung

Frankreich

Ziel

Unterstützung von Mitarbeitern bei der Karriereentwicklung.

Zielgruppe

Alle Mitarbeiter.



Das individuelle Mitarbeitergespräch ist ein zweimal jährlich stattfindendes Gespräch zwischen Mitarbeiter und Vorgesetztem, das unabhängig von der Leistungsbewertung durchgeführt wird und es den Mitarbeitern ermöglicht, über ihre Karriereziele und mögliche Weiterentwicklung zu sprechen. Dieses neue Format erlaubt es den Mitarbeitern, sich selbst Gedanken über ihr Karriere- und Weiterentwicklungspotenzial zu machen, dieses zu analysieren und zu formulieren.

Neue Auszeichnungen

Kolumbien

Ziel

Motivation der Mitarbeiter.

Zielgruppe

Alle Mitarbeiter.



Alle Mitarbeiter haben die Chance, eine besondere Anerkennung zu erhalten. Ferrero Kolumbien hat in diesem Zusammenhang die Veranstaltung Ferrero Awards ins Leben gerufen. Im Rahmen dieses Events werden die Mitarbeiter für besondere Kompetenzen, wie etwa langjährige Betriebszugehörigkeit, Teamfähigkeit oder für besondere Leistungen und Haltungen ausgezeichnet.

Die Awards werden wie folgt vergeben: A) Auswahl der Kategorien (bester Verkäufer, beste Führungskraft, positive Einstellung, etc.). B) Auswahl der Kandidaten nach Kategorie (diese erfolgt durch Produktionsmitarbeiter oder andere Mitarbeiter über das Intranet). C) Sobald alle Kandidaten feststehen, stimmen alle Mitarbeiter über das Intranet über die Gewinner ab. D) Die Stimmen werden ausgezählt und die Gewinner im Rahmen einer Zeremonie mit einem Preis gewürdigt. Vom Rahmen her wurde die Preisverleihung an die berühmte Oscar-Verleihung angelehnt.



WACHSTUM UND ENTWICKLUNG

KONTINUIERLICHES LERNEN BEI FERRERO

Lernen ist fester Bestandteil unserer Unternehmens-DNA. Als wachsendes, sich entwickelndes und auf Veränderungen reagierendes Unternehmen unterstützen wir auch das Wachstum und die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter. Diese haben auf lokaler und globaler Ebene Zugang zu den unterschiedlichsten Lernerfahrungen, online und im Live-Learning-Format. Von dem Tag, an dem unsere Mitarbeiter zu uns kommen, bis zu ihrer Pensionierung bieten wir ihnen über die Ferrero University zahlreiche Optionen für die berufliche Weiterentwicklung. Dieses Lernangebot basiert auf drei Grundpfeilern:

- Willkommen bei Ferrero: Die Lernerfahrung beginnt.
- Ferrero Know-how Academies: Aufbau technischer Kompetenzen.
- Ferrero Leaders: Auf dem Weg zur Führungskraft.

Die Lernerfahrung beginnt

Bei diesem Pfeiler liegt der Schwerpunkt darauf, unsere Mitarbeiter während ihrer Eingewöhnungs- und Einarbeitungsphase auf globaler und lokaler Ebene zu unterstützen. Die Programme Ferrero Global Graduate Program und Ferrerità ermöglichen Hochschulabsolventen und Berufserfahrenen, sich mit dem „Ferrero Way“ vertraut zu machen. Ziel ist es, über einen Blended-Learning-Ansatz eine interaktive Lernerfahrung anzubieten.

- Das Ferrero Global Graduate Program (FGGP) ist ein 10-monatiges Programm, das alle drei Monate neu startet und sich an alle Hochschulabsolventen richtet, die neu bei Ferrero einsteigen. Die Teilnehmer absolvieren ein vierwöchiges Praktikum in den Bereichen Verkauf und Produktion und nehmen darüber hinaus an einer Soft Skills-Schulung sowie am Programm Ferrerità teil. Diese einzigartige Erfahrung erlaubt Hochschulabsolventen einen erfolgreichen Einstieg in ihre Karriere bei Ferrero und eine reibungslose Integration ins Unternehmen, insbesondere durch Folgendes:
 - Sie lernen die Unternehmenskultur und -werte von Ferrero kennen.
 - Sie erwerben Soft Skills, die sie bei der täglichen Arbeit einsetzen können.
 - Sie bauen ein starkes und vielfältiges Netzwerk über mehrere Länder hinweg auf.

Letztes Jahr wurde das FGGP zum ersten Mal als Pilotprojekt durchgeführt und 2016/17 abgeschlossen. In diesem Jahr wurden dann drei erste vollständige Durchläufe des Projektes gestartet, einer davon ist bereits abgeschlossen.

- Ferrerità ist ein globales Programm, bei dem Mitarbeiter, die zwischen 6 und 24 Monate im Unternehmen sind, die Möglichkeit haben, sich noch intensiver mit dem „Ferrero Way“ vertraut zu machen und zu lernen, wie die Unternehmenswerte und -kultur bei uns umgesetzt werden. Das Projekt ist in drei Abschnitte unterteilt und wird von erfahrenen Mitarbeitern begleitet, die ihren persönlichen Berufsweg und die Geschichte von Ferrero mit den Teilnehmern teilen. Auf diese Weise wird das Bewusstsein für die Marke Ferrero unter den Teilnehmern gefördert und gestärkt. Nach einem erfolgreichen Pilotdurchlauf wurden dieses Jahr vier weitere Durchläufe des Projektes durchgeführt. Damit hatten über 300 Mitarbeiter Gelegenheit, am Programm teilzunehmen.

Aufbau technischer Kompetenzen

Der Pfeiler Know-how Academies wurde entwickelt, um unsere ausgeprägte Expertise zu sichern und zu verbreiten. Die dazugehörigen Ausbildungsprogramme sind darauf ausgelegt, das Know-how rund um die Geschäftstätigkeiten von Ferrero weiterzugeben und zu maximieren.

Jede Academy wird von einem Academy Board verwaltet, das für die professionellen Ausbildungsprogramme zuständig ist, die von den einzelnen Akademien entwickelt und angeboten werden. Innerhalb jeder Academy gibt es sogenannte „Subject Matter Experts“, diese sind für den Inhalt der Ausbildungsprogramme verantwortlich. Die Programme werden von internen, akkreditierten Dozenten und/oder externen Fachkräften geleitet.

Unser Ziel ist es, eine kontinuierliche Lernerfahrung vor, während und nach der Weiterbildungsmaßnahme zu fördern und es den Kollegen darüber hinaus zu ermöglichen, die im Rahmen des Programms vermittelten Tools in die täglichen Arbeitsabläufe zu integrieren.

Die Akademien

1. Ferrero Human Resources Academy
 2. Ferrero Industrial Academy
 3. Ferrero Information Technology Academy
 4. Ferrero Legal Academy
 5. Ferrero Marketing Academy
 6. Ferrero Packaging Academy
 7. Ferrero Procurement Academy
 8. Ferrero Raw Materials Academy
 9. Ferrero Sales Academy
 10. Ferrero Supply Chain Academy
- 2018 kommt eine Finance Academy hinzu.



Im Rahmen der ersten drei vollständigen Durchläufe haben

90

Menschen mit 14 verschiedenen Nationalitäten ihre „FGGP-Reise“ angetreten

Zum Ende des Geschäftsjahres 2017 wiesen die Ferrero Academies folgende Zahlen auf:



Weiterbildungs- / Schulungsangebote weltweit

86



Senior Führungskräfte von Ferrero in den Academy Boards

60

FERRERO-MITARBEITER

FORTSETZUNG

Auf dem Weg zur Führungskraft

Im Mittelpunkt dieses Pfeilers stehen die Entwicklung und das Angebot von Schulungsprogrammen, die Mitarbeiter in Managementpositionen beim Aufbau ihrer Führungsrolle innerhalb des Unternehmens unterstützen. Den sechs Basiskompetenzen und den Unternehmenswerten von Ferrero kommen im Rahmen der Führungskräfteentwicklung eine besonders große Bedeutung zu.

Master International Management

Anfang nächsten Jahres findet die Abschlussfeier für die Absolventen der ersten Auflage des Programms Master in International Management (MIM) statt. Das Master-Studienprogramm des Unternehmens wurde in Zusammenarbeit mit der SDA Bocconi School of Management, der renommierten Business School der Bocconi University, entwickelt.

Dreißig Manager der mittleren Führungsebene von Ferrero haben eine intensive und spannende Lernerfahrung hinter sich: Während des 18-monatigen Programms haben diese drei Module im Präsenzunterricht und fünf Module im Fernunterricht absolviert.

Ferrero LEAD

Ab diesem Jahr haben neu ernannte Senior Manager aus der ganzen Welt die Möglichkeit, am fünftägigen Schulungsprogramm Ferrero LEAD teilzunehmen. Die beiden wichtigsten Ziele des Programms sind:

- Den Senior Managern dahingehend ein besseres Verständnis zu vermitteln, was wir von ihnen in der Leadership-Position, die sie in unserem Unternehmen innehaben, erwarten.
- Den Senior Managern die Möglichkeit zu geben, die derzeitigen und künftigen Herausforderungen in den Bereichen Business und Organisation gemeinsam mit der Geschäftsführung zu diskutieren.

Im Juli 2017 wurde das Programm mit 25 neu ernannten Senior Managern als Pilotprojekt durchgeführt. Zukünftig soll das Programm mindestens zwei Mal im Jahr angeboten werden.

YourLearning@FerreroUniversity

Die 24/7 Online-Learning-Plattform der Ferrero University – YourLearning@FerreroUniversity – bietet Mitarbeitern einen einheitlichen Zugang zu Inhalten von Harvard und getAbstract sowie zu 30.000 digitalen Lerninhalten. Dieses Tool erleichtert den Prozess des kontinuierlichen Lernens und ermöglicht es den Lernenden, Recherchen zu einem bestimmten Thema anzustellen, sich Wissen aus einem speziellen Bereich anzueignen oder mehr über einen bestimmten Prozess oder eine spezifische Kompetenz zu erfahren – jederzeit, von überall aus und über jedes Gerät.



Weiterbildungs-/
Schulungsstunden insgesamt

526.288,29



Teilnahme an
Weiterbildungen/Schulungen

57.255



Teilnehmer insgesamt

19.383



Weiterbildungs-/
Schulungsstunden pro Mitarbeiter*

17,4

* Stunden pro Mitarbeiter wurden wie folgt errechnet: Weiterbildungs-/Schulungsstunden insgesamt/Durchschnittliche Anzahl an FTE für das Geschäftsjahr 2016/17

Absolventen des Ferrero
Global Graduate Program



Die Plattform YourLearning@ FerreroUniversity

DIE LÄNDER MIT DEN MEISTEN WEITERBILDUNGS-/SCHULUNGSSTUNDEN:

LAND	STUNDEN
Ferrero Deutschland	126.422
Ferrero Italien	81.010
Ferrero China	57.117
Ferrero Polen	45.812
Ferrero Mexiko	34.427

TOP 5 DER UNTERRICHTSSPRACHEN

SPRACHE	%
Englisch	28%
Deutsch	20%
Italienisch	12%
Chinesisch	10%
Französisch	8%

% AN BESUCHTEN WEITERBILDUNGS-/SCHULUNGSSTUNDEN, NACH GESCHLECHT

GESCHLECHT	%
WEIBLICH	39%
MÄNNLICH	61%

% AN WEITERBILDUNGS-/SCHULUNGSSTUNDEN INSGESAMT FÜR FABRIKSMITARBEITER

MITARBEITER	%
Fabrikmitarbeiter	41%

KURSE MIT DEN MEISTEN TEILNEHMERN

KURS	TEILNEHMER
Hygieneschulung (Deutschland)	2.239

KURS MIT DER HÖCHSTEN ANZAHL AN WEITERBILDUNGS-/SCHULUNGSSTUNDEN

KURS	STUNDEN
Coaching Außendienst (China)	23.066

FERRERO-MITARBEITER

FORTSETZUNG

PERFORMANCE MANAGEMENT

Der Schwerpunkt unseres Performance-Management-Ansatzes liegt auf den Themen Zielvereinbarung, Bewertung von Fortschritten und Erteilen von Feedback, um sicherzustellen, dass die Mitarbeiter ihre kurz- und langfristigen Karriereziele und -wünsche erreichen.

2016/2017 haben wir ein neues Bewertungssystem für den Beitrag der Mitarbeiter zur Unternehmensleistung eingeführt, das drei Dimensionen umfasst: Individuum, Team und Unternehmen. Darüber hinaus haben wir eine 5-Punkte-Skala eingerichtet, um die Objektivität der Bewertungen zu verbessern und Leistungen differenzierter unterscheiden zu können.

2016/2017 waren 10.799 Mitarbeiter aus 55 Ländern am Prozess der Leistungsbewertung beteiligt.

EBENE	%
Angestellte	70%
Manager der mittleren Führungsebene	21%
Senior Manager & höher	9%

GESCHLECHT	%
WEIBLICH	40%
MÄNNLICH	60%



2016/2017 waren
10.799 Mitarbeiter aus

55

Ländern am Prozess der
Leistungsbewertung
beteiligt

Wir arbeiten weiterhin daran, die Qualität unserer Feedback-Gespräche zu verbessern, um die Leistung und Entwicklung zu steigern und erwartetes Verhalten zu fördern. Ziel ist es, den Zusammenhalt innerhalb der Organisation zu stärken.





BEZIEHUNGEN ZU ARBEITNEHMERVERTRETUNGEN

Wir glauben, dass die Förderung und Wahrung eines positiven Klimas eine wesentliche Voraussetzung für aufrichtige Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen ist. Unser Dialog mit Mitarbeitern, Arbeitnehmervertretern und Gewerkschaften ist entscheidend dafür, Arbeitsverträge abzuschließen, bei denen das höchste Maß an Integration, Wachstum und allgemeines Wohlbefinden erreicht wird.

2016/2017 kam es während der Verhandlungen zur Erneuerung der Verträge in unserem Werk im türkischen Manisa zum Streik. Die Verhandlungen konnten jedoch erfolgreich zu Ende geführt und die Vereinbarung ordnungsgemäß und zur Zufriedenheit aller betroffenen Parteien – Gewerkschaft Tek Gıda, Arbeitnehmer und Unternehmen – unterzeichnet werden.

ARBEITGEBER-ARBEITNEHMER-BEZIEHUNGEN DER FERRERO-GRUPPE – MITARBEITERBEFRAGUNG

2017 haben wir in 22 unserer weltweiten Werke eine umfassende Befragung durchgeführt. Diese erfolgte in Zusammenarbeit mit SGS, einem führenden Unternehmen in den Bereichen Verifizierung, Testung und Zertifizierung.

Im Rahmen der Befragung wurden für jedes Werk Informationen zum angewandten Management gesammelt. Dabei ging es unter anderem um die Themen Ausschüsse für Gesundheit und Sicherheit, Mitarbeiterführung, gemeinnützige Initiativen, Fairness im Unternehmen und Beziehung zu Gewerkschaften. Unser wichtigstes Ziel bestand darin, ein einheitliches Governance-Modell zu entwickeln, um für jedes Werk Best Practices zu ermitteln und zu teilen.

DIE AKTIVITÄTEN DES EUROPÄISCHEN BETRIEBSRATS (EBR) VON FERRERO

Über den EBR von Ferrero, dem Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertreter angehören, soll mittels konstruktivem Dialog und Diskussionen, die auf Kooperation und gegenseitigem Vertrauen aufbauen, europaweit der soziale Zusammenhalt innerhalb unserer Gruppe gestärkt werden.

Dies sind die Ergebnisse der wichtigsten Meetings des EBR:

Weiterbildungsseminar

- Am 6., 7. und 8. Juni 2017 wurde in Kooperation mit den Gewerkschaften ein Weiterbildungsseminar in Berlin organisiert. Dabei ging es um ein Thema, das für ein Unternehmen in der Lebensmittelindustrie von ganz besonderer Bedeutung ist. „Qualität: Die Bedeutung unseres Beitrags zum Erreichen von Exzellenz.“

Drei Tage lang haben interne und externe Experten in mehreren Teams an der Umsetzung von Lösungen gearbeitet. Diese Form der Zusammenarbeit hatte insbesondere die beiden folgenden Ziele:

- Sicherstellen der aktiven Teilnahme und des engagierten Einsatzes aller Vertreter des EBR im Hinblick auf die diskutierten Themen, um die Integration der Teammitglieder zu verbessern.
- Die konkrete Erarbeitung des bezeichneten Themas auf eine Weise, die dem Arbeitsalltag möglichst nahekommt, um das Bewusstsein und die Sensibilität für wichtige und kritische Themen wie Qualität zu erhöhen.

Das Seminar umfasste auch einen Beitrag des Labors für Gesundheit, Sicherheit und soziale Verantwortung des EBR. In dessen Rahmen wurde ein Set an gemeinsamen Regeln, die „10 goldenen Sicherheitsregeln“, aufgestellt und eine dazugehörige Kommunikationsstrategie erarbeitet, um die Initiative allen Mitarbeitern der europäischen Werke zugänglich zu machen. Auf diesem Beitrag baut eine weitere gemeinsame Initiative auf, die dazu dient, alle Werksmitarbeiter in Sicherheitsthemen mit einzubeziehen und sie über diese zu informieren. Diese Initiative befindet sich derzeit in der Implementierungsphase.

Jahrestreffen

Anfang Oktober wurde in unserem Werk in Cork, Irland, das Jahrestreffen des EBR abgehalten. In diesem Rahmen fanden unter anderem eine Diskussion unter den Arbeitnehmervertretern, eine Präsentation im Hinblick auf die allgemeine Entwicklung der Ferrero-Gruppe und der lokalen Gemeinschaften sowie eine Besichtigung des Werks Cork statt.

2017 war die Teilnahme an der Veranstaltung besonders hoch: An beiden Treffen nahmen zum ersten Mal Kollegen aus dem Werk Alfreton (Vereinigtes Königreich) teil, das zum Unternehmen Thorntons gehört, welches 2015 von der Ferrero-Gruppe übernommen wurde. Um die Integration mit den anderen Mitgliedern zu erleichtern und eine aktive Teilnahme zu fördern, fanden bereits im Vorfeld einige Meetings statt, bei denen die Teilnehmer über den rechtlichen Rahmen des EBR, seine Geschichte sowie über die Wachstums- und Entwicklungsinitiativen informiert wurden, die der EBR in den letzten 20 Jahren durchgeführt hat.

Heute vertritt der EBR Fabrikmitarbeiter, Außendienstmitarbeiter und andere Arbeitnehmer in zehn unserer europäischen Werke in Belgien, Frankreich, Deutschland, England, Irland, Italien und Polen.



2017 haben wir in

22

unserer Werke eine umfassende Befragung durchgeführt.

FERRERO-MITARBEITER

FORTSETZUNG

GESUNDHEIT UND SICHERHEIT AM ARBEITSPLATZ

Der Schutz von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz ist ein zentraler Wert der Ferrero-Gruppe. Um diesen Schutz zu gewährleisten, ist die Beteiligung und aktive Teilnahme aller Personen, die für das Unternehmen tätig sind und mit diesem zusammenarbeiten, unabdingbar. Dementsprechend verpflichten wir uns, die Gesundheit und Sicherheit unserer Werksarbeiter, Subunternehmer, Besucher und aller anderen Personen, die in Kontakt mit unserem Unternehmen stehen, zu schützen.

Wir erkennen an, wie wichtig die Förderung und Wahrung einer soliden und effektiven Kultur der Sicherheit innerhalb unserer Gemeinschaften ist, basierend auf der Überzeugung, dass jegliche Unfälle vermeidbar sind. Über das Angebot angemessener Schulungsmaßnahmen, welche die Einbeziehung aller Beteiligten fördern und das Bewusstsein für das Thema erhöhen, soll erreicht werden, dass sich alle Beteiligten als aktive Teilnehmer der Initiativen zur Verbesserung der Bedingungen für Gesundheit und Sicherheit innerhalb des Unternehmens sehen. Darüber hinaus unterstützt Ferrero auch sichere und gesundheitsfördernde Verhaltensweisen außerhalb des Arbeitsalltags.

Der Aspekt Gesundheit und Sicherheit bildet einen festen Bestandteil all unserer Entscheidungsprozesse. Außerdem fordern wir von allen unseren Mitarbeitern, Werksmitarbeitern und Partnern, sich aktiv an der Einhaltung unserer Sicherheitsgrundsätze, -verfahren und -standards zu beteiligen.

Bei unseren Produktionsaktivitäten werden alle geltenden Rechtsvorschriften der Länder, in denen wir tätig sind, sowie die von der Ferrero-Gruppe selbst festgelegten oder unterzeichneten strengeren Vorschriften eingehalten. Das Erkennen von Gefahren sowie die Bewertung und Kontrolle von Risiken sind Aspekte, die bereits bei der Planung von Anlagen, Prozessen und des Arbeitsumfelds berücksichtigt und ständig aktualisiert werden müssen. Wir fördern eine offene, proaktive Kultur der Sicherheit, die durch die systematische Identifizierung und Analyse von Ursachen von Unfällen und Beinahe-Unfällen umgesetzt wird. Beinahe-Unfälle werden definiert als unvorhergesehene Ereignisse, die zwar nicht zu Verletzungen, Krankheit oder Schäden führen, jedoch das Potenzial dafür aufweisen. Da sie zu keinem physischen Schaden führen, werden Beinahe-Unfälle nicht als Unfälle gewertet.

Im Geschäftsjahr 2016/2017 haben wir unsere Verpflichtung zur Reduzierung von Unfällen und zur

Stärkung der globalen und lokalen Strukturen für Gesundheit und Sicherheit weiter ausgeweitet. Ziel ist es, unsere Fertigungsaktivitäten zu konsolidieren und unsere Bemühungen auf Bereiche zu erweitern, die über den Bereich Operations hinausgehen. Seit 2016 arbeiten wir mit einem qualifizierten globalen Beratungsunternehmen zusammen, um die Sicherheitskultur bei Ferrero einzuschätzen, zu beeinflussen und weiterzuentwickeln.

ENTWICKLUNG DER ZAHLEN VON ARBEITSUNFÄLLEN UND -VERLETZUNGEN

Die statistischen Daten zur Entwicklung der Zahlen von Arbeitsunfällen zeigen eine positive Entwicklung. Die Häufigkeit der Arbeitsunfälle von Mitarbeitern der Ferrero-Werke ist von 9,02 Unfällen pro Million Arbeitsstunden auf 7,92 gesunken (-12% im Vergleich zum Vorjahr). Der Unfallschweregrad, mit dem gemessen wird, wie viele Arbeitstage pro Tausend Arbeitsstunden versäumt wurden, bleibt unverändert bei 0,222 (-1% im Vergleich zum Vorjahr). In den letzten vier Geschäftsjahren hat sich eine relativ konsistente Entwicklung gezeigt: So sind sowohl die Häufigkeit (-42%) als auch der Unfallschweregrad (-20%) gesunken, wenn letzterer auch etwas weniger signifikant. Weitere Informationen und Zahlen nach geografischem Gebiet finden sich im Kapitel „Wichtige Kennzahlen“.

Um diese positive Entwicklung aufrechtzuerhalten und weiter zu verstärken, haben wir Initiativen zur Verbesserung des Präventionsverhaltens im Bereich Gesundheit und Sicherheit entwickelt (unter Berücksichtigung von Früh- und Spätindikatoren): Hierbei geht es vor allem um die Vorbedingungen, die zu Verletzungen führen können und weniger um das Verhalten am Arbeitsplatz.

GESUNDHEIT AM ARBEITSPLATZ

Um eine gesündere Arbeitsumgebung zu ermöglichen, haben wir eine Reihe von Initiativen und Aktivitäten zum Thema Gesundheit am Arbeitsplatz eingeführt. Hier einige Beispiele:

- Das Werk Quito in Ecuador hat ein Sensibilisierungs- und Gesundheitsvorsorgeprogramm zu unterschiedlichen Themen eingeführt (kardiovaskuläre Erkrankungen, Prävention von HIV/AIDS, Drogen, Tabak und Alkohol); siehe 1.
- Das Werk Baramati in Indien hat praktische Schulungen und Initiativen zum Thema „Ergonomisches Arbeiten“ durchgeführt; siehe 3.
- Das Werk Brantford in Kanada hat ein Schulungsprogramm zum Thema LifeWorks gefördert; siehe 2.



Die Häufigkeit der Arbeitsunfälle von Mitarbeitern ist von **9,02 pro Million Arbeitsstunden** auf

7,92

gesunken.

8 Die folgenden Zahlen beziehen sich auf Arbeitsunfälle (Abwesenheit von mehr als drei Tagen) in den Produktionsstätten..



1. WERK QUITO IN ECUADOR

Es wurden mehrere Initiativen durchgeführt, um das Bewusstsein der Mitarbeiter für die Themen Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz und in der Freizeit zu erhöhen.

• Pilotprogramm kardiovaskuläre und metabolische Erkrankungen

Neben den regelmäßigen Gesundheits-Checks für alle Mitarbeiter wurde im Rahmen dieser Initiative ein spezielles Ernährungsprogramm für eine Gruppe von (22) Mitarbeitern erstellt, die ein erhöhtes Risiko für Diabetes und kardiovaskuläre Erkrankungen aufweisen. Für dieses Projekt wurde ein externer Ernährungsexperte beauftragt, der mit jedem der betroffenen Mitarbeiter einen individuellen Ernährungsplan zusammengestellt hat, welcher sich sowohl in der Werkskantine als auch außerhalb der Arbeit gut umsetzen lässt. Darüber hinaus nehmen die Mitarbeiter vierteljährlich an einem Gesundheits-Check teil und können sich kostenlos ärztlich untersuchen lassen.

• Das Ernährungsprogramm umfasst insbesondere Folgendes:

- Erstellung einer Ernährungsanamnese und Erfassung des Ernährungszustandes auf vierteljährlicher Basis
- Anthropometrische Messungen
- Ernährungsberatung und kardiovaskuläres Training
- Aushänge an den Anschlagbrettern der Kantine, die über gesunde Ernährung informieren
- Ein spezielles Gericht in der Kantine, das dem Ernährungsprogramm entspricht

• Präventionsprogramme

Im Geschäftsjahr 2016/2017 haben einige Werksarbeiter an einer Gesprächsrunde zum Thema Sensibilisierung für und Prävention von HIV-Übertragungen, teilgenommen.

Bei einer weiteren Diskussionsrunde wurden – als fester Bestandteil des nationalen Programms und mit Unterstützung externer medizinischer Experten – die Folgen von Alkohol- und Drogenkonsum thematisiert.

Darüber hinaus wurde zum wiederholten Mal ein Fußballspiel unter dem Motto „Für ein Leben ohne Rauchen, Alkohol und Drogen“ organisiert.



FERRERO-MITARBEITER

FORTSETZUNG

2. WERK BRANTFORD IN KANADA

Das Werk Brantford in Kanada bietet ein Employee Assistance Program (EAP) an. Damit stehen den Mitarbeitern folgende Services zur Verfügung:

- **24/7 EAP Service Centers:** Die Mitarbeiter können sich rund um die Uhr professionell beraten lassen und erhalten vertraulich Zugang zu Ressourcen, Tools und Unterstützung.
 - **Spezialisierte EAP-Berater:** Die Mitarbeiter erhalten bei Bedarf sofortige telefonische Unterstützung durch einen spezialisierten Berater (diese verfügen mindestens über einen Master-Abschluss in den Bereichen Beratung, Sozialarbeit, Psychologie oder einem vergleichbaren sozialen Beruf). Auf Wunsch nehmen die Berater auch detailliertere Einschätzungen vor, sprechen Empfehlungen aus, unterstützen die Mitarbeiter bei der Planung von Maßnahmen oder/und begleiten diese.
 - **Persönliche Beratung durch einen EAP-Berater:** Die Mitarbeiter können auf das Netzwerk von LifeWorks mit mehr als 3.000 professionellen Beratern und Vertretungen in ganz Kanada zurückgreifen, um sich in einem persönlichen Gespräch beraten zu lassen.
 - **LifeWorks Online und LifeWorks Mobil:** Vertraulicher Zugang zu praktischen Informationen und Lernressourcen über eine preisgekrönte EAP-Website sowie die App LifeWorks für iPhone, Blackberry und Android-Smartphones. LifeWorks verfügt über umfassende Erfahrung im Gebiet Notfall- und Krisenmanagement in Unternehmen. Ein Krisenmanagementteam nimmt eine Ersteinschätzung der Krisensituation vor und spricht den Mitarbeitern Handlungsempfehlungen aus, bevor vor Ort Maßnahmen durchgeführt werden.
- Ferrero hat 24/7 Online-Zugang zu einem Expertenteam von Krisenberatern. Diese Experten sind speziell für Krisensituationen im Unternehmen, Managementberatung, Gewalt am Arbeitsplatz, Bedrohungsmanagement und Krisenmanagement ausgebildet. Um zu gewährleisten, dass Mitarbeiter nach einem traumatischen Ereignis wieder voll einsatzfähig und produktiv sind, bietet LifeWorks vor Ort einen Krisenbewältigungsservice an. Hierbei arbeitet ein Krisenteam mit einem spezialisierten Netzwerk aus Krisenmanagementanbietern zusammen, das 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr zur Verfügung steht. Die wichtigsten Ziele von LifeWorks sind:
- Die Folgen eines kritischen Ereignisses zu reduzieren
 - Die Mitarbeiter zu schützen und zu unterstützen
 - Den Mitarbeitern ermöglichen, nach einem kritischen Ereignis zu einer guten Arbeitsleistung zurückzufinden
 - Die Wahrscheinlichkeit von chronischem Stress zu minimieren, der zu Arbeitsausfall, stressbedingten Behinderungen, Rechtsstreitigkeiten sowie zu einer erhöhten Fehler- oder Unfallquote bei der Arbeit führen kann
 - Die Führungsebene der Organisation als kompetente und empathische Instanz zu positionieren, um die Moral, das Vertrauen und die Loyalität der Mitarbeiter zu erhöhen
- **LifeWorks Videoberatung:** Vertrauliche und geschützte Beratung per Video durch spezialisierte Mitglieder des Berater-Expertenteams.
 - **Beratungen:** Vertrauliche Beratungen zu Work-Life-Themen und -Anliegen bei qualifizierten Experten.
 - **Critical Incident Stress Management (CISM) / Nachsorgeangebote für Einsatzkräfte:** Auch für diesen Bereich steht ein qualifiziertes Team zur Verfügung. Dies umfasst Fachkräfte mit Master-Abschluss Soziale Arbeit, anerkannte Sozialarbeiter, Mitchell, NOVA, zertifizierte Experten für traumatischen Stress und zertifizierte Traumatherapeuten.



3. WERK BARAMATI IN INDIEN

Das Werk Baramati in Indien feierte im März 2017 die sogenannte Safety Week. Die „Woche der Sicherheit“ umfasste folgende Aktivitäten:



- Es wurde ein Banner mit der Aufschrift Safety Week im Werksgebäude angebracht und alle Mitarbeiter mussten ein Sicherheitsgelöbnis ablegen.
- Im Werk wurde eine Schulung zum Thema Sicherheitsbewusstsein für Vertragspartner durchgeführt. Am ersten Tag der Safety Week haben die Vertrags- und Vertriebspartner, die mit Ferrero zusammenarbeiten, ein Sicherheitsgelöbnis abgelegt. Im Anschluss daran fand eine einstündige Schulung für 24 Vertragspartner zu Themen wie allgemeine Sicherheitsanforderungen, Sicherheit von Gasbehältern, Bedeutung von PSAs, elektrische Sicherheit, Arbeitsfreigabesystem und Brandschutzsystem statt.
- Einen Malwettbewerb zum Thema Sicherheit für die Kinder der Mitarbeiter.

- Ein Quiz zum Thema Sicherheit.
- Mündliche Vorträge zum Thema Sicherheit. Im Rahmen der Safety Week wurden die Mitarbeiter dazu ermutigt, mündliche Vorträge zu den Themen Gesundheit und Sicherheit zu halten. Acht Mitarbeiter folgten diesem Aufruf. Dabei standen folgende Themen auf dem Programm:
 - Allgemeine Sicherheit
 - Sicherheit beim Führen von Fahrzeugen und im Straßenverkehr
 - Vorteile der Berichterstattung bei Beinahe-Unfällen (Sicherheit)
 - Verwestlichung: Fluch oder Segen für indische Frauen?
 - Der Beitrag von Frauen zur wirtschaftlichen Entwicklung einer Gesellschaft
- Für 71 Mitarbeiter wurde eine Erste-Hilfe-Schulung organisiert.
- Teilnahme an einer Sicherheits-Rallye. Um das Bewusstsein für das Thema Straßensicherheit zu erhöhen, wurde in einem nahegelegenen Unternehmen die „Road Safety Rally“ organisiert, an der auch 4 Ferrero-Mitarbeiter teilgenommen haben.
- Mobiler Blutspende-Dienst: insgesamt spendeten 137 Mitarbeiter Blut.
- Brandschutztraining: insgesamt nahmen 28 Mitarbeiter teil.

Baramati
Safety Week

FERRERO-MITARBEITER

FORTSETZUNG

SCHULUNGEN

2014/2015 haben wir ein System eingeführt, das es uns erlaubt, wichtige Daten zu unseren Schulungen im Bereich Gesundheit und Sicherheit zu sammeln. Im letzten Geschäftsjahr haben laut Schätzungen unserer Produktionsstätten über 17.000 Mitarbeiter an Schulungen zum Thema Gesundheit und Sicherheit teilgenommen (+10%), die entsprechenden Schulungsstunden belaufen sich auf insgesamt 103.000 (+20%).

Auf Grundlage der Anzahl an Mitarbeitern, die in 22 der in diesem Bericht einbezogenen Produktionsstätten tätig sind, beläuft sich die durchschnittliche Anzahl an angebotenen Schulungsstunden damit auf ca. 5,8 pro Mitarbeiter und Jahr (das sind 9% mehr als im Vorjahr). Die Themen der Schulungen variierten je nach Rolle der Teilnehmer (Werksarbeiter, Supervisor, Manager) und den spezifischen Risiken, denen diese ausgesetzt sind (elektrisches Risiko, enge Räume, Risiko beim Bedienen von Gabelstaplern). Ein besonderer Schwerpunkt lag auf Risiken in Zusammenhang mit Anlagen und Maschinen, wie Lockout-Tagout-Systeme und Notfallvorsorge (für Ersthelfer und Feuerwehr).

Jedes Jahr organisieren einige Werke eine „Safety Week“, um die Mitarbeiter im Hinblick auf eine Reihe unterschiedlicher Sicherheitsthemen zu sensibilisieren. Siehe 4 und 5



Mitarbeiter, die an Schulungen zum Thema Gesundheit und Sicherheit teilgenommen haben

+10%

4. WERK BALVANO IN ITALIEN

2016/2017 haben wir einen Wettbewerb mit dem Titel „Ihre Sicherheit ist wertvoll“ durchgeführt: Alle Mitarbeiter erhielten einen Flyer und wurden danach befragt, ob sie im Hinblick auf die im Werk bereits umgesetzten Maßnahmen zum Thema Gesundheit und Sicherheit positive Veränderungen beobachtet haben.

Das Ziel dieser Aktion bestand darin, die Werksarbeiter einzuladen die positiven Veränderungen zu entdecken (die häufig von Mitarbeitern vorgeschlagen wurden) und diese als Beispiele für die Zukunft zu nutzen. Alle, die positive Veränderungen benennen konnten, erhielten ein Freisprech-Set. Diese Geräte erhöhen die Straßensicherheit und können auch in Notfällen eingesetzt werden.



5. IMPLEMENTIERUNG EBR-INITIATIVE IM WERK ALBA IN ITALIEN

Letztes Jahr hat das Werk Alba an der EBR-Initiative „Verpflichtung zur Prävention“ teilgenommen: die erste Initiative, die sich an das gesamte Unternehmen und alle durch den EBR vertretenen Mitarbeiter richtete.

Das Dokument „Verpflichtung zur Prävention“ enthält 10 einfache Verhaltens- und Handlungsregeln, über die alle Werksarbeiter aufgeklärt wurden.

In einem ersten Schritt wurde ein Flyer verteilt, um die erste Regel („Verpflichtung: Wir sorgen uns um die Sicherheit eines jeden Einzelnen.“) durchzusetzen. Zusätzlich zum Flyer erhielten die Mitarbeiter ein Gadget: einen kleinen Anti-Stressball in Form eines Sicherheitshelms, auf dem ein Buchstabe abgebildet war. Jeder Werksarbeiter sollte diesen Helm nun einer anderen Person übergeben (im Unternehmen oder außerhalb), deren Name mit diesem Buchstaben beginnt. Zusätzlich wurden die Werksarbeiter darum gebeten, sich in kleinen Arbeitsgruppen

(10-15 Personen) zusammenzuschließen, um für jede dieser Regeln ein anwendbares Sicherheitsverhalten zu erarbeiten. Im Rahmen dieses Projektes werden alle 10 Verhaltens- und Handlungsregeln zum Thema Prävention bearbeitet.



Flyer 10 Verhaltens- und Handlungsregeln zum Thema Prävention



FERRERO-MITARBEITER

FORTSETZUNG

ZIELE FÜR DIE ZUKUNFT

Im Hinblick auf die Zukunft werden wir uns zu Folgendem verpflichten:

- Auf der ganzen Welt talentierte Mitarbeiter zu gewinnen, zu halten und zu motivieren, konsistent und ganzheitlich.
- In allen Märkten faire und wettbewerbsfähige Vergütungen sowie ausgewogene materielle und immaterielle Anerkennungen zu bieten, unter Berücksichtigung der lokalen bzw. regulatorischen Bedürfnisse, Anforderungen und Möglichkeiten.
- Eine inspirierende und motivierende Arbeitsumgebung zu gewährleisten, in der hoch engagierte Mitarbeiter zu einem nachhaltigen Unternehmenswachstum und nachhaltigen Ergebnissen beitragen.
- Verbesserung und Erweiterung der Ferrero Know-how Academies, um die Professionalität der Mitarbeiter, die das Unternehmenswissen und die Unternehmenswerte schützen und mit diesen arbeiten, zu stärken und weiterzuentwickeln.
- Weiterentwicklung bereits bestehender Stellenvermittlungsprojekte, um junge Arbeitskräfte zu gewinnen.
- Ausweitung der freiwilligen Initiativen zu den Themen Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, mit dem Ziel, eine Kultur der Gesundheit und Sicherheit zu fördern und die Beteiligung der Mitarbeiter zu erhöhen.
- Verbesserung unserer Standards zu Integration und Ethik einschließlich der Überarbeitung unseres Ethik-Kodexes.
- Beginn einer digitalen Transformation, um Geschäftsprozesse und Arbeitsweisen zu verbessern.



DIE FONDAZIONE FERRERO

„Arbeiten, Aufbauen, Zurückgeben“ sind die Leitwerte der Fondazione Ferrero.

Die Fondazione Ferrero wurde 1983 als soziale Einrichtung von Michele Ferrero, dem „Cavaliere del Lavoro (Ritter der Arbeit)“ und Inhaber des Verdienstordens für Arbeit der Republik Italien, gegründet. Dieser hat die Stiftung nach seinen Eltern und seinem Onkel, den Gründern des Süßwarenunternehmens, benannt. Die Stiftung, deren Vorsitz bereits seit ihrer Gründung in den Händen von Maria Franca Ferrero liegt, hat ihren Sitz in Alba (Italien), in der Provinz Cuneo, ganz in der Nähe der Produktionsstätte. 1991 wurde sie vom italienischen Innenministerium offiziell als Stiftung anerkannt. 2005 wurde ihre bedeutende gesellschaftliche Rolle vom italienischen Staatspräsidenten gewürdigt, der Maria Franca Ferrero mit der Goldmedaille für ihre Arbeit zur Förderung von Schulen, Kultur und Kunst auszeichnete.

Die Fondazione Ferrero vereint die ethischen Prinzipien der Familie Ferrero und ist somit auch ein Bezugspunkt für alle Unternehmen der Gruppe. So war sie beispielsweise Vorbild für die Opera Sociale in Stadtallendorf (Deutschland). Auch für alle Initiativen, die von Ferrero Frankreich für seine Mitarbeiter, ehemaligen Mitarbeiter und Kinder von Mitarbeitern

unterstützt werden, stand sie Pate. Dazu gehören zum Beispiel die Sozialstelle, die Kindertagesstätte, der Mini Club, die Sommercamps, schulische Unterstützung und Stipendien. Auch für das Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero, das derzeit in Afrika und Asien aktiv ist, diente die Stiftung als Vorbild.

Mit diesen Worten drückte Michele Ferrero 1983 den Wunsch aus, eine Stiftung ins Leben zu rufen, deren Initiativen in erster Linie den ehemaligen Mitarbeitern der Ferrero-Gruppe zugutekommen, die mindestens 25 Jahre für das Unternehmen tätig waren. Alle Aktivitäten der Fondazione Ferrero werden das ganze Jahr über geplant und durchgeführt.



Meine Familie und ich wollten eine Stiftung gründen, die den Beitrag, den selbstlosen Einsatz, den Sinn für Verantwortung und die wertvolle Loyalität zahlreicher Mitarbeiter wertschätzt.“

Michele Ferrero
1983



Das Jahr, in dem der italienische Staatspräsident Maria Franca Ferrero die Goldmedaille für ihre Arbeit zur Förderung von Schulen, Kultur und Kunst verliehen hat

2005



Die Fondazione Ferrero in Alba

DIE FONDAZIONE FERRERO

FORTSETZUNG

AKTIVES ALTERN UND SOZIALE PROJEKTE

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) definiert Gesundheit als „einen Zustand des vollständigen körperlichen, geistigen und sozialen Wohlergehens und nicht nur das Fehlen von Krankheit oder Gebrechen“. Die WHO betont die Tatsache, dass es sich hierbei um einen dynamischen Zustand handelt, bei dem biologische Balance eng mit intellektuellen und emotionalen Aspekten verknüpft ist. 2002 hat die WHO den Begriff „Aktives Altern“ eingeführt, um eine Form des Alterns zu beschreiben, bei der die Möglichkeiten in den Bereichen Gesundheit, Beteiligung und Sicherheit bestmöglich genutzt werden, um die Lebensqualität zu verbessern. Dabei werden nicht nur körperliche und produktive Aktivitäten gefördert, sondern auch die Fähigkeit, sich an sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen, spirituellen und zivilgesellschaftlichen Themen zu beteiligen, die für die Erfüllung von Bedürfnissen bzw. Wünschen von Individuen oder Gruppen wichtig sind.

Hierfür setzt sich die Fondazione Ferrero seit über 30 Jahren ein, mit dem Bewusstsein, dass erfolgreiches Altern durch das Zusammenspiel von Aktivitäten, einer bestimmten Haltung und Lebensphilosophie sowie Beziehungen ermöglicht wird. Die Förderung von Gesundheit und das Vorbeugen von Krankheiten durch ärztliche Kontrolle und körperliche Bewegung ist eines der Hauptziele dieses Konzeptes. Doch körperliche Leistungsfähigkeit ist nur ein Teil des allgemeinen Wohlbefindens. Mentale Fähigkeiten sind weitere Elemente, die das Wohlbefinden fördern und den Prozess des erfolgreichen Alterns unterstützen. Diese werden sowohl über spielerisch-kreative Aktivitäten als auch über soziale Beziehungen trainiert und drücken sich durch freiwillige Beteiligung und die Entwicklung produktiver Aktivitäten im weiteren Sinne aus. Die Stiftung fördert ein positives Image des Alterns: eine wertvolle Lebensphase, die es wert ist, das Beste daraus zu machen. Und zwar bei guter Gesundheit, um dem gesellschaftlichen Kapital jedes Einzelnen, dem Reichtum an Werten und der besonderen Weisheit, die das Alter mit sich bringt, Ausdruck zu verleihen.

Auf sozialer Ebene bietet die Fondazione Ferrero Rechtsberatung für ältere Menschen an und bezieht diese in kulturelle Veranstaltungen, einschließlich Konferenzen und Ausstellungen, mit ein.

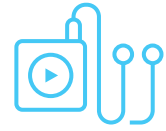
Die Stiftung bietet ehemaligen Ferrero-Mitarbeitern ein Programm, das die folgenden Bereiche umfasst: Kreatives, Freizeit, Soziales und Ehrenamt. Darüber hinaus können die langjährigen Mitarbeiter nach dem Austritt aus dem Unternehmen Sozial- und Gesundheitsservices sowie tägliche soziale und medizinische Unterstützung – in den

Bereichen Innere Medizin, Gastroenterologie, Neurologie und Neuropsychiatrie, Diabetologie, Prävention von Makulopathie, Osteopathie und Podologie – in Anspruch nehmen. Die Stiftung ermöglicht auch gesundheitliche und soziale Unterstützung zu Hause, organisiert allgemeine oder gezielte motorische Aktivitäten, Nordic-Walking-Gruppen, Pilates-Kurse sowie Kurse für Funktionales Training. Hierzu wird die Zusammenarbeit mit verschiedenen medizinischen Fachzentren fortgeführt, einschließlich der Makulastiftung Genua, dem Institut für Forschung und Behandlung von Krebs in Candiolo, dem Europäischen Institut für Onkologie in Mailand und dem Universitäts- und Forschungskrankenhaus IRCCS Ospedale San Raffaele in Mailand.

Im Rahmen von Gruppenaktivitäten werden neue Dinge erlernt, alte Freundschaften aufgefrischt und neue geschlossen. Die älteren Teilnehmer lernen voneinander und geben ihr Wissen weiter. Auf diese Weise entsteht ein soziales Netzwerk, das sich ständig erweitert. Die angebotenen Aktivitäten bieten nicht nur kognitive Anreize, sondern sind auch eine gute Gelegenheit, mit anderen Menschen zusammenzukommen und Beziehungen aufzubauen.

Es werden kreative Aktivitäten aus den unterschiedlichsten Bereichen angeboten, z. B. Druck, Keramik, Fotografie, Malen, Schneidern, Nähen, Sticken und Kochen. Tanzen, Theater, Singen, Literatur und Reisen sind weitere Themenbereiche, denen sich die ehemaligen Mitarbeiter in diesem Rahmen widmen können.

Bei einigen Gruppen spielt dabei auch Solidarität eine besondere Rolle, ob direkt praktiziert oder in Form von Arbeit, die anderen zugutekommt. Hierzu gehören Initiativen wie die Übernahme von Patenschaften oder die Organisation von Veranstaltungen und der Besuch von Seniorenheimen. Einige Teilnehmer leisten auch einen bürgerschaftlichen Beitrag: So gibt es eine Gruppe von ehrenamtlichen Fahrern, die kranke ältere Menschen zu Untersuchungs- oder Behandlungsterminen bringen. Um sicherzustellen, dass die Freiwilligen auch über das entsprechende Fachwissen verfügen, wurden spezielle



2017 hat der
medizinische und
soziale Hausdienst

1.064

Besuche bei ehemaligen
Ferrero-Mitarbeitern und
deren Partnern in Alba
durchgeführt

Nähkurs der Fondazione
Ferrero



Schulungen durchgeführt, in denen diese lernen, praktische und psychologische Unterstützung bei Krankheit, Hilfsbedürftigkeit und Einsamkeit zu leisten.

Auch ehemalige Mitarbeiter der Ferrero-Niederlassungen im Rest von Italien, die, wie Michele Ferrero sagte, „mit Engagement und Bestimmtheit zur Entwicklung des Unternehmens beigetragen haben“, können von der Philosophie der Stiftung profitieren. So organisieren sie regelmäßige Treffen, pflegen persönliche Beziehungen und teilen ihre Interessen und Vorlieben mit den anderen.

Die Initiativen der Fondazione Ferrero wurden in den letzten 30 Jahren ständig weiterentwickelt. Detaillierte Informationen zur Philosophie und Struktur der Stiftung finden sich in früheren CSR-Berichten.

DIE MEDIZINISCHE UND SOZIALE UNTERSTÜTZUNG

Im Jahr 2017 hat der medizinische und soziale Hausdienst der Stiftung 1.064 Hausbesuche bei ehemaligen Ferrero-Mitarbeitern und deren Partnern in Alba und Umgebung durchgeführt. Die ehemaligen Mitarbeiter und Partner besuchten insgesamt 2.064 Mal medizinische Einrichtungen, um dort Hilfe von Spezialisten zu erhalten: unter anderem in Form motorischer Aktivitäten oder Behandlungen in den Bereichen Neurologie, Diabetes, Podologie und Osteopathie.

Eine professionelle Krankenpflegekraft und eine Gruppe freiwilliger Pflegekräfte führten auch in diesem Jahr Blutentnahmen, Blutdruckmessungen, intramuskuläre und subkutane Injektionen, EKGs, Messungen des Blutzuckerspiegels und Medikationen durch. Der Pflegedienst hat 4.715 Pflegeleistungen erbracht.

Im Rahmen eines Kurses für Funktionales Training können ehemalige und ältere, noch aktive Mitarbeiter an allgemeinen und themenspezifischen Sportgruppen sowie an Nordic Walking und Pilates teilnehmen. Hier lag die Teilnehmerzahl in diesem Jahr bei 19.943.

Das Screening-Programm zur Prävention und frühzeitigen Diagnose von altersbedingter Makuladegeneration in Kooperation mit der Makulastiftung Genua erzielt auch

„Die Stiftung bietet Rechtsberatung für ältere Menschen an und bezieht diese in kulturelle Veranstaltungen, einschließlich Konferenzen und Ausstellungen, mit ein.“



Nordic Walking

weiterhin beste Ergebnisse zum Schutz der Gesundheit. Seit Beginn des Programms im Jahr 2005 haben 1.647 ehemalige Mitarbeiter am Screening-Programm teilgenommen.

Sehr erfolgreich fortgesetzt wurde auch das Forschungsprojekt in Kooperation mit der lokalen Gesundheitsversorgung ASL CN2 Alba-Bra. Im Rahmen dieser prospektiven Beobachtungsstudie wird untersucht, ob Personen, die integrative medizinische Angebote nutzen, gesundheitliche Vorteile gegenüber der Allgemeinbevölkerung haben.

Außerdem gibt es ein weiteres Forschungsprojekt in Kooperation mit der Katholischen Universität vom Heiligen Herzen in Mailand und der Gemelli-Klinik in Rom.

GESUNDHEITLICHE UND SOZIALE UNTERSTÜTZUNG ZU HAUSE UND MEDIZINISCHES LABOR

Die Fondazione Ferrero bietet einen medizinischen und sozialen Hausdienst für ältere und ehemalige Mitarbeiter und deren Partner in Alba und Umgebung an. Dieser Dienst arbeitet mit Familienmitgliedern und Ärzten in allen Fällen zusammen, in denen ein ehemaliger Mitarbeiter medizinische Versorgung zu Hause benötigt. Dabei soll der Dienst die integrierte Hauspflege ADI (Assistenza Domiciliare Integrata) des lokalen Gesundheitssystems ASL CN2 nicht ersetzen, sondern diese ergänzen.



Teilnahmen am Kurs Funktionales Training, der von der Fondazione Ferrero organisiert wird

19.943



Die CSR-Berichte der Ferrero-Gruppe finden Sie unter: www.ferreroocr.com

DIE FONDAZIONE FERRERO

FORTSETZUNG

Dank einer Gruppe von Freiwilligen und der Bereitstellung eines entsprechenden Fahrzeugs kann die professionelle Pflegekraft direkt bei den Patienten zu Hause Unterstützung leisten. Dies ist der erste Schritt, um ein solides Netzwerk an Fachkräften aufzubauen, zu dem Mitglieder des medizinischen und sozialen Dienstes der Fondazione Ferrero ebenso gehören wie der behandelnde Arzt und die pflegenden Angehörigen der Patienten.

Die klinischen Daten und Informationen jedes Patienten werden gesammelt und in eine Datenbank eingetragen, um eine Bewertung des Gesundheitszustandes auf mehreren Ebenen zu ermöglichen. Auf diese Weise können sich alle Mitglieder des medizinischen Teams ein umfassendes klinisches Bild jedes Patienten machen, Fortschritte überwachen und die Behandlung rechtzeitig an eventuelle Veränderungen anpassen.

DER FERRERO-BETRIEBSKINDERGARTEN „IL NIDO“

Der Ferrero-Betriebskindergarten existiert seit Herbst 2009. Er kann 80 Kinder zwischen drei Monaten und drei Jahren aufnehmen. Mitarbeiter erhalten besonders günstige Konditionen. Zwischen 5% und 10% der Plätze sind, wie von der Gemeinde beschlossen, für Kinder aus Alba reserviert.

Seit seiner Gründung hat sich der Ferrero-Betriebskindergarten als Ort etabliert, der nicht nur den perfekten Rahmen für die Kleinen bildet, sondern auch von den Eltern, Erziehern und Sozialarbeitern genutzt wird, um sich zu informieren, auszutauschen, kreativ zu werden, weiterzubilden und gegenseitig zu unterstützen.

Der Kindergarten ist in einem modernen, kindgerechten Gebäude untergebracht und bietet eine sichere und saubere Umgebung, in der sich die Kinder frei bewegen, ausruhen, spielen und Spaß haben können.

Der Kindergarten berät und unterstützt die Familien, organisiert Treffen und fördert den Austausch zu Erziehungsfragen sowie im Hinblick auf eine gesunde Entwicklung der Kinder. Es gibt eine Reihe didaktischer Angebote, wie zum Beispiel Spielräume, Mal- und Musikurse sowie kreative Aktivitäten. Darüber hinaus bietet der Außenbereich den Kindern je nach Jahreszeit direkten Kontakt zur Natur.

Außerdem ist der Kindergarten mit einer eigenen Küche ausgestattet, in der frische und saisonale Produkte verarbeitet werden. Einige unserer ehemaligen Mitarbeiter besuchen den Kindergarten, um dort – quasi als „Großeltern“ – gemeinsam mit den Kindern und Eltern an Aktivitäten teilzunehmen. Als „Großeltern“ investieren

sie hier ihre Zeit, Erfahrung und Zuneigung. Sie lesen den Kindern Geschichten vor, helfen bei der Essenszubereitung, basteln oder gärtnern mit den Kleinen.

Der medizinische Dienst der Fondazione Ferrero bietet im Ferrero-Betriebskindergarten auch einen Beratungsdienst an, der sich um kleinere Verletzungen oder Krankheiten kümmert, die keine Notfallversorgung erfordern. Zudem finden monatliche Treffen mit der Leitung sowie eine regelmäßige Abstimmung mit den Kinderärzten der lokalen Gesundheitsversorgung statt. Schließlich werden auch regelmäßig Weiterbildungsveranstaltungen für die Erzieher und das Kindergartenpersonal organisiert.

MASTERSTUDIENGANG ERNÄHRUNGSWISSENSCHAFT UND -TECHNOLOGIE – „MICHELE FERRERO“

Im Rahmen dieses Studiengangs sollen Experten in den Bereichen Technologie, Biomedizin und Chemie ausgebildet werden. Er richtet sich an Personen, die später in der Produktion eines Lebensmittelunternehmens oder in einem Forschungs- und Entwicklungslabor aus diesem Bereich arbeiten wollen.

Im Rahmen des Masterstudiengangs wird auch darauf eingegangen, wie die Lebensmittelindustrie ihre Produktion im Hinblick auf die sich wandelnden Bedürfnisse von Verbrauchern, Veränderungen des Lebensstils und die Folgen der Globalisierung für Verbraucher anpasst. Die beiden Absolventen mit den besten Abschlüssen erhalten einen Geldpreis von jeweils 5.000 Euro. Ein weiterer Preis in gleicher Höhe wird für die beste Abschlussarbeit vergeben.

Auch in diesem Jahr hat die Fondazione Ferrero Alba die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Universität Turin für den Masterstudiengang Ernährungswissenschaft und -technologie – „Michele Ferrero“ fortgeführt.



Ehemalige Mitarbeiter und Kinder im Kindergarten



Der Ferrero-
Betriebskindergarten
existiert seit Herbst

2009



Piero Bianucci und
Massimo Livi Bacci
während einer Konferenz

ERFOLGREICHER KONGRESS 2017 ZUM THEMA „ALTERN“: CHANCEN IM ALTER

2017 fand unter der Schirmherrschaft des Europäischen Parlaments ein Kongress zum Thema Altern statt. Der Kongress, für den sich ECM Credits für alle Gesundheitsberufe anrechnen lassen, umfasste drei intensive Tage des Studiums, Trainings und Austauschs, in deren Rahmen das Thema Altern mit Beiträgen von Experten und internationalen Gästen aus einer wissenschaftlichen und sozialen Perspektive beleuchtet wurde.

Der zweimal jährlich stattfindende Kongress wurde – in Zusammenarbeit mit der Universität Turin und der Katholischen Universität vom Heiligen Herzen Mailand – bereits zum dritten Mal durchgeführt. Die Durchführung wurde angetrieben durch das wachsende Interesse am Thema, sowohl seitens der Fachkräfte aus dem Gesundheitswesen als auch seitens der Medien. Die Veranstaltung bot eine wichtige Chance zur Reflexion über das aktuelle und dringliche Thema „Alterung der Gesellschaft“. Die steigende Lebenserwartung der Menschen ist ein Phänomen mit zwei Gesichtern: Auf der einen Seite wird diese Entwicklung als Fortschritt des zwanzigsten Jahrhunderts in den Bereichen Medizin und Gesundheit, Wirtschaft und Soziales gewertet, insbesondere in industrialisierten Ländern. Auf der anderen Seite führt die Tatsache, dass die Menschen

immer älter werden, genau in diesen Bereichen in naher Zukunft zu besonderen Herausforderungen und Belastungen für die allgemeine Gemeinschaft.

Der Kongress war in vier Sitzungen unterteilt, in denen unter anderem folgende Themen diskutiert wurden: Lebensdauer und Gebrechlichkeit, mit Beiträgen von Medizinforschern und Ärzten; Wirtschaft/Wohlfahrt und Technologie/Umwelt – hier wurden die Verbindungen und allgemeinen Folgen des Themas in Hinblick auf den Wohlfahrtsstaat und das Rentensystem erläutert; Nanotechnologie und Robotertechnik; technische Assistenzsysteme für Behandlung & Pflege; globaler Klimawandel. Am dritten Tag wurden die erarbeiteten Ergebnisse der allgemeinen Öffentlichkeit präsentiert. Unter dem Titel „Die Wissenschaft des langen Lebens“ und unter der Leitung von Piero Bianucci fand eine Roundtable-Veranstaltung statt, an der unter anderem Piero Angela, Marcello Cesa-Bianchi (Gründer des Psychologischen Instituts der Medizinischen Fakultät der Universität Mailand), Giancarlo Isaia (Professor für Geriatrie an der Universität Turin) und Maria Rita Parsi (Schriftstellerin, Psychologin und Psychotherapeutin bei der Stiftung Fabbrica della Pace Movimento Bambino Onlus) teilnahmen. Angela und Cesa-Bianchi, 89 und 91 Jahre alt, nahmen stellvertretend für alle teil, die erfolgreich altern.



Anzahl der Treffen,
die im Rahmen des
Projektes für ältere und
ehemalige Mitarbeiter
durchgeführt werden

6

DIE FONDAZIONE FERRERO

FORTSETZUNG

WEITERBILDUNG FÜR DIE FAMILIE

Die Stiftung bietet einen kostenlosen Kurs an, der von Frau Professor Maria Rita Parsi entwickelt wurde. Er bietet Familien älterer und ehemaliger Ferrero-Mitarbeiter Gelegenheit, darüber zu sprechen, wie sich das Verständnis von Familie entwickelt hat und auf schwierige Themen und Beziehungen innerhalb und außerhalb des Familienverbands einzugehen. Der Kurs soll den Teilnehmern Denkanstöße liefern und ihnen dabei helfen, ein stärkeres Bewusstsein für die täglichen Probleme innerhalb der Familie oder auch in breiteren gesellschaftlichen Zusammenhängen zu entwickeln sowie diese Probleme besser zu erkennen und zu lösen. Er ist in sechs Treffen unterteilt und umfasst theoretische Einheiten sowie Workshops.

KULTURELLE PROJEKTE

Die Fondazione Ferrero fördert die Teilnahme an kulturellen Veranstaltungen und Aktivitäten. Sie bietet Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie Möglichkeiten zum Ideen- und Wissensaustausch. Eine Ausstellung im Jahr 1998, die den Landschaften der Langhe – heute ein Weltkulturerbe der UNESCO – und den Künstlern gewidmet war, die sich bei ihren Werken von dieser Region inspirieren ließen, markiert das Debüt der Fondazione Ferrero im Bereich Bildende Kunst. Seitdem organisiert und unterstützt die Stiftung zwei Mal pro Jahr Ausstellungen mit historischem und künstlerischem Bezug, die sich durch eine besondere wissenschaftliche Genauigkeit sowie originelle Ideen und Konzepte auszeichnen. Das Interesse und die Aktivitäten der Stiftung reichen dabei vom römischen Zeitalter bis zum zwanzigsten Jahrhundert. Die Projekte sind entweder einem speziellen Thema gewidmet, das dann von verschiedenen Künstlern beleuchtet wird, oder es handelt sich um eindrucksvolle Retrospektiven, die in Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Einrichtungen und Museen veranstaltet werden. Ein besonderes Augenmerk gilt dem Thema Weiterbildung, das einen festen Bestandteil der Kunstaussstellungen bildet.

Die Fondazione Ferrero vergibt jedes Jahr nationale und internationale Stipendien an Kinder von Mitarbeitern und ehemaligen Mitarbeitern und unterstützt wissenschaftliche Forschungsprojekte sowie Doktoranden.

Die speziellen Führungen für Schulklassen durch die Ausstellungen basieren auf einem spielerischen, kreativen und lernfördernden Ansatz, mit dem die Entdeckungslust und Kreativität der Kinder angeregt werden soll. Zehntausende Menschen, die besonders die hohe Qualität der gezeigten Arbeiten schätzen, haben die kostenlosen Ausstellungen bereits besucht. Die Ausstellungen spiegeln konkret und konsistent die Verpflichtung zur sozialen Verantwortung des Unternehmens wider, der sich die Familie Ferrero verschrieben hat.

Einige Beispiele an Themen früherer Ausstellungen, Konferenzen und Veröffentlichungen: Der Renaissance-Maler Macrino d'Alba und die Primitivi Piemontesi; der aus Alba stammende Kunsthistoriker Roberto Longhi (1890-1970); Künstler Pinot Gallizio (1902-1964), einer der Gründer der Situationistischen Internationale; Giuseppe Vernazza (1745-1822), Politiker und Gelehrter mit vielseitigen Interessen; der römische Kaiser Publius Helvius Pertinax, der im zweiten Jahrhundert n. Chr. lebte, und Jurist Pietrino Belli, ein Jurist aus dem 16. Jahrhundert und Pionier auf dem Gebiet des internationalen Rechts und der Menschenrechte. Im Namen von Roberto Longhi hat die Stiftung eine Ausstellung ermöglicht, die den Landschaften von Giorgio Morandi gewidmet war, gefolgt von berühmten Anthologien der Werke von Carlo Carrà, Felice Casorati und Giacomo Balla. Im Bereich Literatur hat sich die Stiftung seit 1996 besonders dem Schriftsteller Beppo Fenoglio (1922-1963) in Form eines Dokumentationszentrums gewidmet. Dieses steht Wissenschaftlern, Studenten und Interessierten offen und es werden verschiedene Initiativen zum Thema gefördert. Die Fondazione Ferrero vergibt jedes Jahr nationale und internationale Stipendien an Kinder von Ferrero-Mitarbeitern und ehemaligen Mitarbeitern und unterstützt wissenschaftliche Forschungsprojekte sowie Doktoranden.



In diesem Jahr feierte die Fondazione Ferrero mit einer Ausstellung ihr Debüt im Bereich Bildende Kunst

1998

Rossella Spinosa und Alessandro Calcagnile geben ein Konzert

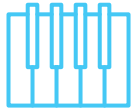


Im Rahmen der Ausstellung FuTurBalla fanden folgende Events statt:

- Mario Verdone: Porträt eines Intellektuellen ohne Grenzen, zusammen mit seinen Söhnen Luca und Carlo Verdone. Zu Ehren von Mario Verdone, Professor für Filmgeschichte und -kritik an der Universität „La Sapienza“ in Rom und Experte für alle Formen von Unterhaltung, Kunstkritiker, Essayist, Schriftsteller und Poet, wurde ein Kongress veranstaltet, in dessen Rahmen insbesondere seine Studien und seine Leidenschaft für Futurismus und futuristische Kinematographie thematisiert wurden.
- In Zusammenarbeit mit dem Alba Musikfestival wurde ein Konzert von PianoX2 – dem Pianisten-Duo Rossella Spinosa und Alessandro Calcagnile – organisiert. Das Programm des Konzertes war dem russischen Komponisten Igor Strawinsky gewidmet. Zunächst wurde die Komposition „Feu d’artifice“

dargeboten, eine „Fantasie“, die Strawinsky für den berühmten Theater-Impresario Sergei Diaghilev geschrieben und seinem Lehrer Rimsky-Korsakow gewidmet hat. Die Oper inspirierte den berühmten Theater-Impresario Diaghilev, der darin Material für eine ganz neue und überraschende Form russischen Balletts sah. „Feu d’artifice“ wurde am 12. April 1917 im Costanzi Theater in Rom uraufgeführt, mit einem Bühnenbild von Giacomo Balla, für den Künstler der einzige mögliche Kandidat für diese Aufgabe.

- Im Rahmen der Ausstellung FuTurBalla wurde außerdem auch der Dokumentarfilm „Giacomo Balla et le Futurisme“ von Jack Clemente gezeigt. Dabei handelte es sich um eine französische Fernsehproduktion, die Teil eines Zyklus zum Thema „Die großen Bewegungen in der Malerei des 20. Jahrhunderts“ bildete und 1972 den Silbernen Löwen beim Filmfestival in Venedig gewann.



In Zusammenarbeit mit dem Alba Musikfestival wurde ein Konzert von PianoX2 – dem Pianisten-Duo Rossella Spinosa und Alessandro Calcagnile – organisiert



DIE FONDAZIONE FERRERO

FORTSETZUNG

Die Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero hat 2017 die folgenden Veranstaltungen organisiert:

- **Luca Mercalli**, Klimatologe, Herausgeber der Zeitschrift *Nimbus* und Präsident der italienischen Gesellschaft für Meteorologie (Società Meteorologica Italiana), die 1865 gegründet wurde. Titel der Konferenz: Der Treibhauseffekt: Wie wirkt er sich auf die Umwelt aus?
- **Carlo Alberto Redi**, Professor für Zoologie und Entwicklungsbiologie an der Universität Pavia. Titel der Konferenz: Der DNA-Effekt: Das Projekt des Lebens entziffern, erstellen und korrigieren.
- **Claudio Marazzini**, Präsident der Accademia della Crusca, Professor für Geschichte und italienische Sprache an der Universität Ostpiemont. Titel der Konferenz: Der „Petaloso“-Effekt: Von Dante bis zum Itangliano.
- **Massimo Livi Bacci**, Demografie-Experte, emeritierter Professor der Universität Florenz. Titel der Konferenz: Der Baby-Effekt.
- **Riccardo Zecchina**, Professor für Theoretische Physik an der Bocconi Universität Mailand, Leiter der Abteilung Computational Biology Unit bei der Human Genetics Foundation. Titel der Konferenz: Der Effekt der künstlichen Intelligenz. Die Revolution der Algorithmen.
- **Maurizio Ferraris**, Professor für Theoretische Philosophie an der Universität Turin. Titel der Konferenz: Der Effekt des Denkens. Wie sich die Philosophie entwickelt.

Im Hinblick auf das musikalische Angebot wurde die Zusammenarbeit mit der *Unione musicale di Torino*, einer 1946 gegründeten gemeinnützigen Organisation, sowie mit dem *Italy & Usa Alba Music Festival*, unter der Leitung der Musiker Giuseppe Nova, Jeffrey Silberschlag und Larry E. Vote, weitergeführt.

Die internationale Mitarbeiterzeitung *Filodiretto* erschien auch in diesem Jahr vier Mal und wurde an über 20.000 Mitarbeiter und ehemalige Mitarbeiter der Ferrero-Gruppe in aller Welt versandt. Die Zeitschrift wird in vier Sprachen übersetzt (Englisch, Deutsch, Französisch und Spanisch) und liefert einen Überblick über die Aktivitäten der Ferrero-Gruppe, der einzelnen Gruppengesellschaften und der Fondazione Ferrero.

ZIELE FÜR DIE ZUKUNFT

Die Ausstellung „Von Nichts zum Traum. Dada und Surrealismus in der Sammlung des Museums Boijmans Van Beuningen“ befindet sich derzeit in der Planung. Die Ausstellung über Dadaismus und Surrealismus wird eine internationalere Dimension eröffnen. Das Projekt ist das Ergebnis einer Zusammenarbeit mit dem Museum Boijmans Van Beuningen in Rotterdam, einer langjährigen und renommierten niederländischen Institution, die für ihre berühmte Surrealisten-Sammlung bekannt ist. Die Ausstellung wird von Marco Vallora kuratiert und vom 27. Oktober 2018 bis zum 25. Februar 2019 in den Räumen der Fondazione Ferrero in Alba für die Öffentlichkeit zu sehen sein.

Als Teil unserer sozialen Maßnahmen wird ein neues Kindergartenprojekt entwickelt. Das Projekt zur Unterstützung von Vorschulkindern ergänzt das Angebot der Ferrero-Gruppe für die Familien der Mitarbeiter.



Die *Unione musicale di Torino* wurde gegründet im Jahr

1946



MICHELE FERRERO ENTREPRENEURIAL PROJECT



Große Persönlichkeiten sind wie Wolken: Sie sammeln Wasser, um es dann zu verteilen.“

Kalidasa, (कालिदास) 4. - 5. Jhdt. n. Chr.

Der unternehmerische und philanthropische Geist, der Ferrero seit seiner Gründung auszeichnet, war die wichtigste Quelle der Inspiration für die Imprese Sociali Ferrero (Soziale Unternehmen Ferrero). Diese wurden vor mehr als zwölf Jahren in Kamerun aufgebaut und später auch in Südafrika und Indien realisiert. 2015 wurden sie dann in „Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero“ umbenannt, in Gedenken an den „Cavaliere del Lavoro“ (Ritter der Arbeit) Michele Ferrero, dem sie in jeder Phase ihrer Entwicklung sehr am Herzen lagen und der sie nach allen Kräften unterstützt hat.

Cavaliere del Lavoro (Ritter der Arbeit) Michele Ferrero
26. April 1925 – 14. Februar 2015

Das Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero umfasst vollwertige Unternehmen, die als solche darauf ausgerichtet sind, Gewinn zu erzielen. Dennoch liegt ihnen eine soziale Idee zugrunde, denn sie sollen in den weniger begünstigten Regionen der Schwellenländer Arbeitsplätze schaffen. Sie führen Initiativen mit sozialem und humanitärem Charakter durch, um in diesen Ländern die Gesundheit, Bildung und soziale Weiterentwicklung von Kindern und jungen Erwachsenen zu fördern. Unabhängig davon, ob positive Bilanzergebnisse erzielt werden oder nicht.

Der „soziale Geist“ ist bei allen humanitären Initiativen spürbar, die in den Gebieten des Projektes durchgeführt werden. Für die Initiativen des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero wurde das untenstehende Symbol gewählt:

Das Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero ist seit 2005 in Kamerun (Yaoundé), seit 2006 in Südafrika (Walkerville/Midvaal, Gauteng) und seit 2007 in Indien (Baramati/Pune, Maharashtra) aktiv.



Kamerun
(Yaoundé)



Südafrika (Walkerville/
Midvaal, Gauteng)



Indien (Baramati/Pune,
Maharashtra)

MICHELE FERRERO
ENTREPRENEURIAL PROJECT



9 Das Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero in Indien bezieht sich nur auf die Aktivitäten im Werk Baramati.

PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO

FORTSETZUNG

DIE MISSION DES PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO

Schaffung von Arbeitsplätzen

Das Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero bietet den Menschen in den Gemeinschaften, in denen es tätig ist, nicht nur die Chance, ein Einkommen zu erzielen, mit dem sie für sich und ihre Familien sorgen können, sondern verfolgt außerdem das Ziel, den arbeitenden Männern und Frauen Würde zu verleihen.

Es ermöglicht ihnen, ihr Schicksal selbst in die Hand zu nehmen, indem es ihnen eine professionelle Ausbildung

sowie den Erwerb spezifischer Fähigkeiten ermöglicht. Darüber hinaus fördert es eine moderne, industrielle Arbeitskultur.

Die Eröffnung von Produktionsstandorten bietet Geschäftsmöglichkeiten für zahlreiche lokale Unternehmen. Darüber hinaus werden für die Herstellung von Ferrero-Produkten bevorzugt lokal beschaffte Rohstoffe eingesetzt, um weitere Arbeitsplätze entlang der gesamten Lieferkette zu schaffen und damit die wirtschaftliche Entwicklung und den Wohlstand der gesamten Gemeinschaft vor Ort zu fördern.



Sozialfonds
ermöglichen die
Durchführung
spezifischer sozialer
Projekte über einen
Zeitraum von

3 Jahren





Realisierung sozialer und humanitärer Projekte und Initiativen

Hierfür ist ein Sozialfonds eingerichtet worden, dessen Höhe sich nach dem jährlichen Produktionsvolumen des jeweiligen Werkes richtet. Der Gesamtbetrag des Sozialfonds wird dann auf ein lokales Bankkonto überwiesen und gemäß eines 3-Jahres-Plan für die Durchführung spezifischer sozialer Projekte verwendet, die gemeinsam mit lokalen Institutionen und auf Empfehlung der Fondazione Ferrero ausgewählt werden.

Bei den bisher durchgeführten sozialen und humanitären Initiativen des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero lag der Schwerpunkt insbesondere auf der Unterstützung von Kindern in den Bereichen Bildung und Gesundheit. Dazu gehören unter anderem: Der Wiederaufbau und die Renovierung öffentlicher Schulen und Kindergärten; die Unterstützung sozialer Einrichtungen für Kinder ohne festen Wohnsitz sowie Seminare für Jugendliche, um diese über die Prävention übertragbarer Krankheiten aufzuklären.



PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO

FORTSETZUNG

BESCHÄFTIGUNGSENTWICKLUNG UND SOZIALE AUSWIRKUNGEN

Zum 31. August 2017 arbeiteten 2.895 Personen für Werke, die zum Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero gehören; dies entspricht etwa 6,9% aller Mitarbeiter der Ferrero-Gruppe.

Diese Zahl setzt sich wie folgt zusammen: 206 Mitarbeiter in Kamerun, 2.349 in Indien und 340 in Südafrika.

Im Hinblick auf die Höhe der möglichen Mitarbeiterkapazitäten liegt das Werk in Indien auf Platz vier der insgesamt 23 Werke der Ferrero-Gruppe.

Auf jeden direkt im Süßwarenereich beschäftigten Arbeitnehmer kommt mindestens ein Arbeitnehmer in der lokalen Lieferkette (Beschaffung von Rohstoffen und Verpackungen, Logistik-Dienstleistungen). Dies trägt dazu bei, einen positiven Kreislauf in Gang zu setzen, der die notwendigen Bedingungen für eine nachhaltige Entwicklung in den Gemeinschaften fördert, in denen das Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero tätig ist.

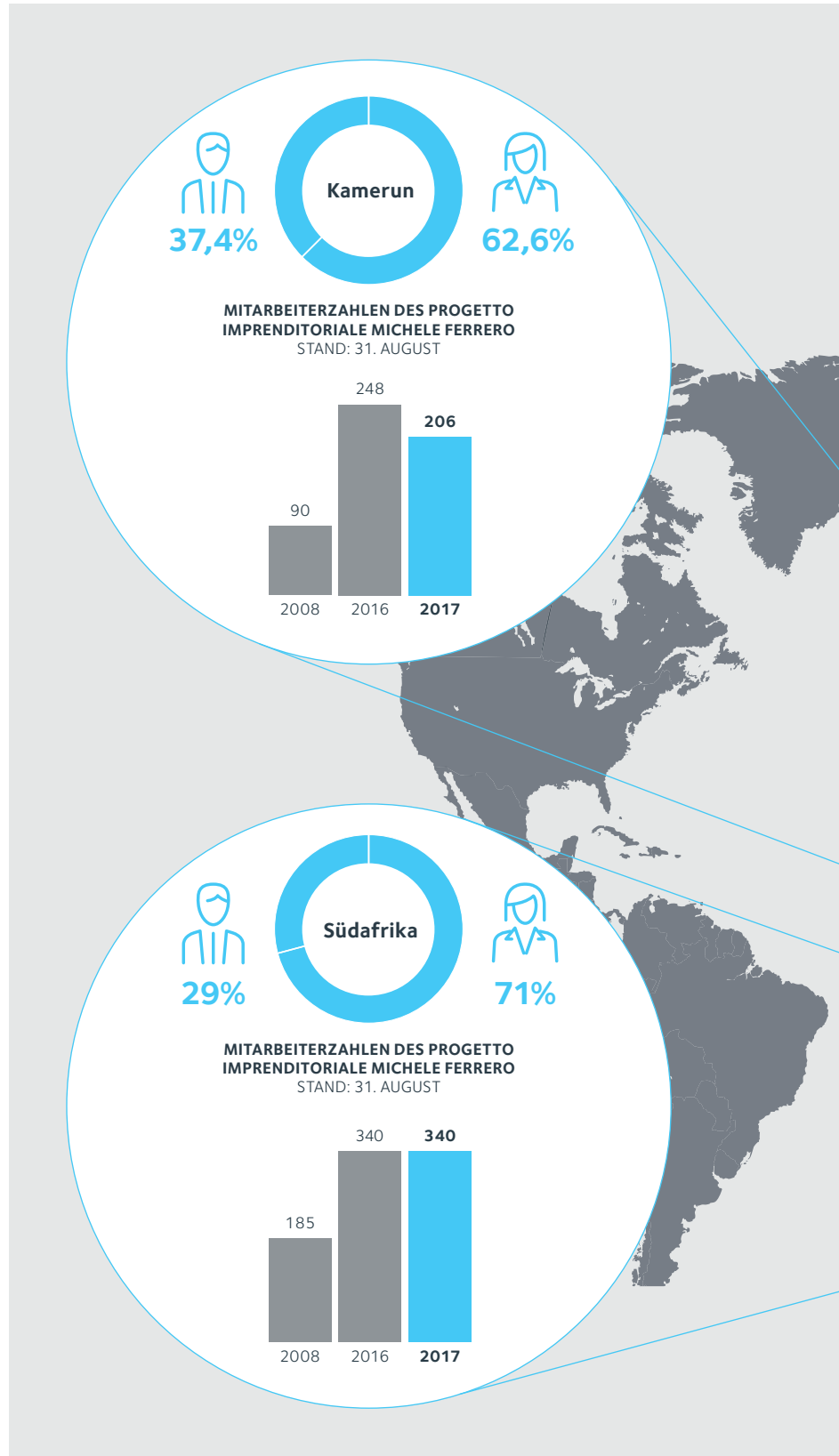
Der prozentuale Anteil der Frauen an der Belegschaft der Werke des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero ist in Südafrika und Kamerun hoch. Dagegen ist die Zahl der weiblichen Mitarbeiter in Indien geringer, was vor allem auf kulturelle, wirtschaftliche und logistische Gründe zurückzuführen ist, durch die die soziale Mobilität indischer Frauen erheblich eingeschränkt wird.

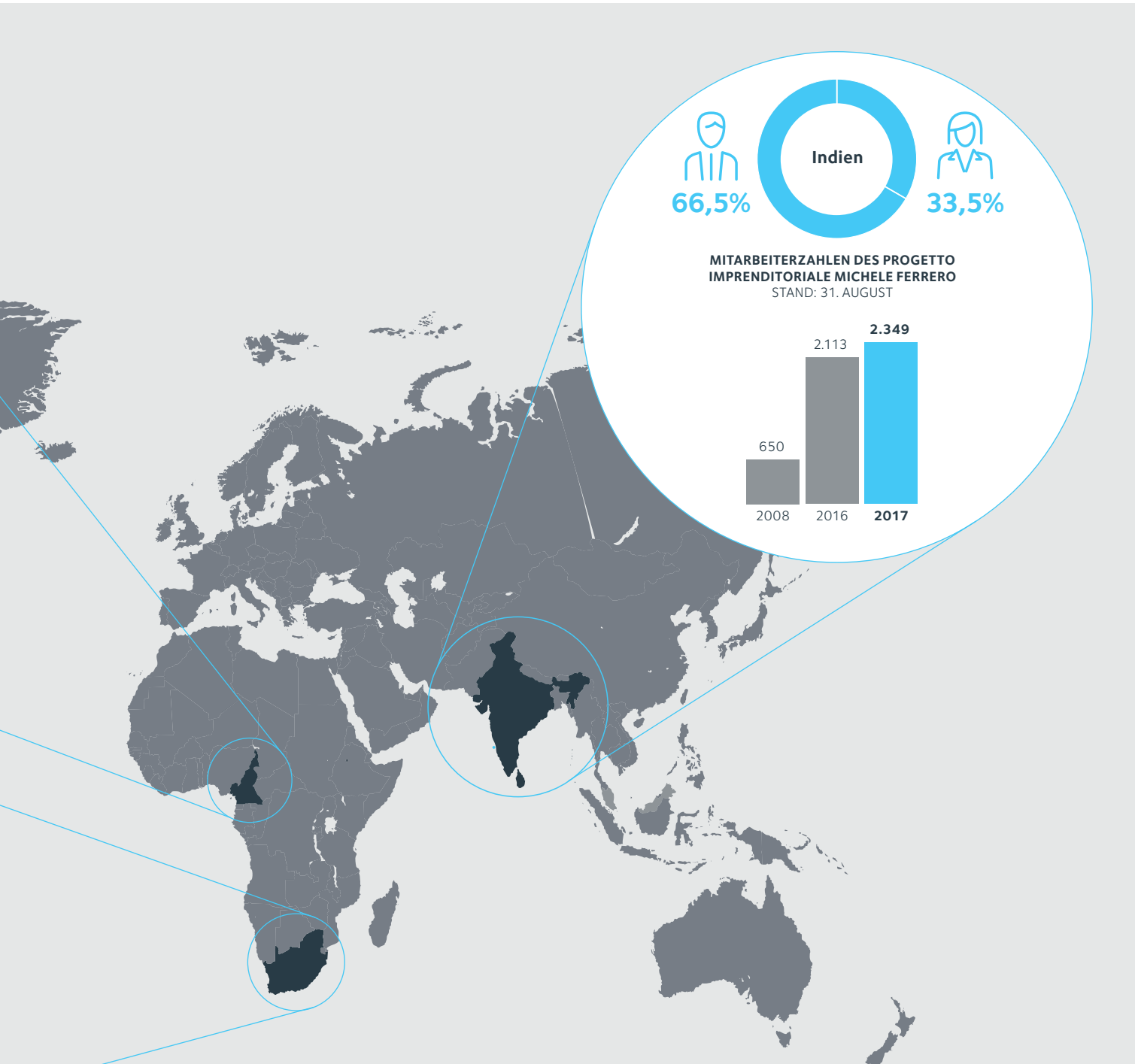
Seit seiner Gründung wurde die soziale Mission des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero auf Projekte und Initiativen ausgeweitet, die auf ein ganz spezifisches Interesse der lokalen Gemeinschaften ausgerichtet sind, in denen das Projekt tätig ist. Der Schwerpunkt dieser Projekte und Initiativen, die in enger Zusammenarbeit zwischen der Fondazione Ferrero und lokalen Institutionen umgesetzt werden, liegt insbesondere auf Gesundheitsvorsorge, Bildung und soziale Entwicklung von Kindern und Jugendlichen.



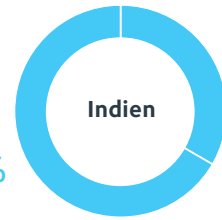
Eine ausführlichere Beschreibung der in den vergangenen Jahren durchgeführten Initiativen und Maßnahmen findet sich in den früheren CSR-Berichten, die unter www.ferrerocsr.com, und auf der Website des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero www.progettoimprenditorialemf.it zur Verfügung stehen.

¹⁰ Diese Zahl schließt auch externe Ferrero-Mitarbeiter ein, wie etwa Mitarbeiter mit Zeitverträgen oder Außendienstmitarbeiter, Trainees und Praktikanten sowie Mitarbeiter in anderen direkten Beschäftigungsverhältnissen, mit Ausnahme von Dienstleistungsverträgen.



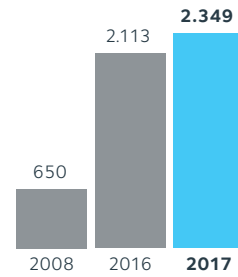


66,5%



33,5%

MITARBEITERZAHLEN DES PROGETTO
IMPREDITORIALE MICHELE FERRERO
STAND: 31. AUGUST



- Die Aufteilung nach Geschlecht bezieht sich nur auf Ferrero-Mitarbeiter (Mitarbeiter, die in den Werken angestellt sind, in denen Projekte durchgeführt werden, ausgenommen Mitarbeiter der Business Unit);
- Die Mitarbeiterzahlen beziehen sich auf Ferrero-Mitarbeiter und externe Arbeiter (nur mit Zeitverträgen).

PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO

FORTSETZUNG

ENTWICKLUNG DER INDUSTRIELLEN AKTIVITÄTEN: LOKALE AUSWIRKUNGEN UND RELEVANZ INNERHALB DER GRUPPE

Ein besonderer Schwerpunkt der Produktionsaktivitäten des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero bilden die Produkte der kinder® Linie.

kinder® Produkte sind auf der ganzen Welt bekannt und haben eines gemeinsam: Mit ihrer hohen Qualität, Sorgfalt bei der Herstellung und angemessenen Portionsgrößen leisten sie einen Beitrag dazu, dass Kinder und Jugendliche, basierend auf einer gesunden emotionalen und kognitiven Entwicklung, glücklich aufwachsen und ein vertrauensvolles Verhältnis zu den Eltern aufbauen können.

In den Produktionsstätten des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero kommen die folgenden Produktionsverfahren zur Anwendung:

- Technologisch innovative und automatisierte Produktionsanlagen (für die Lebensmittelkomponente des Produkts), um die gleiche Produktqualität und -sicherheit zu gewährleisten, die auch im Rest der Welt die Produkte von Ferrero auszeichnet;
- Manuelle Verfahren für die Herstellung der Non-Food-Komponenten (vor allem bei der Produktion von kinder® Joy, das in Italien unter dem Namen kinder® Merendero bekannt ist), sowie bei anderen Nebentätigkeiten, um Beschäftigungsmöglichkeiten für so viele Menschen wie möglich zu bieten.

In allen drei Werken des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero wird die Lebensmittelkomponente von kinder® Joy auf die gleiche Weise hergestellt. In Indien und Südafrika wird tic tac® mithilfe automatisierter, von Ferrero entwickelter Technologien hergestellt, während das Verpacken der Ware halbmanuell erfolgt. Im Geschäftsjahr 2016/2017 wurden 72% der landwirtschaftlichen Rohstoffe für diese Werke bei lokalen Erzeugern eingekauft, dies entspricht den Zahlen des Vorjahres.

Durch die lokale Beschaffung der Rohstoffe werden entlang der Lieferkette weitere Arbeitsplätze geschaffen. In Kamerun wird die Entscheidung der Ferrero-Gruppe, das dortige Werk noch stärker zu einem Forschungs- und Experimentierzentrum für Rohstoffe sowie zu einem Standort für die Produktion von Halbfertigerzeugnissen auszubauen, weiter in die Realität umgesetzt.





VON DER EXPO 2015 NACH GADO BADZERE 2016: DAS PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO HAT VIER NEUE KLASSENRÄUME FÜR FLÜCHTLINGSKINDER IN KAMERUN ZUR VERFÜGUNG GESTELLT

Im Oktober 2016 wurde ein Projekt zur schulischen Unterstützung von Kindern und Jugendlichen im Flüchtlingscamp Gado Badzere im Südosten des Landes an der Grenze zur Zentralafrikanischen Republik vollendet. Das Camp beherbergt Tausende von Menschen, die vor dem Krieg in Zentralafrika geflüchtet sind.

Darunter sind mehr als 1.000 Kinder zwischen sechs und acht Jahren, die keine Schule besuchen können.

Für die Initiative wurden einige Module des Ferrero-Pavillons, mit dem das Unternehmen auf der Expo 2015 in Mailand vertreten war, als Wohnmodule wiederverwendet und in vier Klassenräume für Kinder und Jugendliche umgewandelt. Die Initiative wurde in Zusammenarbeit mit dem Hochkommissar für Flüchtlinge der Vereinten Nationen durchgeführt. Dieses Amt der UN mit Sitz in Genf setzt sich für Flüchtlinge ein und wurde bereits zweimal mit dem Friedensnobelpreis ausgezeichnet.



Der Hohe Flüchtlingskommissar der Vereinten Nationen mit Sitz in Genf wurde für seine Arbeit bereits zwei Mal mit dem Friedensnobelpreis ausgezeichnet



PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO

FORTSETZUNG

DIE NÄCHSTEN SCHRITTE

Im Rahmen der Veranstaltung „Nachhaltige Entwicklung und die Imprese Sociali Ferrero“, die auf der Expo Milano im Oktober 2015 stattfand, wurde das Engagement der Ferrero-Gruppe für das Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero geehrt. Das Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero ist eine der wichtigsten Initiativen der Ferrero-Gruppe und spielt eine wichtige Rolle bei der Erfüllung der Ziele im Bereich soziale Verantwortung.

Im Rahmen der genannten Veranstaltung wurde außerdem angekündigt, dass einige der Module, die für die Ferrero-Pavillons und Installationen auf der Expo Milano 2015 genutzt wurden, in zwei afrikanische Länder

versendet und dort wiederverwendet werden, um auch nach der internationalen Ausstellung einen Mehrwert zu bieten.

In Kamerun wurden diese Module in Klassenräume umgewandelt und im Flüchtlingscamp Gado Badzere – im Südosten des Landes an der Grenze zur Zentralafrikanischen Republik – wiederaufgebaut. Als der vorliegende Bericht in den Druck ging, wurden dort bereits die ersten Kinder und Jugendlichen unterrichtet. Diese Initiative wurde in Kooperation mit dem Hohen Flüchtlingskommissar der Vereinten Nationen (UNHCR) durchgeführt.



Sozialfonds ermöglichen die Durchführung spezifischer sozialer Projekte über einen Zeitraum von

3 Jahren





In Südafrika werden weitere dieser Module in der Nähe des Werkes Walkerville neu aufgebaut und dienen dort als pädiatrische Ambulanz, sowohl für die Kinder der Werksmitarbeiter als auch für die Kinder der lokalen Gemeinschaft. Diese Einrichtung wird künftig zur Verbesserung der medizinischen Versorgung beitragen, die den Ferrero-Mitarbeitern dort derzeit angeboten wird.

Im Berichtszeitraum wurde bereits damit begonnen, die entsprechenden Genehmigungen bei den lokal zuständigen Behörden einzuholen.

PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO

FORTSETZUNG

Das Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero hat im Werk Walkerville ein neues Zentrum für die medizinische Grundversorgung seiner Mitarbeiter und deren Familien zur Verfügung gestellt.

2017 wurde ein Zentrum für die medizinische Grundversorgung im Ferrero-Werk Walkerville in der Provinz Gauteng in Südafrika fertiggestellt. Werksmitarbeiter und deren Familien können sich hier seitdem medizinisch versorgen lassen.

Für das Projekt wurden ebenfalls einige der Module verwendet, die im Rahmen der Expo 2015 in Mailand für den Ferrero-Pavillon genutzt worden waren. Vor Ort wurden diese in ein modernes medizinisches Zentrum mit 100 m² Fläche umgebaut.

Das Projekt bildete den Abschluss einer langen Reise, die mit der Teilnahme Ferreros an der Expo 2015 in Mailand begonnen hatte. Über sechs Monate hinweg wurde im Rahmen der Expo 2015 die weltweite Aufmerksamkeit auf das Recht aller Menschen auf Gesundheit, Sicherheit und ausreichend Nahrung gelenkt. Darüber hinaus wurden zahlreiche weitere damit verbundene Themen beleuchtet, etwa die Notwendigkeit einer nachhaltigen Lebensmittelproduktion, um den Planeten und seine Bewohner zu schützen und gegen eine weltweite Lebensmittelverschwendung vorzugehen. Als symbolische Geste und um die Bedeutung von nachhaltiger Entwicklung und Umweltschutz zusätzlich zu unterstreichen, wurde vorgeschlagen, nach dem Ende der Ausstellung alle Pavillons abzubauen und das Expo-Gelände in seinem Originalzustand, also unbebaut, zurückzulassen.

Ferrero hat sich dieser Herausforderung besonders ernsthaft gestellt. So wurden die Ferrero-Pavillons von Anfang an so gebaut, dass diese später wieder komplett abgebaut und umfunktioniert werden konnten, um im Rahmen des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero zwei soziale Initiativen in Afrika zu unterstützen und Mehrwert für die Zukunft zu schaffen.

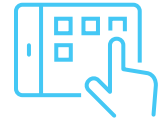
Die erste Initiative wurde 2016 realisiert und bestand darin, die Module in vier Klassenräume für Flüchtlingskinder im Camp Gado Badzene, im Südosten von Kamerun an der Grenze zur Zentralafrikanischen Republik, umzubauen. Das Camp wird vom Hohen Flüchtlingskommissariat der Vereinten Nationen verwaltet. Es beherbergt Tausende von Kindern, die mit ihren Familien vor dem Krieg in Zentralafrika geflüchtet sind.

Ein Jahr darauf, nachdem alle behördlichen Genehmigungen eingeholt worden waren, wurde schließlich auch das Zentrum für die medizinische Grundversorgung in Walkerwille gebaut. Der Bau des Zentrums hat zwei Ziele:

Zum einen soll damit das Pflichtangebot der betrieblichen Gesundheitsfürsorge verbessert und verstärkt werden. Dieses bestand zuvor aus einer Krankenschwester, die den Werksmitarbeitern einige Stunden pro Woche in einem kleinen Krankenzimmer in unserem Werk zur Verfügung stand.

Das zweite und noch wichtigere Ziel besteht darin, unseren Werksmitarbeitern sowie deren Kindern und Familienangehörigen eine medizinische Grundversorgung zur Verfügung zu stellen. Dabei erstreckt sich das Projekt über die Grenzen unseres Werks hinaus und soll auch der lokalen Gemeinschaft zugutekommen.

Das neue Zentrum für die medizinische Grundversorgung ist fünf Tage pro Woche mit einer Vollzeit-Krankenpflegekraft besetzt. Darüber hinaus ist zwei Mal pro Woche auch ein Arzt vor Ort. Telefonisch steht dieser auch an den anderen Tagen 24 Stunden zur Verfügung.



Erreichbarkeit des
neuen Zentrums für
die medizinische
Grundversorgung

24/7



Das Dach des Zentrums wurde mit einem innovativen Lack beschichtet, der rostfrei ist und dank der enthaltenen Keramikkomponenten die Temperatur reduzieren kann. Und zwar um bis zu

45%

Als 1994 in Südafrika die erste demokratische Regierung an die Macht kam, zeichnete sich das Gesundheitssystem durch große Ungerechtigkeit aus. Seit dieser Zeit konnten auf diesem Gebiet erhebliche Veränderungen erzielt werden. Dennoch gibt es noch viel zu tun, um zu erreichen, dass die Vision von „Gesundheit als Menschenrecht“ für alle Bewohner Südafrikas auch tatsächlich zur Realität wird.

Über 80% der nationalen Bevölkerung haben keine Krankenversicherung und sind auf ein öffentliches Gesundheitswesen angewiesen, das über viel zu wenig Ärzte und unzureichende medizinische Einrichtungen verfügt. So waren 2017 über sieben Millionen Menschen mit HIV infiziert, über die Hälfte davon sind auf die lebenslange Einnahme antiretroviraler Substanzen angewiesen. Diese Situation überschreitet die Kapazität des aktuellen Gesundheitssystems bei Weitem und trägt dazu bei, dass zahlreiche Familien und Kinder keinen Zugang zur medizinischen Grundversorgung haben, insbesondere in weniger besiedelten Gebieten.

Das Zentrum für die medizinische Grundversorgung wurde gebaut, um die medizinische Grundversorgung der lokalen Gemeinschaft zu gewährleisten und die lokalen Einrichtungen des öffentlichen Gesundheitswesens zu entlasten. Es bietet unseren Werksmitarbeitern, die mit ihren Kindern und Familienangehörigen in vorstädtischen Gemeinden rund um das Werk Walkerville leben, grundlegende Leistungen der Gesundheitsfürsorge. Damit sind unsere Werksmitarbeiter künftig auch nicht mehr gezwungen, weit entfernte öffentliche medizinische Einrichtungen aufzusuchen und mehrere Stunden der Arbeit fernzubleiben. Schließlich können durch den Bau des Zentrums auch die häufig überfüllten und unterfinanzierten öffentlichen Gesundheitseinrichtungen entlastet werden.

Da Ferrero bei all seinen Aktivitäten und Initiativen großen Wert auf hohe Qualität legt, überrascht es nicht, dass auch beim Bau des Zentrums für die medizinische Grundversorgung innovative und qualitativ hochwertige Materialien sowie modernste Konstruktionstechniken zum Einsatz kamen. So wurde das Dach des Zentrums mit einem innovativen, von der NASA entwickelten Lack beschichtet. Dieser zeichnet sich durch seine rostfreien und dank der enthaltenen Keramikkomponenten, die die Temperatur um bis zu 45% reduzieren können, kühlenden Eigenschaften aus. Für die Wände und Wandzwischenräume wurden thermoisolierende Materialien verwendet, um die Energiekosten für die Klimatisierung der Innenräume im Sommer und das Beheizen im Winter zu senken.

Die besondere Konsistenz des Speziallacks (zwei Schichten des Lacks haben eine Dicke von 250 Mikron; bei herkömmlichen Lacken liegt dieser Wert bei 50 Mikron) ermöglicht es darüber hinaus, die Instandhaltungskosten für die behandelten Flächen zu reduzieren.

Die einzelnen Bauteile des Zentrums für die medizinische Grundversorgung wurden mit Unterstützung von Maersk von Italien nach Südafrika geschickt. Dort wurden sie dann – unter der Aufsicht eines professionellen Bau-Teams aus Italien – wieder zusammengebaut.

Offiziell eröffnet wurde das Zentrum für die medizinische Grundversorgung 2018 durch den italienischen Botschafter für Südafrika, Pietro Giovanni Donnici. Darüber hinaus waren bei der Zeremonie anwesend: Gautengs Chief Information Officer Solly Cave, der Bürgermeister von Midvaal Bongani Baloyi, der CEO der Nelson Mandela Stiftung Sello Hatang, die TV-Moderatorin Andile Gaeleswe und einige Senior-Vertreter von Ferrero.

KINDER+SPORT

KINDER+SPORT JOY OF MOVING, AKTIVE MENSCHEN

Unser internationales Programm zur sozialen Verantwortung kinder+Sport Joy of Moving rückt die Bedeutung von Bewegung und täglicher körperlicher Aktivität bei Kindern und Jugendlichen auf der ganzen Welt in den Fokus. So soll langfristig ihre Gesundheit und Zufriedenheit unterstützt werden. Das Programm ist äußerst erfolgreich und entwickelt sich kontinuierlich weiter.

Es basiert auf dem innovativen Pädagogikkonzept „Joy of Moving“, das über mehrere Jahre hinweg erforscht und getestet wurde und einen neuen, wissenschaftlich belegten Ansatz zum Thema körperliche Aktivität liefert. Dieser Ansatz zielt darauf ab, gesunde Gewohnheiten und Freude an körperlicher Bewegung zu entwickeln. Alle Aktivitäten und Maßnahmen, die das Projekt umfasst, werden von der speziellen „Joy of Moving“-Philosophie getragen.

Das Projekt kinder+Sport Joy of Moving wurde 2005 ins Leben gerufen und befindet sich damit bereits im zwölften Jahr. Es ist Teil des Programms zur sozialen Verantwortung der Ferrero-Gruppe, seit dieses im Jahr 2013 eingeführt wurde.

Auch innerhalb der Unternehmenskultur hat das Konzept im Laufe der Jahre immer mehr an Bedeutung gewonnen: „Joy of

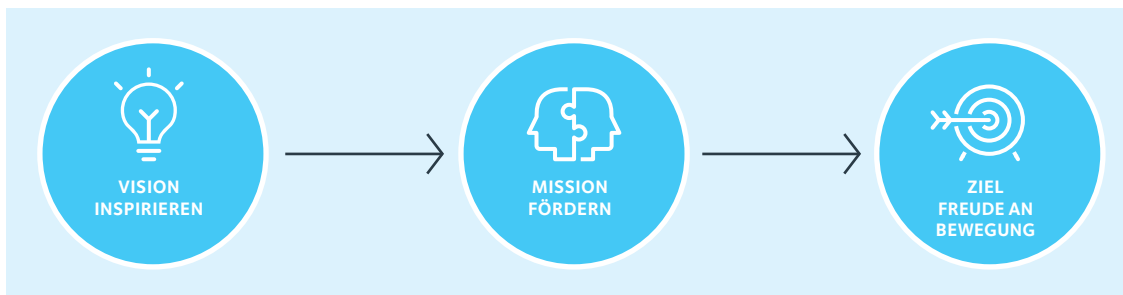
Moving“ hat Mitarbeiter zu Botschaftern gemacht, die aktiv dazu beitragen, die zugrundeliegende Idee bei ihren Familien und darüber hinaus bekannt zu machen. Einige Mitarbeiter der Ferrero-Ländergesellschaften haben sogar einen speziellen kinder+Sport Joy of Moving Day ins Leben gerufen: ein Tag, bei dem es um Sport und Bewegung, vor allem aber um Spaß und Freundschaft geht. Zum ersten Mal wurde dieser besondere Tag anlässlich des 70-jährigen Bestehens von Ferrero gefeiert. Die Veranstaltung demonstrierte aufs Neue den Erfolg unserer Maßnahmen zur Förderung eines gesunden Lebensstils.

Wird die Freude an Bewegung bereits im Kindesalter gefördert, kann dies dazu beitragen, die Bedeutung von sportlicher Aktivität stärker im Bewusstsein der jüngeren Generationen zu verankern. In Zukunft kann dies zu immer aktiveren und gesünderen Erwachsenen führen.



Das Projekt kinder+Sport Joy of Moving wurde 2005 ins Leben gerufen und befindet sich damit bereits im

12. Jahr



Der kinder+Sport Joy of Moving-Bereich am nationalen Sporttag von CONI in Rom



DER ANSATZ VON „JOY OF MOVING“ UND DAS RECHT AUF SPIELEN

Der Erfolg des Programms kinder+Sport Joy of Moving gründet unter anderem darauf, dass dabei ein wichtiges Bedürfnis von Kindern angesprochen wird: Freude – die angeborene Fähigkeit, die Welt zu erkunden und sich ihr rein durch Spaß und Freude zu nähern.

Die körperlichen Aktivitäten, die im Rahmen dieses Ansatzes gefördert werden, erlauben es den Kindern, Spaß zu haben. Vor allem aber helfen sie den Kindern dabei, ihre psychomotorischen Fähigkeiten auf natürliche Weise zu entwickeln, und zwar über das, was ihnen am nächsten liegt: Spielen!

In unserer Gesellschaft wird Kindern zunehmend das Recht auf Spielen verwehrt – mit schwerwiegenden Folgen.

Die angeleiteten Spiele, die im Rahmen des Programms kinder+Sport Joy of Moving angeboten werden, erlauben es den Kindern, etwas Neues zu lernen, ihre eigene Persönlichkeit zu entwickeln, soziale Beziehungen aufzubauen, sich selbst und andere besser kennenzulernen und sich dem Sport auf natürliche Weise zu nähern.

Spielen ist ein Recht, das geschützt und verteidigt werden muss, wie auch in Artikel 31 der UN-Kinderrechtskonvention beschrieben, die am 20. November 1989 verabschiedet wurde:

- Die Vertragsstaaten erkennen das Recht des Kindes auf Ruhe und Freizeit an, auf Spiel und altersgemäße aktive Erholung sowie auf freie Teilnahme am kulturellen und künstlerischen Leben.
- Die Vertragsstaaten achten und fördern das Recht des Kindes auf volle Beteiligung am kulturellen und künstlerischen Leben und fördern die Bereitstellung geeigneter und gleicher Möglichkeiten für die kulturelle und künstlerische Betätigung sowie für aktive Erholung und Freizeitbeschäftigung.



STÄRKUNG DES ANSATZES ZUR SOZIALEN VERANTWORTUNG

Das Programm kinder+Sport Joy of Moving hat mittlerweile einen festen Platz innerhalb unseres Unternehmens. Die angebotenen Aktivitäten ermöglichen es Jahr für Jahr, die geförderte Kultur von Sport und Bewegung einem immer breiteren und internationaleren Publikum näherzubringen. Im Mittelpunkt steht hierbei zusehends der Aspekt der Unterhaltung, folglich „der Spaß und die Freude an Sport und Bewegung“.

Zu den folgenden **fünf Richtlinien** hat sich kinder+Sport in den Ländern **verpflichtet**, in denen es Aktivitäten anbietet:

1. KLARE REGELN

Wir halten uns an klare Regeln und garantieren durch gemeinsame Prozesse auf globaler Ebene eine einheitliche Umsetzung des Projektes sowie die Einhaltung der damit verbundenen Verpflichtungen. Instrumente wie das Regelwerk, das Brand Book und das PR-Handbuch definieren und regeln alle Aspekte des Projekts, um dessen Transparenz und Kontinuität zu gewährleisten.

2. STARKE PARTNERSCHAFTEN

Die wichtigsten Aktivitäten von kinder+Sport werden in Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Partnern, wie Olympischen Komitees, Ministerien und Universitäten, sowie zuverlässigen und erfahrenen Institutionen und Verbänden aus dem Bereich der Sportpädagogik erstellt und organisiert. Ein besonderes Augenmerk gilt dem Ausbau der Partnerschaft mit dem internationalen Sportschulverband (ISF), einem Bezugspunkt für Schulsport in aller Welt. Weltweit kooperiert kinder+Sport mit vier Olympischen Komitees sowie mit 135 Sportverbänden und -vereinen.

3. PÄDAGOGISCHER ANSATZ

Sportpädagogik ist der Kern des Projekts. Wir wollen Kinder dabei unterstützen, mit den wichtigsten Werten aus Sport und gesundem Lifestyle aufzuwachsen: Ehrlichkeit, Freundschaft, Integration und Vertrauen in andere. Auf der Expo in Mailand wurde 2015 die innovative Methodik "Joy of Moving" gemeinsam mit dem Italienischen Olympischen Komitee (CONI) und dem italienischen Bildungsministerium offiziell vorgestellt. Sie vermittelt Kindern mit spielerischen Aktivitäten die Grundlagen von Bewegung. Die Präsentation dieses Programms im Rahmen der Expo war so erfolgreich, dass daraus viele neue Partnerschaften, neue Aktivitäten und Forschungsprojekte entstanden sind.



Die angeleiteten Spiele, die im Rahmen des Programms kinder+Sport Joy of Moving angeboten werden, erlauben es den Kindern, etwas Neues zu lernen, ihre eigene Persönlichkeit zu entwickeln, soziale Beziehungen aufzubauen, sich selbst und andere besser kennenzulernen und sich dem Sport auf natürliche Weise zu nähern



Auf der Expo in Mailand 2015 wurde die innovative Methode „Joy of Moving“, die Kindern mit spielerischen Aktivitäten die Grundlagen von Bewegung vermittelt, offiziell vorgestellt

KINDER+SPORT

FORTSETZUNG

4. „GLOKALE ENTWICKLUNG“

Die Ausweitung des Programms auf verschiedene Länder berücksichtigt lokale, ethnische und kulturelle Besonderheiten und geht mit dem globalen Ansatz des Unternehmens und dem wichtigsten Prinzip von "Joy of Moving" einher: FREUDE!

5. MESSBARKEIT

Die Projektergebnisse werden durch ein weltweites Monitoring-Programm kontinuierlich überwacht.

Weiterhin soll mit dem Programm kinder+Sport Joy of Moving die Freude an Bewegung auf internationaler Ebene verantwortungsvoll gefördert werden. Darüber hinaus nimmt das Konzept jedoch auch eine immer wichtigere Rolle innerhalb des Unternehmens ein. Hier wirkt es sich auf die Unternehmenskultur aus und lädt Mitarbeiter dazu ein, ein aktiver Teil von Veränderung und Verbesserung zu werden. Nicht nur im Hinblick auf ihr eigenes Leben, sondern auch auf das ihrer Familien und ihres sozialen Umfeldes.

Dieser Gedanke war es auch, der uns dazu veranlasst hat, unser 70-jähriges Bestehen im Namen von „Joy of Moving“ zu feiern. Parallel haben wir die ersten kinder+Sport Joy of Moving Days in Italien, Deutschland, Luxemburg, Monaco, den Niederlanden und Belgien organisiert. Für die Mitarbeiter, die mit ihren Familien und Freunden an diesen Veranstaltungen teilgenommen haben, boten diese den perfekten Rahmen, um gemeinsam einen aktiven Lebensstil zu feiern, der sich vor allem durch ein gesundes Verständnis von Freundschaft und Spaß auszeichnet.



Wir haben uns dazu entschieden, unseren

70.

Geburtstag im Namen von „Joy of Moving“ zu feiern und parallel den ersten kinder+Sport Joy of Moving Day zu organisieren



Veranstaltung der ISF (International Sport School Federation)



Diese Methode will Menschen die natürliche Freude an Bewegung vermitteln und zu einem bewussten und aktiven Lebensstil ermutigen

KINDER+SPORT ERGEBNISSE

2016/2017

4 Mio.

Bewegte Kinder

132

Verbände und Vereine

7.796

Veranstaltungen

2,5 Mio.

Zubehör-Kits wurden verteilt

1.561

Sportbotschafter

11,8 Mio. €

Gesamtinvestition

ERGEBNISSE WELTWEIT 2016/2017

Vier Millionen Kinder haben an Aktivitäten des Programms kinder+Sport Joy of Moving teilgenommen. Ein wichtiger Meilenstein konnte erreicht werden: Nunmehr beteiligen sich 30 Länder: Argentinien, Brasilien, Bulgarien, China, Deutschland, Frankreich, Fürstentum Monaco, Griechenland, Hongkong, Indien, Israel, Italien, Kolumbien, Kroatien, Luxemburg, Malta, Mexiko, Niederlande, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Slowenien, Südkorea, Spanien, Schweden, Schweiz, Tschechische Republik, Ungarn und Vereinigtes Königreich.

Die 2017 durchgeführten Aktivitäten umfassen mittlerweile 23 Sportdisziplinen:

- In Schulen in Italien und in Mexico-Stadt, hier zusammen mit der Initiative „Comunidades Recreativas“, sowie im Rahmen von Sommercamp-Programmen in Italien, Frankreich, Indien und Luxemburg wurden diverse Aktivitäten auf Grundlage des „Joy of Moving“-Konzeptes durchgeführt.
- Ein gemeinsames Forschungsprojekt von Ferrero Australien und der Universität Deakin wurde durchgeführt, mit dem Ziel der internationalen Validierung der Forschungsergebnisse der „Joy of Moving“-Methode.
- Anlässlich der Feier zum 70-jährigen Bestehen von Ferrero wurden sechs Veranstaltungen im Format des kinder+Sport Joy of Moving Day organisiert: in Deutschland, Luxemburg, Italien, Monaco, den Niederlanden und Italien. Für die Mitarbeiter dieser Ferrero-Gesellschaften boten diese Events einen

gelungenen Anlass, zusammen mit ihren Familien und Freunden einen Tag voller Bewegung und Spaß zu verbringen. Die kinder+Sport Joy of Moving Days haben sich als erfolgreiches Format gezeigt, das in der Zukunft noch ausgeweitet werden kann.

DIE „JOY OF MOVING“-METHODE: EIN EXPO-ERBE

Das Programm kinder+Sport Joy of Moving fördert die Freude an Bewegung über einen spielerischen und unterhaltsamen Ansatz. Es handelt sich um ein neues pädagogisches Konzept, das sich flexibel variieren und an die individuellen Fähigkeiten und Bedürfnisse jedes einzelnen Kindes anpassen lässt. Dies schließt Kinder mit eingeschränkter Bewegungsfähigkeit ein. Das Konzept basiert auf den folgenden vier Pfeilern: körperliche Leistungsfähigkeit, motorische Koordination, kognitive Fähigkeiten und Kreativität sowie soziale Kompetenzen. Mit Hilfe dieser Methode sollen die Menschen durch die natürliche Freude an Bewegung zu einem bewussten und aktiven Lebensstil ermutigt werden.

Das innovative Konzept wurde von kinder+Sport Joy of Moving in Zusammenarbeit mit der Universität „Foro Italico“ in Rom, dem Italienischen Olympischen Komitee Piemont und dem Bildungsministerium Piemont entwickelt und im Rahmen eines dreijährigen Versuchs- und Forschungsprojektes in 36 Schulklassen in Alba (Piemont) getestet.

Dieses Projekt ist das größte Vermächtnis der Expo in Mailand 2015, bei der die „Joy of Moving“-Methode mit 100.000 Kindern getestet werden konnte, die den kinder+Sport-Pavillon besucht und an den dort angebotenen Aktivitäten teilgenommen haben.

KINDER+SPORT

FORTSETZUNG



Spiele auf Basis der „Joy of Moving“-Methode

Die Methode

Das innovative "Joy of Moving"-Konzept basiert auf der Kombination theoretischer und praktischer Inhalte. Das pädagogische Konzept wurde für Kinder zwischen fünf und zwölf Jahren entwickelt, um deren motorische und kognitive Fähigkeiten zu fördern - auch bei Kindern mit Behinderung.

Es ermöglicht den Kindern, sich dem Thema Sport auf natürliche und spielerische Weise zu nähern. Dabei erfahren die Kinder, dass es beim Sport nicht immer um Wettbewerb gehen muss, sondern sie völlig frei davon Spaß haben können.

Mit den „Pfeilern“ der „Joy of Moving“-Methode (körperliche Leistungsfähigkeit, motorische Koordination, kognitive Fähigkeiten, soziale Kompetenzen) ist es möglich, weitere Disziplinen in den Schulsportunterricht zu integrieren und die Kinder zu einer aktiven und engagierten Teilnahme anzuregen. Dabei berücksichtigt die Methode stets die spezifischen Bedürfnisse und Anforderungen jedes einzelnen Kindes.

Das Handbuch

Die Methodik und Techniken des Konzeptes werden im Handbuch "Joy of Moving. Bewegung & Fantasie. Vielseitige Spielaktivitäten zur Förderung der motorischen, kognitiven und menschlichen Entwicklung" (Caterina Pesce, Rosalba Marchetti, Anna Motta und Mario Bellucci) erläutert.

Das Handbuch ist in zwei Teile unterteilt. Im ersten Teil wird der konzeptuelle und theoretische Rahmen der Methode erläutert und beschrieben. Im zweiten Teil wird die "Joy of Moving"-Methode anhand von 80 praktischen Karten erklärt, auf denen jeweils ein Spiel beschrieben wird. Die Spiele sind dabei in verschiedene Kategorien eingeteilt, je nachdem, welche spezielle Fähigkeit gefördert werden soll. Die Karten eignen sich ideal für den Sportunterricht an Grundschulen.

Da die Methode in mehrere Länder exportiert und dort getestet wurde, ist das Handbuch in Italienisch, Englisch und Deutsch erhältlich. Durch ihre „Variabilität der Praxis“ bzw. die Möglichkeit, jedes Spiel in unterschiedlichen Variationen und Abwandlungen zu gestalten, eignet sich die „Joy of Moving“-Methode für die unterschiedlichsten soziokulturellen Kontexte. Sie ermöglicht es den Teilnehmern, mit Spaß und Bewegung, Grenzen zu überwinden.



Im Handbuch
„Joy of Moving“
werden Methodik
und Techniken des
Konzeptes erläutert



Auf der Website www.joyofmovinghandbook.com stehen Video-Tutorials zu den einzelnen „Spielkarten“ zur Verfügung



Erbe der Expo

Das Projekt „Living the Joy of Moving“ begann mit der Unterzeichnung des Memorandums Nr. 40 vom 11. Dezember 2015. Es wurde zwischen dem italienischen Ministerium für Bildung, Hochschulen und Forschung (MIUR), dem Italienischen Olympischen Komitee (CONI) und der kinder+Sport Ferrer SpA vertraglich vereinbart. Ziel war es, die Ergebnisse aus der Zusammenarbeit auf der Expo in Mailand 2015 zu verbessern und „gute Praktiken der schulischen Erziehung zu einem gesunden Lebensstil“ zu entwickeln. Das Programm „Joy of Moving“ konnte somit das erste Mal an italienischen Schulen durchgeführt werden.

Im Schuljahr 2016/2017 nahmen 1.000 Grundschulen, die die Expo besucht hatten, an dem spielerischen Bildungsprojekt „Living the Joy of Moving“ teil. Das war die ideale Gelegenheit, den pädagogischen Ansatz der Methode zu testen und diese dahingehend zu prüfen, wie gut sie sich innerhalb des öffentlichen Schulwesens in Italien anpassen, durchführen und reproduzieren ließe. Drei der Institutionen, die sich bereit erklärt hatten, an der Initiative teilzunehmen, haben eine kostenlose Schulung zur Methode erhalten. Die Auswahl der Gewinner erfolgte über einen eigenen Wettbewerb, den „All in Game Merit Contest“.

Im Schuljahr 2017/2018 wurde das Projekt „Living the Joy of Moving“ auf Kindergärten ausgeweitet. Darüber hinaus beteiligten sich über 100 Grund- und Sekundarschulen – in Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Bildung, Hochschulen und Forschung – bereits direkt an der Validierung der Methodik auf nationaler Ebene.

Forschung in Australien: die erste internationale Zusammenarbeit, die eine internationale Validierung des wissenschaftlichen Ansatzes der „Joy of Moving“-Methode möglich macht.

VILLAGE LAB ALS FORSCHUNGS- UND INNOVATIONSZENTRUM

Das Village Lab in Alba ist ein hochmodernes Sportforschungszentrum für Innovation und Pädagogik im Bereich Bewegung.

Es hat sich nicht nur als wichtige Referenz für moderne Sportpädagogik etabliert und zieht wöchentlich rund 3.000 Besucher (Kinder und Erwachsene aus der Umgebung) an, sondern ist auch zu einer Quelle der Inspiration für andere Länder geworden, die sich für eine Teilnahme am Programm kinder+Sport Joy of Moving entscheiden.

Mit seinen zahlreichen Initiativen, wie dem Day Camp im Sommer, den School Games im September, Multisport und den Scuole di Sport kann das Konzept Village+Sport einfach in andere Kulturen und Länder übertragen und dort repliziert werden.

2017 wurde das Projekt kinder+Sport Joy of Moving erstmals in Australien durchgeführt. Dies war ein sehr wichtiger Meilenstein für uns. Die Unterzeichnung einer Absichtserklärung zwischen Ferrero Australien und der Deakin University in Melbourne 2018 macht es möglich, dass in australischen Grundschulen schon bald ein Forschungsprogramm auf Grundlage der „Joy of Moving“-Methode durchgeführt wird.

In diesem Rahmen wird das Programm von „Joy of Moving“ dahingehend ausgewertet, wie effektiv es dazu beiträgt, Kinder für Bewegung zu interessieren und ihre körperliche Fitness zu verbessern. Darüber hinaus soll auch das Potenzial der Methode untersucht werden, motorische und kognitive Fähigkeiten sowie soziale Kompetenzen zu fördern.



Anzahl der Grundschulen, die sich nach dem Besuch der Expo zur Teilnahme am Projekt „Living the Joy of Moving“ entschlossen haben

1.000

Unterzeichnung der Absichtserklärung zwischen Ferrero und der Deakin University

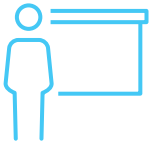
KINDER+SPORT

FORTSETZUNG





Day Camp –
Village+Sport Alba



Anzahl der Klassen,
zu denen 2016/2017
Daten gesammelt
werden konnten

7

Village LAB Alba: Neue Forschung zum Thema Multisport

Die „Joy of Moving“-Methode fördert die individuelle Entwicklung jedes Kindes über einen ganzheitlichen Ansatz (die sogenannte „Whole-Child“-Entwicklung).

Wir haben den wissenschaftlichen Bereich zur "menschlichen Bewegung und Sport" der Universität Rom "Foro Italico" damit beauftragt, die langfristige Effektivität der Methode zu prüfen. Die Wissenschaftler werden ein Forschungsprojekt durchführen, mit dem Titel "Diversifizierung in der Sportpädagogik: Interventionsstudie zur Effektivität des Multisport-Konzeptes.

Eine erste Untersuchungsgruppe umfasst die Hälfte der Schüler aus den 16 Klassen der teilnehmenden Schulen in Alba insgesamt ca. 500 Kinder. Diese Klassen nehmen am Multisport-Trainingsprogramm teil, nachdem sie die erste Testphase des „Joy of Moving“-Konzeptes durchlaufen haben; die andere Hälfte der Untersuchungsgruppe setzt sich aus Klassen zusammen, die über drei Jahre hinweg am traditionellen Sportprogramm teilgenommen haben.

Um das Crossover-Design zu vervollständigen, gibt es darüber hinaus noch zwei weitere Gruppen aus Kontrollklassen, die in den letzten Jahren weder am Multisport-Training noch an einem Programm auf Grundlage der „Joy of Moving“-Methode teilgenommen haben.

Im Schuljahr 2016/2017 wurden Daten zu sieben Klassen gesammelt (vier Klassen, die am Experiment teilgenommen haben und drei Kontrollklassen). 2017/2018, folglich im zweiten Jahr, in dem das Projekt durchgeführt und Daten gesammelt wurden, konnte die Untersuchung bei vier Klassen, die am Experiment teilgenommen haben, sowie bei vier Kontrollklassen abgeschlossen werden. Die Ergebnisse dieser Studie wurden im Dezember 2018 zur Verfügung gestellt.

Die Idee gründet auf unserem Wunsch, körperliche Bewegung auf gesunde und unterhaltsame Weise zu fördern. Wir haben ein Programm entwickelt, das zwei Bedürfnisse von Eltern erfüllt: gemeinsame Aktivitäten mit ihren Kindern durchzuführen und etwas für sich zu tun.

Sundays at the Village

Die Veranstaltung „Sundays at the Village“ ist eine kostenlose monatliche Veranstaltung für alle Familien aus Alba und Umgebung, bei denen Kinder und Eltern einen gemeinsamen Sonntagnachmittag mit Aktivitäten des Programms kinder+Sport Joy of Moving verbringen können.

Die Idee basiert auf unserem Wunsch, körperliche Bewegung auf gesunde und unterhaltsame Weise zu fördern. Wir haben ein Programm entwickelt, das zwei Bedürfnisse von Eltern erfüllt: gemeinsame Aktivitäten mit ihren Kindern durchzuführen und etwas für sich zu tun.

Die monatliche Veranstaltung besteht aus zwei Teilen: Im ersten Teil können Eltern und Kinder gemeinsam an sportlichen Aktivitäten teilnehmen. Im zweiten Teil der Veranstaltung werden spezielle Aktivitäten für Eltern angeboten (z. B. Fitnesskurse wie Step-Aerobic oder Pilates oder Kurse mit Musik wie Latin Fit Dance), während die Kinder unter der Anleitung von Trainern mehrere Stationen mit neuen und motivierenden Übungen und Sportaktivitäten durchlaufen. Der Erfolg der Veranstaltung hat 2017 gezeigt, wie sehr sowohl Eltern als auch Kinder dieses Format schätzen. Es umfasst auch einige Beiträge lokaler Sportteams, die den Kindern ihre individuelle Sportart über Spiele und Interaktion näherbringen.

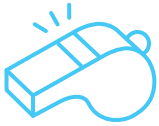
Sommercamp-Erfahrung

Seit 2012 bilden die Day Camps – ein Sommercamp-Programm, bei dem die Kinder die unterschiedlichsten Sportarten ausprobieren können – einen festen Bestandteil im Veranstaltungskalender des Ferrero Village in Alba. Die Veranstaltung bietet Mädchen und Jungen im Alter von fünf bis zwölf Jahren die Möglichkeit, neue Erfahrungen im Bereich Outdoor-Sport zu sammeln. Die „Joy of Moving“-Methode sorgt dafür, dass dabei auch der Spaß nicht zu kurz kommt. Da die Sommercamps jedes Jahr stattfinden, bieten sie eine verlässliche Unterstützung für Familien bzw. Eltern, die auch während der Sommerferien im Juni und Juli arbeiten.

Der besondere Erfolg der Camps ist insbesondere der „Joy of Moving“-Methode zu verdanken, die starkes Gewicht auf die soziale Dimension sowie auf Beziehungsaspekte legt. Dieses Modell konnte erfolgreich nach Indien, Frankreich und Luxemburg exportiert werden. Das Sommercamp-Programm wird kontinuierlich weiterentwickelt. So kamen auch im Sommer 2017 einige neue Aktivitäten hinzu – im Juni etwa Skateboarden. Außerdem standen neue Workshops auf dem Programm, unter anderem zu den Themen Wissenschaft und Schach – die optimale Vorbereitung für die Kinder auf das nächste Schuljahr.

KINDER+SPORT

FORTSETZUNG



Anzahl der Kinder, die beim Sommercamp in Frankreich die kinder+Sport „Joy of Moving“-Methode ausprobiert haben

6.000+

Indien

Seit 2015 leiten einige Trainer aus dem Village in Alba das Baramati-Sommercamp für Kinder von fünf bis zwölf Jahren. Auf diese Weise soll auch dort die Kultur des Sports und die persönliche Entwicklung der Kinder auf Basis der „Joy of Moving“-Methode gefördert werden.

Um das Camp-Angebot langfristig zu erweitern, wurde während des Baramati-Sommercamps 2017 eine Schulung für angehende Trainer der „Joy of Moving“-Methode angeboten. Darüber hinaus wurde im Rahmen des Camps auch eine Teambuilding-Übung für Ferrero-Mitarbeiter auf Grundlage der „Joy of Moving“-Aktivitäten angeboten. Dabei hatten die Mitarbeiter Gelegenheit, die Methode selbst auszuprobieren, um sie dann am Standort Pune und im Werk Baramati weiter bekannt zu machen.

Frankreich

In Frankreich findet das Sommercamp im modernen Centre Omnisport von Temple-sur-Lot im Südosten des Landes statt. Mit Unterstützung der gemeinnützigen Organisation „Secours Populaire Français“ konnten dort bereits über 6.000 Kinder zwischen acht und zwölf Jahren die kinder+Sport „Joy of Moving“-Methode ausprobieren.

Der große Erfolg der Zusammenarbeit zwischen den Trainern aus dem Village in Alba und den französischen Kollegen zeigt, wie effektiv der Erfahrungsaustausch ist.

2017 war das zweite Jahr, in dem Trainer aus dem Village am französischen Sommercamp mitgewirkt haben. Dieses Mal wurde für das Trainer-Team eine spezielle Schulung zur „Joy of Moving“-Methode angeboten, die in einem Sportzentrum in der Nähe von Bordeaux stattfand.

Luxemburg

Das erste „Joy of Moving“-Sommercamp in Luxemburg fand im Juli 2017 statt. Auch hier konnte das bewährte und beliebte Modell aus dem Village in Alba erfolgreich repliziert werden.

Das Sommercamp in Luxemburg wurde durch das Eintauchen in die Natur in „Ferme de la Geronne“ bereichert. Das Sommercamp-Programm bot eine gelungene Mischung aus sportlichen Aktivitäten und Spielen auf Grundlage der „Joy of Moving“-Methode. Darunter: Fechten, Fußball, Bogenschießen, Leichtathletik, Tanz und spezielle „Joy of Moving“-Spiele, Workshops aus den Bereichen Kreatives, Pädagogik und Wissenschaft einschließlich Schachkurse, Flash Cups (eine Sportart aus den USA, bei der es um Koordination, Geschwindigkeit und Feinmotorik geht), Jonglieren, Zaubern und Spieleentwicklung (hier wurde den Kindern gezeigt, wie man recycelte Materialien wiederverwenden und daraus einfache und lustige Spiele oder andere nützliche Dinge machen kann).

Außerdem nahmen die Kinder auch an begleiteten Aktivitäten teil, bei denen sie die Natur erkunden und auf einem Bauernhof Kontakt zu Tieren hatten. Zum Abschluss jeden Tages organisierten die Trainer aus dem Village schließlich noch Gruppenspiele, Quiz-Spiele, kleine Shows und Spaziergänge.

Am Ende der Woche fanden die sogenannten „Olympischen Spiele“ statt. Dabei wurden die Erfolge der Kinder bei den unterschiedlichen Aktivitäten dokumentiert und diesen am Ende ein Teilnahmezertifikat sowie alle Materialien ausgehändigt, die sie im Lauf der Woche hergestellt hatten.

kinder+Sport Joy of Moving-Camp in Luxemburg





Das Projekt „Vivi la Joy of Moving“ in Italien

DAS KINDER+SPORT JOY OF MOVING-PROGRAMM FÜR MITARBEITER

Das 70-jährige Bestehen der Ferrero-Gruppe, das 2016 gefeiert wurde, bot für das kinder+Sport Programm Joy of Moving einen gelungenen Anlass, ein neues und einzigartiges Format einzuführen: den kinder+Sport Joy of Moving Day. Seitdem hat sich der kinder+Sport Joy of Moving Day als besonders gut umsetzbares Format erwiesen, um alle Ferrero Ländergesellschaften unter dem Motto des Projektes „Freude an Bewegung“ zu vereinen.

Inzwischen erfreut sich der kinder+Sport Joy of Moving Day unter den Ferrero-Mitarbeitern und ihren Familien großer Beliebtheit. In seinem Rahmen werden Kinder und Erwachsene auf positive Weise an Sport herangeführt: über Spaß, Spiele und Freundschaft. Die Veranstaltung erwies sich als so erfolgreich, dass sie seit 2017 auch in weiteren Ländern durchgeführt wurde.

Deutschland

An einem Wochenende im September 2017 haben sich rund 12.000 Mitarbeiter, Familienmitglieder und Freunde versammelt, um im Stadion in Stadtallendorf das 70-jährige Bestehen von Ferrero zu feiern. In diesem Rahmen wurde auch eine ganze Reihe an kinder+Sport-Aktivitäten angeboten. Die kinder+Sport Botschafter und ehemaligen Olympiaathleten Britta Steffen (Schwimmen), Frank Busemann (Zehnkampf) und Henning Harnisch (Basketball) sprachen über ihre sportlichen Erfahrungen und schlossen sich dann den vielen Kindern an, die ihre Basketball-Künste bei der kinder+Sport Basketball Academy zeigen und verbessern wollten.

Darüber hinaus bot kinder+Sport auch Fußball, Tischtennis, Volleyball und eine Kletterwand für die jungen Teilnehmer an. Besonders großer Beliebtheit erfreute sich der riesige Tischkicker und das Bubble-Fußball. kinder+Sport nahm die Gelegenheit zum Anlass, um die „erweiterte Familie“ von Ferrero dazu zu motivieren, mehr körperliche Bewegung in ihren Alltag zu integrieren. Hunderte von begeisterten Teilnehmern belegen den Erfolg dieses Konzeptes.

KINDER+SPORT

FORTSETZUNG

Italien

Auch in Italien haben Ferrero-Mitarbeiter gemeinsam mit ihren Familien und Freunden im September 2017 einen ganz besonderen Tag im Village+Sport in Alba verbracht, ganz im Zeichen von kinder+Sport Joy of Moving. Über die verschiedenen Feierlichkeiten, die rund um das 70-jährige Bestehen von Ferrero organisiert wurden, konnte das Programm kinder+Sport bis November mehrere Ferrero Ländergesellschaften erreichen.

Da ein besonderes Fest auch besondere Gäste erfordert, wurde der Basketballspieler Carlton Myers, die Weitsprungkone Fiona May und der Schwimmchampion Massimiliano Rosolino zum kinder+Sport Day eingeladen. Drei Champions, sehr unterschiedliche Persönlichkeiten – sie bereicherten das Programm mit ihren Beiträgen und stellten sich darüber hinaus für die verschiedensten Wettbewerbe, Spiele und Fotoshootings zur Verfügung. Auf der Bühne wurden mehrere Tanz-Performances und eine Freestyle-Basketball-Show gezeigt. Auch eine Zumba-Session zum Mitmachen gehörte zum Programm.

Monaco

Auch in Monaco haben Ferrero-Mitarbeiter den 70. Geburtstag des Unternehmens zum Anlass genommen, ihren eigenen kinder+Sport Day zu feiern. Mitte November 2017 bildeten 120 Mitarbeiter, Familienmitglieder und Freunde ein einziges Team: das kinder+Sport-Team, angeführt von Marco Di Costanzo, Ruderer und Goldmedaillengewinner bei den Olympischen Spielen in Rio.

Darüber hinaus stand der Tag, der einem aktiven Lebensstil und Bewegung gewidmet war, unter einem weiteren besonderen Zeichen: Solidarität. Die Ferrero-Mitarbeiter nahmen am Benefizlauf „No Finish Line“ teil – einer Veranstaltung für Profis und Amateure, bei dem für jeden gelaufenen Kilometer 1 € an das Projekt „Children & Future“ ging.

Das kinder+Sport-Team legte fast 2.000 Kilometer zurück. Das Highlight des Tages war allerdings die erste Runde des Laufs, an der Erwachsene und Jugendliche, Eltern und Kinder, Kollegen und Freunde zusammen teilnahmen, ganz im Sinne von „Joy of Moving“.

Luxemburg

In Luxemburg besuchten mehr als 600 Teilnehmer des kinder+Sport Day zunächst unser Büro und begaben sich dann zum Sitz des nationalen Fußballverbands von Luxemburg (Fédération Luxembourgeoise de Football), der Gastgeber der Veranstaltung war. Nach dem Mittagessen erhielten alle Gäste eine spezielle Ausrüstung für die darauffolgenden Spiele und Aktivitäten.



70. Geburtstag von Ferrero in Stadtallendorf.



70. Geburtstag von Ferrero in Luxemburg.



70. Geburtstag von Ferrero in Monaco.



Alt und Jung, Eltern und Kinder, Freunde und Kollegen – sie alle haben an den angebotenen Aktivitäten teilgenommen und sich über die Live-Auftritte auf der Bühne gefreut.

Ein Basketball- und ein Fußball-Freestyler präsentierten ihre außergewöhnlichen Ballfertigkeiten. Jeder von ihnen führte eines der rivalisierenden Teams an – Team Joy und Team Moving – dadurch wurde das Ganze für alle besonders spannend.

Die Tanzgruppen boten viele Gruppenaktivitäten und unterhaltsame Zumba-Workouts an. Die prominenten Gäste der Veranstaltung – Fabrizio D'Alessio, Sofia Vigliar and Paul Bernardini – begeisterten das Publikum mit unterhaltsamen Kommentaren, nahmen an Wettbewerben teil und standen für gemeinsame Fotos zur Verfügung.

Darüber hinaus standen Quiz-Spiele zu berühmten Sportlern sowie Aktivitäten wie Fußball, Basketball, „Bubble-Fußball“ und sogar „Crazy Boats“ auf dem Programm: ein Spiel, bei dem man kleine ferngesteuerte Boote auf einem kleinen See fahren lassen konnte. Auch die Kleinsten kamen an diesem Tag voll auf ihre Kosten: mit den unterschiedlichsten Multisport-Aktivitäten und Wettbewerben, die von erfahrenen Trainern aus dem kinder+Sport Village in Alba geleitet wurden.

Viele Kinder konnten im Rahmen der Veranstaltung auch die „Joy of Moving“-Methode besser kennenlernen, hierfür wurden spezielle Multisport- und Spielbereiche eingerichtet.

Unsere gemeinsamen Werte und unsere Überzeugung, dass Sport und Bewegung unverzichtbare Teile der Entwicklung von Kindern sind, sind für uns Inspiration dafür, globale Veranstaltungen für Studenten zu entwickeln und zu fördern.

WELTWEITES PROGRAMM ZUR FÖRDERUNG VON BEWEGUNG

Unsere internationale Zusammenarbeit mit der IFS wird fortgeführt

Die Zusammenarbeit zwischen kinder+Sport Joy of Moving und der International School Sport Federation (ISF) wurde auch 2017 erfolgreich fortgeführt. Unsere gemeinsamen Werte und unsere Überzeugung, dass Sport und Bewegung unverzichtbare Teile der Entwicklung von Kindern sind, dienen als Inspiration dafür, globale Veranstaltungen für Studenten zu entwickeln und zu fördern.

Die ISF wurde 1972 mit dem Ziel gegründet, jungen Menschen über Sport mehr Möglichkeiten für persönliches Wachstum und Interaktion zu bieten. Die ISF ist vom Internationalen Olympischen Komitee (IOC) anerkannt und weltweit tätig. Jedes Jahr organisiert die ISF 10 bis 15 Sportveranstaltungen in mehreren Ländern. 2017 standen dabei folgende Sportarten auf dem Programm: Tennis, Lernspiele, Schwimmen, Orientierungslauf, Basketball, Fußball, Beach-Volleyball, Triathlon, Badminton und Leichtathletik. Bei Veranstaltungen in Brasilien, Griechenland, Ungarn, Italien, Kroatien, Frankreich, Indien und Polynesien, standen dabei die unterschiedlichsten Sportarten im Mittelpunkt.



In diesem Jahr wurde die International School Sport Federation (ISF) gegründet

1972



KINDER+SPORT

FORTSETZUNG

INTERNATIONALE SPORT-TURNIERE

KINDER+SPORT JOY OF MOVING, TENNIS-CUP

Der kinder+Sport Joy of Moving Tennis-Cup ist ein besonders greifbares und positives Beispiel für den Erfolg des Projektes kinder+Sport Joy of Moving.

Zwischen Frühjahr und Sommer 2017 haben rund 1.000 Mädchen und Jungen im Alter von neun bis 16 Jahren an diesem internationalen Wettbewerb teilgenommen. Dieser umfasste 148 Stationen in Italien und 20 Turniere in den folgenden acht europäischen Ländern: Bulgarien, Deutschland, Israel, Luxemburg, Malta, Monaco, Österreich und Ungarn.

Alle Spiele wurden ohne Schiedsrichter ausgetragen, ganz im Zeichen von Fairplay, gemeinsamen Regeln und Respekt. Alle Teilnehmer hatten vorab eine Erklärung unterschrieben und sich zur Einhaltung der jeweils geltenden Regeln verpflichtet. Weiter unten ist der Wortlaut der Erklärung wiedergegeben.

Das spannende internationale Tennisturnier fand 2006 zum ersten Mal statt und gründet auf einer Idee, die auch der ehemalige Tennisstar Rita Grande teilt: die Förderung eines aktiven Lebensstils und die Weitergabe der Leidenschaft für Tennis an die jüngeren Generationen. Heute wird das Turnier von der Agentur „Sport Events“ in Zusammenarbeit mit dem italienischen Tennisverband und kinder+Sport Joy of Moving organisiert.



„Ich verpflichte mich, meinem Gegner zu gratulieren, wenn er einen Punkt macht. Nicht zu jubeln oder mich zu freuen, wenn er einen Fehler macht. Keinen Punkt zu stehlen und meinen Schläger nicht auf den Boden zu werfen. Mich am Ende des Spiels bei meinem Gegner zu bedanken und ihm die Hand zu schütteln. Meine Angehörigen und mein Trainer verpflichten sich, nicht ins Spiel einzugreifen. Die Entscheidungen des Schiedsrichters und der Sportrichter zu akzeptieren und anzuerkennen, dass sie – wie ich auch – Fehler machen können, sich aber darum bemühen, es nicht zu tun.“

Die Erklärung für den kinder+Sport Joy of Moving Tennis-Cup



In diesem Jahr fand der kinder+Sport Joy of Moving Tennis-Cup zum ersten Mal statt

2006

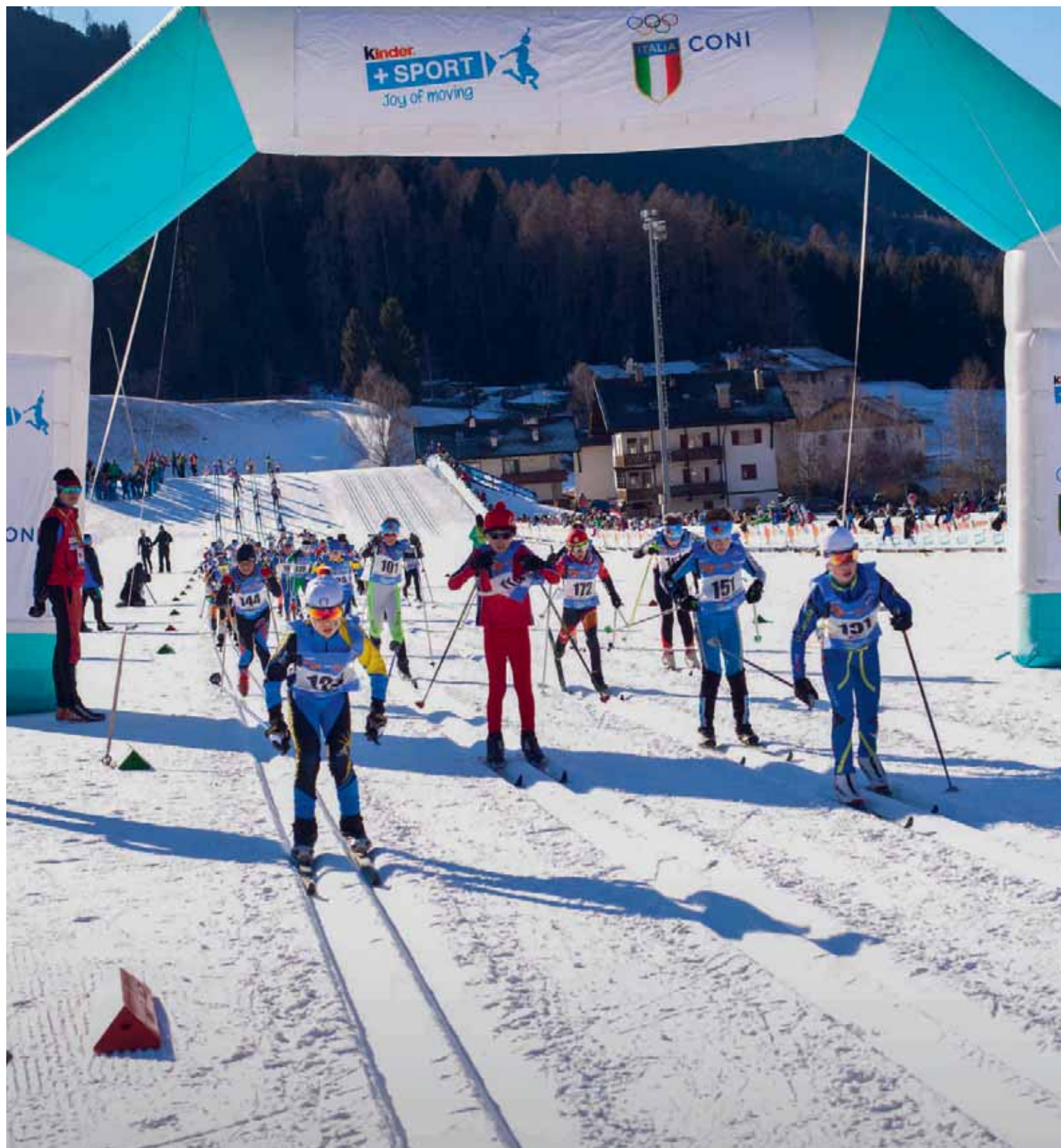
kinder+Sport Joy of Moving Tennis-Cup in Rom





KINDER+SPORT

FORTSETZUNG





Kinder und Jugendliche bei der Teilnahme an der Skiri Trophy 2017



Insbesondere in jungen Jahren muss Sport beides sein: ein Spiel und Schule fürs Leben.“

Franco Nones
Goldmedaillengewinner in Grenoble 1968

In Italien fand die Trophy, organisiert von der italienischen Ferrero-Ländergesellschaft 2006 zum ersten Mal statt, mit 28 Turnieren und 3.000 Teilnehmern. Seitdem ist sie von Jahr zu Jahr gewachsen. Bei der elften Ausgabe 2016 wurden 141 Turniere in 19 Regionen Italiens durchgeführt.

Die Ausgabe 2017 in Rom wurde mit einer internationalen Meisterschaft beendet, die vom 22. bis zum 30. August stattfand. Bei diesem Anlass standen sich 1.345 Spieler – Gewinner und Finalisten der einzelnen Turnieretappen – aus neun Nationen auf dem Platz des Foro Italico gegenüber und feierten den Tennissport unter dem Motto Spaß und Integration.

SKIRI XCOUNTRY TROPHY

Am Langlauf-Event Skiri XCcountry Trophy 2017 – früher bekannt als Topolino Cross Country Skiing Trophy – nahmen über 1.100 Kinder und Jugendliche im Alter von acht bis 16 Jahren aus acht verschiedenen Ländern und 110 Sportverbänden teil. Dabei waren zwei Tage voller Spaß und spannender Wettbewerbe garantiert. Die Skiri XCcountry Trophy ist einer der wichtigsten internationalen Langlauf-Events überhaupt und wird von kinder+Sport Joy of Moving mit großer Begeisterung unterstützt. Körperliche Bewegung, Lernen, Integration und Freundschaft sind die gemeinsamen Werte, die kinder+Sport und die Skiri Trophy einst zusammengebracht hatten.

Nun fand bereits die 34. Ausgabe des Wettbewerbs statt, der 1983 unter dem Namen Trofeo Topolino vom Sportverein Gruppo Sportivo Castello di Fiemme mit dem Ziel gegründet wurde, ein Freundschafts Langlauf-Event für junge Athleten anzubieten. Die jungen Langläufer starteten dabei traditionell in folgenden Gruppen: „Baby“ (8-9 Jahre), „Cuccioli“ (10-11 Jahre), „Ragazzi“ (12-13 Jahre) und „Allievi“ (über 13 Jahre).

Die traditionsreiche „Junior-Weltmeisterschaft“ ist vom italienischen Skiverband zertifiziert und lockt jedes Jahr einige der bekanntesten internationalen Langlaufstars an. Auch sie leisten einen Beitrag dazu, dass das sportliche Ereignis von besonderer Leidenschaft und Solidarität geprägt ist.

Dieses Jahr lag besonderes Augenmerk auf den Veranstaltungen, die rund um den Lauf organisiert wurden und für die Unterhaltung und Entspannung der jungen Teilnehmer sorgten. Der Stand von kinder+Sport leistete hierzu einen wertvollen Beitrag.

Die Organisatoren unter der Leitung von Nicoletta Nones, selbst ehemalige Skilangläuferin, zeigten sich extrem zufrieden mit der Ausgabe 2017. „Unser Ziel ist es, Jungen und Mädchen aus verschiedenen Ländern zusammenzubringen, damit sie ihre Leidenschaft, Spaß und Respekt gegenüber anderen miteinander teilen können“, sagte Nones.

Franco Nones, Gewinner der Goldmedaille in Grenoble 1968 und der erste Italiener, der eine Goldmedaille in dieser Sportart erhielt, fügte hinzu: „Sport muss, insbesondere in jungen Jahren, beides sein: ein Spiel und Schule fürs Leben“. Diese Aussage entspricht voll und ganz dem Geist von kinder+Sport.



Kinder und Jugendliche im Alter von acht bis 16 Jahren, die am Skiri Trophy XCcountry 2017 teilgenommen haben

1.100+



Unser Ziel ist es, Jungen und Mädchen aus verschiedenen Ländern zusammenzubringen, damit sie ihre Leidenschaft, Spaß und Respekt gegenüber anderen miteinander teilen können.“

Nicoletta Nones
Hauptorganisatorin des Events

KINDER+SPORT

FORTSETZUNG

GARDASEE OPTIMIST MEETING

Während der Ostertage im April 2017 haben 1.063 junge Segler im Alter von neun bis 15 Jahren aus 30 Ländern (darunter Deutschland, Italien, Dänemark, Schweden, Polen, Finnland, Norwegen, Russland, Ungarn und die Newcomer Puerto Rico und Thailand) an der 35. Ausgabe des Lake Garda Optimist Meeting teilgenommen.

Ins Leben gerufen haben dieses einzigartige Event der Segelclub Fraglia Vela Riva und die Associazione Italiana Classe Optimist. Insbesondere der Segelclub Fraglia Vela Riva stellte in diesem Jahr sein besonderes Organisationsgeschick unter Beweis: Die Synergie zwischen Jury, Rennkomitee, Rennmannschaft und Freiwilligen führte zum großen Erfolg der Veranstaltung.

Neu bei der Ausgabe 2017: Die „Joy of Moving Trophy for FAIR-PLAY“. In allen Kategorien vergeben, stellte sie eine Anerkennung für die Teilnehmer dar, die sich durch ein besonders faires und loyales Verhalten gegenüber einem oder mehreren Kontrahenten hervorgetan hatten. Die Veranstaltung ist als größte Einzelklassenregatta bereits seit 2012 im Guinness-Buch der Rekorde gelistet. Auch bei der 35. Ausgabe des Lake Garda Optimist Meeting konnte der Rekord aufs Neue bestätigt werden.



Lake Garda
Optimist Meeting –
Eröffnungsparade



Lake Garda
Optimist Meeting –
Die weltweit größte
Einzelklassenregatta



Expo Sport und
Gesundheit 2017
in Turin



Anzahl der Kinder, die
am nationalen Sporttag
ganz unterschiedliche
Sportarten ausprobieren konnten

450.000



KINDER+SPORT JOY OF MOVING IN ITALIEN

Durch aktive Partnerschaften mit dem Italienischen Olympischen Komitee (CONI) und mehreren Sportverbänden (Volleyball, Fußball, Schwimmen, Fechten, Segeln, Rudern, Tennis und Badminton) stellt kinder+Sport Joy of Moving Italien die kontinuierliche Förderung von Kinder- und Jugendsport sicher.

kinder+Sport Joy of Moving Italien in Zahlen

- 1,2 Millionen Kinder und Jugendliche zwischen sechs und 19 Jahren nahmen an Sportaktivitäten und sportlichen Wettbewerben teil;
- Im ganzen Land wurden 160 Wettkampfveranstaltungen und weitere Sportevents unterstützt;
- 100 kinder+Sport Joy of Moving Days wurden veranstaltet und dabei vom Mitarbeiterteam und dem Village unterstützt;
- Acht großartige Sportler haben uns dabei geholfen, unsere Werte weiterzugeben: Andrea Lucchetta, Carlton Myers, Massimiliano Rosolino, Valerio Aspromonte, Fiona May, Alessandra Sensini, Marco Di Costanzo und Rita Grande.

kinder+Sport Joy of Moving Italien, Projekte

kinder+Sport Joy of Moving Italien umfasst sechs Projekte an Schulen, die jeweils von diversen Sportverbänden unterstützt werden.

CONI (ITALIENISCHES OLYMPISCHES KOMITEE)

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Nationalen Olympischen Komitee wurden verschiedene neue Projekte im Bereich Jugendförderung entwickelt, die 2018 umgesetzt werden. Dabei wird auch die „Joy of Moving“-Methode in territorialen Initiativen, wie den Coni Zentren und Educamps, eingeführt.

Im Rahmen des nationalen Sporttags, der am ersten Sonntag im Juni stattfand, wurden Kinder und Familien in ganz Italien – mit über 100 teilnehmenden Städten – zum aktiven Mitmachen aufgerufen. An diesem Tag nahmen über 450.000 Kinder an den unterschiedlichsten sportlichen Aktivitäten teil.

An der Veranstaltung Concierge kinder+Sport Joy of Moving Trophy nahmen im ganzen Land über 60.000 Kinder zwischen 11 und 13 Jahren teil. Dabei waren mehr als 50 Sportdisziplinen vertreten. Dieses jährliche Event ist das Aushängeschild und einer der Höhepunkte im Bereich Jugendförderung für die italienische Sportinstitution.

FIPAV (Italienischer Volleyballverband)

Volley „S3“ kinder+Sport Joy of Moving ist der Name eines Schulprojektes, das vom italienischen Volleyballverband durchgeführt wird. Entstanden ist das Projekt in Zusammenarbeit von Andrea Lucchetta und kinder+Sport Joy of Moving. Im mittlerweile dritten Jahr ist das Projekt auf 1.100 Schulen und 360.000 Kinder zwischen acht und zwölf Jahren angewachsen. Auf fünf Spielfeldern präsentierte Volley S3 kinder+Sport Joy of Moving seine Aktivitäten und konnte seine Aktion dank Unterstützung der Staatspolizei noch ausweiten.

Volley S3 ist für den Einsatz an Grundschulen und weiterführenden Schulen geeignet und bezieht alle Teilnehmer auf einfache, dynamische und unterhaltsame Weise ins Spiel ein. Die zentrale Idee des Projektes besteht darin, die Energie und Aufmerksamkeit der jungen Spieler auf starke Werte wie Sport, Teamgeist und Gesundheit zu richten und diese mit Kompetenzen in den Bereichen Technik, Organisation und Kommunikation zu verbinden.

KINDER+SPORT

FORTSETZUNG

FIGC (Italienischer Fußballverband)

Das Jahr 2016 bildete den Auftakt der Zusammenarbeit zwischen kinder+Sport Joy of Moving und dem FIGC – durch die Unterstützung des italienischen Fußballverbandes für ein umfassendes Sanierungsprojekt im Bereich Jugendförderung und den Aufbau von Bundesleistungszentren (Centro Federale Territoriale). Die Bundesleistungszentren sind Einrichtungen, in denen Mädchen und Jungen zwischen 13 und 15 Jahren an wöchentlichen Trainingsprogrammen teilnehmen, um ihre Spieltechnik zu optimieren und sich auch persönlich weiterzuentwickeln. Dabei arbeiten die Kinder mit Profis zusammen, die nicht nur auf die technischen Aspekte des Spiels eingehen, sondern darüber hinaus ihr Wissen zu Ernährungs- und psychologischen Themen mit den Kindern teilen. Auch die Eltern der Kinder werden immer wieder in das Programm miteinbezogen. 2017 gab es bereits 25 dieser Bundesleistungszentren, geplant sind insgesamt rund 200 im ganzen Land.



Fußball-Bundesleistungszentren 2017

25

Insgesamt sollen 200 Zentren im ganzen Land aufgebaut werden



Anzahl der Schüler, die am Projekt „Velascuola“ teilgenommen haben

44.000

FIV (Italienischer Segelverband)

Bei „Velascuola“ handelt es sich um ein landesweites Bildungsprojekt, das in Kooperation zwischen FIV und dem italienischen Bildungsministerium konzipiert und eingeführt wurde, um Wassersport in Schulen und den Respekt für die Umwelt zu fördern. Das Projekt umfasst Segelunterricht unter der Leitung von staatlichen Lehrern im Rahmen des normalen Schulunterrichts.

Das Projekt wird in Partnerschaft mit kinder+Sport Joy of Moving durchgeführt. Letztes Jahr nahmen 500 Schulen, 180 Clubs und 44.000 Kinder an dem Projekt teil, in dessen Rahmen Lehrhandbücher verteilt, Workshops durchgeführt und praktische Einweisungen ins Segeln angeboten wurden.

kinder+Sport Joy of Moving organisiert zusammen mit dem FIV die unterschiedlichsten sportlichen Wettbewerbe und Initiativen; hierzu gehören auch der Vela Day und die Sailing Schools.



Kinder begrüßen sich in einem Bundesleistungszentrum



KINDER+SPORT

FORTSETZUNG

KINDER+SPORT JOY OF MOVING IN ARGENTINIEN

In Argentinien ist kinder+Sport seit 2014 mit „Joy of Moving“ aktiv, um Kinder und ihre Eltern zu unterstützen.

Dieses Jahr haben wir unsere Zusammenarbeit und Partnerschaft mit dem Argentinischen Volleyballverband (FEVA) und der Metropolitan Handball Federation (FEMEBAL) fortgeführt. kinder+Sport hat drei ganztägige Sportevents im Instituto Nacional de Educacion Fisica (ISEF) und im Centro Nacional de Alto Rendimiento Deportivo (CENARD) gesponsert, die für Kinder aus öffentlichen und privaten Schulen organisiert wurden. Darüber hinaus haben wir auch mit der Initiative „Juegos Portenos“ der Stadt Buenos Aires zusammengearbeitet und ihnen Schiedsrichter für sportliche Veranstaltungen zur Verfügung gestellt.

Dank öffentlicher Unterstützung konnten wir auch bedürftigen Kindern aus benachteiligten Stadtvierteln helfen. In diesem Rahmen haben wir Sportausrüstung bereitgestellt und Hockey-Schulungen mit unserer kinder+Sport-Botschafterin Jorgelina Bertoni (ehemalige Hockey-Weltmeisterin) durchgeführt.

Im Bildungsbereich hat kinder+Sport einen Kooperationsvertrag mit dem Instituto Superior de Educación Física (ISEF) und seiner Bildungsabteilung (EPISEF) abgeschlossen. Dieser wurde von der Fédération Internationale d'Education Physique (FIEP) und der International Sport and Culture Association (ISCA) zertifiziert. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit werden wissenschaftliche Untersuchungen durchgeführt, um festzustellen, wie wichtig Bewegung in frühen Jahren ist und wie gut sich dieser Ansatz als Schlüsselinstrument im Kampf gegen einen bewegungsarmen Lebensstil eignet. Bis 2016/2017 haben in Argentinien bereits 80.000 Kinder und ihre Familien von den positiven Auswirkungen von „Joy of Moving“ profitiert.



Kinder und ihre Familien, die 2016/2017 von den positiven Auswirkungen von „Joy of Moving“ in Argentinien profitiert haben

80.000



Freiwillige unterstützen kinder+Sport Joy of Moving im Club Rodrigo Bueno, Argentinien



KINDER+SPORT JOY OF MOVING IN POLEN

In Polen wird das kinder+Sport-Programm seit 2008 durchgeführt. Jedes Jahr wächst es weiter, und immer mehr Kinder und ihre Familien nehmen an Aktivitäten teil, die auf der „Joy of Moving“-Idee aufbauen. Derzeit werden drei Sportarten durch das Programm gefördert: Volleyball, Schwimmen und Segeln. Alle Sportveranstaltungen von kinder+Sport werden in Zusammenarbeit mit ausgewählten Sportverbänden und unter der Schirmherrschaft des Ministeriums für Sport und Tourismus durchgeführt. Eine besondere Erwähnung verdienen auch die ehemaligen polnischen Profisportler Sebastian Swiderski, Piotr Gruszka und Paweł Korzeniowski, die sich am Programm beteiligt haben. Als Botschafter von kinder+Sport dienen sie der jüngeren Generation als Vorbild und Inspiration für einen aktiven Lebensstil. Über 80.000 Kinder im Alter von vier bis sechs Jahren haben 2016/2017 am Programm teilgenommen, das sind 33% aller Kinder dieser Altersgruppe in Polen.

KINDER+SPORT JOY OF MOVING IN FRANKREICH

kinder+Sport und der französische Basketballverband: eine fruchtbare Zusammenarbeit

Letztes Jahr haben kinder+Sport und die Fédération Française de Basketball (FFBB) das zehnte Jahr ihrer Zusammenarbeit gefeiert. In diesen zehn Jahren haben die beiden Partner die unterschiedlichsten Projekte durchgeführt, um jungen Menschen den Zugang zu Sport zu erleichtern. Tausenden von Sportvereinen in ganz Frankreich wird hilfreiches Material zur Verfügung gestellt, um ihr bestehendes Angebot an Aktivitäten zu erweitern.

Die Verbindung zwischen kinder+Sport und der Fédération Française de Basketball (FFBB), unsere Werte und unsere gemeinsame Vision haben die Einführung einer gemeinsamen Initiative ermöglicht, die jährlich über 100.000 junge Menschen erreicht. Der kinder+Sport Basket Day, der in über 1.000 französischen Basketballvereinen organisiert wird, bietet den jungen Vereinsmitgliedern seit 2014 die Möglichkeit, einen Tag lang einen Freund oder eine Freundin mitzubringen, um auch ihnen die Freude an Basketball zu vermitteln.

Dank des großen Erfolgs dieser Veranstaltung und im Rahmen der Weiterentwicklung von kinder+Sport hat die französische Ferrero-Gesellschaft die Zusammenarbeit mit zwei weiteren Sportverbänden gestartet: dem Leichtathletikverband Fédération Française d'Athlétisme (FFA) und dem Handballverband Fédération Française de Handball (FFH). Auch diese beiden Verbände organisieren mittlerweile diverse Events zusammen mit kinder+Sport Joy of Moving.



kinder+Sport Joy of Moving Mini-Volleyballturnier für Kinder in Polen

KINDER+SPORT JOY OF MOVING IN DEUTSCHLAND

2011 wurde in Deutschland die kinder+Sport Basketball Academy mit dem Ziel gegründet, Kinder ab sechs Jahren zu ermutigen und zu motivieren, ihre Basketballfertigkeiten im Rahmen eines innovativen Trainingsprogramms zu verbessern. Seitdem ist das Angebot stetig gewachsen und heute gehört die kinder+Sport Basketball Academy zum Jugendprogramm der easyCredit Basketball Bundesliga. Diese Zusammenarbeit erstreckt sich über ganz Deutschland. So können Kinder und Jugendliche bei unterschiedlichen Events, an denen sich mittlerweile die Hälfte der deutschen Basketball-Bundesligavereine beteiligt, trainieren und an den sogenannten Prüfungstagen ihr Können unter Beweis stellen. Im Geschäftsjahr 2016/2017 haben über 55.000 Kinder bei mehr als 200 Events am Programm der kinder+Sport Basketball Academy teilgenommen. Als Botschafter für das Programm konnten wir Henning Harnisch gewinnen, eine wahre Basketball-Legende und Gewinner der Europameisterschaft 1993.

Highlight 1: TOP-FOUR, Pokalturnier der Basketball-Bundesliga in Berlin

2017 wurde der Kampf um den begehrten Pokal in der Mercedes-Benz Arena in Berlin ausgetragen. Die Veranstaltung zählte über 20.000 Besucher. kinder+Sport Deutschland organisierte in Kooperation mit dem Profibasketballverein ALBA BERLIN aus diesem Anlass ein einzigartiges Erlebnis für Kinder: So bekamen die jungen Basketballfans die Chance, den kinder+Sport-Botschafter Henning Harnisch sowie weitere berühmte ehemalige Basketballspieler persönlich zu treffen. In der Halbzeit des Spiels zwischen den beiden Profiteams ALBA BERLIN und Bayern München veranstaltete kinder+Sport außerdem einen ganz besonderen Basketballwettbewerb, bei dem zwei Kinderteams live auf dem Spielfeld gegeneinander antraten. Darüber hinaus nahmen im Laufe des Tages hunderte weiterer Kinder an Aktionen von kinder+Sport teil.



Anzahl der französischen Basketballvereine, die seit 2014 den kinder+Sport Basket Day organisiert haben

1.000+

KINDER+SPORT

FORTSETZUNG





Das Projekt der Basketball Academy in Deutschland

KINDER+SPORT JOY OF MOVING IN DEN NIEDERLANDEN

Während der niederländischen Sportwoche 2017 hat Ferrero Niederlande gemeinsam mit dem NOC*NSF – dem Zusammenschluss des Nationalen Olympischen Komitees und des nationalen Sportbunds der Niederlande – die erste Joy of Moving Lane in den Niederlanden eingeführt und damit zahlreiche Grundschulkinder erreicht. Auch der olympische Goldmedaillengewinner Mieke Cabout (Wasserball, Peking 2008) und die ehemalige Eisschnellläuferin Annamarie Thomas haben sich an der Aktion beteiligt. Dieses besondere Projekt von Joy of Moving schafft Raum für Kinder, sich auch innerhalb des Schulgebäudes auf natürliche Weise und mit Freude zu bewegen.

In vielen Schulen auf der ganzen Welt ist das Rennen im Schulgebäude untersagt. Auch in der Tovshojkskolen Schule in Dänemark galt bis vor einiger Zeit diese Regel. Da Kinder aber einfach von Natur aus gerne rennen, halten sie sich oft nicht an das Verbot. Das Team der dänischen Schule hat dies immer wieder beobachtet und kam dann auf eine fantastische Idee: eine Art „Rennspur“ innerhalb der Schule. Man zog auf den Fluren der Schule eine Linie und erklärte den Kindern, dass sie auf der einen Seite nur gehen und auf der anderen nur rennen dürften.

Das Interessante daran: Die Kinder, die sich für die Rennspur entschieden hatten, kamen mit mehr Energie und Freude ins Klassenzimmer und konnten sich während des Unterrichts besser konzentrieren. Bei einigen Schülern hat die Einführung dieser Rennspur im Schulgebäude sogar dazu geführt, dass sie ihre Leistungen im Sportunterricht verbessern konnten.

Schüler als Teil des Projektteams

Die Kinder von Het Noorderlicht sind begeistert, dass sie die erste Grundschule in den Niederlanden sind, die eine Joy of Moving Lane bekommen. Die Rennspur, die dort im September eingerichtet wurde, steht zunächst einmal symbolisch für das, was bald kommt: Eine Joy of Moving Lane, die speziell auf die Bedürfnisse dieser Schule ausgerichtet sein wird. Um sicherzustellen, dass die Joy of Moving Lane den Bedürfnissen und Wünschen der Kinder entspricht und sie diese so viel wie möglich nutzen, wurden einige Schüler in das Projektteam aufgenommen und arbeiten gemeinsam mit den Experten am „Entwurf“ ihrer Joy of Moving Lane.

Ferrero und NOC*NSF planen, in den kommenden Jahren mindestens eine Joy of Moving Lane in jeder Gemeinde einzuführen, die sich an der niederländischen Sportwoche beteiligt.



Joy of Moving Lane in den Niederlanden

KINDER+SPORT JOY OF MOVING IM VEREINIGTEN KÖNIGREICH

Auch im Vereinigten Königreich wächst kinder+Sport Jahr für Jahr. Das Flagship-Projekt zum Thema CSR heißt hier +Sport Move & Learn – ein nationales Schulprojekt für Kinder im Alter von neun bis zehn Jahren, das einen Schwerpunkt auf Gebiete legt, in denen Kinder besonders inaktiv sind. Die Initiative, die in Partnerschaft mit dem English Football League Trust in England und den entsprechenden Institutionen in Schottland und Irland durchgeführt wird, besteht aus einem sechswöchigen Programm.

In einer 45-minütigen Unterrichtseinheit werden den Kindern Kenntnisse über den Körper, Ernährung und die Bedeutung körperlicher Bewegung vermittelt. Während weiterer 45 Minuten können sie sich dann bei Fußball, Dodgeball oder Handball austoben. 2016/2017 haben 42.607 Kinder im Vereinigten Königreich und Irland an der Aktion +Sport Move & Learn teilgenommen. Im Rahmen des globalen Joy of Moving-Projektes will man 50 Trainer aus dem Vereinigten Königreiches für das Programm begeistern.

Darüber hinaus hat die Ferrero-Gesellschaft des Vereinten Königreiches mit zwei weiteren CSR-Wettbewerben Kinder im ganzen Land erreicht. Der Kids & Girls Cup ist ein nationaler Wettbewerb, mit dem kinder+Sport 2016/2017 rund 22.400 Kinder erreicht hat. Höhepunkt war das Finale im berühmten Wembley-Stadion. Der kinder+Sport Futsal Cup ermöglicht es Kindern, die neue Variante des Hallenfußballs, die unter Fußballern auf der ganzen Welt sehr beliebt ist, auszuprobieren. 2016/2017 nahmen an dieser Veranstaltung 2.790 Kinder teil.

Das kinder+Sport-Programm für Mitarbeiter wurde auf die Standorte Greenford und Alfreton ausgeweitet und hat über 3.000 Mitarbeiter zu einem aktiven und ausgewogenen Lebensstil angeregt. An beiden Standorten werden diverse Fitnessaktivitäten und kostenloses Obst angeboten. Außerdem fanden in diesem Jahr auch die kinder+Sport Family Days statt, an denen mehr als 1.000 Mitarbeiter teilnahmen.



Anzahl der Mitarbeiter, die zu einem aktiven und ausgewogenen Lebensstil angeregt wurden

3.000

UNSERE WERTSCHÖPFUNG

Der Ansatz, mit dem wir nachhaltiges Wachstum erreichen wollen, bezieht sich auf unsere gesamte Wertschöpfungskette, die wir in folgende Phasen unterteilen:

- **Kreieren:** Entwickeln von Verpackungen, die ausgezeichneten Geschmack und ein herausragendes Produkterlebnis gewährleisten.
- **Auswählen:** Beschaffen der besten Zutaten – nachhaltig.
- **Handeln:** Effizientes Ausüben unserer Geschäftstätigkeit.
- **Lagern und liefern:** Lagern und transportieren der Rohstoffe zu den Fabriken sowie der fertigen Produkte zu unseren Kunden und zwar so effizient und nachhaltig wie möglich.
- **Konsument:** Einbeziehen unserer Konsumenten, um die Umweltauswirkungen unserer Produkte nach deren Verzehr zu minimieren.

Nachhaltigkeit ist heute eine entscheidende Komponente und unsere Arbeit basiert auf dem Credo: „Werte teilen, um Wert zu schaffen“. Wir bauen direkte, nachhaltige geschäftliche Beziehungen zu Rohstoffherzeugern und -lieferanten auf, die auf einem gemeinsamen Engagement für nachhaltige Werte, Dialog und Transparenz beruhen.

Kreieren	118
Auswählen	126
Handeln	168
Lagern und liefern	179
Konsument	181



Weitere Informationen finden Sie hier:
www.ferrerocsr.com



ÜBERBLICK

FERRERO-GRUPPE

UNSERE KONSUMENTEN

UNSERE MITARBEITER &
UNSERE GEMEINSCHAFT

UNSERE
WERTSCHÖPFUNGSKETTE

WERTSCHÖPFUNGSKETTE



Alle Nachhaltigkeitsinitiativen, die wir im Laufe vieler Jahre gestartet haben, dienen einem übergeordneten Ziel: nachhaltiges Wachstum zu erreichen, das allen unseren Stakeholdern und unserem Planeten zugutekommt.

Seit jeher widmen wir unseren Lieferketten genauso viel Aufmerksamkeit wie unseren Fabriken. Durch unseren sogenannten „Sacco Conosciuto“-Ansatz stellen wir die Qualität und Rückverfolgbarkeit unserer Rohstoffe sicher. Direkte Initiativen im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit sowie die guten Beziehungen zu unseren Lieferanten sind Basis für effiziente Nachhaltigkeitsprogramme und -praktiken.

Wir setzen alles daran, Schlüsselressourcen wie etwa Wasser, Energie und Biodiversität verantwortungsvoll und effizient zu nutzen und zu erhalten. Durch unseren integrierten Ansatz können wir die ökologischen Herausforderungen, die sich uns stellen, in Chancen für eine nachhaltige Verbesserung verwandeln.

Auf den folgenden Seiten erläutern wir unseren heutigen Ansatz für ein nachhaltiges Ressourcenmanagement sowie unsere Pläne für die Zukunft. Sie zeigen, dass alle Stakeholder mit dazu beitragen können, in positiver Weise etwas zu verändern.

1. KREIEREN

VERPACKUNGEN

Der Geschmack eines soeben hergestellten Produktes ist etwas ganz Besonderes. Unsere Verpackungen sind so gestaltet, dass sie Aroma, Frische und Qualität über die gesamte Distributionskette hinweg bewahren und so sicherstellen, dass unsere Konsumenten dieses wunderbare Erlebnis genießen können. Bevor die Produkte jedoch bei ihnen zuhause ankommen, sind verschiedene Schritte erforderlich.

Zunächst werden auf Basis der spezifischen Anforderungen des jeweiligen Lebensmittelproduktes Material, Form und Größe der einzelnen Verpackungsbestandteile festgelegt. Jedes Produkt bringt dabei ganz besondere Herausforderungen mit sich.

Zu diesen Herausforderungen gehören der Schutz vor Lichteinwirkung, Gerüchen, Feuchtigkeit, der mechanische Schutz zusammen mit der richtigen Mindesthaltbarkeit sowie die beste Portionierung für den Verzehr. Zu beachten sind dabei die technischen Merkmale und die Leistungsfähigkeit des jeweiligen Verpackungsmaterials sowie die Komplexität beim Verpackungsabfallmanagement. Unseren Verpackungen liegt immer ein klar definiertes Anforderungsprofil zugrunde.

Danach werden die Verpackungen an die Produktion in unseren Werken angepasst: Sie müssen für die vorhandenen Anlagen geeignet sein, Produktionsabfälle so gering wie möglich gehalten werden, mit Werkzeugen bearbeitbar und leicht zu befüllen sein.

Das verpackte Produkt muss den Transport vom Werk zum Lager und dann zu seinem Bestimmungsort irgendwo auf der Welt ohne Schaden überstehen und alle seine Funktionen bewahren.

Die Verpackung muss sich für die Logistik eignen, mit unseren Handlungssystemen kompatibel sein, den Inhalt schützen und in unseren automatisierten Lagern einfach zu handhaben sein.

Die Verpackung sollte alle Anforderungen und Erwartungen seitens der Lieferkette sowie der Konsumenten erfüllen: Verpackungsgröße und Zweckmäßigkeit sowie ergonomische Aspekte beim Verwenden, Öffnen, Wiederverschließen und Lagern. Zudem hat sie bestimmte gesetzliche Vorgaben zu erfüllen (Zutaten in leicht leserlicher Form, Kontaktmöglichkeiten für den Verbraucher, Aufbewahrungsvorschriften, Mindesthaltbarkeitsdatum etc.) und bietet darüber hinaus werbliche Informationen.

Und das stellen wir für jede einzelne Verpackung sicher!



Unsere Verpackungen sind so gestaltet, dass sie Aroma, Frische und Qualität bewahren und sicherstellen, dass unsere Verbraucher einen genussvollen Moment genießen können



HERAUSFORDERUNG VERPACKUNG

Wie wir großartigen Geschmack und ein großartiges Produkterlebnis garantieren: unsere Herausforderungen



1. KREIEREN

FORTSETZUNG

FERRERO-VERPACKUNGSDESIGN PRINZIPIEN UND ENTWICKLUNG

Verpackungsdesign beginnt mit dem Willen, die Erwartungen unserer Konsumenten zu erfüllen. Spezielle Teams entwickeln Lösungen von der Idee bis zur Umsetzung. Dabei folgen sie drei Hauptprinzipien für das Verpackungsdesign:

- Gewährleistung der sensorischen Merkmale und Intaktheit bei optimaler Portionsgröße: Die wichtigste Rolle der Verpackung ist der Schutz der Lebensmittelqualität, auch durch einzeln verpackte Portionen, um jedes Mal das beste Geschmackserlebnis zu garantieren, wenn Konsumenten das Produkt verzehren.
- Verwendung von Materialien und Anwendung der 5R-Strategie beim Verpackungsdesign: Wir testen und wählen unsere Materialien nach Vorschriften und Richtlinien aus, die garantieren, dass unseren Konsumenten die besten Verpackungslösungen zur Verfügung gestellt werden. Unsere Vorschriften und Verpackungsrichtlinien sind oft strenger als die geltenden lokalen Vorschriften. So stellen wir sicher, dass wir Produkte höchster Qualität anbieten.
- Stimmigkeit mit unseren Markenwerten durch besondere Formen und Materialien: Die Verpackung ist nicht nur äußere Hülle, sondern auch Teil des Produktes. Durch ihre Funktion und ihr Aussehen unterstützt sie das Konsumentenerlebnis. Unsere ikonischen Verpackungen sind berühmt und das jeweilige Design ist weltweit eingetragen. Jeder erkennt unser nutella®-Glas, den goldenen Einwickler von Ferrero Rocher, oder Form und Klang der tic tac-Box.



Ferrero-Vorgaben und -Verpackungsrichtlinien sind oft strenger als die lokalen Vorschriften



Unsere ikonischen Verpackungen sind berühmt und das jeweilige Design ist weltweit eingetragen

Verpackungsdesign beginnt mit dem Bestreben, die Erwartungen unserer Konsumenten zu erfüllen. Spezielle Teams arbeiten gemeinsam an der Entwicklung von Lösungen, von der Idee bis zur Umsetzung.

**KREATIVITÄT
GEHT
EINHER MIT
TECHNISCHEM
KNOW-HOW**



Marketing-Briefing

Die Designer erhalten folgende Informationen zu den Verpackungsanforderungen: Lebensmittelschutz, Haltbarkeit, Vertriebskanäle und Produktbotschaft

Wie tun wir das in der Praxis? Die Verpackungsentwicklung umfasst folgende Phasen:

1. Konsumentenerwartung
2. Ideengenerierung
3. Technische Machbarkeitsanalyse
4. Qualitäts- und Produktionstests
5. Produktverpackung
6. Auslieferung an unsere Konsumenten

1. KONSUMENTENERWARTUNG

Die Verpackung ist Teil des Produktversprechens. Sowohl bei neuen als auch bei Saisonprodukten (Weihnachten, Valentinstag, Ramadan) kennen wir die Erwartungen der Konsumenten im Hinblick auf den Geschmack des Produktes. Wir berücksichtigen jedoch auch weitere wichtige Aspekte, wie etwa das Klima vor Ort, kulturelle Aspekte, Trends und Marktbesonderheiten.

- Bei einer ganz neuen Produktkreation muss die Packung zur Produktbotschaft passen und dabei Einzigartigkeit, Konsumentenerlebnis und Anforderungen an den Schutz des Produktes berücksichtigen.
- Bei Produkten für besondere Anlässe müssen wir eine Botschaft vermitteln, neuen Trends gerecht werden oder ein einzigartiges Konsumentenerlebnis schaffen.

2. IDEENGENERIERUNG

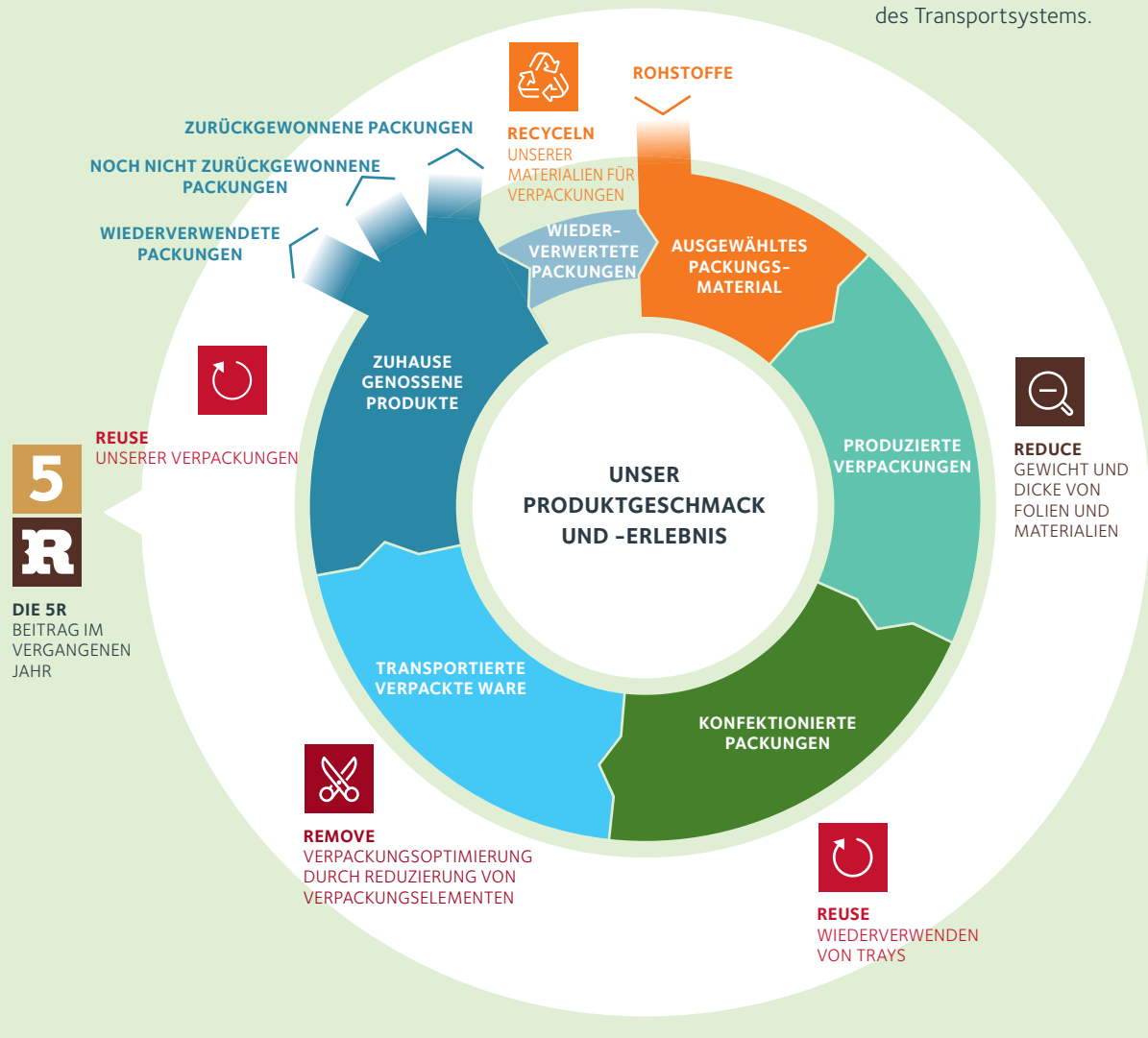
Kreativität geht einher mit technischem Know-how: Zuerst entstehen die kreative Ideen (Formen, Farben, Zeichnungen etc.), die dann – auch unter Einsatz des 5R-Ansatzes – geprüft werden. Die besten werden dann in konkrete Designentwürfen umgesetzt (Materialien, Technologie etc.).



**DIE 5R IN AKTION
WÄHREND DES GESAMTEN
LEBENSZYKLUS
UNSERER VERPACKUNGEN**

Ecodesign bedeutet ständige Verbesserung und ist eine Kombination der 5R-Strategie mit der Lebenszyklusbewertung (LCA), um so eine Benchmark für verschiedene Verpackungsoptionen zu erhalten.

Im vergangenen Jahr kreierten wir erfolgreich Verpackungsdesignerlebnisse und Beiträge zur Verbesserung des Einflusses unserer Verpackungen auf unseren Ressourcenverbrauch und die Optimierung des Transportsystems.



Brainstorming

Experten verschiedener Disziplinen sind involviert: Designer, Grafiker, Chemiker, Juristen – alle bringen ihre Fachkenntnisse ein



Verpackungsdesignvorschläge

Das Team arbeitet daran, Ideen für Projekte zu definieren, die am ehesten realisiert werden können, um sie auf den Markt zu bringen.

1. KREIEREN

FORTSETZUNG

DIE 5R

Integration der 5R in unseren Ecodesign-Ansatz

Bei der Entwicklung und Planung unserer Verpackungen wenden wir die sogenannte „5R-Strategie“ an, deren Ziel es ist, bestmögliche Qualität und Frische zu gewährleisten und gleichzeitig die produzierte Abfallmenge so gering wie möglich zu halten.

Die 5R sind die von Ferrero als grundlegend festgelegten Prinzipien, die das Design unserer Verpackungen im Hinblick auf ein möglichst umweltverträgliches Design leiten.





BEISPIELE FÜR 5R AUS DEM VERGANGENEN JAHR



Weniger Plastik, mehr Schokolade!

In Frankreich, Deutschland und Italien testeten wir ein neues Design des Ferrero Rocher-Ostereies: Wir verzichteten auf die Kunststoffbasis des Eies und verwendeten stattdessen eine Basis aus Schokolade! Das Ei steht von alleine, die Basis wird so Teil des Geschmackserlebnisses.



REMOVE



Ständige Verbesserungen

Ständige Verbesserung bedeutet, bereits etablierte Projekte immer wieder zu überprüfen: Wir haben auf unseren Produktionslinien verschiedene Tests mit einer neuen, leichteren Verpackung durchgeführt und haben diese dann auf den Markt gebracht. Mit einer Verringerung der Aluminiumfoliendicke beim Weihnachtsmann mit Schlitten im polnischen Werk sparten wir im vergangenen Jahr 25 Tonnen Aluminium.

Auch die PET-Flasche von Estathè mit 1,5 Litern Inhalt wurde verbessert: Das Gewicht unserer recycelbaren Flasche wurde verringert, mit einer jährlichen Kunststoffersparnis von 107 Tonnen!



REDUCE

Logistiko Optimierung

Die Palettenoptimierung, die durch zwei Projekte in unserem Werk in Alba (Italien) erreicht wurde, steht in Einklang mit der ständigen Verbesserung unseres Verpackungssystems: Es wird weniger Material verwendet und es fallen kürzere Lkw-Fahrtzeiten an. Dank dieser Optimierungen haben wir die Zahl der Lkw auf den Straßen verringert und durch eine Neugestaltung des Systems 110 Lkw eingespart.



REDUCE



Mehrzweckverpackungen

Für die Weihnachtskampagne in Frankreich, Italien und Deutschland starteten wir die Aktion „Zu Weihnachten Glas“: Wir entschieden uns für Glas als Teil der Pralinenverpackungen, damit die Konsumenten diese als elegante Tablett wiederverwenden können.

In unserem chinesischen Werk designen wir unsere Kunststofftrays so, dass sie mehrmals für den Transport der Produkte von uns zu unseren Partnern vor Ort verwendet werden können. So können wir 30 Tonnen Kunststoff im Jahr einsparen.



REUSE



1. KREIEREN

FORTSETZUNG

3. TECHNISCHE MACHBARKEITSANALYSE

Unser Entwicklungsteam verfügt über verschiedene Kompetenzen, damit alle relevanten Aspekte berücksichtigt werden:

- Chemiker und Materialexperten, um Lebensmittelsicherheit und -schutz zu gewährleisten.
- Verpackungsdesigner und -ingenieure, die Formen entwerfen und Technologien und Materialien auswählen.
- Juristen für alle rechtlichen Aspekte.
- Grafikdesigner für das Branding und das grafische Layout auf der Verpackung.
- Controller für die Kostenanalyse.

Bei unserer Auswahl werden in mehreren Schritten die Herausforderungen berücksichtigt, vor denen unsere Produkte bei Produktion, Distribution, Auslieferung an den POS, im Moment des Kaufs und während des Verzehrerlebnisses stehen. Das ist nicht einfach.

4. QUALITÄTS- UND PRODUKTIONSTESTS

Wenn wir eine Lösung gefunden haben, die allen Anforderungen und Herausforderungen bestmöglich entspricht, führen wir Qualitätstests durch. Diese sollen sicherstellen,

dass sich unser Anspruch erfüllt, Konsumenten besten Geschmack und beste Frische über einen möglichst langen Zeitraum zu garantieren. Unsere Verpackung spielt eine entscheidende Rolle, um die Frische unserer Produkte zu erhalten und ihre Haltbarkeit zu gewährleisten. Sie ist wie ein Schutz, der sie sowohl mechanisch als auch physikalisch gegen widrige Umweltbedingungen schützt.

Haben Sie schon einmal erlebt, wie unterschiedlich unverpackte und verpackte Lebensmittel nach einigen Tagen schmecken? Sie schmecken keineswegs gleich. Dies ist die natürliche Folge von Umweltfaktoren (Luftfeuchtigkeit, Sauerstoff, Licht) und externen Einflüssen (Gerüche, Kontaminierung durch externe Quellen), die das Produkt beeinträchtigen. Diese Faktoren führen zu Lebensmittelverschwendung und schlechter Lebensmittelqualität.

Aufgrund unserer bewährten Technologien und unseres langjährigen Know-hows können wir unsere besonderen Produktrezepturen vor negativen Einflüssen schützen. Dabei nutzen wir die besonderen Merkmale jedes Verpackungsmaterials in Kombination mit den jeweiligen Zutaten. Einige Zutaten benötigen mehr Schutz als andere.

Dennoch suchen wir aufgrund des von uns angewandten Prinzips der ständigen Verbesserung immer nach neuen Wegen zur Verringerung der Verpackungsmenge, ohne dabei den Schutz des Lebensmittels zu beeinträchtigen.

DIE VERPACKUNG IST DER SCHUTZSCHILD DES LEBENSMITTELS





**BEDEUTUNG DER RICHTIGEN VERPACKUNG FÜR DAS OPTIMALE GENUSSERLEBNIS:
Wie es verschiedene Materialien ermöglichen, die Produktqualität länger zu erhalten.**



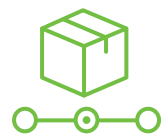
5. PRODUKTVERPACKUNG

Unser Verpackungsmaterial wird auf unseren automatisierten Linien getestet, um sicherzustellen, dass es für ein Minimum an Produkt- und Verpackungsabfall optimiert ist. Gegenstand vieler unserer Projekte ist die Verringerung des Verpackungsabfalls in unseren Werken, um den Ausschuss zu verringern.

In unserem Werk im polnischen Belsk recyceln wir den Produktionsausschuss von kinder Joy und stellen daraus Displayfüße her. In unserem Werk im irischen Cork hat sich die Wiederverwendung des Abfalls von recycelten tac-Trays inzwischen etabliert. In diesem Jahr starteten wir ein neues Projekt mit unseren Lieferanten, bei dem die Kunststoff-Trays in unserem chinesischen Werk wiederverwendet werden. Dies spart etwa 30 Tonnen Kunststoffmaterial pro Jahr ein.

6. AUSLIEFERUNG AN UNSERE KONSUMENTEN

Sobald wir uns sicher sind, dass unsere Konsumenten mit unserer Arbeit zufrieden sein werden, liefern wir das verpackte Produkt an den Handel aus. Die Reise ist hier aber noch nicht zu Ende. Unsere Verpackung muss ein positives Einkaufserlebnis garantieren und sicherstellen, dass das Produkt zuhause bei unserem Konsumenten in der Form ankommt, in der wir es entwickelt haben.



Unser Verpackungsmaterial wird auf unseren automatisierten Linien getestet, um sicherzustellen, dass es für ein Minimum an Produkt- und Verpackungsabfall optimiert ist

2. AUSWÄHLEN

NACHHALTIGE LANDWIRTSCHAFTLICHE PRAKTIKEN VON FERRERO

Um die besten auf dem Markt verfügbaren Rohstoffe zu beschaffen, haben wir ein umfassendes Verständnis von und Wissen über unsere Rohstoffe, ihre Herkunft und ihre Verarbeitung entwickelt.

Mehr als jemals zuvor ist Nachhaltigkeit heute ein entscheidender Faktor dieser Wissenskultur. Unserer Arbeit liegt das Credo „Werte teilen, um Wert zu schaffen“ zugrunde. Außerdem haben wir es schon immer bevorzugt direkte und langfristige geschäftliche Beziehungen mit Rohstoffherzeugern und -lieferanten aufzubauen, die auf Dialog und Transparenz basieren.

Diesem Credo entsprechend, wird der Wert nicht alleine dadurch geschaffen, sich zu einem Wertekanon zu verpflichten. Vielmehr beinhaltet es auch die Verantwortung, diese Werte mit allen Kooperationspartnern innerhalb und außerhalb der Ferrero-Gruppe zu teilen.

Am Herzen liegen uns insbesondere die Bedingungen, unter denen die Rohstoffe unserer Lieferkette erzeugt werden. Wir verpflichten alle Lieferanten und Mitarbeiter, unseren Code of Business Conduct sowie unsere nicht verhandelbaren hohen Standards einzuhalten. Letztendlich wird dies die Partnerschaft zwischen allen an unserer Lieferkette Beteiligten stärken und die Transparenz erhöhen.

Wir wissen, dass die Rohstoffe in ländlichen Gegenden produziert werden und dass die Entwicklung des ländlichen Raumes der wichtigste Schlüsselfaktor zur Unterstützung der Bauern, Arbeiter und ihrer Familien ist. Deshalb fördern wir gute landwirtschaftliche und soziale Praktiken nach international anerkannten Standards in den Erzeugerländern.

Um unser Ziel nachhaltiger Lieferketten zu erreichen, haben wir unter dem Dach des Ferrero Agricultural Commitment to Sustainability (F-ACTS) das Programm Ferrero Farming Values (FFV) eingeführt.

Jedes maßgeschneiderte FFV-Programm verfolgt spezifische Ziele, die auf drei Pfeilern beruhen: Umsetzung spezieller Projekte und Partnerschaften, Einführung von Standards und Zertifizierungen sowie institutionelles und kollektives Engagement. Angesichts der Komplexität der globalen Beschaffungsaktivitäten sind wir uns dessen bewusst, dass ein einzelner Akteur eine bestehende Lieferkette nicht alleine in eine nachhaltige verwandeln kann. Die drei Pfeiler wirken zusammen und nicht isoliert voneinander, sie ergänzen sich gegenseitig: Der 3-Pfeiler-Ansatz wird durch eine ganze Reihe von Aktionen und Initiativen umgesetzt.

Um unser Ziel nachhaltiger Lieferketten zu erreichen, haben wir unter dem Dach des Ferrero Agricultural Commitment to Sustainability (F-ACTS) das Programm Ferrero Farming Values (FFV) eingeführt.



Unserer Arbeit liegt das Credo zugrunde „Werte teilen, um Wert zu schaffen“.



UNSER 3-PFEILER-ANSATZ



Alle Kooperationspartner entlang der Wertschöpfungskette müssen zusammenarbeiten, um das Ziel einer nachhaltigen Lieferkette zu erreichen.

DIE 3 PFEILER




PROGRAMME	ZIELE
	Bis 2020 100% als nachhaltig zertifiziert
	Seit Januar 2015 100% als nachhaltig zertifiziertes, segregiertes RSPO-Palmöl
	Bis 2020 100% rückverfolgbar
	Bis 2020 100% als nachhaltig zertifiziert
	Bis 2025 100% der Eier aus Bodenhaltung (100% für Werke in der EU bereits im September 2014 erreicht)
	Einhaltung strenger Qualitätsstandards und Kontrolle der Nachhaltigkeitskennzahlen

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

KAKAO

PROGRAMM	ZIEL
	Bis 2020 100% als nachhaltig zertifiziert

Ein großer Teil des Kakao wird weltweit von kleinen oder familiengeführten Betrieben in Entwicklungsländern erzeugt. Im Gegensatz zu industrialisierten landwirtschaftlichen Großbetrieben, verfügen diese Kleinbauern oft nur über veraltete landwirtschaftliche Praktiken sowie begrenztes Fachwissen und Ressourcen. Die Bauern stehen vor erheblichen Herausforderungen und treffen auf komplexe wirtschaftliche, soziale und ökologische Fragen, wie etwa den zunehmenden Wettbewerb durch andere Nutzpflanzen und fehlenden Zugang zu bzw. fehlendes Wissen über gute landwirtschaftliche Praktiken.

Um die Zukunft des Kakaosektors zu sichern, verpflichten wir uns, durch die Umsetzung des Ferrero Farming Values Cocoa Programms, die Nachhaltigkeit im Kakaoanbau zu unterstützen und zu verbessern. Der Ansatz dieses Programms basiert auf drei wesentlichen Pfeilern: Zertifizierung, institutionelles Engagement und Projektpartnerschaften.

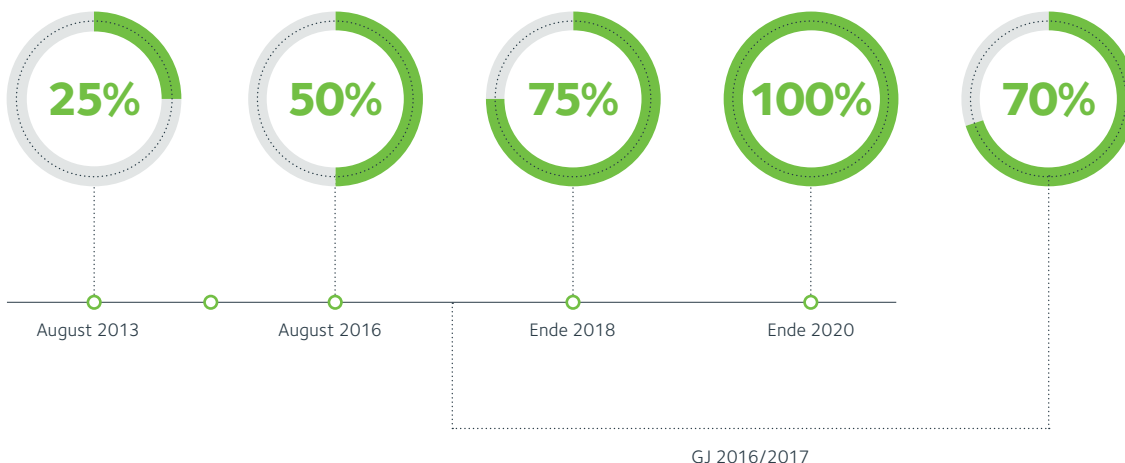
ZERTIFIZIERTER KAKAO

Eine unserer wichtigsten Verpflichtungen für den Aufbau einer nachhaltigen landwirtschaftlichen Lieferkette besteht darin, bis Ende 2020 100% zertifizierte Kakaobohnen zu beschaffen. Im Geschäftsjahr 2016/17 verarbeitete die Ferrero-Gruppe mehr als 130.000 Tonnen Kakaobohnen, von denen bereits 70% als nachhaltig zertifiziert waren.

Im Rahmen des Fairtrade Sourcing-Programms haben wir uns im Jahr 2013 verpflichtet, bis 2016 20.000 Tonnen Kakao zu kaufen. 2016 haben wir die Kakaomenge, die wir von Fairtrade-Bauern kaufen, verdoppelt – in den nächsten drei Jahren somit auf 40.000 Tonnen.



ZEITPLAN FÜR DIE KAKAOZERTIFIZIERUNG





Derzeit beziehen wir nachhaltige Kakaobohnen mit den folgenden Zertifizierungsstandards: UTZ Certified, Rainforest Alliance Certified™ und Fairtrade.



2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

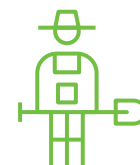
Um das Beschaffungsziel bis 2020 zu erreichen, arbeiten wir kontinuierlich mit NGOs und Anbaubetrieben zusammen. Ziel ist es, landwirtschaftliche, soziale, ökologische und wirtschaftliche Probleme anzugehen, die im Zusammenhang mit dem Kakaoanbau auftauchen.

Außerdem unterstützen wir bereits bestehende lokale Projekte, um eine nachhaltigere Erzeugung von Kakao sicherzustellen und gleichzeitig die Lebensbedingungen der Bauern sowie das Wohlergehen ihrer Gemeinschaften zu verbessern. Es folgen einige Beispiele für diese Projekte vor Ort.

KENNZAHLEN 2016/2017 (CÔTE D'IVOIRE, GHANA & NIGERIA)	
Geschäftspartner	8
Kooperativen und Bauernorganisationen	22
Gemeinschaften	615
Zertifizierte Bauern	41.607
Zertifizierte Bäuerinnen	~ 18%
Zertifizierte Bauern, die Lieferungen vornehmen	~ 60%
Zertifizierte Hektar	137.713
Erfasste Hektar	48.375
Zertifizierte Tonnen	91.215
Durchschnittliche Hektarzahl/Bauer	3,31
Kakaopflanzenaufzuchtbetriebe	58
Verteilte Setzlinge	429.514
Bauern, die Input erhalten	12.989

SCHULUNGEN	
Durchschnittliche Anzahl der geplanten Schulungen pro Bauer	5
Durchschnittliche Anzahl der besuchten Schulungen pro Bauer	3
Anwesenheitsrate	61%

CHILD LABOR MONITORING AND REMEDIATION SYSTEM (CLMRS)	
Kooperativen und Bauernorganisationen mit CLMRS	11
Für das Thema Kinderarbeit sensibilisierte Personen	3.627



Zertifizierte Bauern in
Côte d'Ivoire, Ghana &
Nigeria

41.607



In Côte d'Ivoire, Ghana
& Nigeria verteilte
Setzlinge

429.514



**KOLLEKTIVES ENGAGEMENT VON FERRERO
INTERNATIONAL COCOA INITIATIVE**



Die International Cocoa Initiative (ICI) umfasst viele Kooperationspartner und fördert den Schutz von Kindern im Kakaosektor in Côte d'Ivoire und Ghana. Die Strategie von 2015 bis 2020 besteht darin, „die Zukunft der Kinder zum Mittelpunkt der Kakaonachhaltigkeit zu machen“. Sie zielt darauf ab, bis 2020 eine Million Kinder zu schützen, die in Kakaoanbaugemeinschaften leben.

Die Strategie basiert auf drei Pfeilern:

- Kakaoanbaugemeinschaften schützen Kinder und deren Rechte besser.
- Die Kakaolieferkette überwacht das Risiko der Kinderarbeit verantwortungsvoll.
- Wichtige Kooperationspartner verbesserten das Bewusstsein und das Wissen, um geeignete Entscheidungen treffen zu können, die den Kinderschutz stärken und Kinderarbeit eindämmen.

ERGEBNISSE DES CHILD LABOUR MONITORING AND REMEDIATION SYSTEM (CLMRS)		
	2016	2012-2016
Durch das Liniensystem erfasste Bauerngruppen	50	90
Erfasste Kakaobauernhaushalte	31.537	57.537
Durch Sensibilisierungsmaßnahmen der ICI erreichte Gemeinschaften	523	1.375
Sensibilisierungsveranstaltungen in den Gemeinschaften	3.025	10.069
Durch Sensibilisierungsmaßnahmen erreichte Mitglieder & Bauern	73.357	193.424
Geschulte Akteure der Lieferkette	1.641	3.660
Zahl der Kinder, die von Kinderarbeit betroffen sind	930	6.065
Zahl der Kinder, die nachgewiesenermaßen Hilfe erhalten	1.089	4.680

WORLD COCOA FOUNDATION



Die WCF ist eine Organisation mit internationalen Mitgliedern, die eine nachhaltige Kakaowirtschaft durch wirtschaftliche, soziale und ökologische Entwicklung in den Kakaoanbaugemeinschaften fördert.

Ihre Vision ist ein „nachhaltiger, prosperierender Kakaosektor“, in dem:

- es den Bauern gut geht;
- die Kakaoanbaugemeinschaften gestärkt werden;
- die Menschenrechte respektiert werden;
- die Umwelt geschützt wird.



**In Kakaoanbau-
gemeinschaften
lebende Kinder mit
besserem Schutz bis
2020**

1 Million

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

CocoaAction

CocoaAction ist eine Strategie, die die führenden Kakao- und Schokoladenunternehmen der Welt zusammenbringt, um Nachhaltigkeit voranzutreiben und bis 2020 die Lebensbedingungen von 300.000 Kakaobauern in Côte d'Ivoire und Ghana zu verbessern.

Im Jahr 2013 gründeten 10 Unternehmen der Kakao-Lieferkette, darunter Zulieferer und Hersteller, CocoaAction. Mit dieser Strategie konnten sie ihre individuellen Nachhaltigkeitsstrategien und -ziele angleichen. Dadurch profitieren sie davon, andere Akteure des Kakaosektors und vor allem die Kakaobauern und deren Gemeinschaften. Heute vereint CocoaAction die Branche, Regierungen und andere wichtige

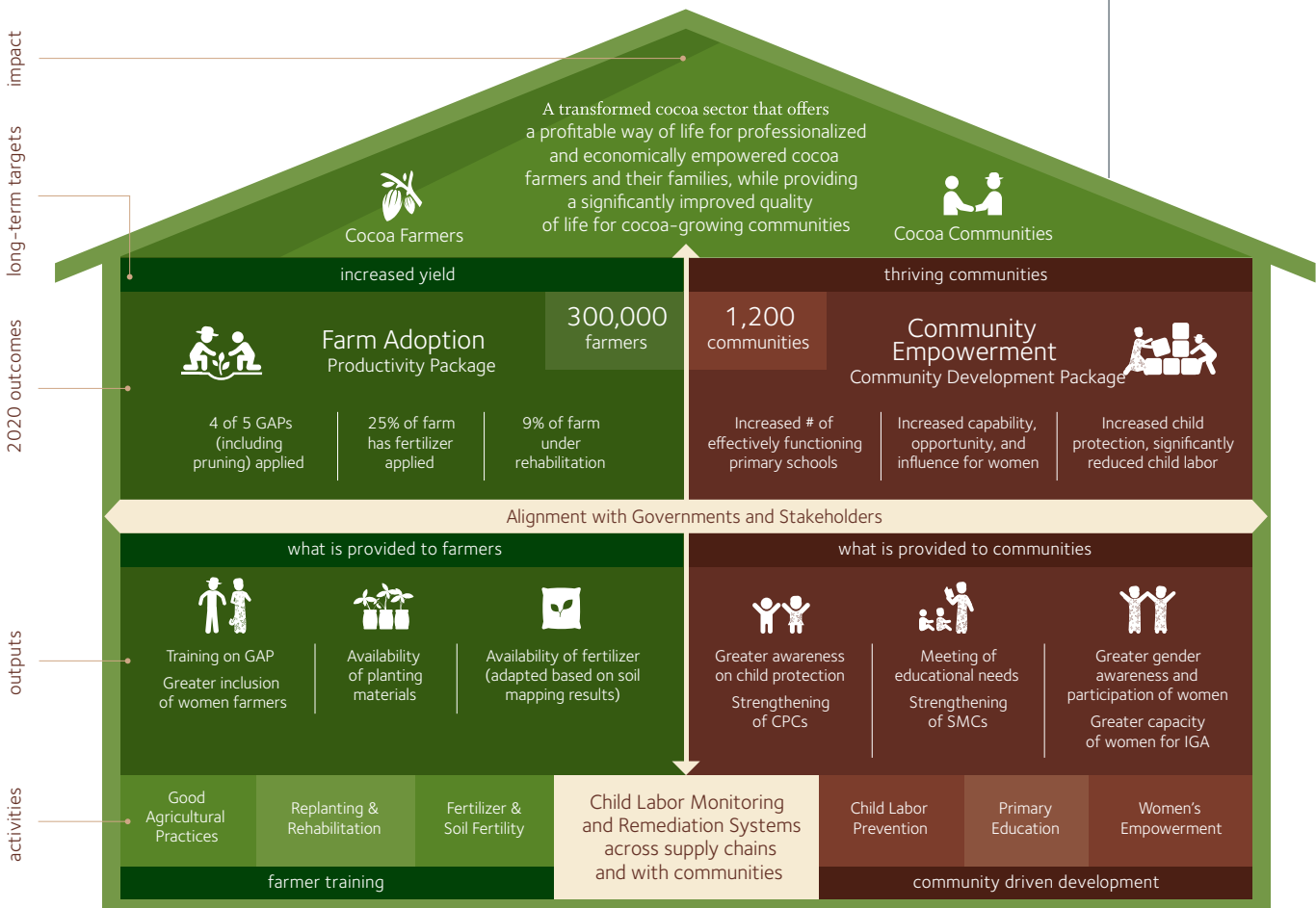
Stakeholder bei regional Kernfragen der Nachhaltigkeit von Kakao. Ziel ist es, sich im Hinblick auf komplementäre Rollen und Verantwortlichkeiten abzustimmen sowie Größenvorteile und Effizienz durch Zusammenarbeit zu nutzen, um so die Bemühungen, Nachhaltigkeit bei Kakao zu beschleunigen.

Die World Cocoa Foundation (WCF) bringt die Branchenakteure zusammen und hat die strategische Leitung von CocoaAction inne, um die Umsetzung dieser freiwilligen, branchenweiten Strategie zu erleichtern, eine Vereinheitlichung voranzutreiben und neue Erkenntnisse zu gewinnen, die deren Wirkung verstärken.



Unternehmen der Kakao-Lieferkette, die CocoaAction 2013 gemeinsam ins Leben riefen

10



Quelle: CocoaAction Jahresbericht 2016*



CocoaAction koordiniert den Sektor bei Themen von regionaler Priorität, ermöglicht Größenvorteile durch gemeinsame Maßnahmen und einen gemeinsamen Ergebnisrahmen, teilt Best Practices und Fehler durch eine kollektive Lernkultur, und arbeitet eng mit Regierungen und wichtigen Stakeholdern zusammen.

CocoaAction hat die Vision eines neu gestalteten Kakaosektors, der professionalisierten und wirtschaftlich gestärkten Kakaobauern und deren Familien einen rentablen Lebensunterhalt bietet sowie gleichzeitig die Lebensqualität der Kakaoanbaugemeinschaften signifikant verbessert.

Die CocoaAction-Unternehmen erkennen an, dass Veränderungen des Kakaosektors hin zu mehr Nachhaltigkeit schnelles Handeln und eine radikal andere Vorgehensweise als bisher erfordern. CocoaAction wurde daher mit einem wichtigen Grundprinzip ins Leben gerufen: dass seine Mitglieder gemeinsam noch mehr erreichen können, dabei weiterhin die Freiheit haben, individuell zu handeln. Als Gründungsmitglied von CocoaAction teilen wir Vision und Strategie von CocoaAction, um Nachhaltigkeit im Kakaosektor schneller zu erreichen.

Aktivitäten, Ziele, konkrete Maßnahmen, erwartete Ergebnisse und Auswirkungen werden im Folgenden beschrieben.

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

PARTNERSCHAFTEN MIT FAIRTRADE UND DER KOOPERATIVEN UNION ECOOKIM

Die Union Des Sociétés Coopératives Kimbe (ECOOKIM) wurde 2004 mit sechs Mitgliedskooperativen gegründet, die damals insgesamt etwa 2.800 Produzenten umfassten.

In der Zwischenzeit ist ECOOKIM erheblich gewachsen und umfasst nun 23 Mitgliedskooperativen mit 11.800 Produzenten in verschiedenen Teilen des Landes. ECOOKIM-Mitglieder erzeugen vorwiegend Kakao für den Export, aber auch Kaffee und Cashewnüsse für den nationalen Markt.

ECOOKIM erreichte 2010 die Fairtrade-Zertifizierung, später auch Zertifizierungen durch UTZ, Rainforest Alliance und Fairtrade USA. ECOOKIM hat seinem Partner Ferrero acht Kakaokooperativen und deren Ertrag zugewiesen (siehe Grafik unten).

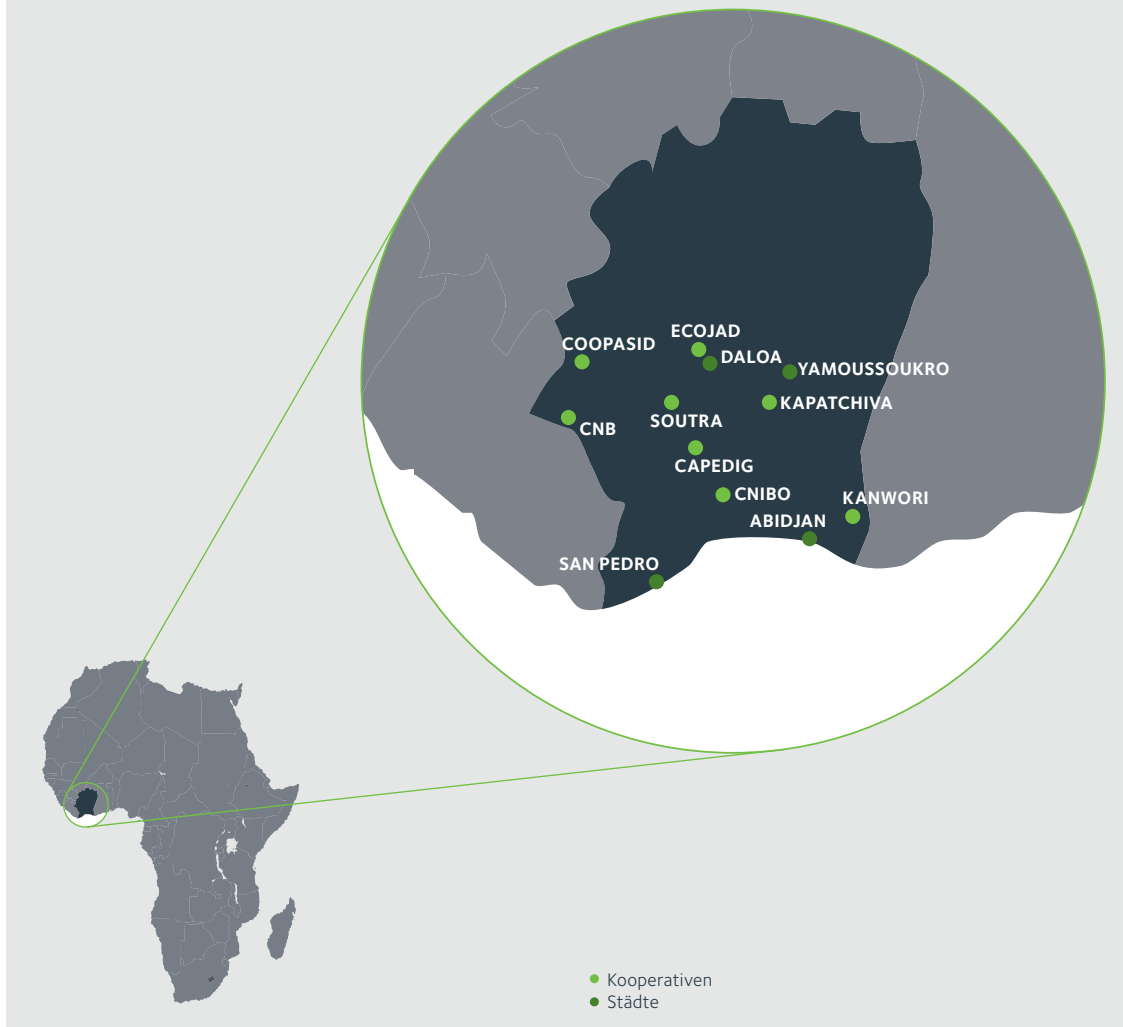
Wir kaufen seit 2014 Fairtrade-Kakao von der kooperativen Union ECOOKIM in Côte d'Ivoire. Ferrero und Fairtrade initiierten ein gemeinsames Monitoring-Projekt und wählten dazu 18 Key Performance Indicators (KPIs) aus, um Folgendes zu erreichen:

- Bewertung des Fortschrittes von ECOOKIM bei Kakaoanbau und Entwicklung der Gemeinschaft;
- Stärkung von ECOOKIMs Fähigkeit zur Eigenkontrolle;
- Weitere Unterstützung der sozialen und nachhaltigen Entwicklung der Kakao anbauenden Gemeinschaften;
- Beitrag zu einer transparenten, langfristigen Partnerschaft.



Von Ferrero und Fairtrade für ein gemeinsames Monitoring-Projekt ausgewählte Leistungskennzahlen

18





ERGEBNISSE DES ZWEITEN MONITORING-ZEITRAUMS 2016*



89%

DER KAKAOBAUERN SIND ÄLTER
ALS 30 JAHRE



8 VON 23

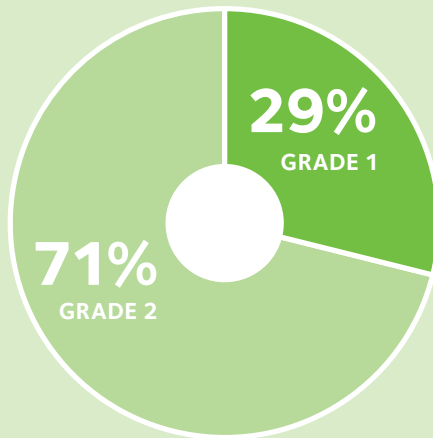
ECOOKIM-KOOPERATIVEN WURDEN
FERRERO ZUGEWIESEN

1 mehr als 2015



5 VON 8

KOOPERATIVEN SIND SEIT MEHR ALS
3 JAHREN FAIRTRADE-ZERTIFIZIERT



KAKAO QUALITÄT



5.988

PRODUZENTEN GEHÖREN ZU DIESEN 8
KOOPERATIVEN; SIE REPRÄSENTIEREN
51% ALLER ECOOKIM-MITGLIEDER

Anstieg von 11% gegenüber 2015



23.369 HA

GEHÖREN DIESEN 8 KOOPERATIVEN

dies entspricht 50% der Gesamtfläche von ECOOKIM
und ist ein Anstieg um 22% gegenüber 2015

*ECOOKIM, Ergebnisse des zweiten Monitoring-Zeitraums 2016

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

ERGEBNISSE DES ZWEITEN MONITORING-ZEITRAUMS 2016

(FORTSETZUNG)



2.869

BESUCHE DURCH ECOOKIM-
PERSONAL AUF FARMEN 2016
ZUR UNTERSTÜTZUNG



DIE 8 KOOPERATIVEN INVESTIERTEN:

40%

UM DIE KAKAOEINNAHMEN DER
PRODUZENTEN ZU ERHÖHEN



5.065

SCHULUNGSTEILNEHMER PRO
MODUL IM DURCHSCHNITT:

- GUTE LANDWIRTSCHAFTLICHE PRAKTIKEN I + II
- GUTE ÖKOLOGISCHE PRAKTIKEN I + II
- GUTE SOZIALE PRAKTIKEN I + II

ECOOKIM INVESTIERTE

35%

DER FAIRTRADE-PRÄMIEN, UM DEN
ERZEUGERN DÜNGEMITTELN UND
ANDEREN INPUT ZUR VERFÜGUNG
ZU STELLEN

ALLE 8

KOOPERATIVEN VERFÜGEN ÜBER
RICHTLINIEN ZU KINDERARBEIT UND
HABEN EIN KOMITEE ZUM THEMA
KINDERARBEIT EINGERICHTET

425

SCHULUNGSSTUNDEN

12% MEHR ALS 2015



1.313

KAKAOBÄUME PRO HEKTAR,
MIT EINEM ERTRAG VON
DURCHSCHNITTLICH 680 KG



9.653 t

DER KAKAOPRODUKTION STEHEN FÜR
DEN VERKAUF ZUR VERFÜGUNG

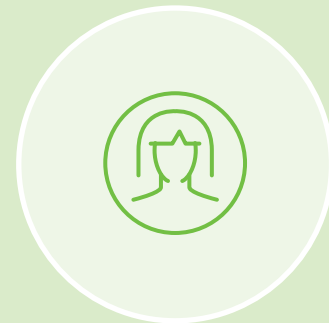
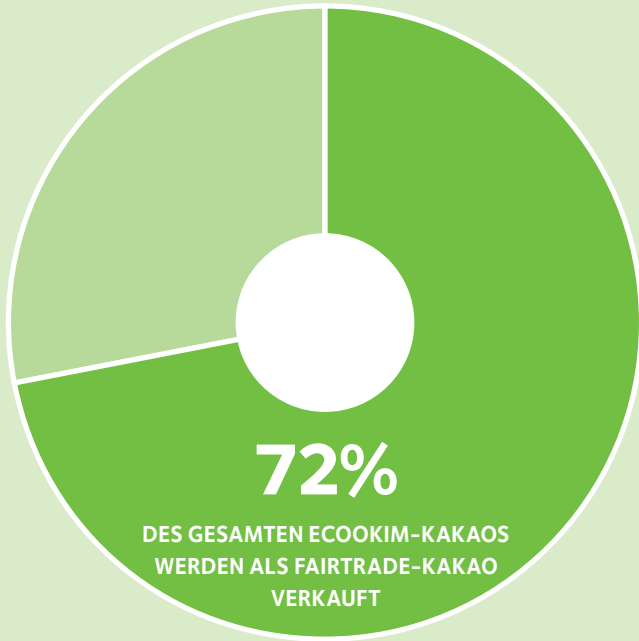
68% MEHR ALS 2015



7.187 t

FAIRTRADE-KAKAO
AN FERRERO VERKAUFT

39% MEHR ALS 2015



6%

DER PRODUZENTEN SIND FRAUEN

ANTEIL DER FRAUEN
IN DER KOOPERATIVE ERHÖHT:

IN 4 VON 8

KOOPERATIVEN WURDE MINDESTENS 1 FRAU
IN DAS FÜHRUNGSGREMIUM GEWÄHLT

IN 5 VON 8

KOOPERATIVEN BEFINDEN SICH FRAUEN UNTER DEN
DELEGIERTEN DER GENERALVERSAMMLUNG

ANWENDUNG GUTER LANDWIRTSCHAFTLICHER PRAKTIKEN



SCHÄDLINGS- UND
KRANKHEITSMANAGEMENT



ERNTE-
MANAGEMENT



UNKRAUT-
MANAGEMENT



\$1.437.443

FAIRTRADE-PRÄMIEN VON FERRERO
AN ECOOKIM

39% MEHR ALS 2015

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

Save the Children & Ferrero gemeinsam gegen Kinderarbeit

Wir verfolgen einen Nulltoleranzansatz gegenüber Kinderarbeit. Wir verpflichten uns, die Rechte von Kindern über unsere gesamte Lieferkette hinweg zu schützen. Dies ist auch in unserem Code of Business Conduct festgelegt. Aufgrund des gemeinsamen Interesses an den Rechten von Kindern haben wir eine erfolgreiche Partnerschaft mit Save the Children abgeschlossen.

Das Projekt startete im März 2016 in ivoirischen Kakaobetrieben mit dem Ziel, Kindern, die Opfer von Kinderarbeit sind, Schutz und Bildung zu bieten. Noch immer sind 1,2 Millionen Kinder gezwungen, unter gefährlichen Bedingungen zu arbeiten, können zuweilen nicht mehr zur Schule gehen bzw. erhalten nicht einmal Zugang zu Bildung.

Dank der umfassenden Erfahrung von Save the Children, unserem starken Engagement und der konstanten Kooperation der lokalen Behörden (Ministerium für Familie, Frauen und Kinder, Erziehungsministerium) konnte das Projekt in drei Hauptrichtungen entwickelt werden:

- Einbindung lokaler Gemeinschaften und Einrichtungen, um das Bewusstsein für dieses Thema zu stärken;
- Aktivitäten zum Schutz der Kinder bei Ausbeutung, Missbrauch und Gewalt;
- Förderung grundlegender Schulbildung zur Vermeidung von Kinderarbeit.

In der Überzeugung, dass Kinderarbeit nur mithilfe eines ganzheitlichen Ansatzes, der die Entwicklung der Gemeinschaft und den Schutz von Kindern miteinander verbindet, bekämpft werden kann, möchte dieses Projekt ein nachhaltiger Entwicklungsmotor für diese Gemeinschaften sein. Ziel ist es, 500 Kinder zu erreichen, darüber hinaus mehr als 7.500 Mitglieder in 10 Gemeinschaften in der Provinz Soubre und 100 Vertreter lokaler Institutionen einzubeziehen.



Ferrero engagiert sich
gegen Kinderarbeit





ERGEBNISSE DES PILOTPROJEKTES (15 MONATE)

- 705 Kinder für Übergangs- und Alphabetisierungs-klassen ausgewählt;
- 10 Kinderschutzausschüsse und 10 Kindergruppen eingerichtet und geschult;
- 10 Alphabetisierungsklassen für Übergangs- und Alphabetisierungskurse gestartet;
- 20 freiwillige Lehrkräfte ausgewählt und geschult;
- 3 Sozialzentren neu ausgestattet;
- 25 Gastfamilien ausgewählt und geschult;
- 96 Stakeholder des „referral mechanism“ (also des Mechanismus zur Koordinierung von Sofortmaßnahmen) zu Kinderschutz- und Kinderrechtsrichtlinien geschult.

Das erste Projekt ist der erste Schritt zu einer kontinuierlichen Kooperation von Ferrero und Save the Children. Die gemeinsamen Erfahrungen können dazu beitragen, neue Projekte, Interessensbereiche und Herausforderungen zu finden, die gemeinsam verfolgt werden, um so Änderungen für eine bessere Zukunft zu erreichen.

Ferrero geht Kooperation ein, um Abholzung in der globalen Kakaolieferkette zu beenden

Gemeinsam mit elf weltweit führenden Kakao- und Schokoladenunternehmen haben wir eine kollektive Absichtserklärung unterzeichnet, in der wir uns verpflichten, gemeinsam auf eine Beendigung der Abholzung und Waldschädigung in der globalen Kakaolieferkette hinzuwirken. Wir konzentrieren uns dabei anfänglich auf Côte d'Ivoire und Ghana.

Die Vereinbarung wurde während eines Treffens getroffen, das von seiner königlichen Hoheit, dem Prinzen von Wales ausgerichtet und von der World Cocoa Foundation (WCF), der IDH – the Sustainable Trade Initiative und der International Sustainability Unit (ISU) des Prinzen von Wales organisiert wurde. Sie ist die erste dieser Art für die globale Kakaolieferkette.

Ziel ist es, ein umsetzbares Maßnahmenpaket zu entwickeln, das zur Beendigung von Abholzung und Waldschädigung beiträgt. Dazu gehören aber auch höhere Investitionen in nachhaltigere Formen der Landschaftsgestaltung sowie aktivere Anstrengungen in Partnerschaften, die den Schutz und die Wiederherstellung von Wäldern in der Kakaolandschaft zum Ziel haben. Darüber hinaus beinhaltet die Vereinbarung erhebliche Investitionen in Programme zur Verbesserung der Kakaoproduktivität von Kleinbauern, die in der Kakaolieferkette arbeiten. Côte d'Ivoire und Ghana sind die größten Kakaoerzeuger weltweit und viele Beobachter halten den Kakaoanbau für die Hauptursache der hohen Abholzungsrate in beiden Ländern.

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

PALMÖL

PROGRAMM

ZIEL



Seit Januar 2015

100% zertifiziert nachhaltiges, segregiertes RSPO-Palmöl

Im Berichtszeitraum 2016/2017 kauften wir 203.768 Tonnen Palmfruchtöl. Dieser Wert entspricht knapp 0,3% der weltweiten Palmölproduktion, die nach offiziellen Angaben (Oil World 2017) etwa 65 Millionen Tonnen beträgt.

Wir haben uns verpflichtet, eine führende Rolle bei der Gestaltung eines nachhaltigen Palmölsektors zu spielen. Das kommt der Umwelt und den Gemeinschaften zugute, die in den Palmölerzeugerländern leben und arbeiten.

Es ist tief in unserer Unternehmenskultur verankert, langfristige Partnerschaften mit allen Akteuren der Lieferkette zu stärken und ein hohes Maß an Transparenz zu erreichen. Dies nennen wir „Sacco Conosciuto“. Auf Basis dieses Ansatzes arbeiten wir – seit den anfänglichen Beschaffungszeiten – auf die verantwortungsvolle Beschaffung von Palmöl hin.

Seit 2005 sind wir Mitglied des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) und haben systematisch in zertifiziert segregiertes Palmöl investiert. Doch unsere Verantwortung hört nicht mit der strengen Zertifizierung auf. Um mehr Nachhaltigkeit zu erreichen, starteten wir das Ferrero – Agricultural Commitment to Sustainability (F-ACTS), um die Bedingungen in ländlichen Gebieten und in den dortigen Gemeinschaften, von denen wir unsere Rohstoffe beziehen, zu verbessern.



Tonnen Palmfruchtöl haben wir im Berichtszeitraum 2016/17 gekauft

203.768

¹ Kleinere Änderungen der Datenbasis: Aufgrund besserer Datenverfügbarkeit einiger externer Fabriken ist die Vergleichbarkeit zum letztjährigen Bericht leicht verringert.

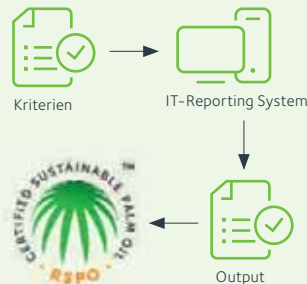
DIE WICHTIGSTEN MEILENSTEINE AUF UNSEREM WEG ZU NACHHALTIGEM PALMÖL

ANFANG DER 1960er JAHRE

- Ferrero beginnt, Palmölprodukte zu verwenden

1990

- Ferrero intensiviert seine Bemühungen zu mehr Rohstoffqualität



2005

- Ferrero wird RSPO-Mitglied





2013 haben wir das Programm Farming Values Palm Oil (FFVpo) ins Leben gerufen, das im Wesentlichen der Palmöl-Charta entspricht. Ziel ist, uns stärker auf die wichtigsten Ursachen der Abholzung sowie soziale Themen konzentrieren zu können.

2017 haben wir mithilfe des Verification Protocol begonnen, die Regelungen der Charta in unserer Lieferkette systematisch umzusetzen. Dieses Prüfprotokoll wurde von unseren Lieferanten und wichtigsten Kooperationspartnern überprüft und 2016 finalisiert. Unser Engagement für unsere Lieferanten zeigt sich darin, dass das Verification Protocol jedem Lieferanten die Möglichkeit gibt, einen Aktionsplan festzulegen, mit dem er Abweichungen von unseren Richtlinien beseitigen und alle Anforderungen erfüllen kann.

2015 waren wir eines der ersten Unternehmen weltweit, das 100% zertifiziertes, segregiertes RSPO-Palmöl gekauft hat.

2015 waren wir eines der ersten Unternehmen weltweit, das 100% zertifiziertes, segregiertes RSPO-Palmöl eingekauft hat. Das Segregationsmodell gewährleistet, dass nachhaltiges Palmöl von den Plantagen über die gesamte Lieferkette hinweg von konventionellem Palmöl getrennt bleibt. Dies können andere Zertifizierungsmodelle wie etwa Mass Balance und Book & Claim nicht garantieren.

Die wichtigsten Meilensteine auf unserem Weg zu nachhaltigem Palmöl sind unten dargestellt:



2013 haben wir das Programm Farming Values Palm Oil (FFVpo) ins Leben gerufen



Palm Oil Innovation Group

2015

- Mitgliedschaft bei POIG
 - Erzeuger
 - 4 FMCG
 - 9 NGOs

2017

- Feldbesuche abgeschlossen
- Externer Prüfer beauftragt, um Umsetzung der Charta zu überprüfen
- Erste Lebenszyklusanalyse (LCA) gestartet



- Verbesserte Umsetzung und Überprüfung der NDPE-Richtlinien
- Lieferanteneinbindung
- Aufrechterhaltung der vollständigen Rückverfolgbarkeit

100% SEGREGIERTES RSPO-PALMÖL

100% RÜCKVERFOLGBARKEIT BIS ZU DEN MÜHLEN

100% RÜCKVERFOLGBARKEIT BIS ZU DEN ERZEUGERN

RÜCKVERFOLGBARKEIT MIT KARTEN ABGESCHLOSSEN

ZUKUNFT

2013

- Ferrero Palmöl-Charta
 - Lieferung vollständig rückverfolgbaren Öls, auch durch Kleinbetriebe
 - Keine Abholzung von Wäldern mit hohem Kohlenstoffbestand
 - Kein Einsatz von Brandrodung
 - Keine Bepflanzung von Torfböden
 - Schutz von Orang-Utans und anderen gefährdeten Spezies, indem Gegenden mit hohem Erhaltungswert bewahrt werden
 - Bericht über die Treibhausgasemissionen ihrer Produktion
 - Achtung der Menschenrechte, einschließlich des Rechts auf freie, vorherige und informierte Zustimmung von indigenen und lokalen Gemeinschaften
 - Anerkennung, Einhaltung und Stärkung von Arbeiterrechten
 - Kein Einsatz von Paraquat
 - Aktive Bekämpfung von Korruption

2016

- Systematische Umsetzung der Charta:
 - Einführung des Verification Protocol
 - Erste Lieferantenzzeitpläne
 - Beginn der systematischen Erfassung der Plantagen
 - 36.000 Kleinbauern in der Lieferkette
 - Unterstützung des HCS-Ansatzes
 - Neue Arbeitsrichtlinien integriert
 - Dialog mit Lieferanten zu satellitengestützter Überprüfung
- Ferrero fördert Messen für nachhaltiges Palmöl und die Einbindung der Kooperationspartner
- Pilotprojekt „Starling Remote Sensing“ Verification gestartet



2018

- Lieferanteneinbindung
- RSPO-Engagement
- Wertschöpfungsansatz
- 99,89% der Plantagen sind rückverfolgbar
- Engagement bei RSPO und POIG
- Pilotprojekt satelliten-gestützte Bewertung

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

FÜHRENDE ROLLE

Wir sind entschlossen, in Kooperation mit unseren Lieferanten und Partnern eine führende Rolle bei der Umgestaltung des Sektors zu spielen.

Nach der letztjährigen Anerkennung durch Greenpeace („Ferrero ist führend in der Scorecard, wenn es um die Beseitigung der Abholzung in der Palmöllieferkette geht“), wurden wir durch eine Bewertung des WWF rückversichert, auf dem richtigen Weg und innerhalb unserer Branche führend zu sein.

Ferrero für sein herausragendes Engagement für mehr Nachhaltigkeit im Palmölsektor anerkannt

Im Juni 2017 erhielt Ferrero den ESMT Responsible Leadership Award. Vertreter von Ferrero Deutschland nahmen den Preis in Berlin entgegen. Diese Auszeichnung würdigt herausragendes Engagement verantwortungsvoller Unternehmensführung in Bezug auf verantwortungsvolle geschäftliche Praktiken. Dieses Jahr wurden wir für unser herausragendes Engagement für mehr Nachhaltigkeit im Palmölsektor ausgezeichnet.



Im Juni 2017 erhielt Ferrero den ESMT Responsible Leadership Award

FERRERO FÜHREND IN DER JÜNGSTEN PALMÖL-SCORECARD DES WWF

Am 21. September wurde die internationale WWF Palmöl-Scorecard 2016 veröffentlicht. Ferrero nahm dabei eine führende Position unter 137 globalen Unternehmen ein, die alle anhand ihrer 2015 im Palmölsektor durchgeführten Nachhaltigkeitsmaßnahmen bewertet wurden.

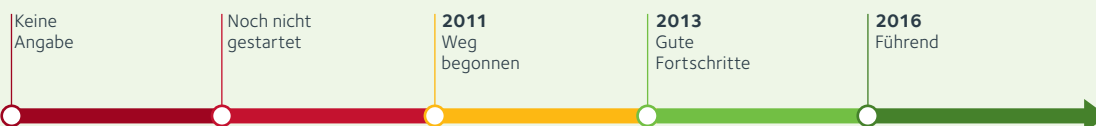
Ferrero führend in der jüngsten Palmöl-Scorecard des WWF

Am 21. September wurde die internationale Palmöl-Scorecard 2016 des WWF veröffentlicht. Ferrero lag dabei unter 137 globalen Unternehmen, die alle anhand ihrer 2015 im Palmölsektor durchgeführten Nachhaltigkeitsmaßnahmen bewertet wurden, auf einer der führenden Positionen.

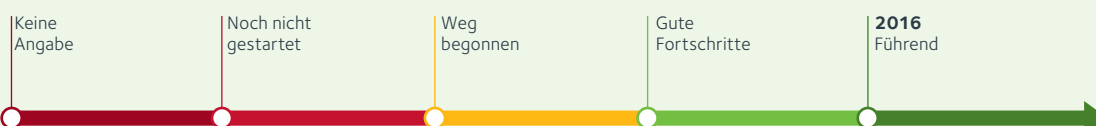
In den letzten Monaten hat der WWF dazu Unternehmen in Europa, Nordamerika, Australien und Japan analysiert, um deren Fortschritte bei der Zertifizierung von Palmöl sowie bei wichtigen Maßnahmen, die eine verantwortungsvolle Nutzung von Palmöl sicherstellen, zu verstehen. Bei dieser Überprüfung wurden wir mit neun von neun Punkten bewertet und als „Führend“ auf dem Weg zum endgültigen Nachhaltigkeitsziel unseres Sektors bezeichnet: damit zertifiziert nachhaltiges Palmöl bei allen Unternehmen zum Standard wird.

WO BEFINDET SICH FERRERO AUF SEINEM WEG ZU NACHHALTIGEM PALMÖL?

Fortschritte bei wesentlichen Maßnahmen



Fortschritte auf dem Weg hin zu physikalischem CSPO



2 Quelle: WWF Palm Oil Buyers Scorecard Report



„Als Mitglied der Palm Oil Innovation Group verpflichtet sich Ferrero zu strengeren Anbaustandards. Ferrero ist frühzeitig hohe Verpflichtungen zu nachhaltigem Palmöl eingegangen und hat sich ehrgeizige Ziele gesetzt“, erklärte WWF. „Auf diese Weise fördert das Unternehmen Nachhaltigkeit bei Anbau und Produktion und verbessert die Bedingungen in den Anbauländern.“

Die Anerkennung unseres Engagements ist eine Bestätigung, dass wir den richtigen Weg gewählt haben, und sie ermutigt uns, die Verwendung von nachhaltigem Palmöl voranzutreiben.



Eine Handvoll Unternehmen liefern den Beweis dafür, dass gute Praktiken im Palmölanbau machbar sind. Ferrero ist ganz klar eines dieser Unternehmen. Ferrero kann die Herkunft von fast 100% seines Palmöls direkt bis zur Plantage zurückverfolgen.“

WWF Deutschland



Ferrero ist frühzeitig große Verpflichtungen zu nachhaltigem Palmöl eingegangen und hat sich ehrgeizige Ziele gesetzt



2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

Ferreros hochmoderner Ansatz bei der Rückverfolgbarkeit

Wir haben uns dazu verpflichtet, in unserer Lieferkette über die Anforderungen des RSPO hinauszugehen. Ein wesentlicher Faktor dabei ist, eine effiziente Rückverfolgbarkeit auf Ebene der Mühlen und Erzeuger beizubehalten, durch die wir mehr über „die erste Meile“ unserer Lieferungen erfahren. Die Herkunft unseres Palmöls zu kennen bedeutet, dass wir effizienter mit den Lieferanten zusammenarbeiten können.

Wir sind stolz darauf, auch im Hinblick auf eine strikte, glaubwürdige Rückverfolgbarkeit die Pole Position in unserer Branche innezuhaben. Wir setzen uns aktiv dafür ein, dass dieser erreichbare Erfolg der branchenweite Standard wird.

2017 wurden fast 204.000 Tonnen Palmöl an Ferrero geliefert. Wir erreichten für diese Menge 100% Rückverfolgbarkeit zu 116 Ölmühlen und 99,89% Rückverfolgbarkeit zu 491 Plantagen, einschließlich des Beitrags von etwa 50.500 Kleinbauern.



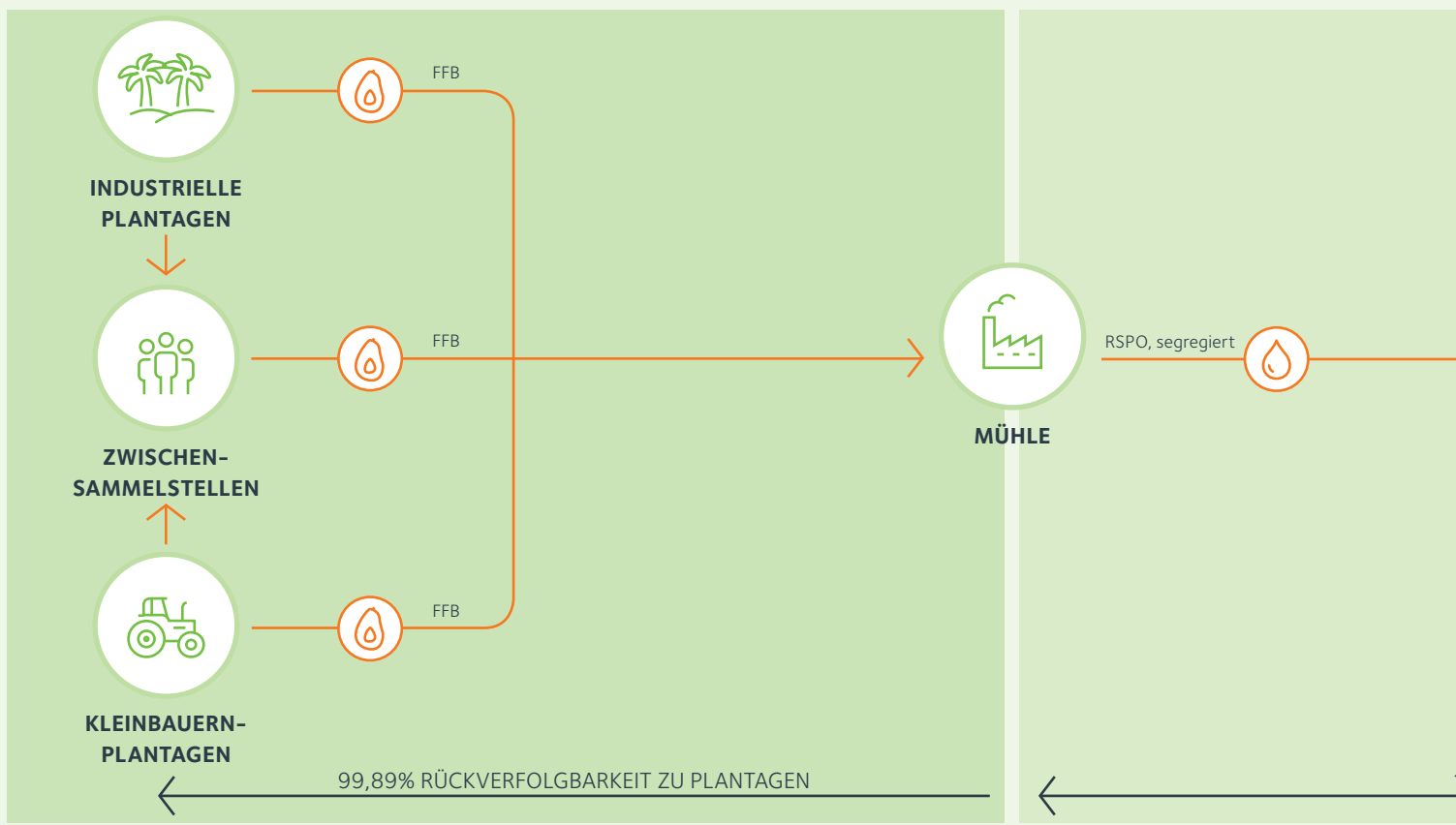
99,89%
Rückverfolgbarkeit
des Palmöls zu den
Plantagen und

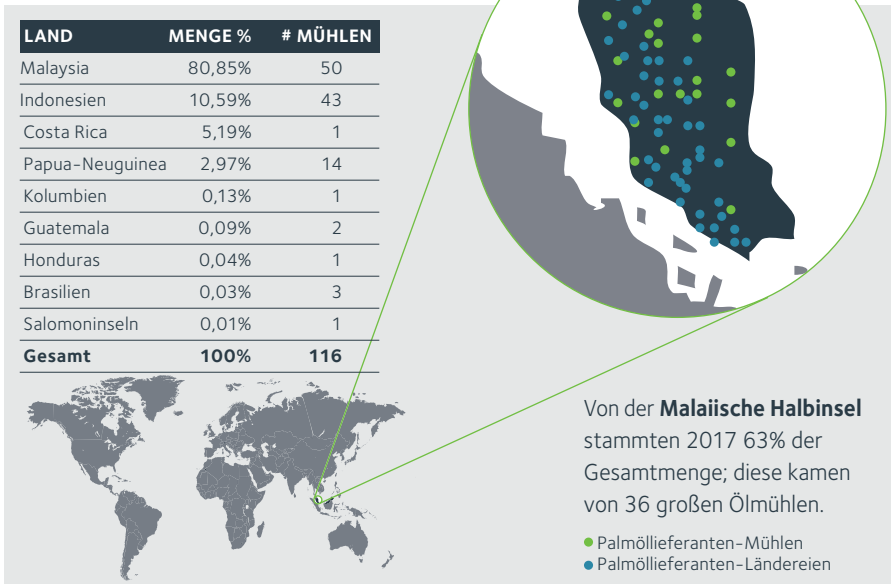
100%

Rückverfolgbarkeit zu
den Ölmühlen

PALMÖL RÜCKVERFOLGBARKEIT

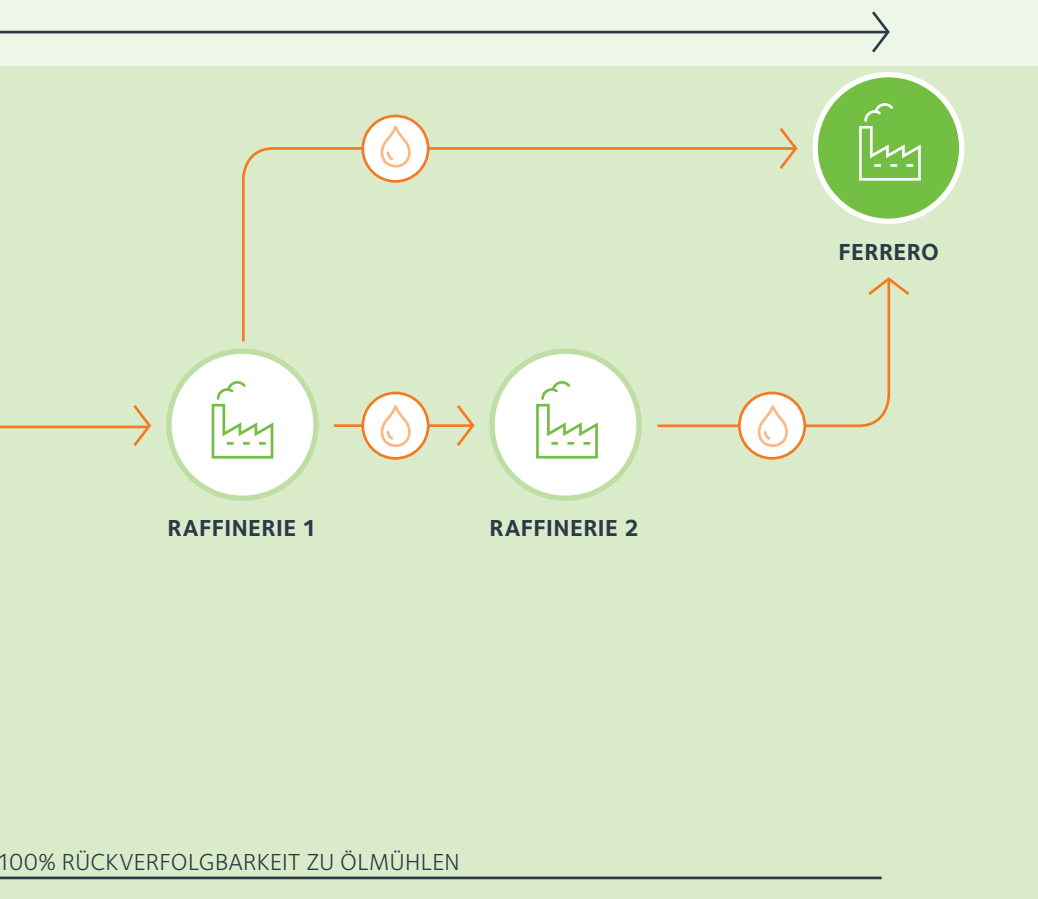
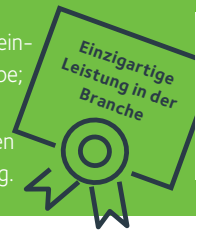
FERRERO PALMÖL-CHARTA – UMSETZUNG UND ÜBERPRÜFUNG





Die Rückverfolgbarkeit von Ferreros Palmöl bedeutet, dass wir unsere Lieferungen nach folgenden Faktoren rückverfolgen können:

- Standortkoordinaten und Karten der Anbaugelände;
- Vollständige Informationen zur Zertifizierungsgeschichte der Lieferanten und der dazugehörigen Erzeuger;
- Größe, Eigentumsverhältnisse und Merkmale der Plantagen;
- Zahl und Standort der einbezogenen Kleinbetriebe;
- Zertifizierte Herkunft jeder in unseren Werken eintreffenden Lieferung.



SCHLÜSSEL:

- Vollständige physikalische Integration
 - 🍌 Palmfrucht
 - 🍷 Rohes Palmöl
 - 🍷 Raffiniertes Palmöl
- FFB: Fresh Fruit Bunches (Fruchtbündel)
RSPO: Roundtable of Sustainable Palm Oil
SG: segregiert

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

ÜBERPRÜFUNG VON RÜCKVERFOLGBARKEIT UND UMSETZUNG DER CHARTA

Mithilfe der Rückverfolgbarkeitsdaten für 2017 haben wir eine dokumentengestützte Analyse der Lieferanten durchgeführt. Dabei haben wir ihren Status bei sozialen und ökologischen Themen sowie eventuelle Abweichungen von der Charta geprüft. Diese Bewertungen helfen uns, die Plantagen zu identifizieren, die mit Priorität besucht werden, um Verbesserungen ihrer Aktivitäten einzufordern.

Nach Abschluss dieser Besuche können wir dann den externen Bewertungsprozess gemäß dem „Ferrero Verification Protocol“ einleiten. So können wir feststellen, ob unsere Lieferanten auch wirklich die Anforderungen der Ferrero Palmöl-Charta einhalten.

TRANSPARENZ IST FÜR UNS GENAUSO WICHTIG, WIE FÜR UNSERE LIEFERANTEN

2017 haben wir unsere Beschaffungsstrategie drastisch geändert, um weiterhin den Erhalt von 100% RSPO-zertifiziertem, segregiertem Palmöl sicherzustellen. Der Verlust der RSPO-Zertifizierung einiger großer Lieferanten schockierte 2016 die Branche und zwang uns, unsere Beschaffungsbasis umfassend zu hinterfragen.

Unsere Erfolge bei der Rückverfolgung waren ebenfalls bedroht. Dank bereits vorhandener, zuverlässiger sowie neu hinzugekommener Lieferanten konnten wir dennoch unseren Verpflichtungen umfassend nachkommen, ohne das Zertifizierungsniveau oder die vollständige Erzeugerrückverfolgbarkeit zu beeinträchtigen.

Lieferanteneinbindung

Aufgrund der jüngsten Erfahrungen erkennen wir an, dass die Lieferanten und deren Unterstützung eine entscheidende Rolle auf unserem Weg zur Nachhaltigkeit spielen. Ohne die Kooperation und Unterstützung aller Lieferanten hätten wir keine transparente Lieferkette und wären nicht in der Lage, den Konsumenten sichere und nachhaltige Produkte anzubieten.

Außerdem könnten wir dann große Herausforderungen innerhalb unserer Beschaffungsbasis nicht angehen, ohne die vollständige Umsetzung der Ferrero Palmöl-Charta zu beeinträchtigen.

Neben Interaktionen bei Veranstaltungen von RSPO, POIG, SAI und der EU treffen wir unsere Lieferanten regelmäßig und tauschen uns kontinuierlich mit ihnen aus. Dies soll gewährleisten, dass die Ferrero Palmöl-Charta gemäß unseres Zeitplans umgesetzt wird.

Lieferantenbewertungen und Besuche vor Ort: die Basis für Zeitpläne

Für eine umfassende Diskussion mit unseren Lieferanten haben wir 2017 im Rahmen eines Pilotprojektes ausgewählte Lieferanten Selbstbewertungsfragebögen ausfüllen lassen. Das Feedback aus diesem Pilotprojekt hat uns Informationen zum Status des jeweiligen Lieferanten bei sozialen und ökologischen Themen, wichtigen Herausforderungen vor Ort sowie eventuelle Abweichungen von der Ferrero-Charta vermittelt. Bis Ende 2017 wurden diese Bewertungen auf alle Lieferanten ausgedehnt, die Ergebnisse werden derzeit analysiert.

Im Mai 2017 besuchte das Ferrero-Team gemeinsam mit unseren Nachhaltigkeitspartnern wichtige Lieferanten in Malaysia und Indonesien. Zweck der Reise war zum einen, die Ergebnisse des Selbstbewertungs-Pilotprojektes zu besprechen, und zum anderen, aus erster Hand zu erfahren, welche Maßnahmen die Lieferanten im Umgang mit arbeitsbezogenen und ökologischen Problemen ergreifen.



FERREROS GLOBALE PALMÖLLIEFERKETTE





Diese Besuche vor Ort in den Erzeugerländern lieferten wichtige Informationen für die Entwicklung individueller Zeitpläne für unsere Lieferanten, um die Anforderungen der Ferrero Palmöl-Charta zu erfüllen. Weitere Vorortbesuche sind für März und Mai 2018 geplant worden.

Keine Ausbeutung

Wir haben in unsere Charta integriert die "Free and Fair Labor in Palm Oil Production: Principles and Implementation Guidance" sowie die entsprechenden POIG-Richtlinien. Auf Basis dieser Richtlinien und der umfassenden Diskussionen bei den Besuchen vor Ort, entwickelten wir einen klaren Zeitplan für jeden Lieferanten, der sich im Wesentlichen an arbeitsbezogenen Fragen orientiert sowie dazu dient, Lösungen zur Behebung von Defiziten zu finden.

Diese maßgeschneiderten Zeitpläne wurden zwischen November 2017 und März 2018 systematisch mit unseren Lieferanten ausgetauscht. Wir verpflichten uns, unsere Lieferanten zu unterstützen, und wir werden einen Beitrag leisten zur Entwicklung sozialer Nachhaltigkeitsprojekte dort, wo Defizite festgestellt werden.



● Palmölmühlen



2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

Keine Abholzung

Die einzigartige Rückverfolgbarkeit der Ferrero-Palmöllieferkette ermöglicht es uns, die historische und aktuelle Landnutzung zu bewerten. Wir kooperieren mit dem International Institute for Applied Systems Analysis (IIASA) und anderen Organisationen im Bereich Umsetzung von Änderungsmodellen für die Landnutzung.

2017 haben wir mit einem Pilotversuch begonnen, Veränderungen des Waldbestandes innerhalb unserer Lieferkette mithilfe von satellitengestützter Überwachung zu überprüfen. Ziel war es herauszufinden, inwieweit Satellitenüberwachung für die Vermeidung von Waldrodung nutzbar ist.

Dieses Instrument mit dem Namen „Starling“ besteht aus einer Kombination verschiedener Fernmesstechnologien. Es liefert in Echtzeit Daten zu Abholzung in und um ausgewählte Plantagen unserer Lieferkette. Wälder mit hohem Kohlenstoffbestand, Gegenden mit hohem Erhaltungswert sowie andere geschützte bzw. gefährdete Bereiche stehen dabei besonders im Fokus.

Nach den positiven Ergebnissen der Testphase starteten wir im Mai 2017 Phase 2 des Projektes, das im August 2018 beendet sein soll. Entsprechend dient unser Verification Protocol als Basis für die von unserem Partnerauditor durchgeführte Bewertung.



Weitere Einzelheiten zu POIG: www.poig.org

UNTERSTÜTZUNG DES WANDELS: TATEN STATT WORTE

Wir sind ein aktiver Förderer von nachhaltigem Palmöl auf vielen verschiedenen Ebenen. Wir sind aktives Mitglied verschiedener fachübergreifender Expertenplattformen und Round Tables, in denen die Zukunft der Palmölindustrie geplant und diskutiert wird.

Palm Oil Innovation Group

A journey towards responsible palm oil

Wir unterstützen aktiv POIG, eine Multi-Stakeholder Initiative mit dem Ziel, die Palmölindustrie zu verändern und die Verbindung zwischen Palmöl, der Zerstörung von Wäldern und Torfböden sowie der Verletzung von Menschen- und Arbeitsschutzrechten zu durchbrechen. Wir teilen die Vision von POIG, „die Verbindung zwischen Palmöl und Abholzung sowie Menschen-, Land- und Arbeitsrechtsverletzungen aufzulösen“.

Die Initiative wurde 2013 gegründet und gemeinsam mit führenden NGOs sowie fortschrittlichen Palmölerzeugern weiterentwickelt. Im Rahmen von POIG haben wir uns das Ziel gesetzt, den RSPO zu unterstützen, indem wir aufzeigen, dass Innovation und eine führende Rolle bei der verantwortungsvollen Palmölproduktion möglich sind.





Um den Wandel herbeizuführen, hat POIG vor Kurzem die „Palm Oil Innovations: Arbeitsrecht-Richtlinien“ veröffentlicht. Sie verdeutlichen, wie gewährleistet wird, dass die Palmölerzeuger die Rechte der Arbeiter einhalten. Außerdem erhält der RSPO Empfehlungen, wie er seine aktuellen Prinzipien & Kriterien zu diesem Thema bei der anstehenden Überprüfung verstärken kann. Des Weiteren sind wir aktiver Teilnehmer an der POIG-Arbeitsgruppe Torf- und Moorboden.



Wir sind seit 2005 aktives Mitglied des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO). Wir glauben, dass der RSPO eine entscheidende Rolle dabei spielt, Wachstum und Nutzung nachhaltiger Palmölprodukte durch glaubwürdige globale Standards und die Einbindung der Kooperationspartner zu fördern. Wir sind davon überzeugt, dass eine Vereinfachung des Einsatzes RSPO-zertifizierten, physikalisch segregierten Palmöls und die kontinuierliche Verbesserung der RSPO-Standards signifikante Auswirkungen auf die Neugestaltung der Branche haben können. Während wir den Weg der Verbesserung des RSPO aktiv fördern, haben wir uns zum Ziel gesetzt, 100% segregiertes RSPO-Palmöl zu kaufen und zusätzlich zu den RSPO-Anforderungen weitere Nachhaltigkeitskriterien anzuwenden.



Wir arbeiten eng mit der European Palm Oil Alliance (EPOA) zusammen. EPOA ist eine Unternehmensinitiative, die Stakeholder einbindet und umfassend über Palmöl informiert. Sie arbeitet eng mit den verschiedenen europäischen Ländern zusammen, unterstützt wissenschaftsgestützte Kommunikation und schafft eine ausgewogene Sicht der Ernährungs- und Nachhaltigkeitsaspekte von Palmöl.

Außerdem arbeiten wir über unsere nationalen Branchenallianzen in Europa mit vielen EPOA-Mitgliedern auch individuell zusammen und definieren dabei klare Verpflichtungen und das Monitoring der Nutzung zertifiziert nachhaltigen Palmöls.



FERRERO-PALMÖLLIEFERANTEN

Unsere wichtigsten Lieferanten im aktuellen Berichtszeitraum:



Unsere halbjährlich erscheinenden Fortschrittsberichte finden Sie hier:
<https://www.ferrero.com>

Siehe auch:

Q&A Palm Oil

<https://www.static.ferrero.com/globalcms/documenti/1758.pdf>

Q&A Palm Oil in Ferrero products

<https://www.static.ferrero.com/globalcms/documenti/1758.pdf>

<https://www.ferrero.com/fc-4073?newsRVP=448>

EPOA setzt sich stark für den Einsatz von 100% nachhaltigem Palmöl ein. Weitere Informationen:

www.palmoilandfood.eu/en

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

NACHHALTIGKEIT BEI SHEA UND SAL

Sheabutter wird aus Sheanüssen gewonnen und dient dazu, Geschmack und Konsistenz unserer Produkte zu unterstreichen.

Sheanussbäume sind wild wachsende Bäume, die nur im Sahelgürtel Westafrikas vorkommen. Die Bäume spielen in diesen Ländern eine wichtige Rolle, da ihre Früchte für die Bevölkerung ländlicher Gebiete Nahrungs- und Einkommensquelle sind. Rinde, Blätter, Saft und Wurzeln finden Einsatz in der traditionellen Medizin. Außerdem helfen die Bäume bei der Prävention von Versteppung.

Traditionell ernten Frauen die Sheafrüchte, die einen erheblichen Teil der Ernährung der lokalen Bevölkerung ausmachen. Die Kerne werden gekocht, geschält und getrocknet. Ein Teil wird im Haushalt verwendet, der Rest wird verkauft. Das Geld aus dem Verkauf der Kerne ist ein wichtiger Beitrag zum Einkommen der Familien, mit dem Schulgeld, Kleidung und Farmausrüstung gekauft werden kann.



Unsere fortlaufende Zusammenarbeit mit dem Shealieferanten AAK unterstützt die langfristige Beschaffung nachhaltiger und rückverfolgbarer Sheabutter in Burkina Faso und den angrenzenden Ländern. Frauen zu stärken und zu schulen, wie sie Shea von der Ernte bis zur Lagerung am besten verarbeiten, ist dabei eines der Ziele. So will das Projekt helfen, mehr Einkommen zu erzielen, indem sie Sheakerne höherer Qualität erzeugen und diese nach den Grundsätzen des fairen Handels mit Frauengruppen ihrer Wahl direkt vermarkten.

Die Zahl der an dem Projekt teilnehmenden Frauen ist seit 2009 exponentiell gestiegen. Dies zeigt uns, dass dieses Programm sehr erfolgreich ist.

Sheabutter wird aus Sheanüssen hergestellt und dient dazu, Geschmack und Konsistenz unserer Produkte zu verbessern.



Mehr zum AKK-Projekt: aak.com/siteassets/news-and-stories/insight-2016/insight-3-november-2016.pdf





Shoreabutter (Sal) wird aus den Früchten des Salbaumes (Shorea Robusta) gewonnen. Die Butter dient dazu, Geschmack und Konsistenz unserer Produkte zu verbessern.

2017 wurden wir Mitglied der Global Shea Alliance.



Shoreabutter (Sal) wird in Indien aus den Früchten des Salbaumes (Shorea Robusta) gewonnen. Sie dient dazu, die Konsistenz unserer Produkte zu verbessern.

Der Sal ist ein semi-immergrüner Baum, der etwa 5 bis 9 Meter hoch wird. Er wächst vorwiegend in den feuchten, immergrünen Regionen Indiens, die etwa 14% der Waldfläche des Landes ausmachen und sich über die Bundesstaaten Chhattisgarh, Odisha, Jharkhand, Westbengalen, Madhya Pradesh, HP Haryana, Uttarakhand, Assam, Aronachal Pradesh, Bihar, Uttar Pradesh und Andhra Pradesh erstrecken. Die Butter wird aus den Fruchtkernen extrahiert und dann weiterverarbeitet und raffiniert. Ergebnis ist eine helle Butter, die leicht duftet und eine relativ feste Konsistenz hat, die sich sowohl für Kosmetika als auch für Lebensmittel eignet. Ferreros Salbutterlieferant arbeitet seit vielen Jahrzehnten mit Einheimischen zusammen, die traditionell Salsamen sammeln und aus deren Anbau ihr Haupteinkommen beziehen.

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

HASELNÜSSE

PROGRAMM	ZIEL
	Bis 2020 100% rückverfolgbar



Hazelnut Company lenkt Nachhaltigkeitsansatz

Die Haselnuss war schon immer eine wichtige Zutat unserer Hauptprodukte. Im Laufe der Jahre haben wir über die gesamte Haselnusslieferkette hinweg daran gearbeitet, die Entwicklung hin zu qualitativ hochwertigen, nachhaltig angebauten Haselnüssen zu fördern.

Vor Kurzem haben wir aufgrund des Ausbaus der Aktivitäten im Zusammenhang mit der Haselnuss-Wertschöpfungskette die Hazelnut Company gegründet. Dieser Unternehmensbereich der Ferrero-Gruppe kümmert sich um alle unsere Haselnussaktivitäten. Vom Anbau in den verschiedenen Regionen, über die Beschaffung auf verschiedenen Märkten bis hin zur Verarbeitung unserer Produkte.

Eine der strategischen Prioritäten der Hazelnut Company ist es, eine Lieferkette aufrechtzuerhalten, die von Anfang bis zum Ende effizient und nachhaltig ist. Diese Priorisierung hat verschiedene Aktivitäten auf unterschiedlichen Ebenen in Gang gesetzt.



Unser Nachhaltigkeitsansatz umfasst viele verschiedene Aspekte. Diese beginnen bei der Rückverfolgbarkeit des Produktes auf dem Feld und umfassen gleichfalls ökologisch, landwirtschaftlich und sozial gute Praktiken, die sicherstellen, dass alle Teile der Lieferkette darauf ausgerichtet sind, vollständige Nachhaltigkeit (360 Grad) zu erreichen.

Unser Nachhaltigkeitsprogramm wird durch verschiedene Initiativen unter dem Dach der Ferrero Farming Values (FFV) umgesetzt. FFV ist ein globales Programm, das Definition und Umsetzung der Nachhaltigkeitsprogramme über unsere verschiedenen Wertschöpfungsketten (Haselnüsse, Kakao, Palmöl, Zucker etc.) hinweg einschließt.

Die Umsetzung der guten Praktiken in verschiedenen Bereichen stellt sicher, dass die besten, modernsten und effizientesten Technologien beim Haselnussanbau Anwendung finden. Ziel ist, die durch Ferrero-Initiativen geschaffene Kultur auf die Bauern vor Ort und die Haselnussgemeinschaften in den verschiedenen Regionen, in denen wir tätig sind, auszudehnen.

In Bezug auf GAP (gute landwirtschaftliche Praktiken) haben wir uns verpflichtet, verschiedene landwirtschaftliche Praktiken direkt anzuwenden (in unseren eigenen landwirtschaftlichen Betrieben und bei externen Erzeugern), um so Ernteerträge und Qualität kosteneffizient zu maximieren. Gleichzeitig sollen die Auswirkungen auf das landwirtschaftliche Ökosystem minimiert und verantwortungsvoll sein. Die GAP decken folgende Bereiche ab: Bodenmanagement (Düngemittel), Wassermanagement (Bewässerungstechnik) sowie richtiger und verantwortungsvoller Einsatz von Chemikalien (Herbizide und Pestizide) – alles unter Einhaltung lokaler Vorschriften und der höchsten Nachhaltigkeitsstandards.

Aufgrund der Bedeutung der Türkei als Haselnussproduzent und der besonderen Bedingungen in ihrer Wertschöpfungskette, basiert das Programm auf dem Konzept, Erträge und Qualität in den bestehenden Haselnusspflanzungen zu erhöhen. So sollen die Bedingungen für die Bauern verbessert und eine bessere, nachhaltigere Zukunft aufgebaut werden.

In der letzten Anbausaison besuchten unsere FFV-Teams mehr als 300 Haselnussgärten am Tag, mit mehr als 20.000 Hektar und 15.000 Bauern. Pflanzungen, die am FFV-Programm teilnahmen, steigerten ihren Ertrag um durchschnittlich 20-25% im Vergleich zu Haselnussgärten, in denselben Gebieten, die nicht teilnahmen.



Ertragssteigerung bei
an FFV teilnehmenden
Pflanzungen:

20-25%



Das FFV-Programm umfasst ein maßgeschneidertes Pflanzennährstoffprogramm, das mit einer Boden- und Blattanalyse auf den Farmen begann. Dies hilft den Bauern, Krankheiten und Schädlinge mit geeigneten Pflanzenschutzmitteln und Schnitttechniken zu bekämpfen und durch richtige Zeitplanung und moderne Bewässerungstechniken die Wirtschaftlichkeit der Produktion zu verbessern. Und schließlich erfuhren die Bauern durch FFV, wie sie ihre Haselnüsse trocknen und lagern müssen, um deren Frische so lange wie möglich zu erhalten. Schwerpunkt des gesamten Programms war es, die Erzeuger zu informieren, wie wichtig es ist, dauerhaft hohe Qualität aufrechtzuerhalten.

Das Programm umfasst auch soziale Verbesserungen: Es liefert Informationen zu verschiedenen Themenbereichen, damit Erzeuger und Arbeiter diese besser verstehen. Bspw. Probleme in Bezug auf arbeitende Kinder und Jugendliche, Vorschriften zu Arbeits- und Lebensbedingungen, Gesundheit und Sicherheit, gerechte, gleiche Entlohnung, Abfallmanagement und vieles mehr.

Das treibende Prinzip der Ferrero Farming Values-Standards ist es, die Produktion pflanzlicher Erzeugnisse auf eine Weise durchzuführen, die respektvoll und sensibel gegenüber der Natur, der Umwelt und den Menschen ist. Um diese Prinzipien weiterzugeben und mit gutem Beispiel voranzugehen, haben wir Modellfarmen geschaffen, auf denen wir die Ferrero Farming Values anwenden. Auf diesen Farmen informieren wir an bestimmten Tagen über Pflanzung, Ernte, Mechanisierung, Tröpfchenbewässerung und Schneidetechniken.

Gemeinsam mit unseren Partnern organisieren wir zudem Aktivitäten, um Frauen, Jugendliche und Kinder zu unterstützen, mehr über die Haselnussproduktion zu lernen und dazu beizutragen, eine verbesserte, nachhaltige Haselnusslieferkette zu schaffen. Wir organisieren Kunst- und Fotoveranstaltungen für Kinder und Jugendliche, um neue Perspektiven aufzuzeigen.

RÜCKVERFOLGBARKEIT

Rückverfolgbarkeit bezieht sich in unserer Haselnusslieferkette darauf, die Herkunft der Haselnüsse bis zur jeweiligen Farm oder zum jeweiligen Farm-Verbund zurückverfolgen zu können.

Produktion in großen Mengen kann Rückverfolgbarkeit für Unternehmen aufgrund der hochkomplexen Lieferketten erschweren. Typisch sind beispielsweise viele Zwischenhändler, weit verstreute Informationen und unterschiedliche Datenverarbeitungssysteme. Wir arbeiten in unserer Lieferkette zusammen mit anderen Akteuren an einer Verbesserung der Rückverfolgbarkeit, indem wir von allen Kooperationspartnern mehr Transparenz fordern, um Qualität und Nachhaltigkeit zu verbessern.

Die Herkunft unserer Erzeugnisse zu kennen, ist auch wichtig, um eine bessere Verbindung und Zusammenarbeit zwischen uns und den uns beliefernden Erzeugern zu schaffen. Dies hilft uns, soziale und ökologische Best Practices zu fördern und sicherzustellen.

Gemäß unserem Zeitplan werden wir 2020 100% Rückverfolgbarkeit bei der Beschaffung nachhaltiger Haselnüsse erreichen.

Ende des GJ 2016/2017 hatten wir für mehr als 25% der von uns beschafften Haselnüsse Rückverfolgbarkeit erreicht.

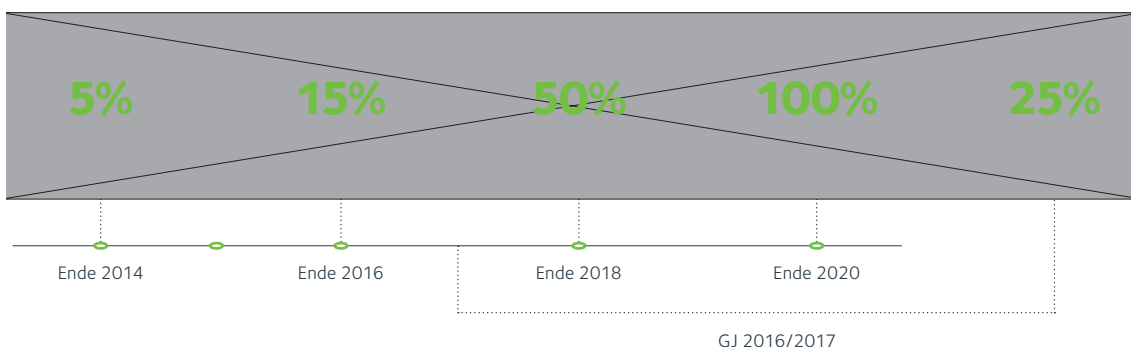
Seit 2014 führt SCS Global regelmäßig jährliche Rückverfolgbarkeitsaudits für unsere Haselnusslieferkette in der Türkei durch. Ein ähnlicher Ansatz findet bei unseren Beschaffungsaktivitäten in Italien und Chile Anwendung. Diese Audits liefern uns in Kombination mit unseren jährlichen Audits zur Einhaltung nachhaltiger Praktiken detailliertere Informationen zu einer komplexen Lieferkette, die sich aus vielen Komponenten zusammensetzt.



Erwarteter Grad der Rückverfolgbarkeit durch den Beschaffungszeitplan für nachhaltige Haselnüsse

100%

ZEITPLAN ZUR RÜCKVERFOLGBARKEIT VON HASELNÜSSEN



2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

Wenn das Rückverfolgungsprogramm weiter ausgereift und ausgerollt ist, werden wir unsere Haselnusslieferkette auch in Ländern durch unabhängige Prüfeinrichtungen prüfen lassen. So soll schließlich die Gesamternte erfasst werden, die für Ferreros Produktion verwendet wird. So können wir ein weiteres Prüfungs- und Gewährleistungslevel erreichen und damit demonstrieren, wie sich in großem Maßstab Best Practices bei der Rückverfolgung anwenden lassen.

ROLLEN UND VERANTWORTLICHKEITEN

Unser Ziel ist es, in der Haselnusslieferkette eine Kultur der Nachhaltigkeit zu fördern. Wir glauben fest daran, dass dies erreicht werden kann, wenn die Rollen und Verantwortlichkeiten aller Stakeholder der gesamten Lieferkette genau definiert sind. Mit dem FFV-Projekt unterstützen wir aktiv den Aufbau sowie die Verbesserung von Kompetenzen, die wesentlich sind bei der Einhaltung von Menschenrechten.

In der Türkei wird das Ziel einer Verbesserung nachhaltiger landwirtschaftlicher und sozialer Praktiken auf den Farmen dadurch ergänzt, dass die Bauern anerkannt werden als entscheidende Akteure bei der Handhabung sozialer Fragen und der Neugestaltung des Haselnussanbaus.

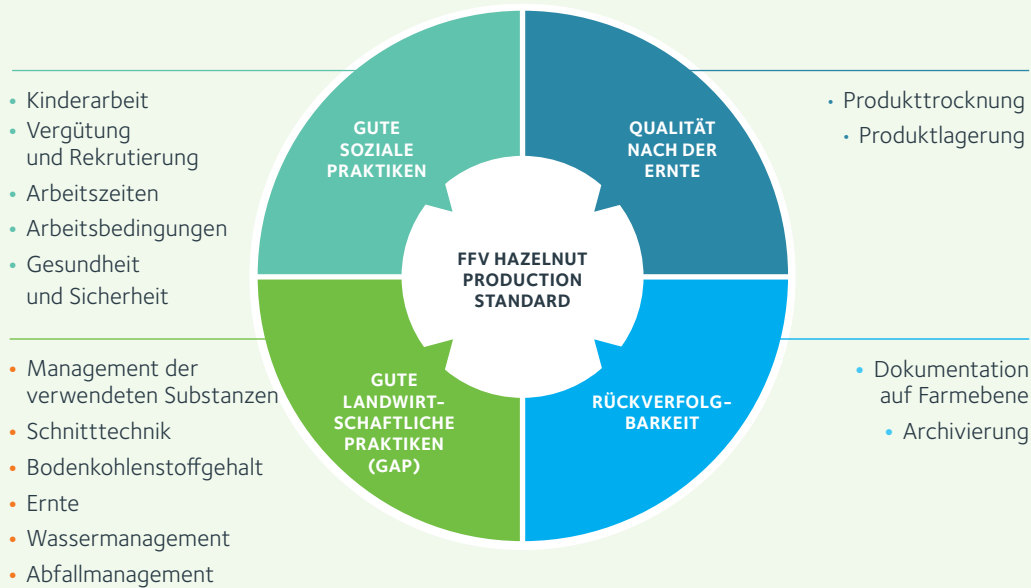
Ziel des Programms ist es, den Übergang zu einer verantwortungsvollen Landwirtschaft zu fördern und die Bauern dabei durch sozialen Dialog zu unterstützen, das regulatorische System in der Türkei zu verstehen. Die Anbaugemeinschaften werden von den Social Officers Ferreros zu diesen Meetings eingeladen und aktiv einbezogen. Bei den Meetings tauschen wir uns zu Bedürfnissen, Bedenken, Ideen und Lösungen im Zusammenhang mit sozialen Fragen beim Anbau aus. Ein Schwerpunkt des Dialogs ist es außerdem, den Bauern dabei zu helfen, relevante türkische Gesetze und Vorschriften im Zusammenhang mit der Beschäftigung von Arbeitern zu verstehen.

Weitere Aktivitäten der Social Officers von Ferrero sind unter anderem Aktivitäten mit Kindern ermöglicht durch NGOs und Aktivitäten mit Saisonarbeitern, Schulungen für Frauen, Schulungen der Dorfvorsteher (Muhtar), interne Audits und die Erfassung der Kooperationspartner. Die jährlich von unseren FFVh Social Officers durchgeführten Aktivitäten sind unten im Kreis dargestellt. Ein besonderer Schwerpunkt ist die Umsetzung des Überwachungs- und Evaluierungssystems, das im Rahmen der Strategischen Allianz mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) ins Leben gerufen wurde.





**FERRERO FARMING VALUE (FFV)
HAZELNUT PRODUCTION STANDARD**



Seit 2012 beinhaltet unser Plan für nachhaltige Beschaffung die Einbeziehung der führenden globalen Zertifizierungsfirma Scientific Certification System (SCS Global Services). Sie haben wir beauftragt, vor Ort in der Türkei konkrete Maßnahmen umzusetzen.

Zweimal im Jahr führen SCS und lokale Prüfunternehmen spezifische Prüfungen unserer Lieferkette durch, um zu überprüfen, dass die Erzeuger entsprechend ihrer Verpflichtungen die FFV Hazelnut Production Standards einhalten sowie um die Rückverfolgbarkeit unserer Haselnusslieferkette zu belegen.



Im August 2017 hat SCS Global 100 FFVh-Bauern in sechs Provinzen geprüft:

- 27 davon wurden für FFVh & UTZ geprüft.
- Die Zahl der insgesamt in die UTZ-Zertifizierung einbezogenen Bauern stieg von 389 auf 712.
- Die Feldgröße betrug insgesamt 2.978 Hektar.

Ferrero hat 2017 in Kooperation mit SCS Global den FFV Hazelnut Production Standard aktualisiert und mit der Umsetzung der neuen Version 2.1 begonnen.

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

STRATEGISCHE ALLIANZ – FÖRDERUNG NACHHALTIGER BESCHAFFUNG IM FRUCHTSEKTOR

Die Umsetzung effizienter nachhaltiger Beschaffungsmaßnahmen erfordert naturgemäß ein hohes Maß an Kooperation. Um geeignete strategische Empfehlungen sowie Fachwissen zur Planung, Umsetzung und Überwachung nachhaltiger Beschaffung zu erhalten, haben wir beschlossen, mit zwei anderen Unternehmen zusammenzuarbeiten. Wir schlossen daher eine strategische Allianz mit Messem in Marokko und Havamad in Madagaskar, die durch die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) ermöglicht wurde. Die auf drei Jahre angelegte Partnerschaft begann 2016. Sie verfolgt das Ziel, die nachhaltige Beschaffung im Fruchtsektor zu fördern, mit besonderem Augenmerk auf den Arbeiterrechten.



develoPPP.de



Das Programm develoPPP.de wurde vom Bundesministerium für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) aufgesetzt, um die Beteiligung des privaten Sektors dort zu fördern, wo wirtschaftliche Chancen und entwicklungspolitische Initiativen aufeinandertreffen.

Das BMZ durch develoPPP.de liefert Unternehmen, die in Entwicklungs- und Schwellenländern investieren, finanzielle und fachliche Unterstützung durch öffentliche Partner wie die GIZ.

In der Türkei gehören dazu unter anderem Schulungsprogramme für die FFVh Social Officers vor Ort sowie Bildungsmaßnahmen für die Kinder der Bauern während der Erntesaison. Mit der Unterstützung von Endeava, einer deutschen, auf Folgenabschätzung spezialisierten Organisation, wurde ein umfassendes Monitoring- und Evaluierungssystem (M&E) geplant und umgesetzt. So sollen die Fortschritte und Auswirkungen der von FFVh betreuten sozialen Aktivitäten und Maßnahmen bewertet und über sie berichtet werden. Das M&E berücksichtigt Daten verschiedener Kooperationspartner im Haselnusssektor, darunter Bauern, Arbeiter, Arbeitsvermittler und verschiedene Meinungsführer in den Gemeinschaften. FFVh nutzt die Ergebnisse des Systems, um wirksame Aktionspläne zu erstellen und so die Maßnahmen vor Ort besser an soziale Bedürfnisse anpassen zu können.



Das BMZ liefert Unternehmen, die in Entwicklungs- und Schwellenländern investieren, finanzielle und fachliche Unterstützung durch öffentliche Partner wie die GIZ



Kinder, die seit 2013 aufgrund von Bildungsmaßnahmen nicht mehr auf den Feldern arbeiten mussten bzw. bei denen so verhindert wurde, dass sie arbeiten müssen

4.279

ILO PPP

Aktion gegen Kinderarbeit in der saisonalen Haselnusslandwirtschaft: eine beispielhafte öffentlich-private Partnerschaft (PPP)

Wir unterstützen und beteiligen uns aktiv an einer erweiterten öffentlich-privaten Partnerschaft mit CAOBISCO (europäischer Süßwarenverband) und ILO (International Labour Organization) in der Türkei. Dies erfolgt im Rahmen eines Projektes zur Abschaffung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit in der saisonalen Landwirtschaft bei der Haselnussernte.

Das Projekt wird gemeinsam umgesetzt vom türkischen Ministerium für Arbeit und Soziale Sicherheit (MoLSS) und der ILO, in Übereinstimmung mit der Nationalen Beschäftigungsstrategie (2017-2023).

Die PPP besteht seit 2013. Im September 2017 vereinbarte die Mehrheit der Projektmitglieder einen reibungslosen Übergang in eine neue Projektphase, die bis Ende 2020 läuft.

Die Mitglieder entschieden, durch ihren Beitrag in Form von finanzieller Unterstützung, aktivem Engagement und Fachwissen, den Schwerpunkt auf den Kompetenzaufbau zur Bekämpfung von Kinderarbeit auf lokaler und nationaler Ebene zu legen. Dies geschieht durch Schulungen der Wandersaisonarbeiter in ihren Herkunftsregionen und dort, wo sie in der Haselnusslieferkette Arbeit finden.

Zwischen 2013 und 2017 leistete das Projekt einen Beitrag zur Entwicklung einer Richtlinie durch das nationale Programm zur Abschaffung von Kinderarbeit (2017-2023). Gleichfalls beteiligte es sich in Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Arbeit und Soziale Sicherheit an der Erstellung eines Rundschreibens, das vom Nationalen Bildungsministerium (MoNE) herausgegeben wurde. 2016 lag sein Schwerpunkt auf dem Zugang zu Bildung für Kinder von Saisonarbeitern und Nomaden oder Halbnomaden. 2017 hat der Premierminister ein Rundschreiben zu Saisonarbeitern herausgegeben, das die Anstrengungen der Haselnussprovinzen aufgreift, den Arbeitern Unterstützung und sichere Bedingungen zu bieten. Neben den erstellten Richtlinien erreichte die PPP viele Familien durch Gruppen- oder Einzelberatungen, sorgte durch ein Angebot an Bildungsmaßnahmen dafür, dass Kinder nicht oder nicht mehr auf dem Feld arbeiten müssen und nahm durch Beratungsangebote Kontakt mit Vermittlern auf (siehe untenstehende Tabelle).

ZWISCHEN 2013 UND 2017 DURCH DIE PPP MIT CAOBISCO UND ILO TÜRKEI ERZIELTEN ERGEBNISSE IN DER HASELNUSSLIEFERKETTE¹

		2013	2014	2015	2016	2017	GESAMT
Familien	Beratung	330	313	1.033	1.500	1.050	4.226
	Einzelberatung	192	101	202	267	248	1.010
Nicht (mehr) arbeitende Kinder	Bildungsmaßnahmen	381	408	1.165	1.200	1.125	4.279
	Regelmäßige Teilnahme	252	310	719	1.015	1.064	3.360
Vermittler	Gruppen-/ Einzelberatung	22	20	41	48	54	185

¹ Quelle: ILO Ankara, Jährlicher Bericht an CAOBISCO

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

ZUCKER

PROGRAMM

ZIEL



Bis 2020
100% zertifiziert nachhaltig

Im Geschäftsjahr 2016/2017 setzte sich die von uns insgesamt gekaufte Zuckermenge zu 25% aus raffiniertem Rohrzucker und zu 75% aus Rübenzucker zusammen.

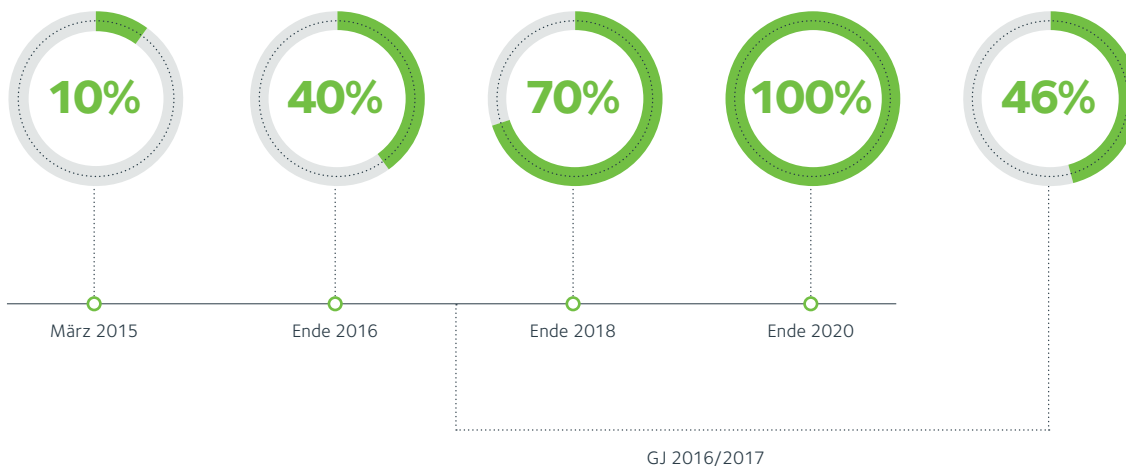
Wir haben die vertrauensvollen Beziehungen zu zahlreichen landwirtschaftlichen Kooperativen und Zuckerherstellern gepflegt und gestärkt. Seit Jahrzehnten arbeiten wir mit Lieferanten zusammen, die Zucker von ausgezeichneter Qualität liefern.

Um auch diesen Rohstoff aus weiteren, zuckerproduzierenden Ländern zu beschaffen, nutzen unsere Beschaffungs- und Qualitätssicherungsteams ein Standardverfahren zur Auswahl neuer Lieferanten. So können wir durch ein internes Auditing-System garantieren, dass der Rohstoff immer unseren hohen Qualitätskriterien entspricht.

Wie bereits in früheren CSR-Berichten angeführt, kauft Ferrero 100% GMO-freien Zucker.



ZEITPLAN FÜR DIE NACHHALTIGE ZUCKERBESCHAFFUNG





Ferrero verpflichtet sich, bis 2020 den gesamten Rohrzucker aus nachhaltigen Quellen zu beziehen.

Systematisch werden Ressourcen eingesetzt, um die derzeit verfügbaren Zertifizierungsprogramme im Hinblick auf deren Robustheit, ihren Effekt vor Ort sowie ihre Kosten- und Ressourceneffizienz zu bewerten. Darüber hinaus identifizieren wir weitere Möglichkeiten, unsere nachhaltige Zuckerrohrlieferkette weiter auszubauen. Durch intensive Gespräche und Vor-Ort-Besuche konnten wir Lieferanten identifizieren, die fundierte Nachhaltigkeitsstrategien besitzen und sind mit ihnen ein formelles Engagement eingegangen.



Seit 2010 sind wir Mitglied der „Bonsucro – Better Sugar Cane Initiative“, einer weltweit anerkannten Organisation, die die Nachhaltigkeit im Zuckerrohrsektor durch Bereitstellung eines Mess- und Zertifizierungssystems fördert. Unterstützt wird das System durch die Anwendung von Produktionsstandards. Der Schwerpunkt liegt dabei darauf, ökologische und soziale Auswirkungen zu verringern, einschließlich Themen wie Biodiversität, Ökosystem, Menschenrechte und Arbeitsbedingungen sowie die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften.



Mehr zu Bonsucro – Better Sugar Cane Initiative:
www.bonsucro.com



Im Rahmen des „Manifests für eine integrierte Kooperation – fairer Handel und Solidarität als neue Form der Kooperation“ macht das Zuckerprogramm, das wir gemeinsam mit Altromercato in Mauritius entwickeln, Fortschritte.

Das Programm für nachhaltige Entwicklung der Zuckerrohrproduktion von Kleinbetrieben basiert umfassend auf unserer Verpflichtung, gemeinsam Wert in den Lieferketten zu schaffen. Seine Ziele waren auch 2017:

- Stärkung der Organisationen von Kleinbauern, die in ihrem Heimatland tätig sind;
- Sicherstellung einer langfristigen Partnerschaft mit diesen Organisationen über Altromercato sowie eines nachhaltigen Zugangs zum Markt und zu Informationen. Denn diese sind unabdingbar für einen gemeinsamen Weg hin zu Entwicklung und nachhaltigem Handel, der von den Werten des fairen Handels geprägt ist;
- koordinierte Förderung der Entwicklung einer verantwortungsvollen Kultur und Wirtschaft durch gezielte Forschungs-, Kommunikations-, und Sensibilisierungskampagnen sowie der Einbeziehung bestimmter Wirtschaftsverbände und sozioökonomischer Akteure;
- Umsetzung gemeinsamer Projekte zu fairem und/oder nachhaltigem Handel.



Ferrero kauft

100%

GMO-freien Zucker

Ferrero verpflichtet sich, bis 2020 den gesamten Rohrzucker aus nachhaltigen Quellen zu beziehen.

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

Das „Sustainable Development Program“ wurde 2016 ins Leben gerufen und hat das Ziel, wirtschaftliche, ökologische und soziale Nachhaltigkeit kleiner Rohrzuckererzeuger auf Mauritius zu verbessern.



Die Aktivitäten fokussierten 2017 auf zwei Hauptziele:

1. Kleinbauern der teilnehmenden Kooperativen ermutigen, Nutzung von Biodünger und organische Dünger in Kombination mit geeignetem chemischem Dünger zu nutzen. Dies geschieht durch die Einführung standardisierter, effizienter und nachhaltiger INM-Praktiken (Integrated Nutrient Management) in Übereinstimmung mit aktuellen Regierungsvorgaben zum Thema Bioanbau auf Mauritius;
2. Erleichterung der Rationalisierung und Effizienz der Dienstleistungen ermöglichen, die den begünstigten Genossenschaften der Kleinbauern angeboten werden, indem in Innovation und die Einbindung von Nachwuchskräften investiert wird, um so die Kooperativen und ihre Mitglieder zu unterstützen.

Die Umsetzung der Aktivitäten und die Fortschritte beim Erreichen der Zwischen- und Jahresziele wurden mithilfe eines maßgeschneiderten M&E-Systems überwacht. Dieses wird durch ARCO (Action Research for Co-Development) betrieben, einem Forschungszentrum, das einen Statusbericht zu Aktivitäten und Ergebnissen geliefert hat.

Das Projekt erfasste die Teilnahme von 25 Kooperativen für 2017, die sich alle zur Umsetzung der vereinbarten Maßnahmen verpflichteten. Wie die untenstehende Tabelle zeigt, blieb die Beteiligung der Mitglieds Kooperativen über das gesamte Jahr hinweg hoch.



Umsetzung von guten
landwirtschaftlichen
Praktiken

73,4%

KENNZAHL	ERREICHT	WERT	PROZENTSATZ	QUELLE
Zahl der an den regelmäßigen Treffen teilnehmenden Sekretäre/Zahl der Ziel-CCS	Nov 2016	19/25	76%	Teilnahmebögen
	Feb 2017	18/25	72%	
	Apr 2017	19/25	76%	
	Sept 2017	24/25	96%	

Ein Blick auf die Teilnahme der einzelnen Bauern an den von der lokalen Altromercato-Struktur angebotenen Schulungen zeigt, dass das M&E-System eine relativ niedrige Teilnahmequote erfasst.

KENNZAHL	WERT	PROZENTSATZ	QUELLE
Zahl der an den regelmäßigen Treffen teilnehmenden Bauern/Zahl der Bauern bei Ziel-CCS	208/898	23,1%	Teilnahmebögen

Schauen wir uns jedoch die erfolgreiche Umsetzung guter landwirtschaftlicher Praktiken an, etwa die Verteilung von Düngemitteln und die Anwendung von Biodünger nach INM sehen wir, dass die direkte Unterstützung der Gruppe sehr gute Ergebnisse zeigt (siehe Tabelle unten).

KENNZAHL	WERT	PROZENTSATZ	QUELLE
Zahl der zufriedenstellenden Düngungen/Zahl der Feldbesuche*	268/365	73,4%	Datenbank

* Hinweis: Die Zahl der Feldbesuche bezieht sich hier nur auf Besuche von Bauern, die den Voucher unterschrieben und das Düngemittel erhalten haben.



Das M&E-System verdeutlicht Herausforderungen wie zum Beispiel: niedrige Teilnahmequoten an Schulungen und fehlende Bereitschaft einiger Bauern, gute landwirtschaftliche Praktiken anzuwenden, die bereits von Teams von Altromercato und Ferrero vor Ort in Mauritius demonstriert wurden. Der wissenschaftliche Ansatz zur Verbesserung des Zuckerrohranbaus zielt darauf ab, die Lebensbedingungen der teilnehmenden Bauern zu verbessern. Der Effekt kann jedoch nach nur einem Jahr nicht durch statistische Verfahren bewertet werden.

Kommentare und Feedback unserer sechs Teammitglieder (ein Projektmanager und fünf junge Fachkräfte) waren jedoch durchgehend positiv. Die Steigerung der Produktivität und des Zuckergehalts des Zuckerrohrs haben einen Enthusiasmus hervorgerufen, der die Bauern dazu bewogen hat, ihre Kooperation 2018 zu verstärken.



Kommentare und Feedback unserer sechs Teammitglieder (ein Projektmanager und fünf junge Fachkräfte) waren durchgehend positiv



2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

EIER UND MILCH

Tierwohl bei der Beschaffung von Milch und Eiern

Für uns ist Tierwohl ein wichtiger Bestandteil unserer sozialen Verantwortung. Bei der Beschaffung von Rohstoffen tierischen Ursprungs ist es eines unserer Ziele, die fortlaufende Verbesserung der Handlungsstandards sicherzustellen.

Im Juni 2017 wurden ein multidisziplinäres Team unter Beteiligung der Bereiche Nachhaltigkeit, Beschaffung, Qualität und F&E sowie der FAI Farms ins Leben gerufen, um ein umfassendes Programm für das Tierwohl aufzubauen. Tierwohl leistet langfristig einen Beitrag zu Produktqualität und -sicherheit sowie zur Nachhaltigkeit der Lieferkette.

Die „Five Freedoms“¹¹ für das Tierwohl liefern einen international anerkannten Rahmen zur Beschreibung der Bedingungen, die zur Unterstützung des Tierwohls erforderlich sind.

1. Freisein von Hunger und Durst: Zugang zu frischem Wasser und einer Ernährung, die das Tier gesund und kraftvoll hält;
2. Freisein von Unbehagen: Bereitstellung einer geeigneten Umgebung, die dem Tier Unterschlupf und eine bequeme Ruhezone bietet;
3. Freisein von Schmerz, Verletzung und Krankheit: Vorbeugung oder rasche Diagnose und Behandlung;
4. Freisein, um sich artgerecht zu verhalten: Bereitstellung von ausreichend Platz, geeigneter Ausstattung sowie Gesellschaft von Artgenossen;
5. Freisein von Angst und Stress: Gewährleistung von Handlungsbedingungen und Pflege, die psychischen Stress vermeiden.

Es ist inzwischen anerkannt, dass nicht nur sicherzustellen ist, dass es den Tieren nicht schlecht geht, sondern dass auch ein „gutes Leben für Tiere“ zu fördern ist.¹²

Deshalb verpflichten wir uns, in unseren Lieferketten Folgendes sicherzustellen:

- Die Tiere erhalten ausreichend Wasser und Nahrung sowie die erforderliche Pflege, um bei guter Gesundheit sowie frei von Schmerzen und Leiden gehalten zu werden;
- Gentechnik und Klonen bei Legehennen und Milchvieh werden weltweit vermieden;
- Milch- und Eiprodukte werden nicht aus Tieren gewonnen (Leihmuttertiere, Klone und deren Nachkömmlinge), die durch Klontechnik reproduziert wurden;
- Antibiotika sind verantwortungsvoll einzusetzen, ihre Nutzung ist zu beschränken und ihr prophylaktischer Einsatz möglichst zu vermeiden; der Einsatz von Cephalosporinen (der 3. und 4. Generation) bei Legehennen ist nicht zulässig (dies wird bis Ende 2018 umgesetzt sein);
- Beim Transport von Tieren ist immer darauf zu achten, dass potentielle Stressursachen minimiert und die Transportdauer so weit wie möglich begrenzt wird; außerdem sind alle gesetzlichen Vorschriften einzuhalten;
- Routinemäßige Verstümmelungen sind zu vermeiden, sofern sie nicht unbedingt erforderlich sind, um das Wohlbefinden der Tiere zu erhalten.



11 Die „Five Freedoms“ zum Schutz des Wohlergehens der Tiere wurden vom Farm Animal Welfare Council (1979) auf Grundlage des Brambell Reports formuliert.

12 Farm Animal Welfare in Great Britain: Past, Present and Future; Farm Animal Welfare Council: London, UK, 2009.

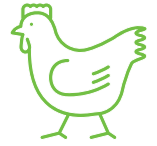


EIER	
PROGRAMM	ZIEL
	<p>Bis 2025 100% der Eier von Hühnern aus Bodenhaltung (100% bei Werken in der EU bereits im September 2014 erreicht)</p>

Wir haben eine integrierte Eierlieferkette (die Lieferanten haben die Kontrolle über den Lebenszyklus ihrer Tiere sowie über die Futtermittelzusammensetzung). Und wir verpflichten uns, für unsere globale Lieferkette Eier aus Bodenhaltung zu beschaffen.

Unser Ziel, 100% Eier aus Bodenhaltung zu verwenden, haben wir in der EU 2014 erreicht; und auch wenn unsere Eierlieferketten in Europa 95% aller von uns weltweit verwendeten Eier abdecken, werden wir unsere Verpflichtung aufrechterhalten, ab 2025 weltweit nur Eier und Eiprodukte aus Bodenhaltung zu beziehen.

2013 haben wir zwei neue Werke außerhalb Europas in Betrieb genommen, in der Türkei und in Mexiko. Die in diesen Werken verwendeten Eier entsprechen etwa 5% unseres weltweiten Verbrauches. Auch wenn dies nur eine geringe Menge ist, entwickeln wir derzeit für Mexiko und die Türkei eine Beschaffungsstrategie für Eier aus Bodenhaltung, um unsere Verpflichtungen zu erfüllen.

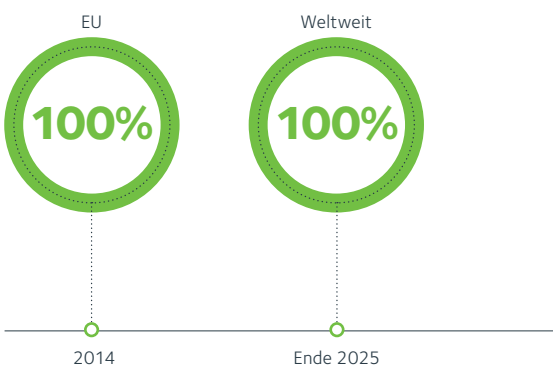


100% der Eier aus Bodenhaltung bis

2025



EIER AUS BODENHALTUNG



2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

MILCH

PROGRAMM

ZIEL



Einhaltung der strengen Qualitätsstandards und Kontrolle der Nachhaltigkeitskennzahlen

Über viele Jahre hinweg haben wir langfristige Beziehungen zu sorgfältig ausgewählten Milcherzeugern auf lokaler Ebene aufgebaut und gepflegt. Diese Herangehensweise ermöglichte eine beidseitige Kooperation, um Frische und Qualität zu garantieren und zu verbessern. Dabei gelten für alle unsere Milchlieferanten weltweit dieselben Standards.

Wir nutzen diese Beziehungen, um unsere „kurzen und kontrollierten Lieferketten“ weiter auszubauen. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf den Nachhaltigkeitsaktivitäten der Lieferanten in Bezug auf Tierwohl und ökologische Verantwortung.

Ferrero ist eine sehr starke langfristige Partnerschaft mit zwei strategischen Lieferanten eingegangen (Inalpi in Italien und Mittelalbe in Deutschland), die 100% ihrer Bauernhöfe überprüfen.

Wir halten uns streng an die nationalen Vorschriften zur Produktion von Rohmilch und Milchprodukten und fordern unsere Lieferanten kontinuierlich dazu auf, die Best Practices für die Milcherzeugung anzuwenden. Die gesetzlichen Vorschriften für Milch und Milchprodukte betreffen die wichtigen Parameter für die Milchqualität (z. B. Nichtvorhandensein von Antibiotika) sowie deren Klassifizierung und Zusammensetzung. Sie können von Land zu Land variieren. Die hohen Beschaffungsstandards von Ferrero für Milch gelten weltweit, unabhängig von den jeweiligen nationalen Vorschriften.

Wir beziehen unsere Milch direkt von unseren Partnermolkereien, die nach strengen Standards ausgewählt werden, um die Kontrolle der gesamten Lieferkette sicherzustellen und konstante Frische, Geschmack und Sicherheit zu garantieren. Durch die „kurze und kontrollierte Lieferkette“ sind wir in der Lage, ein effizientes Rückverfolgbarkeitssystem zu schaffen, das über die geltenden Vorschriften hinausgeht. Dazu gehört die 100%ige Rückverfolgbarkeit bis zum landwirtschaftlichen Betrieb. Diese ermöglicht es, den gesamten Weg des Rohstoffes vom Bauernhof bis hin zum Endprodukt klar darzustellen.



Wir beziehen unsere Milch direkt von unseren Partnermolkereien, die nach strengen Standards ausgewählt werden, um die Kontrolle der gesamten Lieferkette sicherzustellen und konstante Frische, Geschmack und Sicherheit zu garantieren





EINIGE WORTE ZU KUNSTSTOFF

Kunststoffmüll ist ein Thema, das Konsumenten weltweit immer mehr bewegt. Es ist wichtig, so viel Verpackungsmaterial wie möglich zu sammeln und zu recyceln. Werden Verpackungen an ihrem „Lebensende“ gesammelt, können wir natürliche Ressourcen (Wasser, Wärme und andere wichtige Ressourcen) zurückgewinnen, die bei deren Herstellung verwendet wurden und vermeiden Müll in der Umwelt.

Kunststoff ist aufgrund seiner Merkmale¹ – geringes Gewicht, Geruchsbarriere, Sauerstoffbarriere, Dichtigkeit und luftdichte Verschießbarkeit, Transparenz, Wasserfestigkeit und mechanische Widerstandsfähigkeit – ein wichtiges Verpackungsmaterial. Aufgrund all dieser relevanten Aspekte ist Kunststoff für die Lebensmittelproduktion nützlich.

Einige dieser Merkmale führen jedoch zu ökologischen Problemen, wenn keine entsprechende Handhabung erfolgt. Die meisten Abfälle im Meer kommen vom Festland, wo sie nicht richtig entsorgt wurden². Daher ist es wichtig für uns, mit unseren Konsumenten, lokalen Behörden und Recyclingfirmen zusammenzuarbeiten, um entsprechende Maßnahmen zu ergreifen. Dies tun wir direkt (siehe dazu unsere Etikettierung bzw. das Infokästchen zur Wiederverwendung) oder durch die Verbände, bei denen wir Mitglied sind.

Darüber hinaus beobachten wir neue Verpackungsinnovationen und Weiterentwicklungen beim Verpackungsdesign. Wir sind Teil verschiedener Arbeitsgruppen zum Thema Richtlinien für Ecodesign und Ansätze, bei denen Hilfe Designer das Lebensende von Kunststoffverpackungen verstehen, um das Design im Hinblick auf ein späteres Recycling zu optimieren. Wir beteiligen uns an Initiativen, mit denen eine langfristige Vision für einen Kunststoffkreislauf geschaffen werden soll.



1 www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/NPEC-Hybrid_English_22-11-17_Digital.pdf, page 12

2 www.ec.europa.eu/environment/marine/good-environmental-status/descriptor-10/index_en.htm



DIE AUSWAHL UNSERER VERPACKUNGEN

Die Menge an Materialien auf Papierbasis bleibt im Vergleich zu anderen Materialien Jahr für Jahr gleich. Dies führte zu einer geringfügigen Erhöhung bei der Verwendung erneuerbarer Verpackungen gegenüber unserem Ziel für 2020. Aufgrund unserer Verpflichtung, die Verpackungsmenge zu verringern, haben wir Gewicht und Menge der erneuerbaren Materialien ebenfalls verringert. Hier Fortschritte zu erzielen, parallel zu unserem Fokus auf den Schutz des Produktes, stellt uns daher vor immer größere Herausforderungen.

Wir überdenken derzeit unseren Ansatz bei Biokunststoffen – zum einen im Hinblick auf die Nachhaltigkeit in den entsprechenden Lieferketten, zum anderen aufgrund einiger technischer Schwierigkeiten bzw. Einschränkungen bei deren Nutzung für unsere Verpackungen. Unser wissenschaftliches Forschungs- und Entwicklungsteam beobachtet jedoch Innovationen bei den Biokunststoffen der nächsten Generation und verfolgt weitere interessante Strömungen, die uns helfen können, unseren Fußabdruck bei den Verpackungen zu verbessern.

Unsere Arbeit basiert auf unserem Qualitäts- und Nachhaltigkeitsziel. Wir verwenden Papier und Karton aus Primärfasern, um unseren Konsumenten Verpackungen höchster Qualität zu bieten. Wir stellen sicher, dass diese Verpackungsmaterialien aus zertifiziert nachhaltigen Lieferketten stammen. Die übrigen Papierverpackungen enthalten recyceltes Material.

UNSER ENGAGEMENT UND UNSERE ZUSAMMENARBEIT MIT LIEFERANTEN

Branchenkooperationen

Seit 2011 sind wir aktives Mitglied von AIM-Progress. Dabei handelt es sich um eine Gruppe von mehr als 40 Konsumgüterunternehmen, die sich zusammengeschlossen haben, um verantwortungsvolle Beschaffungspraktiken zu ermöglichen und zu fördern. Es handelt sich hier um eine globale Initiative, die in Europa durch AIM und in Nordamerika durch GMA unterstützt und gesponsert wird.

Zu den wichtigsten Zielen von AIM-Progress gehört der Aufbau von Kompetenzen in der Lieferkette. So sollen die Mitgliedsorganisationen und ihre Lieferanten effiziente, verantwortungsvolle Beschaffungsprogramme aufbauen und durch eine Anpassung von Praktiken, Standards und Kennzahlen die Einhaltung der Vorgaben wirkungsvoll sicherstellen können.

Im Rahmen der Mitgliedschaft bei AIM-Progress arbeiteten wir mit anderen Mitgliedsunternehmen bei der Organisation von Maßnahmen zusammen, mit denen Fähigkeiten bei den Lieferanten aufgebaut werden, um einheitliche Bedingungen bei der verantwortungsvollen Beschaffung entlang der Lieferkette zu schaffen.



Prozentsatz von Verpackungen aus erneuerbaren Materialien

37%



Lieferanten und Geschäftspartner, die sich beim Forum für nachhaltige Beschaffung registriert und daran teilgenommen haben

90

2. AUSWÄHLEN

FORTSETZUNG

2017 waren wir einer der Gastgeber eines Forums für nachhaltige Beschaffung in Kuala Lumpur (Malaysia), das vom Consumer Goods Forum unterstützt wurde. Ziel war es, bei den Lieferanten und Geschäftspartnern in Südostasien ein Bewusstsein für Zwangsarbeit, Abholzung und deren soziale und ökologische Auswirkungen zu schaffen sowie Herausforderungen bei der Einhaltung von dort relevanten Vorschriften zu diskutieren. Etwa 90 Lieferanten und Geschäftspartner registrierten sich und nahmen an der Veranstaltung teil.

Lieferantennachhaltigkeitsprogramm: Kooperation mit den Lieferanten

Wir kooperieren mit einer großen Zahl direkter und indirekter Lieferanten, mit Kleinerzeugern genauso wie mit multinationalen Unternehmen. Gemäß unseres Credos „Werte teilen, um Wert zu schaffen“, wollen wir mit allen unseren Kooperationspartnern Best Practices teilen und fordern von allen unseren Lieferanten die Einhaltung des Ferrero Code of Business Conduct.

In Übereinstimmung mit den UN Guiding Principles on Business and Human Rights bewerten und unterstützen wir sie daher bei ihrem Risikomanagement. Konkret haben wir ein Lieferantennachhaltigkeitsprogramm mit folgenden Zielen gestartet:

- Verständnis entwickeln für menschenrechtsbezogene, soziale und ökologische Risiken in allen Lieferketten und deren Behebung durch Gegenmaßnahmen;
- Schaffung eines nachhaltigen Geschäftsmodells, das Vorteile für alle bringt und langfristige Beziehungen fördert.

Das Programm umfasst zwei Hauptinitiativen: Die Supplier CSR Assessment Initiative (CSR-Bewertung der Lieferanten) und die Social & Ethical Compliance Initiative (Einhaltung sozialer & ethischer Vorgaben). Wir verstehen, dass Kooperation ein wichtiger Faktor ist, um auf dem Weg hin zu verantwortungsvoller Beschaffung positive Wirkungen zu erzeugen. Daher setzen wir bei beiden Initiativen auf Kooperationen.

ecovadis

Supplier CSR Assessment Initiative

Die Supplier CSR Assessment Initiative ist eine wichtige Komponente des Programms. Wir haben beschlossen, über die EcoVadis Supplier Sustainability Assessment Plattform einen einfachen Prozess zur Überwachung und Bewertung der ökologischen, sozialen und ethischen Leistung der Lieferanten einzurichten. Diese Methode umfasst 21 Kriterien aus vier Hauptthemenfeldern: Umwelt, Soziales, faire Geschäftspraktiken und nachhaltige Beschaffungspraktiken.

Zunächst luden wir 2015 60 Rohstofflieferanten ein, an dem Projekt teilzunehmen. 67 Prozent sagten zu. Diese erreichten eine durchschnittliche Punktzahl von 47,5/100 und damit besser als der im System erfasste Durchschnittswert. 2016 wurde eine interne Bewertung durchgeführt. Fünf Ferrero-Landwirtschaftsbetriebe wurden positiv bewertet.

Das EcoVadis CSR Assessment hat uns geholfen, die Risiken in unserer Lieferkette zu verstehen und zu überwachen und gleichzeitig Best Practices sowie Verbesserungsbereiche zu identifizieren. Außerdem erhielten die Lieferanten so eine detaillierte Analyse ihrer Leistung und konnten damit einen Vergleich innerhalb ihrer Branche ziehen und effizient Verbesserungen erzielen.

2015-2017

- Sieben Assessments gestartet
- 530 Lieferanten kontaktiert
- 280 bewertet
- Durchschnittspunktzahl insgesamt: 49,1/100*

Da wir nach Exzellenz streben, haben wir jedoch einen Fehlerbehebungs-Grenzwert festgelegt, um bei der CSR-Leistung der Lieferanten ein einheitliches Feld zu schaffen.

* Ergebnisse Stand
Dezember 2017



**Durchschnitts-
punktzahl insgesamt
bei der CSR-Leistung
der Lieferanten**

49,1/100

MATERIAL FÜR DIE ÜBERRASCHUNGEN

Spielzeuge sind wesentlicher Bestandteil einiger Produkte der Ferrero-Gruppe: Daher basiert unser Verhalten und unsere Aktionen auf einem hohen Maß an Verantwortungsbewusstsein gegenüber allen Kindern..

Seit einigen Jahren werden die Umweltauswirkungen der Produktion und des Transportes der Spielzeuge für kinder® Überraschung bewertet, um bessere Entscheidungen für eine Verringerung des Materialverbrauchs und der Emissionen treffen zu können. Berücksichtigt werden dabei alle Aspekte der Wertschöpfungskette.

Aus diesem Grund wurde 2013 das Handbemalen der kinder® Überraschungen durch ein innovatives Drucksystem ersetzt. Dieses gewährleistet die Verringerung der Lack- und Lösungsmittelmengen, die bei der Produktion verwendet werden und in die Umwelt gelangen. Parallel dazu wurden auch die Maschinen im Hinblick auf eine bessere Produktionseffizienz und Verbrauchsverringering angepasst.



Wir haben nach diesem anfänglichen Erfolg das EcoVadis CSR Assessment-Bewertungsmodell zur Bewertung und Verbesserung der CSR-Leistung der Lieferanten übernommen und damit unsere Partnerschaft erneuert. 2017 haben wir die Bewertung auch auf die Kategorien Verpackung und Logistik ausgedehnt.

Zwischen 2015 und 2017 starteten wir sieben Bewertungskampagnen. Etwa 530 Lieferanten wurden kontaktiert und 280 davon bewertet. Die insgesamt erreichte Durchschnittspunktzahl beträgt 49,1/100, der Durchschnitt bei EcoVadis liegt bei 42,1. Da wir nach Exzellenz streben, haben wir jedoch einen Grenzwert für Korrekturmaßnahmen festgelegt, um bei der CSR-Leistung der Lieferanten den Standard anzuheben.

Eine Pilot-Branchenkooperation: AIM-Progress Initiative zur Bewertung der Nachhaltigkeit von Lieferanten

2017 haben wir uns mit zwei weiteren AIM-Progress Mitgliedern zusammengeschlossen, um uns als Gruppe großer Konsumgüterunternehmen dafür einzusetzen, Schwächen bei der Lieferantenbewertung zu verringern. Und zwar durch den Austausch von Bewertungen der CSR-Leistung von Lieferanten sowie der Festlegung gemeinsamer Branchenerwartungen zur Förderung verantwortungsvoller Beschaffungspraktiken und nachhaltiger Lieferketten. Das einjährige Pilotprojekt wurde im Mai 2017 initiiert und hat zum Ziel, eine gemeinsame Plattform zu schaffen, über die Mitglieder von AIM-Progress CSR-Leistungsbewertungen austauschen können.



Social & Ethical Compliance Initiative

Eine weitere Kernkomponente des Programms ist die Social & Ethical Compliance Initiative. Vor Kurzem implementierten wir einen Sozialauditprozess, um menschenrechtsbezogene und ethische Risiken in den Lieferketten aufzudecken. Dazu kooperieren wir mit Sedex (Supplier Ethical Data Exchange), um die Sozialaudits über alle Ebenen durchführen zu können.

Sedex ist eine globale, nichtgewinnorientierte Mitgliedsorganisation und Kooperationsplattform zum Austausch von Lieferkettendaten. Über ihre Plattform, Sedex Advance, können wir von unseren Lieferanten die Verfügbarkeit von Sozialauditberichten anfordern und überprüfen. Abgedeckt werden vier Bereiche: Arbeitsrechtsstandards, Gesundheit und Sicherheit, Umwelt und Geschäftsethik. Durch Sedex ist es Ferrero möglich, die Transparenz unserer globalen Lieferkette weiter zu steigern, um Risiken zu bewältigen als auch gemeinsam mit unseren Lieferanten an der Verbesserung der Standards zu arbeiten.

Mitte 2017 starteten wir mit Sedex ein Pilotprojekt in drei Schwerpunktländern – China, Indien und den Philippinen. Etwa 70 lokale Lieferanten wurden einbezogen. Diese haben inzwischen einen Fragebogen zur Selbstbewertung ausgefüllt. Auf Basis der Ferrero-Prüfkriterien werden ausgewählte Lieferanten außerdem gebeten, ein unabhängiges, externes SMETA 6.0-Audit (Sedex Member Ethical Trade Audit) an ihren Standorten durchführen zu lassen. Geprüfte Lieferanten müssen gegebenenfalls Korrekturmaßnahmen durchführen und werden dann erneut geprüft, um die Umsetzung zu gewährleisten.

3. HANDELN

PRODUKTION

1. ZERTIFIZIERUNG NACH ISO 14001 UND 50001

Wir verpflichten uns zur Umsetzung und Aufrechterhaltung unseres Umwelt- und Energiemanagementsystems in Übereinstimmung mit den Standards ISO 14001 und ISO 50001 in unseren Produktionsstätten und Lagern. 18 Werke und sieben Lager waren nach Ende des GJ 2016/17 nach ISO 14001 zertifiziert, sieben Werke erreichten eine ISO 50001-Zertifizierung.

Die ISO 14001-Zertifizierung wird spätestens 2019 auch auf das Werk Hangzhou und 2020 auf das Werk von Thorntons Plc in Walkerville (Alfreton, GB) sowie die übrigen direkt verwalteten Lager ausgedehnt. Unser Ziel, bis 2020 17 Gesellschaften in die ISO 5001-Multisite-Zertifizierung einzubinden, wurde bestätigt.

Die Werke, deren Zertifizierung noch bevorsteht, haben ein Umwelt- und Energiemanagementsystem auf Basis der Standards ISO 14001 und ISO 50001 eingerichtet und werden regelmäßig von der DISEE (Direzione Industrial Sustainability and Energy Management) geprüft.

Insgesamt wurden 2017 auf Gruppenebene 17 interne Audits durchgeführt, von denen 13 sowohl ISO 14001 als auch ISO 50001 umfassten. Im Rahmen des konsolidierten Programms P.I.X.A. (Programm zum Austausch von Prüfern zwischen den Gesellschaften), das dem Know-how Transfer und dem Austausch von Best Practices innerhalb der Gruppe dient, nahmen 27 sogenannter Cross Auditors an 14 Audits teil.

2. ENERGIESPAREN

In den vergangenen Jahren haben wir uns auf die Entwicklung von Werken konzentriert, die durch Kraft-Wärme-Kopplung oder Kraft-Wärme-Kälte-Kopplung Strom und Wärme erzeugen. Außerdem nutzen wir, wann immer möglich, erneuerbare Quellen.

Ende GJ 2016/2017 standen uns 11 Kraft-Wärme-Kopplungs- bzw. Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungsanlagen zur Verfügung, die – sofern geeignet – als hocheffizient eingestuft wurden.



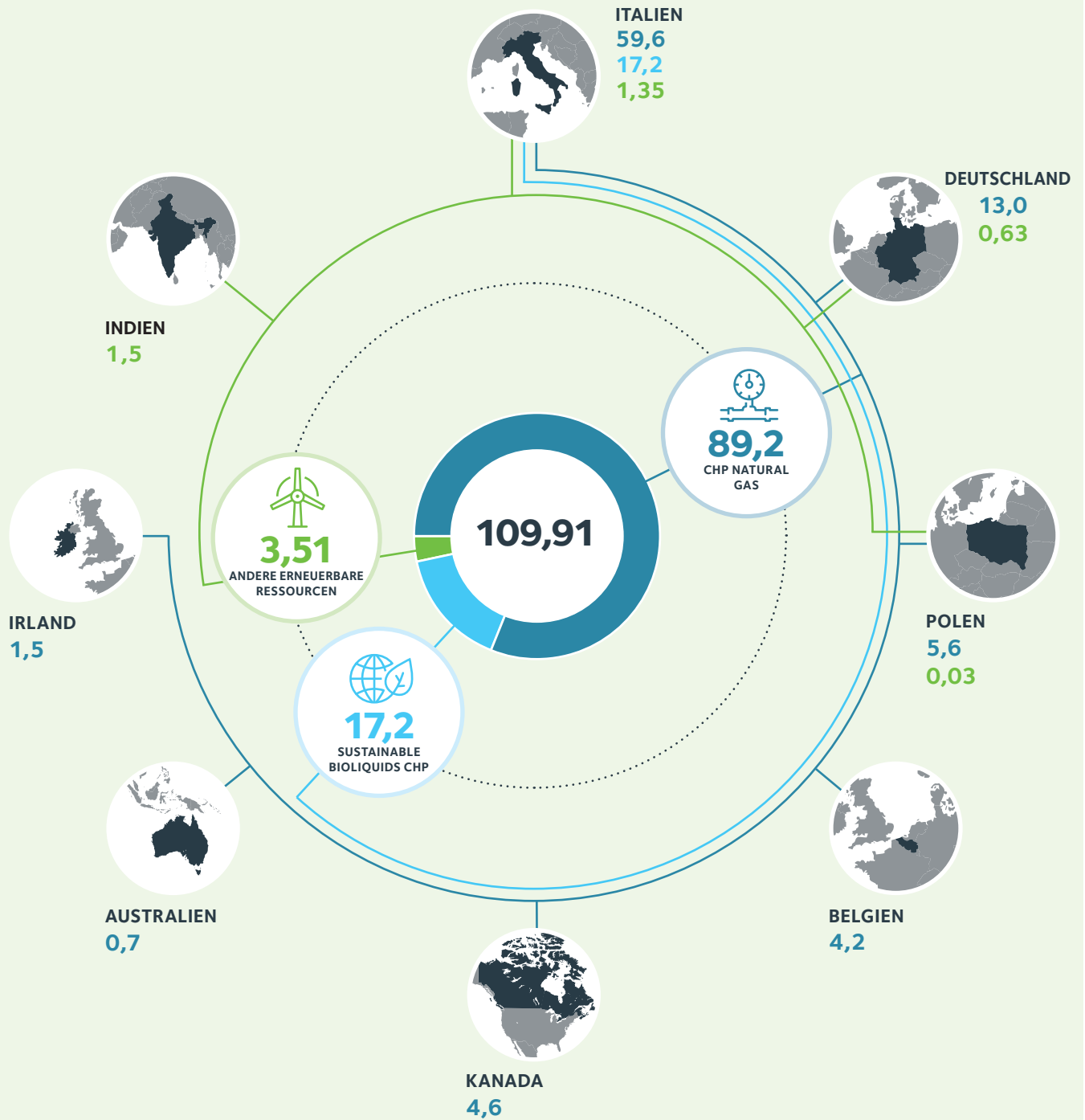
In den vergangenen Jahren haben wir uns auf die Entwicklung von Werken konzentriert, die durch Kraft-Wärme-Kopplung oder Kraft-Wärme-Kälte-Kopplung Strom und Wärme erzeugen





WERKE AN FERRERO-PRODUKTIONSSTANDORTEN

INSTALLIERTE ELEKTRISCHE LEISTUNG (MW) ZUM 31. AUGUST 2017



3. HANDELN

FORTSETZUNG

Im GJ 2016/2017 haben wir etwa 50% unseres gesamten Stromverbrauches und 99% des Wärmeenergiebedarfs unserer Werke selbst produziert.

Für 19% unserer eingesetzten Energie werden erneuerbare Energiequellen verwendet (siehe dazu die Abbildung auf der vorhergehenden Seite).

Die folgenden Beispiele belegen unser Bestreben, erneuerbare Energiequellen in unseren Fabriken zu nutzen.

GUTE PRAKTIKEN

SOLARDACHPROJEKT WERK BARAMATI (INDIEN)



Ferrero Indien hat die Installation einer Dachsolaranlage im Werk Baramati im März 2017 abgeschlossen. Die Leistung beträgt 1,5 MW und ist damit eine der leistungsstärksten im Bundesstaat Maharashtra.

Die Fläche der Solaranlage beträgt 22.000 Quadratmeter und erzeugt 2.250 MWh Energie pro Jahr, bei einer jährlichen Verringerung des Kohlendioxidausstoßes um 1.926 Tonnen.

Die Dachsolaranlage unseres Werkes Baramati liefert damit erneuerbare Energie für den täglichen Bedarf von etwa 1.500 – 2.000 Haushalten.



Prozentsatz
unserer Energie,
für die erneuerbare
Energiequellen
verwendet werden

19%



Die Dachsolaranlage
unseres Werkes
Baramati liefert
erneuerbare Energie
für den täglichen
Bedarf von etwa 1.500
bis 2.000 Haushalten



ENERGIEVERBRAUCH TJ (TERAJOULE)

NICHT ERNEUERBAR



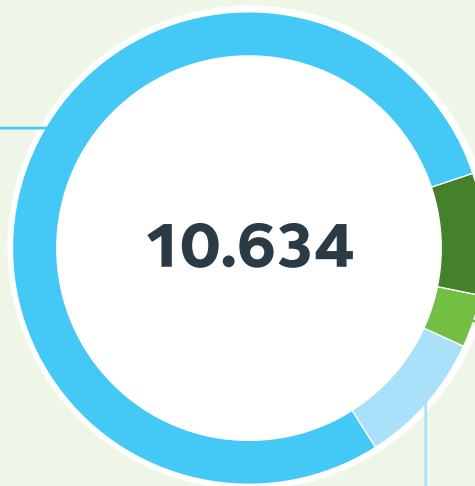
8.410

FOSSILE BRENNSTOFFE
(Erdgas, Diesel, Autogas,
Benzin, Methan)



946

ZUGEKAUFTE ENERGIE
(Dampf, Warmwasser
und Strom)



ERNEUERBAR



882

ERNEUERBARE BRENNSTOFFE
(nachhaltige flüssige Biomasse)



396

**STROM AUS
ERNEUERBAREN
QUELLEN**
(zertifiziert erneuerbarer
zugekaufter Strom
und selbstproduzierter
Strom aus erneuerbaren
Quellen)

Ressourcennutzung

Unsere Produktionsprozesse benötigen Energie in folgender Form:

- Elektrische Energie;
- Wärme;
- Dampf und Heißwasser mit unterschiedlichen Temperaturen;
- Kälte, mit unterschiedlichen Temperaturen;
- Druckluft;
- Vakuum.

Die Übersicht oben zeigt die von uns genutzten Energiequellen. Dazu gehört auch die Energie für die Klimatisierung unserer Produktionseinrichtungen, Lager und Büros.

3. HANDELN

FORTSETZUNG

Unsere beiden wichtigsten Energiequellen sind Strom und Erdgas. Sie machen mehr als 90% des Gesamtenergieverbrauchs unserer Produktionsstandorte und direkt verwalteten Lager aus. Die Energieverbrauchskennzahl der Ferrero-Gruppe liegt bei 9,0 GJ/t.

Die folgende Tabelle zeigt einige Initiativen, die 2017 oder im Jahr zuvor durchgeführt wurden. Durch die meisten wurden 2016/2017 Energieeinsparungen erzielt.

MASSNAHME		BEISPIEL FÜR UMWELTVORTEILE
Kälteproduktion und -verteilung	Rationalisierung des Pumpsystems in Kühlstationen	Gemessene jährliche Einsparungen in einem großen Werk: 283.000 kWh elektrische Energie
	Rationalisierung der Lagertemperaturen	Geschätzte jährliche Einsparungen in einem Lager: 81.700 kWh elektrische Energie
Energieeffizienz unserer Produktionsprozesse	Nutzung einer energieeffizienteren Technologie für die Produkthandhabung	Gemessene jährliche Einsparungen an einer Produktionslinie: 1.426.400 kWh elektrische Energie
	Verbesserung des Produktionsprozesses mit positiven Auswirkungen auf den Energieverbrauch	Gemessene jährliche Einsparungen: 113.300 kWh elektrische Energie
Beleuchtungssysteme	Austausch von Lampen mit geringer Effizienz durch hocheffiziente Lampen	Gemessene jährliche Einsparungen in einem großen Werk: 47.500 kWh elektrische Energie
	Wärmerückgewinnung	Rückgewinnung von Wärmeenergie aus Luftkompressoren
Rückgewinnung von Wärmeenergie aus dem Kondensatkreislauf		Gemessene jährliche Einsparungen in einem großen Werk: 7.800.000 kWh Wärmeenergie
Klimatisierung	Änderung der Belüftung in den Produktionsbereichen	Gemessene jährliche Einsparungen in einem mittelgroßen Werk: 400.000 kWh elektrische Energie
	Verringerung des Klimatisierungsvolumens	Gemessene jährliche Einsparungen in zwei Lagern: 125.000 kWh elektrische Energie
Druckluft	Verringerung des Drucks	Geschätzte jährliche Einsparungen für zwei Kompressoren: 60.000 kWh elektrische Energie



Energieverbrauchs-
kennzahl der
Ferrero-Gruppe

9,0 GJ/t



3. WASSERMANAGEMENT

Wasser

Wasserressourcen sind aufgrund von Klimawandel, Bevölkerungswachstum und industriellen Prozessen begrenzt. Wir betrachten Wasser als eine der wichtigsten natürlichen Ressourcen und erkennen die Notwendigkeit, es durch nachhaltiges Management des gesamten Wasserkreislaufs zu schützen und zu fördern. Der Schwerpunkt liegt dabei darauf, die von uns verwendete Wassermenge zu verringern.

2016/2017 haben wir eine Reihe von Maßnahmen zur Verringerung des Wasserverbrauchs initiiert. Darunter waren auch Initiativen zur Verbesserung der Kühlkreisläufe, Effizienzoptimierung von Formwaschmaschinen, Reduzierung des Wasserverlustes in unseren Systemen und die Förderung der Wiederverwendung von Regenwasser.

Unsere Wasserverbrauchskennzahl lag für das GJ 2016/2017 bei 3,70 m³/t. Damit liegen wir in etwa auf Vorjahresniveau, ungeachtet der von uns neu initiierten Maßnahmen. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass jetzt auch das Werk Hangzhou einbezogen wurde. Die folgenden Fallstudien liefern weitere Details zu einigen unserer Wasserinitiativen.



Wasserressourcen

1. Sonstige	0%
2. Leitungswasser	57,6%
3. Brunnenwasser	27,5%
4. Aus Flüssen	14,9%

GUTE PRAKTIKEN

AUFFANGEN UND WIEDERVERWENDEN VON REGENWASSER WERK BELSK (POLEN)



In unserem Werk Belsk haben wir ein neues Lager und eine neue Produktionsanlage gebaut, mit einer proaktiven Vorgehensweise im Hinblick auf ökologische und energetische Nachhaltigkeit.

In beiden Gebäuden sind Tanks in den Boden eingelassen, in denen Regenwasser aufgefangen wird. Der Tank, der das Lager versorgt, hat eine Kapazität von 330 m³. Das aufgefangene Wasser wird zunächst aufbereitet und dann für Kühlprozesse sowie zum Befüllen des zum Heizen verwendeten Pumpsystems genutzt. Das in dem Tank neben der neuen Produktionsanlage aufgefangene Wasser (Kapazität: 240 m³) wird ebenfalls aufbereitet und dann für Sprüh-Trockenkühler sowie in den Luftaufbereitungsanlagen zum Befeuchten genutzt.

Nach diesen Prozessen wird das Wasser zur weiteren Nutzung in die Tanks zurückgeführt.

Mithilfe dieses Projektes können wir knappe Wasserressourcen einsparen und wiederverwenden. So entnehmen wir geringere Mengen, die dann anderen Nutzern zur Verfügung stehen.



Mithilfe dieses Projektes können wir knappe Wasserressourcen einsparen und wiederverwenden. So entnehmen wir geringere Mengen, die dann anderen Nutzern zur Verfügung stehen

3. HANDELN

FORTSETZUNG

Abwasser

Wir arbeiten kontinuierlich daran, das Schadstoffniveau in unserem Abwasser zu verringern, indem wir alternative oder effizientere Waschverfahren einsetzen, Mitarbeiter schulen und umweltfreundliche Produkte verwenden. Die folgende Fallstudie illustriert ein Beispiel.



Abwasser

1. Abwassernetz	94,1%
2. Oberflächenwasser	4,4%
3. Boden und Untergrund	1,5%

ABWASSERAUFBEREITUNG – BEST CASE

AUFBEREITUNG DURCH VERDUNSTUNGSSYSTEM BRANTFORD (KANADA)



Im GJ 2016/2017 hat Ferrero Kanada eine Aufbereitungsanlage im Werk Brantford (Ontario) in Betrieb genommen. Ziel ist, die Qualität des Abwassers aus der tic tac-Produktion zu verbessern.

Das Abwasser wird zunächst gefiltert, um grobe Partikel zu entfernen, danach folgt eine Verdunstungsphase.

Nach weiteren Aufbereitungsschritten wird das Abwasser, das regelmäßig überprüft wird, zu einer ex-

ternen Aufbereitungsanlage weitergeleitet. Während das Konzentrat an ein lokales Unternehmen geht, das in kreislaufwirtschaftlicher Hinsicht Energie produziert.



Nach weiteren Aufbereitungsschritten wird das Abwasser, das regelmäßig überprüft wird, zu einer externen Aufbereitungsanlage weitergeleitet. Das Konzentrat geht an ein lokales Unternehmen, das in kreislaufwirtschaftlicher Hinsicht Energie produziert



GUTE PRAKTIKEN

PRODUKTION VON BIO-KRAFTSTOFFEN AUS OLEINEN WERK ALBA (ITALIEN)

Im Werk in Alba wurde ein neues Projekt gestartet, um die Nutzung von Nebenprodukten zu optimieren, vor allem von Oleinen, die bei der Ölraffination entstehen.

In diesem Projekt wird aus den anfallenden Oleinen Biokraftstoff hergestellt. Dieser wird dann zur Erzeugung von Strom oder Wärmeenergie genutzt. Die Nutzung von Biokraftstoffen bedeutet eine tatsächliche Verbesserung der ökologischen Qualität in Bezug auf die Verringerung der Treibhausgasemissionen.

Die Ferrero-Gruppe hat das Zertifizierungsverfahren für die Wiederverwendung von Oleinen (einschließlich solcher, die aus gebrauchten Bleichmitteln stammen) gemäß den geltenden Gesetzen gestartet.

Die Option, diese Bioflüssigkeiten in den italienischen Ferrero-Werken Belvano und Sant'Angelo dei Lombardi als Brennstoff für Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen zu verwenden, wird derzeit gemäß der Gruppen-Prinzipien geprüft.



Die Option, diese Bioflüssigkeiten in den Ferrero-Werken Belvano und Sant'Angelo dei Lombardi als Brennstoff für Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen zu verwenden, wird derzeit gemäß der Gruppen-Prinzipien geprüft

4. ABFALLVERMEIDUNG

Seit vielen Jahren setzen wir uns dafür ein, gemäß den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft bei allen unseren Aktivitäten die Abfälle zu verringern.

Wir fördern die umfassende Wiederverwendung und Rückgewinnung von Materialien oder – sofern Wiederverwendung oder Rückgewinnung nicht möglich sind – eine Abfallentsorgung mit den geringsten ökologischen Auswirkungen. Wobei eine Deponie nur dann infrage kommt, wenn es keine andere Möglichkeit gibt.

Im GJ 2016/2017 lag unsere Abfallrückgewinnungsquote bei 95,0%¹³, was etwa dem Vorjahreswert entspricht. Ab diesem Geschäftsjahr schließen die Zahlen auch das Werk Hangzhou (China) ein.

Alle Ferrero-Gesellschaften führen auf Basis eines Dreijahresplans Audit ihrer Abfallmanagement-Dienstleister durch.

Wir haben eine Reihe von Maßnahmen zur Abfallverringerung gestartet. Dazu zählen Projekte, um Mitarbeiter für dieses Thema zu sensibilisieren, die Effizienz der Produktionslinien und Verpackungen zu steigern sowie Produktionsabfall wo möglich, in die Futtermittelkette zurückzuführen.



Abfallrückgewinnung

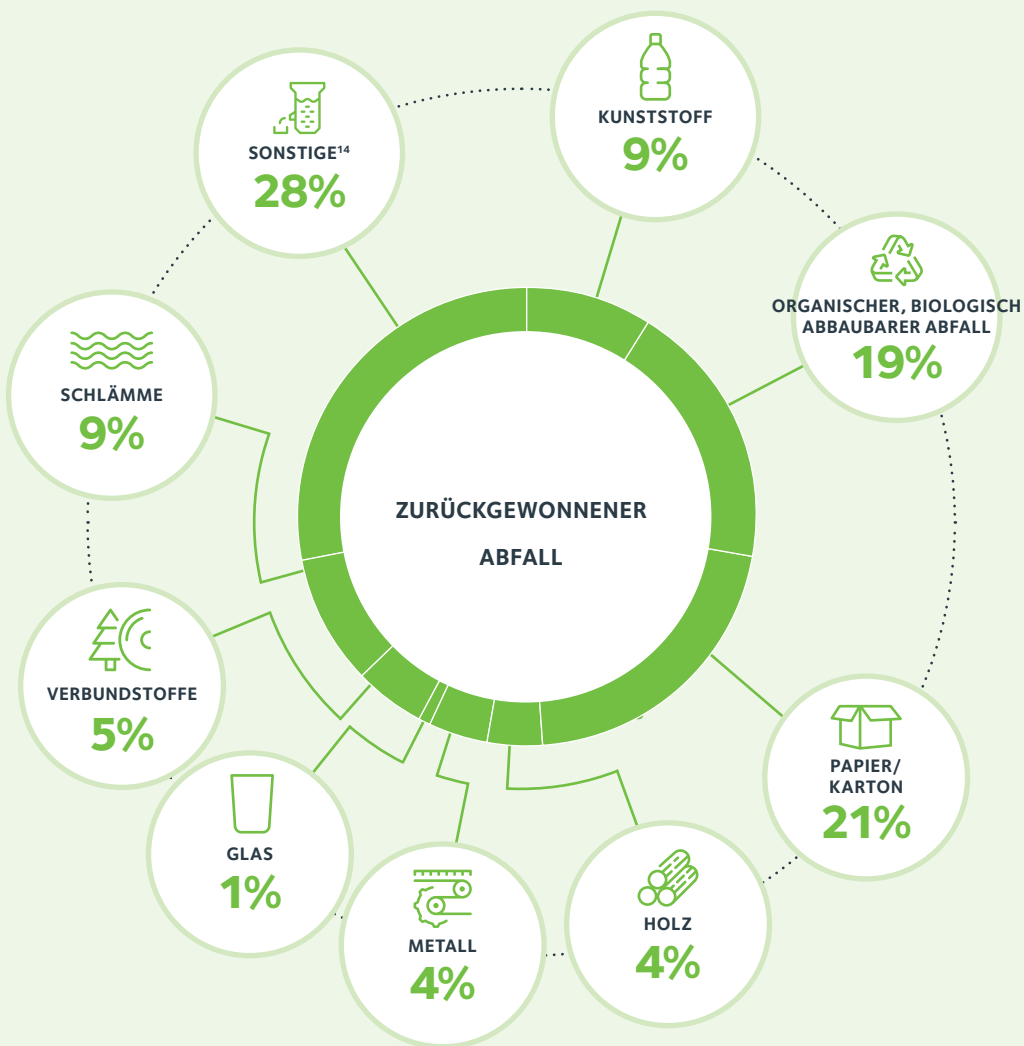
95%

¹³ Dieser Wert enthält auch die Wärmerückgewinnung.

3. HANDELN

FORTSETZUNG

Die folgende Übersicht zeigt die Verteilung nach Gewicht der verschiedenen Abfallarten, die in den 19 Produktionsstätten und 13 direkt verwalteten Lagern zurückgewonnen wurden:



14 Die Kategorie „Sonstige“ beinhaltet Abfall aus Instandhaltungs- und Bauaktivitäten, Laboren etc., die nicht unter die anderen Kategorien fallen.



5. CO₂-EMISSIONEN

Seit 2009 messen wir jährlich unsere CO₂-Bilanz und verpflichten uns, ihre Grenzen nach und nach zu erweitern, um die Auswirkung der gesamten Lieferkette¹⁵ unserer Produkte zu identifizieren und als emissionsarmes Unternehmen zu wachsen.

Wir verwenden den Ansatz des Life Cycle Thinking (LCT), der die verschiedenen Lebensphasen der Produkte und ihre Hauptauswirkungen auf die Umwelt berücksichtigt, auch die Phasen, die nicht direkt von uns kontrolliert werden.

Die CO_{2eq}-Emissionen aus unseren Produktionsaktivitäten¹⁶ und den direkt verwalteten Lagern (Scope 1 und Scope 2) lagen im Geschäftsjahr 2016/2017 bei 540.481 Tonnen. Das sind 9,2% der Gesamtemissionen im GJ 2016/2017.

Scope 1 beinhaltet direkte Emissionen (entspricht 440.053 Tonnen) und Scope 2 bezieht sich auf indirekte Emissionen aus der Menge gekauften Stroms, Wärme oder Dampf (entspricht 100.428 Tonnen).

Im GJ 2016/2017 lagen unsere Scope 2-Emissionen durch den Kauf grüner Energie, vor allem für das Werk Belsk, 23% unter dem Vorjahreswert.

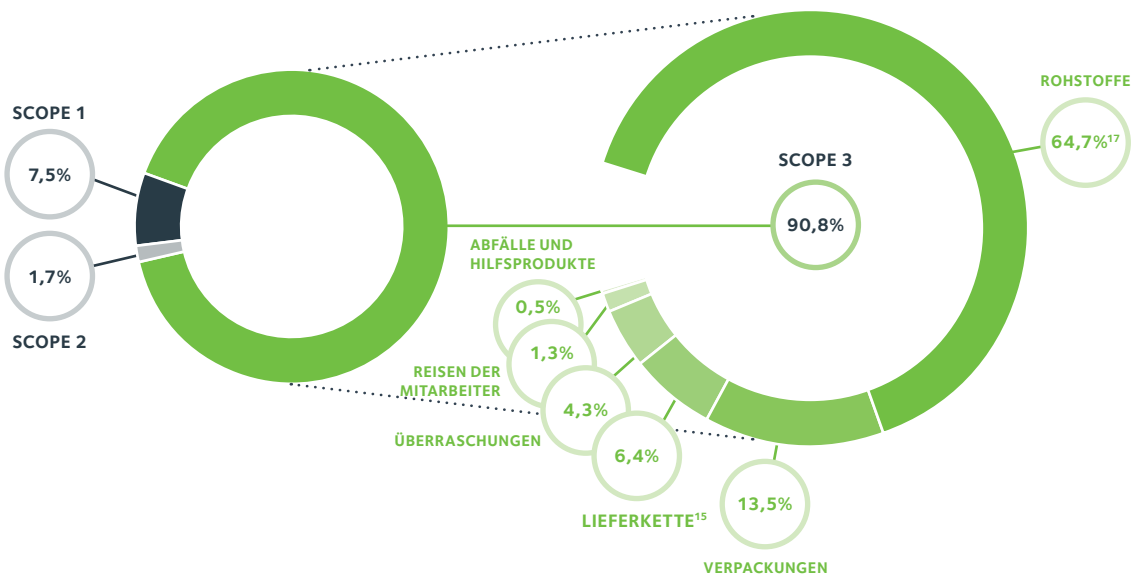
Die Emissionen, für die wir indirekt verantwortlich sind (Scope 3), betragen 5.344.735 Tonnen CO₂ oder 90,8% der Gesamtemissionen, während Anbau und Erzeugung landwirtschaftlicher Rohstoffe die Hauptkomponenten unserer CO₂-Bilanz sind (64,7%).

Die Zunahme unserer CO_{2eq}-Gesamtemissionen ist hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass das Werk Hangzhou nun ebenfalls berücksichtigt wird.



Wir verwenden den Ansatz des Life Cycle Thinking (LCT), der die verschiedenen Lebensphasen der Produkte und deren Hauptauswirkungen auf die Umwelt berücksichtigt

CO₂-Emissionen



15 Für die Lieferkette:
 • Die Grenze bezieht sich auf Produkte, die vom ersten Lieferanten an den Kunden geliefert werden.
 • Die Daten werden von externen Partnern zur Verfügung gestellt und enthalten teilweise Schätzungen/statistische Daten.

16 Die Treibhausgasemissionen aus dem Energieverbrauch in den Werken werden in tCO₂-Emissionen und nicht in tCO_{2eq}-Emissionen berechnet.

17 Kleinere Änderung der Datenbasis: Aufgrund verbesserter Datenverfügbarkeit bei einigen Werken außerhalb des Bezugsrahmens ist die Vergleichbarkeit mit dem letztjährigen Bericht leicht eingeschränkt.

3. HANDELN

FORTSETZUNG

6. BIODIVERSITÄT ERHALTEN

Durch unsere direkten Aktivitäten oder über unsere Lieferkette können wir Einfluss nehmen. Biodiversität, Abholzung und Landnutzung sind für uns in unserer Branche von größter Bedeutung.

Keines unserer Werke befindet sich in einem Schutzgebiet oder einer Gegend mit hoher Biodiversität (Quelle: interne Untersuchung und, nur für Europa, die Website der Europäischen Umweltagentur EEA). In einigen Fällen liegen Schutzgebiete in der Nähe unserer Werke (in weniger als zwei Kilometern Entfernung); nähere Angaben dazu finden Sie in den früheren CSR-Berichten.



**In unserer Branche
sind Biodiversität,
Abholzung und
Landnutzung von
größter Bedeutung**





4. LAGERN UND LIEFERN

Unsere Abteilung Supply Chain ist verantwortlich für Lagerung, Versand und Transport vieler verschiedener Materialien: etwa von Rohstoffen und Verpackungen zu unseren Werken und von fertigen Produkten zu unseren Kunden. Sie tut dies in einer Art und Weise, dass unsere Umweltauswirkungen verringert werden.

Im Geschäftsjahr 2016/2017 betragen die durch Transport und Lagerung verursachten Emissionen 393.076 Tonnen CO_{2eq}. Dies ist ein Rückgang um 2% in absoluten Zahlen gegenüber dem Vorjahr. Legt man die Anzahl der verkauften Tonnen Produkte zugrunde, verringert sich der Wert weiter und der Rückgang liegt dann pro verkaufter Tonne Produkte bei 4% im Vergleich zum GJ 2015/2016.

Diese Reduzierungen waren durch die Umsetzung verschiedener Projekte zur Kontrolle und Verringerung der CO₂-Emissionen durch die Lieferkette möglich.

ISO 14001-Zertifizierung

Drei zusätzliche Lager in Italien wurden im Geschäftsjahr 2016/2017 nach ISO 14001 zertifiziert. Die Zahl der zertifizierten italienischen Lager liegt damit bei sieben. Diese Lager werden von Ferrero direkt verwaltet und befinden sich außerhalb der Werke.

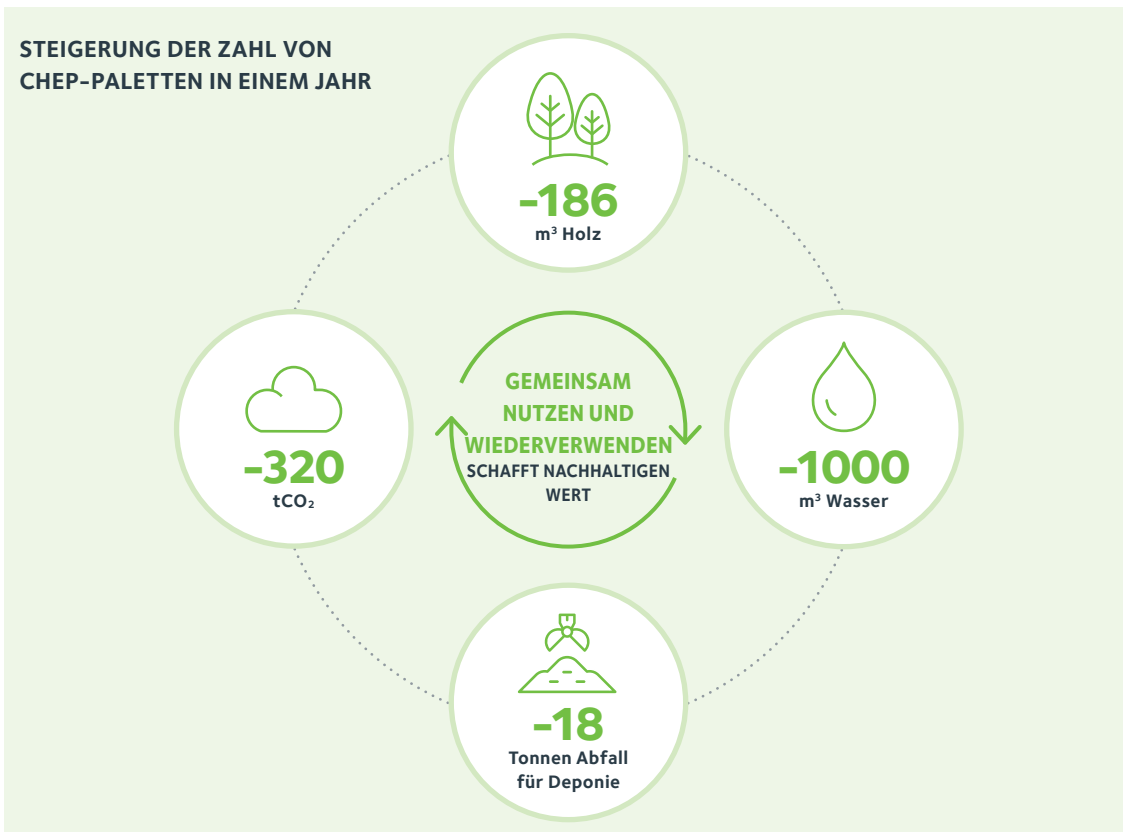
Paletten

Die Wahl des Palettensystems kann erheblich zur Umweltsleistung einer Lieferkette beitragen. Um die Ressourcennutzung und die Abfall- und Emissionsmenge zu verringern, sind wir eine Partnerschaft mit CHEP eingegangen und nutzen zwei von deren gemeinsamen, wiederverwendbaren Lösungen:

- Standardpaletten, die zu 100% aus Holz bestehen, das aus zertifiziert nachhaltigen Quellen stammt.
- Viertelpaletten, eine innovative und zertifiziert kohlenstoffneutrale Plattform, aufgrund von Projekten für Wiederaufforstung und Emissionsverringern.

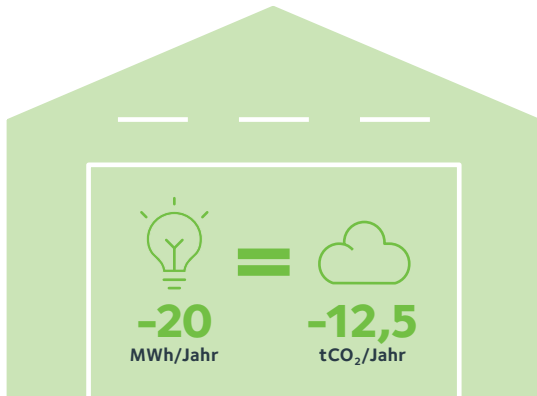
Durch direkte Vereinbarungen, wie etwa unsere bestehenden Vereinbarungen in Europa und Kanada¹⁷, oder durch externe Lieferanten, die diese Lösungen für unsere Transporte nutzen, wie etwa in Großbritannien, haben wir die Menge gemeinsamer und wiederverwendbarer CHEP-Paletten erhöht. Im Geschäftsjahr 2016/2017 haben wir dadurch folgende Umweltvorteile¹⁸ erzielt:

17 Die Umwelteinsparungen Kanadas wurden in den Ergebnissen nicht berücksichtigt.
18 CHEP – März 2018: Umweltbewertung von CHEP-Paletten Dezember 2012 INTERTEK, RDC Environment.



4. LAGERN UND LIEFERN

FORTSETZUNG



Neue Beleuchtung für unser Lager

In diesem Jahr haben wir die Beleuchtung in unserem Lager in Monastir durch ein energieeffizienteres LED-System ausgetauscht, was zu umfassenden Einsparungen führte.

Erdgas

Unsere Maßnahmen für eine bessere Umweltleistung in unseren Transporten haben wir auch im Geschäftsjahr 2016/17 fortgeführt. So stieg beispielsweise der Einsatz von mit Erdgas betriebenen Lkw für Inlandtransporte in Italien um 23%.



Zunahme des Einsatzes
erdgasbetriebener Lkw
für Inlandtransporte in
Italien im Geschäftsjahr
2016/2017

+23%





5. KONSUMENT

ENDVERBRAUCH

EINBINDUNG DER KONSUMENTEN

Wie können wir unsere Konsumenten unterstützen? Ein Blick auf das Verpackungsetikett.

Wir verwenden ein System der Lebensende-Etikettierung, das auf Verpackungsetikettierungsvorschriften (Entscheidung 97/129/EG) basiert. Verpackungsmaterial wird durch eine Zahl und eine Abkürzung identifiziert, die in den meisten Ländern gilt. Damit die Konsumenten die Bedeutung dieser technischen Informationen verstehen, übersetzen wir diese in bekannte Bezeichnungen: Papier, Kunststoff, Aluminium und Verbundmaterial. Je nach lokalem Abfallentsorgungssystem können die Konsumenten in den verschiedenen Ländern dann entscheiden, in welche Abfalltonne sie die Verpackung nach der Nutzung geben.

Die Hinweise auf den Lebensende-Etiketten sollen den Konsumenten helfen, richtig mit Verpackungsabfall umzugehen. In verschiedenen Ländern gibt es spezielle lokale Vorschriften und Abfallentsorgungswege, daher gibt es auch kein Allroundetikett, das für alle passt. Da der Platz auf den Verpackungen begrenzt ist, verweisen wir die Konsumenten zuweilen auf unsere Websites, wo sie weitere Details zur Verpackungsentsorgung finden (siehe dazu etwa unsere kinder®-Website). Wir testen weitere digitale Möglichkeiten, um diese Informationen mit unseren Konsumenten zu teilen.

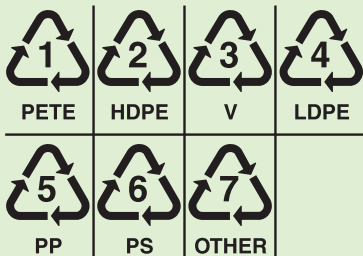
Zusammen mit den Konsumenten Abfall bewältigen

Wie können die Konsumenten uns dabei helfen, sicherzustellen, dass die Verpackungen nicht weggeworfen, sondern recycelt und damit Ressourcen erhalten werden? Indem sie uns helfen, diese korrekt und entsprechend der lokalen Abfallentsorgungsvorschriften zu entsorgen. Als Hilfe haben wir einige interessante Informationen aus Recyclingratgebern zusammengetragen^{19 20 21}.

- Wussten Sie schon, dass man Getränkeflaschen aus Plastik am besten zusammendrückt? Die Flaschen nehmen dann weniger Raum ein und lassen sich leichter sortieren und recyceln.
- Wenn Sie mehrere Plastikverpackungen haben, stecken Sie sie am besten nicht ineinander, denn sonst sind die verschiedenen Plastiksarten schwerer zu trennen.
- Oft ist es am besten, den Verschluss auf der Flasche zu lassen, damit er nicht verlorengeht. Er kann dann im letzten Recyclingstadium abgenommen oder kreativ wiederverwendet werden.
- Alufolie am besten zu einem Ball zusammenknüllen, bevor man sie in die Recyclingtonne wirft.

Wir ermutigen unsere Konsumenten, robuste Verpackungen so oft wie möglich wiederzuverwenden und mit allen Verpackungen verantwortungsvoll bei Einhaltung der lokalen Vorschriften umzugehen.

In Zukunft werden wir unsere Konsumenten immer aktiver unterstützen und sensibilisieren, sich aktiv an einer positiven Lieferkette zu beteiligen!



ETIKETTIERUNG FÜR KUNSTSTOFFVERPACKUNGEN

Beispiel für die Etikettierung von Kunststoffverpackungen. Das dreieckige Symbol, das eine Zahl umrahmt, ist ein universeller Identifizierungscode für ein spezifisches Kunststoffmaterial. Die Zahlen 1 bis 6 beziehen sich auf bestimmte Kunststoffe, während die 7 für alle sonstigen Kunststoffe oder Kunststoffmischungen verwendet wird. Mithilfe der Abfallvorschriften im jeweiligen Land können Sie feststellen, ob alle Kunststoffe in dieselbe Tonne geworfen werden müssen oder nicht. Bitte helfen Sie uns, jedes Material dem richtigen Entsorgungskreislauf zuzuführen.

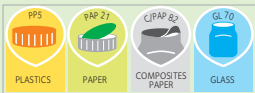
5. KONSUMENT

FORTSETZUNG

MACHEN SIE DEN UNTERSCHIED: TRENNEN SIE VERSCHIEDENE ABFALLARTEN

Unsere wichtigsten Verpackungen:
Entdecken Sie die Materialien

NUTELLA®



Verwenden Sie das Glas wieder*! Sehen wir mal, wie das geht: Lassen Sie sich inspirieren und teilen Sie Ihre Ideen mit uns!



www.nutella.com/de/de/diy

Interessante Info für Sie:

Informieren Sie sich über Ihr lokales Entsorgungssystem: Helfen Sie uns, richtig zu entsorgen!

* Wiederverwendungsvorschlag

NUTELLA&GO



Trennen Sie Deckelfolie und Gefäß voneinander und entsorgen Sie diese entsprechend Ihres lokalen Entsorgungssystems: Helfen Sie uns, diese recycelbaren Materialien nicht zu verlieren.

Interessante Info für Sie:

Das Plastikgefäß garantiert mechanischen Schutz für den Verzehr unterwegs und die Aluminiumfolie schützt das Lebensmittel und lässt sich leicht abziehen, damit die einzelnen Komponenten recycelt werden können.

FERRERO ROCHER



Verwenden Sie die Box wieder*! Sehen wir mal, wie das geht: Lassen Sie sich inspirieren und teilen Sie Ihre Ideen mit uns!

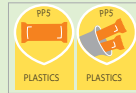


www.ferrerorocher.com/en/int/tips-and-ideas#query=&filters%5B%5D=box+reusage

Interessante Info für Sie:

Informieren Sie sich über Ihr lokales Entsorgungssystem: Helfen Sie uns, es richtig zu entsorgen und zu recyceln!

KINDER BUENO



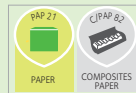
Wir haben sehr leichte Verpackungen entwickelt: Damit wir das nicht umsonst getan haben, werfen Sie sie in die richtige Tonne!

Interessante Info für Sie:

Für unsere Snacks werden keine Verbundfolien verwendet, sondern Kunststofffolien mit einer Art Aluminiumüberzug³, deshalb ist dieses Material als Kunststoffverpackung gekennzeichnet.

³Hier handelt es sich um eine sogenannte metallisierte Folie, bei der mithilfe eines speziellen Verfahrens Aluminiummoleküle auf eine Kunststoffolie aufgesprüht werden. So wird mit sehr wenigen Atomen dieses Materials derselbe Schutz garantiert, statt mit Aluminiumfolie ein komplexes Verbundmaterial herzustellen.

KINDER SCHOKOLADE

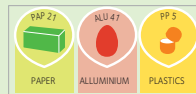


Spiele Sie mit der Box! Das Spiel geht in der Box weiter! Letztes Jahr war ein Bild zum Ausmalen in der kleinen 100-Gramm-Box von Kinder Schokolade!

Interessante Info für Sie:

Die Hülle von Kinder Schokolade besteht aus einem Verbundmaterial, dessen Hauptbestandteil Papier ist. Diese Verpackung kann in einigen Ländern zusammen mit anderen Verpackungen gesammelt werden: Bitte helfen Sie uns, diese Materialien wiederzugewinnen, indem Sie sich über die lokalen Vorschriften informieren.

KINDER ÜBERRASCHUNG



Interessante Info für Sie:

Entsorgen Sie die Verpackung gemäß den lokalen Entsorgungsvorgaben: Helfen Sie uns, wertvolle Materialien wie den Alueinwickler und das Barilotto nicht zu verlieren!

TIC TAC



Die transparente Box von Tic Tac vermittelt die Kultmarkenbotschaft, leistet mechanischen Schutz beim Verzehr unterwegs und erfüllt die Kriterien für Recyclingfähigkeit (aus einem Material, recyclingfähiger Kunststoff).

Interessante Info für Sie:

Informieren Sie sich über Ihr lokales Entsorgungssystem: Helfen Sie uns, damit die wertvollen Materialien nicht verlorengehen.



WERTSCHÖPFUNGSKETTE HINWEISE ZUR METHODE

Als Süßwarenunternehmen verwenden wir für unsere Produkte vorwiegend Rohstoffe aus den Tropen. Daher ist es unsere erste Verantwortung, die Auswirkungen der gesamten Lieferkette unserer Produkte zu messen. Erst, wenn wir einen klaren Überblick über unsere eigenen Auswirkungen haben, können wir sie angehen und verringern. Seit 2009 messen wir jährlich unsere CO₂-Bilanz und verpflichten uns, deren Grenzen nach und nach zu erweitern.

Seit dem Geschäftsjahr 2013/2014, mit der Einführung des Projektes FER-Way – Ferrero Environmental Responsibility Way, das auf den korrekten Umgang mit ökologischer Nachhaltigkeit abzielt, konzentrieren wir uns auf folgende Punkte: die Verbesserung der Datengenauigkeit, die stärkere Einbeziehung indirekter Emissionsquellen sowie die Neudefinition von Kennzahlen und Messparametern, damit diese den jüngsten wissenschaftlichen Erkenntnissen entsprechen.

In den letzten Jahren haben wir mehrere LCA-Studien zu unseren wichtigsten landwirtschaftlichen Rohstoffen begonnen. Ihr Ziel ist es, genaue Daten zu den Umweltauswirkungen der Produktion unserer landwirtschaftlichen Rohstoffe zu erhalten. Sobald die kritischsten Bereiche bei der Erzeugung aller Rohstoffe identifiziert sind, werden wir Projekte starten, die eine effizientere Erzeugung fördern. Bisher wurden diese Studien bereits auf unseren Haselnussplantagen in der Türkei, in Molkereien in Italien, bei unseren wichtigsten europäischen Zuckerherstellern und in der Palmöllieferkette initiiert.

Berichtszeiträume

Die Daten beziehen sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2016/2017. Die Umweltdaten beziehen sich auf:

- Werksdaten (19 Werke²² mit 35 internen Lagern);
- Eigenproduzierte Energie;
- Externe, von Ferrero direkt verwaltete Lager (13);
- 200 nicht direkt von Ferrero verwaltete externe Lager;
- Produktion und Transport von kinder®-Überraschungen;
- Transport von Halbfertig- und Fertigprodukten;
- Geschäftsreisen von Mitarbeitern der wichtigsten Gruppengesellschaften und Fahrten zwischen Wohnort und Arbeitsplatz aller Mitarbeiter der Gruppe²³.

In Bezug auf alle Umweltdaten, die derzeit nicht in diesem Bericht berücksichtigt bzw. nicht speziell erwähnt werden, verstärken wir unsere Anstrengungen, um diese in zukünftige Berichte aufnehmen zu können.

Unsere Rohstoffzahlen enthalten Gesamtzahlen für: landwirtschaftliche Rohstoffe, einschließlich der für die Rezepturen der Ferrero-Produkte verwendeten Wassermengen, Verpackungsrohstoffe, Rohstoffe für Überraschungen, Hilfsmaterialien für Produktionsprozesse. Die Zahlen beziehen sich auf die 19 Produktionsstätten und die 13 direkt verwalteten Lager.

- 19 Richtlinien zur Unterstützung des Recyclings von Kunststoffverpackungen, conai 2017
- 20 <http://www.epbp.org/download/211/qt-502-sink-float-separation>
- 21 http://www.cial.it/wp-content/uploads/2016/02/CiAl_Design-for-Recycling.pdf
- 22 Die folgenden Werke sind nicht in diesen Zahlen enthalten: Kamerun, Südafrika und das Werk Thorntons Plc in Alfreton. Die Daten für Treibhausgasemissionen beinhalten auch Thorntons (nur FMCG) und Imsofer.
- 23 Dieser Wert wurde für die Ferrero-Gruppe auf Basis einer Stichprobenbefragung von etwa 900 Mitarbeitern im Werk Alba im Geschäftsjahr 2014/2015 geschätzt. Durchgeführt wurde diese Befragung im Rahmen des Projektes „GHG inventory calculation methodology relating to the production of confectionery products. Case study: Alba factory – Ferrero Group“.

5. KONSUMENT

FORTSETZUNG

ERFASSTE FER-WAY PROJEKTBEREICHE



TRANSPORT

SORTIEREN,
VERPACKEN
UND WIEGEN



TROCKNEN

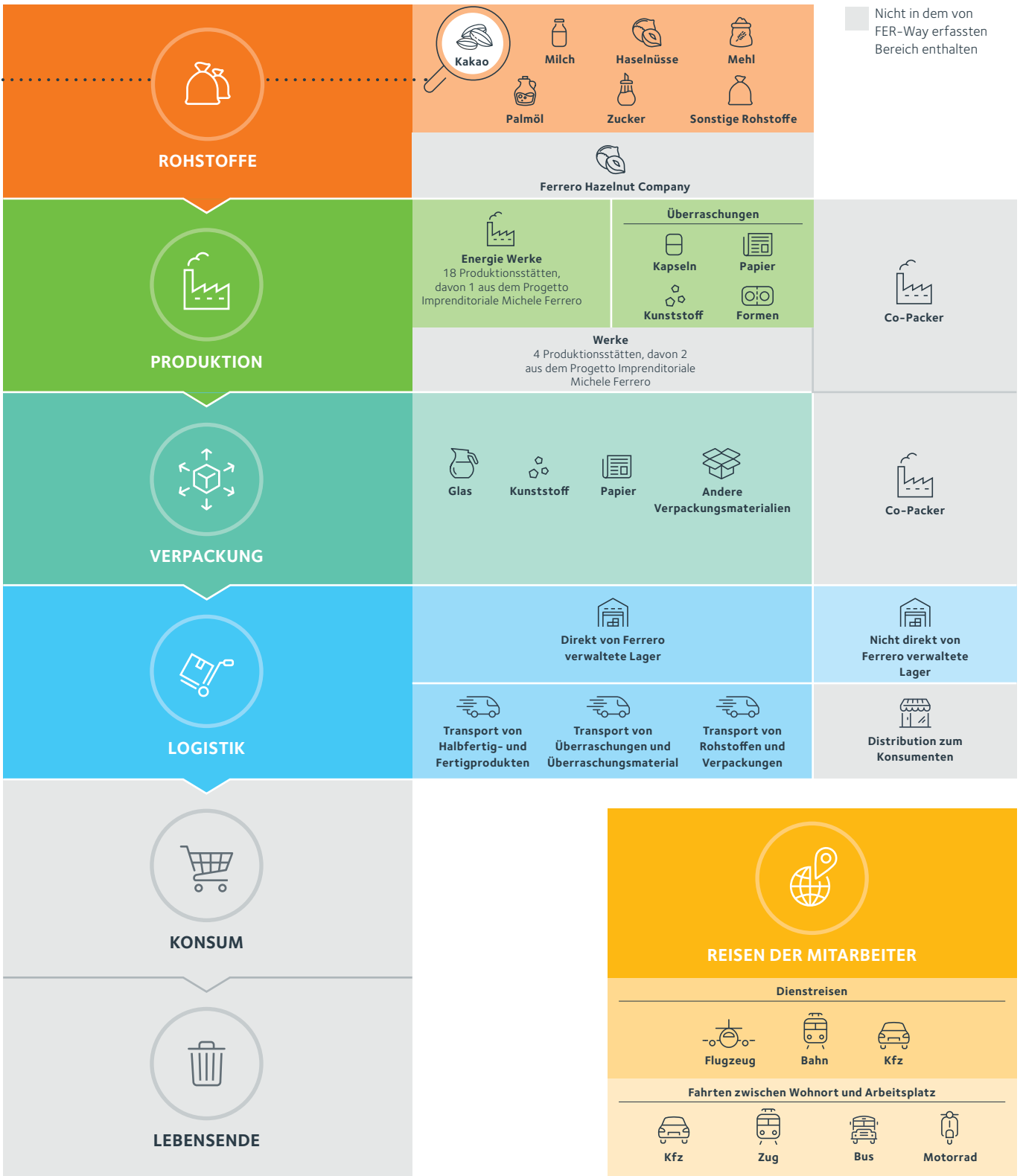
GÄRUNG



ERNTE

KAKAOANBAU





ANMERKUNGEN ZU KENNZAHLEN UND VERFAHREN

UMWELTDATEN

Datenerfassung

Wir verwalten die Datenerhebung und -analyse über eine interne Plattform mit dem Namen SuRe (Sustainability Reporting). Dieses Tool ermöglicht eine bessere Handhabung sowie die Optimierung des Datenflusses und -transfers.

Standards und Verfahren

Zur Berechnung der CO₂-Bilanz wurden folgende Standards und Methoden verwendet:

- Berechnung der Treibhausgasemissionen Scope 1 und 2, teilweise abgestimmt auf den Corporate Accounting and Reporting Standard – GHG Protocol – entwickelt vom World Resources Institute (WRI) mit dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), bislang als Berichterstattungsinstrument und Carbon-Reporting-Standard weltweit am meisten verbreitet;
- Publicly Available Specification PAS 2050:2011 auf Basis der Standards ISO 14044 und gemeinsam entwickelt von DEFRA, Carbon Trust und BSI (British Standard Institute), der sich ausschließlich auf die im Laufe des gesamten Produktlebenszyklus ausgestoßenen Treibhausgasemissionen konzentriert;
- Normen ISO 14040 und ISO 14044 zur Bewertung des Lebenszyklus (LCA) mit den entsprechenden Grundsätzen und Rahmenbedingungen, Anforderungen und Anleitungen.

Einzelheiten zur Berechnung

Dieser Prozentsatz ist eine Schätzung des Anteils recycelter Materialien gegenüber der Gesamtmenge des von uns verwendeten Verpackungsmaterials.

Bei Papier und Karton beruhen die Zahlen auf Berechnungen zur Zusammensetzung des gekauften Materials. Bei rPET und rPP handelt es sich um die genauen Zahlen des im Berichtsjahr gekauften Recyclingmaterials, während die Zahlen für Glas und Aluminium auf den Angaben der Lieferanten basieren und die verschiedenen Produktionsstätten der Materialien berücksichtigen. Sie hängen daher stark mit der Sammel- bzw. Recyclingquote der jeweiligen Länder zusammen, in denen sich die Verpackungslieferanten befinden und tätig sind.

Die CO₂-Emissionskoeffizienten der Stromerzeugungssysteme der einzelnen Länder stammen aus der Datenbank im Anhang zum Dokument „IEA CO₂ EMISSIONS FROM FUEL COMBUSTION Highlights (2015 Edition)“ (Zahlen für das Jahr 2013) sowie aus der Datenbank Ecoinvent 3.1.

Die Berechnungen der Scope-3-Treibhausgasemissionen basieren hauptsächlich auf kommerziellen Datenbanken (Ecoinvent 3.1, IEA) sowie einigen intern entwickelten Datensätzen. Die Emissionsfaktoren für die Umwandlung von Energie aus Brennstoffen stammen aus dem nationalen Inventar nach UNFCCC (Durchschnittswert der Jahre 2012–2014).

Die Eigenproduktion aus erneuerbaren Quellen und zugekaufte elektrische Energie aus erneuerbaren Quellen tragen nicht zu den Treibhausgasemissionen bei. Die nicht ausgestoßenen Emissionen für den Anteil der in das Netz eingespeisten elektrischen Energie aus den mit erneuerbaren Energiequellen gespeisten Anlagen in S. Angelo Dei Lombardi und Balvano wurden nicht zugerechnet.



Wir verwalten die Datenerhebung und -analyse über eine interne Plattform mit dem Namen SuRe (Sustainability Reporting)

ENERGIE			
	EINHEIT	2015/2016*	2016/2017**
Verbrauch grüner Energie	%	9,90%	12,00%
Verbrauch von Energie, die in Biomasseanlagen erzeugt wurde	GJ	785.635	881.784
Verbrauch von Energie, die in Windkraft- und Solaranlagen erzeugt wurde	GJ	7.368	9.833
Zugekaufte elektrische Energie aus zertifiziert erneuerbaren Quellen	GJ	424.14	619.665
Energieverbrauchskennzahl	GJ/t	9,0	9,0
Gesamtenergieverbrauch	TJ	10.310	10.634
Gesamtkraftstoffverbrauch	TJ	8.873	9.292
	aus nicht erneuerbaren Quellen	TJ	8.088
	aus erneuerbaren Quellen	TJ	786
Gesamtverbrauch elektrischer Energie (nach Abzug der verbrauchten)	TJ	1.361	1.186
	aus nicht erneuerbaren Quellen	TJ	1.122
	aus erneuerbaren Quellen	TJ	239
Verbrauch an Dampf bzw. Warmwasser	TJ	76	155
Anteil elektrischer Energie und Erdgas am Gesamtwerk der Werke und verwalteten Lager	%	91%	87%
Werke – eigenproduzierte elektrische Energie von Gesamt	%	51%	50%
Werke – eigenproduzierte Wärmeenergie von Gesamt	%	99%	99%

LUFTEMISSIONEN			
	EINHEIT	2015/2016*	2016/2017**
GWP-Emissionen gesamt	t CO _{2eq}	5.720.587	5.885.216
GWP-Emissionen Scope 1	t CO _{2eq}	424.406	440.053
GWP-Emissionen Scope 2	t CO _{2eq}	129.681	100.428
GWP-Emissionen Scope 3	t CO _{2eq}	5.166.500	5.344.735
Werke und verwaltete Lager GWP-Emissionskennzahl (nur Scope 1&2)	kg CO _{2eq} /t	481	460
Kältemittlemissionen: Anteil ODP	kg R11 _{eq}	85	70
Kältemittlemissionen: Anteil GWP	t CO _{2eq}	14.190	16.474

ANMERKUNGEN ZU KENNZAHLEN UND VERFAHREN

FORTSETZUNG

WASSER				
		EINHEIT	2015/2016*	2016/2017**
Wasserverbrauch		m ³	4.262.608	4.349.387
	Leitungswasser	%	55,00%	57,60%
	Brunnenwasser	%	28,60%	27,50%
	aus Flüssen	%	15,40%	14,90%
	aus anderen Quellen	%	1,00%	0,00%
Wasserverbrauchskennzahl		m ³ /t	3,7	3,7
Abwasser		m ³	3.126.684	3.183.363
	Abwassernetz	%	93,80%	94,10%
	Oberflächenwasser	%	4,70%	4,40%
	Boden oder Untergrund	%	1,50%	1,50%

ABFALL				
		EINHEIT	2015/2016*	2016/2017**
Abfallproduktionskennzahl		kg/t	88,8	85,9
Abfall gesamt		t	102.299	100.975
Abfallrückgewinnung in Prozent		%	95%	95%
Wiedergewonnene Arten von Abfällen nach Gewicht	Kunststoff	%	9%	9%
	Organisch/biologisch abbaubar	%	19%	19%
	Papier/Pappe	%	20%	21%
	Holz	%	4%	4%
	Metall	%	3%	4%
	Glas	%	1%	1%
	Verbundmaterialien	%	5%	5%
	Schlämme	%	9%	9%
	Sonstiges***	%	30%	28%
Zahl der signifikanten Abgaben/Lecks gefährlicher Stoffe oder Unfälle mit gefährlichen Stoffen		n.	0	0

SONSTIGE ZAHLEN				
		EINHEIT	2015/2016*	2016/2017**
Gesamtmenge der verwendeten Rohstoffe		t	1.830.272	1.849.430
Recyceltes Material bei den Verpackungen		%	39%	36%*
Material aus erneuerbaren Quellen bei den Verpackungen		%	37%	37%

* Die Daten basieren auf der aktuellen Zusammensetzung unserer Lieferanten und spezifischen Daten zu recycelten Inhalten nach geografischem Gebiet oder Produktzusammensetzung. Das Volumen unseres Verpackungsmaterials, das wir benutzen, bezieht sich eindeutig auf die Verpackungsdesigns, die für unsere verschiedenen Produkte angegeben sind.

* Die Daten zu „Energie“, „Wasser“ und „Abfall“ beziehen sich auf 18 Produktionsstätten (ausgenommen Kamerun, Südafrika, China und das Werk von Thorntons Plc in Alfreton) und die 13 von Ferrero direkt verwalteten Lager. Das Werk in China wird nur für die Tabelle „Sonstige Zahlen“ berücksichtigt sowie bei den Zahlen für „GWP-Emissionen Scope 3“ und „GWP-Emissionen gesamt“ bei den Luftemissionsdaten. Die Daten für das GJ 2015/2016 wurden auf Basis der nach Veröffentlichung des CSR-Berichtes 2016 berichtigten Daten hochgeladen.

** Die Daten beziehen sich auf die 19 Produktionsstätten (ausgenommen Kamerun, Südafrika, China und das Werk von Thorntons Plc in Alfreton) und die 13 von Ferrero direkt verwalteten Lager.

*** Diese Kategorie beinhaltet Abfall aus Instandhaltungs- und Bauarbeiten, Laboren etc., die nicht in den spezifischen Kategorien enthalten sind.

MITARBEITERDATEN

Gesundheit und Sicherheit

Betrachtet man die geographischen Regionen, so lassen sich die Zahlen der Unfälle während der Arbeitszeiten in die beiden Gebiete Europa und außerhalb Europas unterteilen.

Ohne die Unfälle auf dem Arbeitsweg hat sich die Häufigkeit der Verletzungen verringert (-15% im Vergleich zum Vorjahr), während sich der Schweregrad erhöhte (+12% im Vergleich zum Vorjahr). Außerhalb Europas hat sich die Häufigkeit der Verletzungen erhöht (+18% im Vergleich zum Vorjahr), während der Schweregrad sank (-19% im Vergleich zum Vorjahr).

HÄUFIGKEIT VON UNFÄLLEN IN DER GRUPPE NACH GEOGRAPHISCHEN GEBIETEN*					
UNFALLHÄUFIGKEITS- KENNZAHL		2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017
	Europa	11,8	10,75	11,07	9,37
	Außerhalb Europas	5,91	5,05	4,55	5,39
SCHWEREGRADKENNZAHL		2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017
	Europa	0,24	0,28	0,25	0,28
	Außerhalb Europas	0,08	0,13	0,16	0,13

* Ohne Hin- und Rückweg zum Arbeitsplatz.

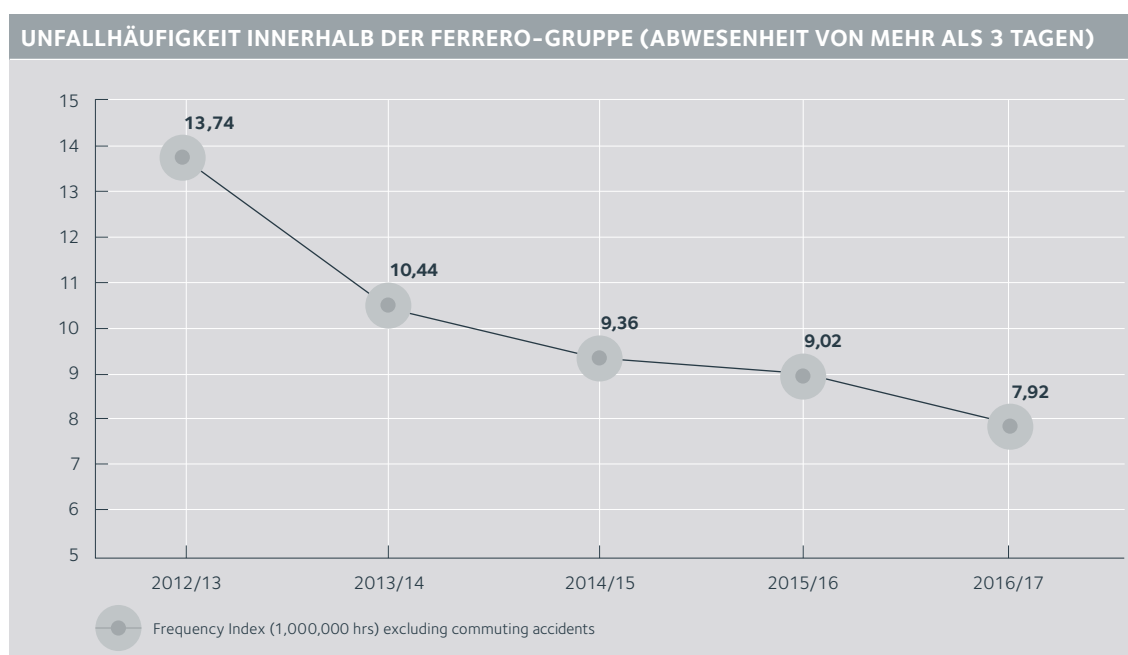
Wir bedauern, berichten zu müssen, dass sich im GJ 2016/2017 ein tödlicher Unfall in einem Ferrero-Werk in Europa ereignet hat, von dem ein Arbeiter eines externen Auftragnehmers betroffen war, der Instandhaltungsarbeiten durchführte.

ANMERKUNGEN ZU KENNZAHLEN UND VERFAHREN

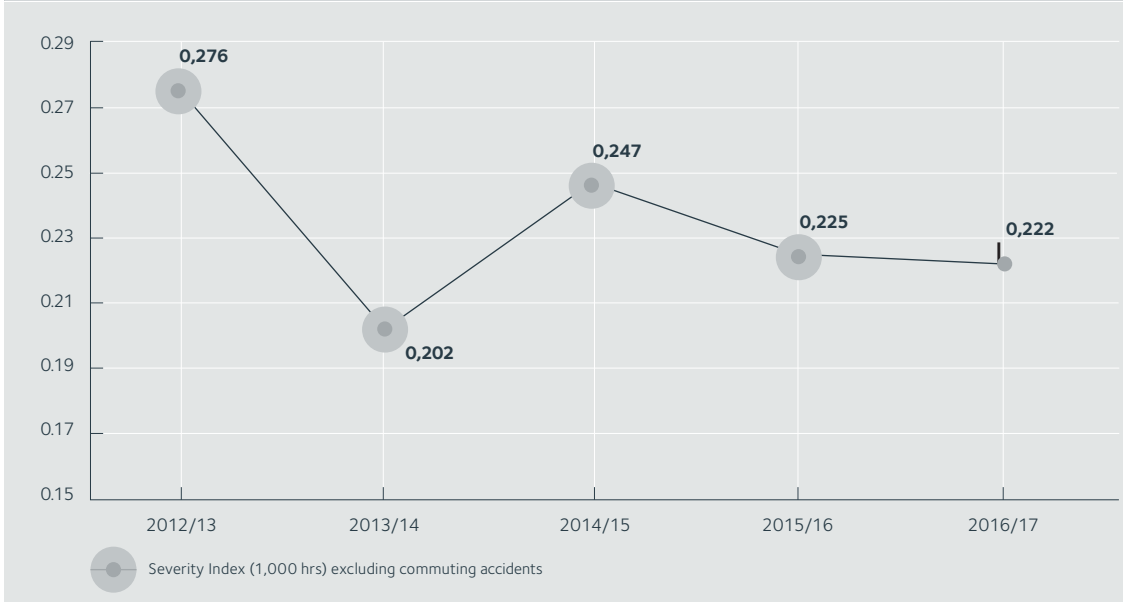
FORTSETZUNG

HÄUFIGKEIT VON UNFÄLLEN IN DER GRUPPE (INDUSTRIAL & SUPPLY)					
JAHR	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
Häufigkeitskennzahl (pro 1.000.000 Std.)	13,74	10,44	9,36	9,02	7,92
Schweregradkennzahl (pro 1.000 Std.)	0,276	0,202	0,247	0,225	0,222

* Ohne Hin- und Rückweg zum Arbeitsplatz



SCHWEREGRAD VON UNFÄLLEN



KRITERIEN: Gearbeitete Stunden insgesamt (Arbeiter und Angestellte), mit Ausnahme von Unfällen auf dem Hin- und Rückweg zum Arbeitsplatz. Daten von Mitarbeitern mit Zeitverträgen wurden nicht berücksichtigt.

ANMERKUNGEN ZU KENNZAHLEN UND VERFAHREN

FORTSETZUNG

Daten zu Schulungen

SCHULUNGSKATEGORIEN	SCHULUNGSSTUNDEN
Coaching*	90.660,25
Entwicklungsprogramme**	26.310,5
Finanzen	3.698
Onboarding Gruppe	12.958
HR	30.686
Industrial	102.889,46
Informationstechnologie	14.739,77
Sprachen***	56.989
Führungsfähigkeiten	43.847
Recht	5.141,5
Onboarding lokal	7.577
Marketing	11.428
Mentoring	5.147
Verpackungen	208
Beschaffung	3.219
Fach-Knowhow	76.085
F&E	2.671,81
Vertrieb	29.232
Supply chain	2.748
IT	53
Gesamt	526.288,29

SCHULUNGSGEBIET	TEILNAHMEN	SCHULUNGSSTUNDEN
Welcome to Ferrero	2.049	20.535
Ferrero-Knowhow	356.968	282.799,54
Ferrero leaders	4.063	43.847
Weiterentwicklung****	10.939	122.117,75
Fremdsprachen	4.236	56.989
Gesamt	57.255	526.288,29

GESCHLECHT	SCHULUNGSSTUNDEN	STUNDEN PRO KOPF
Frauen	205.687,33	16
Männer	320.600,96	19
Gesamt	526.288,29	17,4

MITARBEITERKATEGORIE	SCHULUNGSSTUNDEN	STUNDEN PRO KOPF
Arbeiter	216.217,3	12,1
Angestellte	228.555,3	24,7
Middle Manager	66.271,54	29,2
Senior Manager und höher	15.244,15	16,4
Gesamt	526.288,29	17,4

* Einschließlich Training-on-the-job

** Alle Aktivitäten, die zur Weiterbildung der Mitarbeiter angeboten werden bzw. damit in Zusammenhang stehen und nicht durch die anderen Schulungsbereiche abgedeckt sind (z.B. YOU-Workshops, Teambuilding, Diversity Training)

*** Alle durchgeführten Sprachkurse, etwa Englisch, Italienisch, Spanisch, Französisch oder Portugiesisch

**** Schulungen wie z.B. Coaching, Mentoring oder Entwicklungsprogramme

Personaldaten

PERSONALSTAND DER GRUPPE ZUM 31. AUGUST*		
ZAHL DER MITARBEITER	ZUM 31.08.2016	ZUM 31.08.2017
Gesamt	30.132	30.829
davon Frauen	44,2%	44,1%

* Der Personalstand umfasst die Mitarbeiter, die zum 31. August direkt bei Ferrero beschäftigt waren, einschließlich der Mitarbeiter der Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero; nicht berücksichtigt wurden die Mitarbeiter von Thorntons Plc und Fannie May.

PERSONALSTAND DER GRUPPE NACH ART DES BESCHÄFTIGUNGSVERHÄLTNISSSES				
VERTRAGSART	ZUM 31.08.2016		ZUM 31.08.2017	
	ZAHL DER MITARBEITER	%	ZAHL DER MITARBEITER	%
Befristet	7.237	24%	7.254	23,5%
Unbefristet	22.895	76%	23.575	76,5%
Gesamt	30.132	100%	30.829	100%
VERTRAGSART	ZUM 31.08.2017			
	EUROPA	%	AUSSERHALB EUROPAS	%
Befristet	4.707	15,3%	2.547	8,3%
Unbefristet	14.738	47,8%	8.837	28,7%
Gesamt	19.445	63,1%	11.384	36,9%

ANMERKUNGEN ZU KENNZAHLEN UND VERFAHREN

FORTSETZUNG

PERSONALSTAND DER GRUPPE NACH ART DES BESCHÄFTIGUNGSVERHÄLTNISSSES				
TEILZEIT/VOLLZEIT	ZUM 31.08.2016		ZUM 31.08.2017	
		%		%
Teilzeit		3,9%		4,3%
Vollzeit		96,1%		95,7%

PERSONALSTAND DER GRUPPE NACH MITARBEITERKATEGORIE				
MITARBEITERKATEGORIE	ZUM 31.08.2016		ZUM 31.08.2017	
	ZAHL DER MITARBEITER	%	ZAHL DER MITARBEITER	%
Arbeiter	18.203	60,41	18.389	59,6
Angestellte	8.811	29,24	9.144	29,7
Middle Manager	2.196	7,29	2.357	7,6
Senior Manager und höher	922	3,06	939	3,0
Gesamt	30.132	100,00%	30.829	100,00%

PERSONALSTAND DER GRUPPE NACH ALTER UND GESCHLECHT				
ALTERSGRUPPE	ZUM 31.08.2016		ZUM 31.08.2017	
	% FRAUEN	% MÄNNER	% FRAUEN	% MÄNNER
<30	45,9	54,1	45,5%	54,5%
30 – 50	44,5	55,5	44,4%	55,6%
>50	41,8	58,2	42,0%	58,0%

PERSONALSTAND DER GRUPPE NACH ALTER UND MITARBEITERKATEGORIE			
TEILZEIT/VOLLZEIT	ZUM 31.08.2017		
	<30	30 – 50	>50
Arbeiter	14,1%	30,7%	14,8%
Angestellte	6,1%	19,8%	3,7%
Middle Manager	0,4%	5,7%	1,6%
Senior Manager	0,0%	1,7%	1,3%
Gesamt	20,6%	58,0%	21,4%

PERSONALSTAND DER GRUPPE ZUM 31. AUGUST						
	2016			2017		
	GESAMT	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT	FRAUEN	MÄNNER
	ZAHL DER MITARBEITER	%	%	ZAHL DER MITARBEITER	%	%
Geographischer Bereich						
Europa	18.893	42,45%	57,55%	19.445	42,5%	57,5%
Außerhalb Europas	11.239	47,20%	52,80%	11.384	46,9%	53,1%
Mitarbeiterkategorie						
Arbeiter	18.203	48,1%	51,9%	18.389	47,3%	52,7%
Angestellte	8.811	42,4%	57,6%	9.144	43,4%	56,6%
Middle Manager	2.196	32,1%	67,9%	2.357	33,1%	66,9%
Senior Manager	922	14,4%	85,6%	939	15,3%	84,7%
Beschäftigungsverhältnis						
Unbefristet	22.895	40,9%	59,1%	23.575	41,2%	58,8%
Befristet	7.237	54,6%	45,4%	7.254	53,7%	46,3%
Teilzeit/Vollzeit						
Teilzeit	1.186	79,2%	20,8%	1.319	78,5%	21,5%
Vollzeit	28.946	42,8%	57,2%	29.510	42,6%	57,4%
Gesamt	30.132	44,2%	55,8%	30.829	44,1%	55,9%

Mitarbeiterfluktuation

Im Geschäftsjahr 2016/2017 stellte die Ferrero-Gruppe 3.382 neue Mitarbeiter ein, davon 1.485 Frauen und 1.899 Männer.

ANMERKUNGEN ZU KENNZAHLEN UND VERFAHREN

FORTSETZUNG

EINTRITTE UND AUSTRITTE NACH ALTER – EUROPA						
2015/2016						
EUROPA	AUSTRITTE			EINTRITTE		
	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT
<30	104	115	219	241	261	502
30–50	114	147	261	107	168	275
>50	95	145	240	14	15	29
Gesamt	313	407	720	362	444	806
%	3,90	3,74	3,81	4,51	4,08	4,27
2016/2017						
EUROPA	AUSTRITTE			EINTRITTE		
	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT
<30	88	125	213	239	344	583
30–50	177	224	401	165	327	492
>50	126	194	320	9	23	32
Gesamt	391	543	934	413	694	1,107
%	4,88	4,99	4,94	5,15	6,38	5,86

EINTRITTE UND AUSTRITTE NACH ALTER – AUSSERHALB EUROPAS						
2015/2016						
AUSSERHALB EUROPAS	AUSTRITTE			EINTRITTE		
	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT
<30	377	470	847	688	858	1,546
30–50	440	632	1,072	618	712	1,330
>50	111	113	224	43	100	143
Gesamt	928	1.215	2.143	1.349	1.670	3.019
%	17,49	20,48	19,07	25,43	28,14	26,86
2016/2017						
AUSSERHALB EUROPAS	AUSTRITTE			EINTRITTE		
	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT
<30	425	475	900	506	514	1,020
30–50	560	728	1,288	521	643	1,164
>50	82	124	206	45	48	93
Gesamt	1.067	1.327	2.394	1.072	1.205	2.277
%	20,11	22,36	21,30	20,21	20,31	20,26

EINTRITTE UND AUSTRITTE NACH ALTER – GRUPPE						
2015/2016						
GRUPPE	AUSTRITTE			EINTRITTE		
	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT
<30	481	585	1.066	929	1.119	2.048
30–50	554	779	1.333	725	880	1.605
>50	206	258	464	57	115	172
Gesamt	1.241	1.622	2.863	1.711	2.114	3.825
%	9,31	9,65	9,50	12,84	12,58	12,69
2016/2017						
GRUPPE	AUSTRITTE			EINTRITTE		
	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT
<30	513	600	1.113	745	858	1.603
30–50	737	952	1.689	686	970	1.656
>50	208	318	526	54	71	125
Gesamt	1.458	1.870	3.328	1.485	1.899	3.384
%	10,94	11,13	11,04	11,14	11,30	11,23

ANMERKUNGEN ZU KENNZAHLEN UND VERFAHREN

FORTSETZUNG

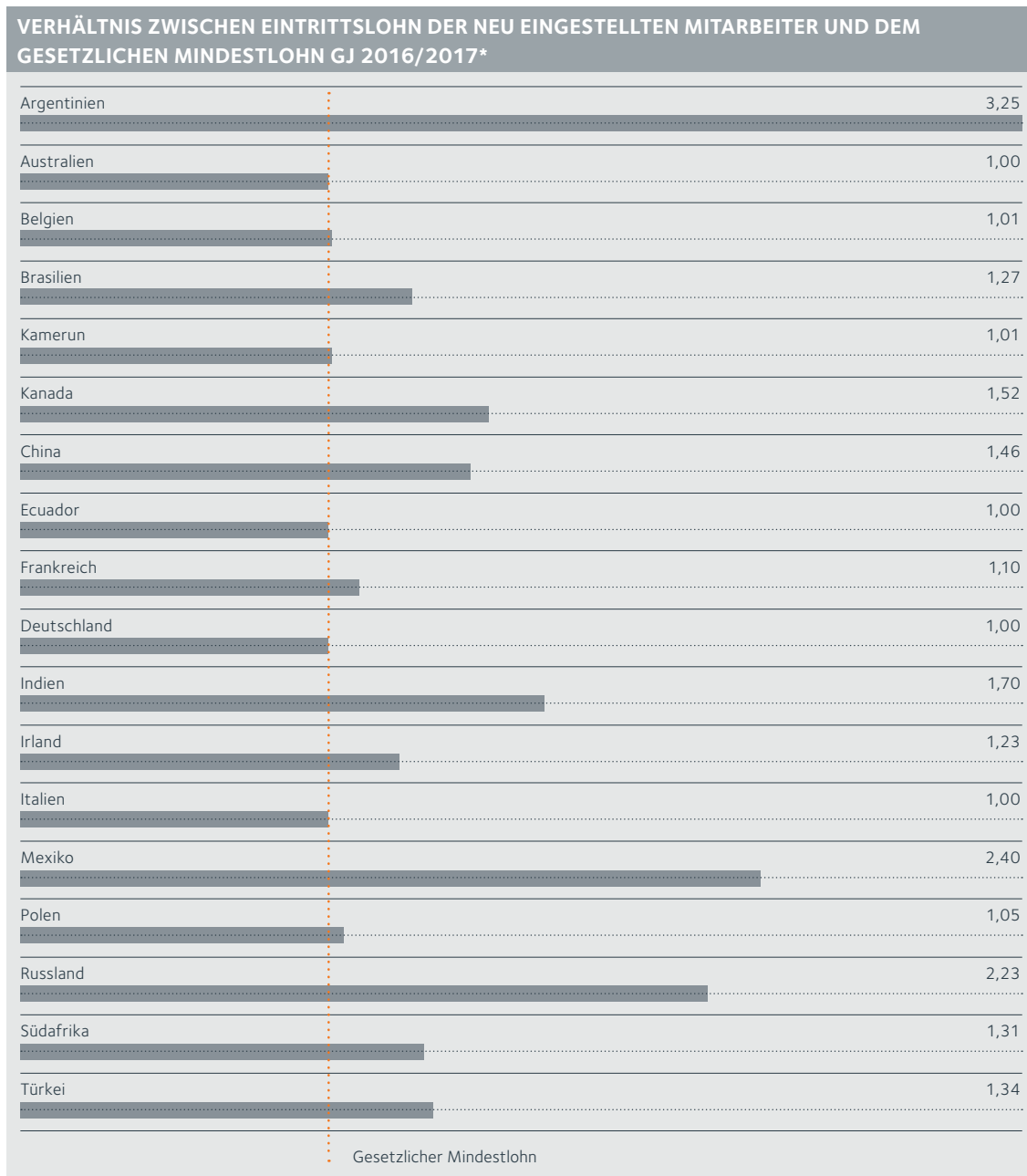
Fehlzeiten

Unsere Fehlzeitenquote wird berechnet, indem die Fehlzeiten aufgrund von Krankheit und Unfällen mit der Gesamtzahl der im betreffenden Zeitraum zu arbeitenden Stunden in Beziehung gesetzt werden.

FEHLZEITENQUOTE ARBEITER IM GJ 2016/2017	
Alba	3,85%
Arlon	5,47%
Balvano	5,43%
Belsk	5,64%
Brantford	3,54%
Cork	4,78%
La Pastora	7,90%
Lithgow	4,31%
Manisa	1,85%
Pocos De Caldas	3,59%
Pozzuolo Martesana	5,06%
Quito	2,37%
Sant'Angelo dei Lombardi	4,68%
S. Josè Iturbide	0,43%
Stadtallendorf	7,59%
Villers-Écalles	5,87%
Vladimir	3,78%

Entlohnung

Die folgende Grafik zeigt für das Geschäftsjahr 2016/2017 das Verhältnis zwischen dem Eintrittsgehalt bei Ferrero (dieses Mindesteintrittsgehalt gilt für alle neu eingestellten Personen, unabhängig von ihrem Geschlecht) und den Mindestlöhnen, die in den einzelnen Ländern, in denen sich die Ferrero-Produktionsstätten und –Büros befinden, gesetzlich festgelegt sind.



* Beim Eintrittslohn handelt es sich um die jährliche Mindestbruttovergütung für neu eingestellte Produktionsmitarbeiter. Nicht enthalten sind Überstundenzuschläge, Produktionsprämien oder individuelle Prämien. Ist der Wert gleich 1, dann stimmen der gesetzliche Mindestlohn und der von Ferrero gezahlte Mindestlohn überein.

ANMERKUNGEN ZU KENNZAHLEN UND VERFAHREN

FORTSETZUNG

DURCHSCHNITTLICHES VERGÜTUNGSVERHÄLTNISS NACH GESCHLECHT UND EINGRUPPIERUNG*		
EINGRUPPIERUNG	VERHÄLTNISS DER VERGÜTUNG VON FRAUEN UND MÄNNERN 31.08.2016	VERHÄLTNISS DER VERGÜTUNG VON FRAUEN UND MÄNNERN 31.08.2017
Italien		
Arbeiter	92,6	92,9
Angestellte	94,5	95,0
Middle Manager	93,2	93,2
Senior Manager	73,5	72,5
Deutschland		
Arbeiter	80,2	80,4
Angestellte	83,9	84,3
Middle Manager	85,7	86,3
Senior Manager	98,5	94,5
Frankreich		
Arbeiter	90,4	89,8
Angestellte	98,4	99,2
Middle Manager	89,4	88,4
Senior Manager	127,1	136,9
Polen		
Arbeiter	73,9	73,1
Angestellte	100,2	92,6
Middle Manager	91,2	93,0
Senior Manager	55,9	59,4
Irland		
Arbeiter	89,5	90,4
Angestellte	75,9	77,7
Middle Manager	75,0	79,0
Senior Manager	n.a.	n.a.
Kanada		
Arbeiter	88,3	88,6
Angestellte	87,7	89,1
Middle Manager	111,2	108,8
Senior Manager	99,9	97,7

DURCHSCHNITTLICHES VERGÜTUNGSVERHÄLTNISS NACH GESCHLECHT UND EINGRUPPIERUNG*		
EINGRUPPIERUNG	VERHÄLTNISS DER VERGÜTUNG VON FRAUEN UND MÄNNERN 31.08.2016	VERHÄLTNISS DER VERGÜTUNG VON FRAUEN UND MÄNNERN 31.08.2017
USA		
Arbeiter**	94,8	69,25
Angestellte	90,1	93,94
Middle Manager	108,8	103,25
Senior Manager	74,0	87,64
Russland		
Arbeiter	79,5	79,03
Angestellte	116,9	109,85
Middle Manager	102,8	101,43
Senior Manager	64,5	70,04
Belgien		
Arbeiter	94,6	96,11
Angestellte	90,2	88,19
Middle Manager	78,1	85,42
Senior Manager	57,1	50,33
Mexico		
Arbeiter	78,8	82,78
Angestellte	91,0	89,72
Middle Manager	80,5	85,39
Senior Manager	n.a.	n.a.

* Dieser Wert wird mit folgender Formel berechnet: „Durchschnittliche Vergütung Männer : 100 = Durchschnittliche Vergütung Frauen : X“. Beträgt der Wert weniger als 100, ist die Durchschnittsvergütung der Männer höher als die der Frauen.

** Diese Zahl bezieht sich auf die Arbeiter, die im Verpackungszentrum in den USA angestellt sind.

ANMERKUNGEN ZU KENNZAHLEN UND VERFAHREN

FORTSETZUNG

PROZENTSÄTZE DER LOKAL EINGESTELLTEN SENIOR MANAGER ZUM 31. AUGUST 2017	
LAND	
Rumänien	100%
Ukraine	
Italien	80-99%
Deutschland	
Russland	
Frankreich	
Polen	60-79%
USA	
Ungarn	
Vereinigtes Königreich	
Türkei	40-59%
Skandinavien	
Brasilien	
Argentinien	20-39%
Australien	
Indien	
Kanada	
Spanien	
Mexico	
China	

PROZENTSÄTZE DER LOKAL EINGESTELLTEN SENIOR MANAGER ZUM 31. AUGUST 2017

LAND	
Belgien	1-19%
Asien	
Chile	0%
Kolumbien	
Tschechische Republik	
Ecuador	
Griechenland	
Israel	
Luxemburg	
Portugal	
Monaco	
Südafrika	
Schweiz	
Niederlande	

* Skandinavien beinhaltet Dänemark, Finnland, Schweden und Norwegen.

** Asien beinhaltet Hongkong, Singapur, Südkorea und Taiwan.

ANMERKUNGEN ZU KENNZAHLEN UND VERFAHREN

FORTSETZUNG

Elternzeit

Die Angaben, wie viele Mitarbeiter nach der Elternzeit wieder an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind, beziehen sich auf eine Stichprobe von sechs Ländern: Italien, Luxemburg, Frankreich, Deutschland, Spanien und Brasilien.

Bei diesen Zahlen wurden alle Mitarbeiter berücksichtigt, die mindestens zwei Monate in Elternzeit waren.

ITALIEN						
	GESCHÄFTSJAHR 2015/2016			GESCHÄFTSJAHR 2016/2017		
	MÄNNER	FRAUEN	GESAMT	MÄNNER	FRAUEN	GESAMT
Rückkehrquote	100%	70%	73%	N/A	89%	89%
Mitarbeiterbindung	83%	96%	95%	0%	90%	88%

Rückkehrquote: Im Geschäftsjahr 2016/2017 gingen 64 Mitarbeiter (nur Frauen) in Elternzeit. 18 Mitarbeiter hätten nach Ablauf der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückkehren sollen, 16 kehrten innerhalb des Geschäftsjahres 2016/2017 zurück, zwei verließen die Gruppe nach der Elternzeit.

Mitarbeiterbindung nach der Elternzeit: Im Geschäftsjahr 2015/2016 nahmen 62 Mitarbeiter (61 Frauen und ein Mann) Elternzeit. Von diesen 62 Mitarbeitern waren zum 31. August 2017 elf Frauen noch immer in Elternzeit, 45 Frauen kehrten an ihren Arbeitsplatz zurück und sechs Mitarbeiter (fünf Frauen und ein Mann) verließen die Gruppe nach der Elternzeit.

LUXEMBURG						
	GESCHÄFTSJAHR 2015/2016			GESCHÄFTSJAHR 2016/2017		
	MÄNNER	FRAUEN	GESAMT	MÄNNER	FRAUEN	GESAMT
Rückkehrquote	N/A	100%	100%	N/A	100%	100%
Mitarbeiterbindung	N/A	100%	100%	N/A	100%	100%

Rückkehrquote: Im Geschäftsjahr 2016/2017 gingen 13 Mitarbeiter (nur Frauen) in Elternzeit. Sechs Mitarbeiter hätten nach Ablauf der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückkehren sollen und alle kehrten innerhalb des Geschäftsjahres 2016/2017 zurück.

Mitarbeiterbindung nach der Elternzeit: Im Geschäftsjahr 2015/2016 nahmen sieben Mitarbeiter (nur Frauen) Elternzeit. Alle waren zum 31. August 2017 an ihren Arbeitsplatz zurückgekehrt.

FRANKREICH						
	GESCHÄFTSJAHR 2015/2016			GESCHÄFTSJAHR 2016/2017		
	MÄNNER	FRAUEN	GESAMT	MÄNNER	FRAUEN	GESAMT
Rückkehrquote	N/A	90%	90%	N/A	91%	91%
Mitarbeiterbindung	N/A	100%	100%	N/A	94%	94%

Rückkehrquote: Im Geschäftsjahr 2016/2017 gingen 26 Mitarbeiter (nur Frauen) in Elternzeit. 22 Mitarbeiter hätten nach Ablauf der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückkehren sollen, 20 kehrten innerhalb des Geschäftsjahres 2016/2017 zurück, zwei verließen die Gruppe nach der Elternzeit.

Mitarbeiterbindung nach der Elternzeit: Im Geschäftsjahr 2015/2016 nahmen 18 Mitarbeiter (nur Frauen) Elternzeit. Von diesen 62 Mitarbeitern waren zum 31. August 2017 17 an ihren Arbeitsplatz zurückgekehrt und ein Mitarbeiter verließ die Gruppe nach der Elternzeit.

DEUTSCHLAND						
	GESCHÄFTSJAHR 2015/2016			GESCHÄFTSJAHR 2016/2017		
	MÄNNER	FRAUEN	GESAMT	MÄNNER	FRAUEN	GESAMT
Rückkehrquote	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Mitarbeiterbindung	100%	89%	89%	100%	88%	89%

Rückkehrquote: Im Geschäftsjahr 2016/2017 gingen 40 Mitarbeiter (38 Frauen und zwei Männer) in Elternzeit. Alle waren zum 31. August 2017 noch immer in Elternzeit.

Mitarbeiterbindung nach der Elternzeit: Im Geschäftsjahr 2015/2016 nahmen 32 Mitarbeiter (30 Frauen und zwei Männer) Elternzeit. Von diesen 32 Mitarbeitern waren zum 31. August 2017 16 (14 Frauen und zwei Männer) an ihren Arbeitsplatz zurückgekehrt und zwei Mitarbeiter (beides Frauen) verließen die Gruppe nach der Elternzeit.

SPANIEN						
	GESCHÄFTSJAHR 2015/2016			GESCHÄFTSJAHR 2016/2017		
	MÄNNER	FRAUEN	GESAMT	MÄNNER	FRAUEN	GESAMT
Rückkehrquote	N/A	N/A	N/A	N/A	100%	100%
Mitarbeiterbindung	N/A	100%	100%	N/A	50%	50%

Rückkehrquote: Im Geschäftsjahr 2016/2017 gingen drei Mitarbeiter (nur Frauen) in Elternzeit. Alle kehrten nach Ende der Elternzeit an ihren Arbeitsplatz zurück.

Mitarbeiterbindung nach der Elternzeit: Im Geschäftsjahr 2015/2016 nahmen zwei Mitarbeiter (nur Frauen) Elternzeit. Von diesen zwei* Mitarbeiterinnen war zum 31. August 2017 eine ihren Arbeitsplatz zurückgekehrt, die andere verließ die Gruppe nach der Elternzeit.

* Nach dem CSR-Bericht 2016 aktualisiert

BRASILIEN						
	GESCHÄFTSJAHR 2015/2016			GESCHÄFTSJAHR 2016/2017		
	MÄNNER	FRAUEN	GESAMT	MÄNNER	FRAUEN	GESAMT
Rückkehrquote	N/A	75%	75%	N/A	67%	67%
Mitarbeiterbindung	N/A	31%	31%	N/A	38%	38%

Rückkehrquote: Im Geschäftsjahr 2016/2017 gingen zehn Mitarbeiter (nur Frauen) in Elternzeit. Neun Mitarbeiter hätten nach Ablauf der Elternzeit an den Arbeitsplatz zurückkehren sollen, sechs kehrten innerhalb des Geschäftsjahres 2016/2017 zurück, drei verließen die Gruppe nach der Elternzeit.

Mitarbeiterbindung nach der Elternzeit: Im Geschäftsjahr 2015/2016 nahmen 13 Mitarbeiter (nur Frauen) Elternzeit. Von diesen 13 Mitarbeitern waren zum 31. August 2017 fünf noch immer in Elternzeit, acht verließen die Gruppe nach der Elternzeit.

ANMERKUNGEN ZU KENNZAHLEN UND VERFAHREN

FORTSETZUNG

BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT			
EINGRUPPIERUNG	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT
Italien: Alba seit 1946, Pozzuolo Martesana seit 1965, Balvano seit 1985, S. Angelo dei Lombardi seit 1985			
Arbeiter	11 Jahre, 2 Monate	16 Jahre, 4 Monate	13 Jahre, 12 Monate
Angestellte	22 Jahre, 0 Monate	23 Jahre, 9 Monate	23 Jahre, 4 Monate
Middle Manager	23 Jahre, 11 Monate	26 Jahre, 0 Monate	25 Jahre, 11 Monate
Senior Manager	0 Jahre, 0 Monate	27 Jahre, 8 Monate	27 Jahre, 8 Monate
Deutschland: Stadallendorf seit 1956			
Arbeiter	9 Jahre, 3 Monate	11 Jahre, 11 Monate	10 Jahre, 7 Monate
Angestellte	12 Jahre, 5 Monate	16 Jahre, 8 Monate	15 Jahre, 1 Monate
Middle Manager	14 Jahre, 3 Monate	19 Jahre, 3 Monate	18 Jahre, 7 Monate
Senior Manager	0 Jahre, 0 Monate	21 Jahre, 11 Monate	21 Jahre, 11 Monate
Frankreich: Villers-Écalles seit 1960			
Arbeiter	5 Jahre, 11 Monate	10 Jahre, 8 Monate	8 Jahre, 4 Monate
Angestellte	11 Jahre, 11 Monate	16 Jahre, 11 Monate	15 Jahre, 2 Monate
Middle Manager	7 Jahre, 7 Monate	10 Jahre, 7 Monate	9 Jahre, 7 Monate
Senior Manager	0 Jahre, 0 Monate	13 Jahre, 11 Monate	13 Jahre, 11 Monate
Australien: Lithgow seit 1974			
Arbeiter	10 Jahre, 2 Monate	7 Jahre, 8 Monate	8 Jahre, 10 Monate
Angestellte	4 Jahre, 3 Monate	4 Jahre, 6 Monate	4 Jahre, 3 Monate
Middle Manager	7 Jahre, 11 Monate	9 Jahre, 5 Monate	8 Jahre, 9 Monate
Senior Manager	10 Jahre, 6 Monate	21 Jahre, 9 Monate	15 Jahre, 0 Monate
Irland: Cork seit 1975			
Arbeiter	14 Jahre, 5 Monate	11 Jahre, 10 Monate	12 Jahre, 8 Monate
Angestellte	13 Jahre, 4 Monate	15 Jahre, 9 Monate	15 Jahre, 0 Monate
Middle Manager	16 Jahre, 2 Monate	27 Jahre, 7 Monate	23 Jahre, 9 Monate
Kanada			
Arbeiter	4 Jahre, 6 Monate	3 Jahre, 7 Monate	4 Jahre, 0 Monate
Angestellte	7 Jahre, 6 Monate	6 Jahre, 7 Monate	7 Jahre, 0 Monate
Middle Manager	7 Jahre, 11 Monate	14 Jahre, 7 Monate	12 Jahre, 9 Monate
Senior Manager	12 Jahre, 6 Monate	18 Jahre, 4 Monate	17 Jahre, 6 Monate
Ecuador: Quito seit 1975			
Arbeiter	11 Jahre, 0 Monate	6 Jahre, 11 Monate	9 Jahre, 0 Monate
Angestellte	7 Jahre, 11 Monate	7 Jahre, 10 Monate	7 Jahre, 11 Monate
Middle Manager	23 Jahre, 9 Monate	17 Jahre, 0 Monate	18 Jahre, 11 Monate
Senior Manager	0 Jahre, 0 Monate	41 Jahre, 1 Monate	41 Jahre, 1 Monate

BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT			
EINGRUPPIERUNG	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT
Belgien: Arlon seit 1989			
Arbeiter	6 Jahre, 11 Monate	8 Jahre, 5 Monate	7 Jahre, 9 Monate
Angestellte	18 Jahre, 10 Monate	18 Jahre, 11 Monate	18 Jahre, 10 Monate
Middle Manager	17 Jahre, 11 Monate	21 Jahre, 7 Monate	21 Jahre, 2 Monate
Senior Manager	0 Jahre, 0 Monate	12 Jahre, 11 Monate	12 Jahre, 11 Monate
Polen: Belsk Duzy seit 1992			
Arbeiter	4 Jahre, 9 Monate	7 Jahre, 6 Monate	6 Jahre, 3 Monate
Angestellte	9 Jahre, 9 Monate	9 Jahre, 10 Monate	9 Jahre, 10 Monate
Middle Manager	2 Jahre, 4 Monate	19 Jahre, 0 Monate	17 Jahre, 9 Monate
Senior Manager	20 Jahre, 0 Monate	19 Jahre, 7 Monate	19 Jahre, 9 Monate
Argentinien: La Pastora seit 1992			
Arbeiter	13 Jahre, 9 Monate	11 Jahre, 3 Monate	12 Jahre, 5 Monate
Angestellte	4 Jahre, 8 Monate	5 Jahre, 4 Monate	5 Jahre, 0 Monate
Middle Manager	1 Jahre, 2 Monate	7 Jahre, 7 Monate	7 Jahre, 2 Monate
Senior Manager	0 Jahre, 0 Monate	12 Jahre, 8 Monate	12 Jahre, 8 Monate
Brasilien: Poços de Caldas seit 1994			
Arbeiter	5 Jahre, 6 Monate	3 Jahre, 12 Monate	4 Jahre, 10 Monate
Angestellte	3 Jahre, 10 Monate	4 Jahre, 3 Monate	4 Jahre, 0 Monate
Middle Manager	3 Jahre, 0 Monate	7 Jahre, 10 Monate	6 Jahre, 8 Monate
Senior Manager	0 Jahre, 0 Monate	13 Jahre, 1 Monate	13 Jahre, 1 Monate
Kanada: Brantford seit 2006			
Arbeiter	4 Jahre, 6 Monate	3 Jahre, 7 Monate	4 Jahre, 0 Monate
Angestellte	7 Jahre, 6 Monate	6 Jahre, 7 Monate	7 Jahre, 0 Monate
Middle Manager	7 Jahre, 11 Monate	14 Jahre, 7 Monate	12 Jahre, 9 Monate
Senior Manager	12 Jahre, 6 Monate	18 Jahre, 4 Monate	17 Jahre, 6 Monate
Kamerun: Yaoundé seit 2005			
Arbeiter	5 Jahre, 10 Monate	4 Jahre, 0 Monate	5 Jahre, 3 Monate
Angestellte	5 Jahre, 8 Monate	5 Jahre, 8 Monate	5 Jahre, 8 Monate
Middle Manager	11 Jahre, 7 Monate	19 Jahre, 6 Monate	16 Jahre, 11 Monate
Indien: Baramati seit 2007			
Arbeiter	9 Jahre, 1 Monate	6 Jahre, 6 Monate	7 Jahre, 7 Monate
Angestellte	3 Jahre, 1 Monate	3 Jahre, 0 Monate	3 Jahre, 0 Monate
Middle Manager	16 Jahre, 1 Monate	7 Jahre, 2 Monate	9 Jahre, 8 Monate
Senior Manager	5 Jahre, 3 Monate	10 Jahre, 5 Monate	9 Jahre, 10 Monate

ANMERKUNGEN ZU KENNZAHLEN UND VERFAHREN

FORTSETZUNG

BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT			
EINGRUPPIERUNG	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT
Südafrika: Walkerville seit 2006			
Arbeiter	7 Jahre, 3 Monate	5 Jahre, 4 Monate	6 Jahre, 10 Monate
Angestellte	2 Jahre, 5 Monate	2 Jahre, 10 Monate	2 Jahre, 8 Monate
Middle Manager	0 Jahre, 0 Monate	17 Jahre, 0 Monate	17 Jahre, 0 Monate
Senior Manager	0 Jahre, 0 Monate	2 Jahre, 11 Monate	2 Jahre, 11 Monate
Russland: Vladimir seit 2009			
Arbeiter	4 Jahre, 0 Monate	4 Jahre, 7 Monate	4 Jahre, 4 Monate
Angestellte	4 Jahre, 4 Monate	4 Jahre, 5 Monate	4 Jahre, 5 Monate
Middle Manager	6 Jahre, 6 Monate	3 Jahre, 10 Monate	5 Jahre, 4 Monate
Senior Manager	10 Jahre, 0 Monate	11 Jahre, 1 Monate	10 Jahre, 8 Monate
Mexico: San José Iturbide seit 2013			
Arbeiter	1 Jahre, 6 Monate	1 Jahre, 6 Monate	1 Jahre, 6 Monate
Angestellte	3 Jahre, 8 Monate	4 Jahre, 0 Monate	3 Jahre, 11 Monate
Middle Manager	9 Jahre, 0 Monate	10 Jahre, 4 Monate	9 Jahre, 11 Monate
Senior Manager	0 Jahre, 0 Monate	18 Jahre, 3 Monate	18 Jahre, 3 Monate
Türkei: Manisa seit 2013			
Arbeiter	3 Jahre, 4 Monate	2 Jahre, 9 Monate	3 Jahre, 0 Monate
Angestellte	3 Jahre, 2 Monate	2 Jahre, 8 Monate	2 Jahre, 10 Monate
Middle Manager	7 Jahre, 3 Monate	6 Jahre, 10 Monate	7 Jahre, 0 Monate
Senior Manager	0 Jahre, 10 Monate	21 Jahre, 3 Monate	17 Jahre, 2 Monate

Die Mitglieder der GOLD Community sind die wichtigsten Unterstützer von GRI. Sie sind das Herz der Community und gestalten die Zukunft von Nachhaltigkeit und Berichterstattung. Außerdem fördern sie Entscheidungen für eine nachhaltigere Wirtschaft und Welt.

Unterzieht eine Organisation einen Bericht einem der GRI Alignment Services, signalisiert sie damit ihren Stakeholdern, dass sie bei der Erstellung des Berichtes die GRI Sustainability Reporting Standards einhalten will. Berichte zur sozialen Verantwortung von Unternehmen, die die GRI-Richtlinien vollständig einhalten, bieten mehr Transparenz, da die verwendeten Daten verständlicher und leichter verfügbar sind.

Die Ferrero-Gruppe hat ihren 9. CSR-Bericht dem GRI Content Index Service vorgelegt, der den Verfassern des Berichtes dabei hilft, die Genauigkeit und Nutzbarkeit des GRI Content Index zu verbessern und der zudem die Einhaltung der GRI Sustainability Reporting Standards gewährleistet.

Der GRI Content Index ist das zentrale Navigationstool, das den Lesern als wichtigster Referenzpunkt dient. Dieser Service bestätigt, dass der GRI Content Index präzise ist und dass alle enthaltenen Informationen im Bericht korrekt dargestellt sind.



SDGs

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Die folgende Tabelle verbindet die Ziele nachhaltiger Entwicklung (Sustainable Development Goals – SDGs) mit den relevanten Kennzahlen der GRI Standards und Sector Disclosures, die sich im CSR-Bericht 2017 wiederfinden.

The GRI Content Index findet sich im Abschnitt „Our CSR Reports“ unserer Website www.ferrerocsr.com.

SDG	BUSINESS THEME	RELEVANT DISCLOSURE		DISCLOSURE	PAGE NUMBER
 <p>End poverty in all its forms everywhere</p>	Access to land	GRI 413: Local Communities (2016)	413-2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	7; 20-23; 73; 78-80; 81-91; 92; 131-139; 157
	Availability of products and services for those on low incomes	GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-2	Significant indirect economic impacts	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95
	Earnings, wages and benefits	GRI 202: Market Presence (2016)	202-1	Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage	199
	Economic development in areas of high poverty	GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-2	Significant indirect economic impacts	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95
 <p>End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture</p>	Access to land	GRI 413: Local Communities (2016)	413-2	Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	7; 20-23; 73; 78-80; 81-91; 92; 131-139; 157
	Changing the productivity of organizations, sectors, or the whole economy	GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-2	Significant indirect economic impacts	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95
	Food safety	G4 Sector Disclosures: Food Processing	FP5	Percentage of production volume manufactured in sites certified by an independent third party according to internationally recognized food safety management system standards	32
			FP12	Policies and practices on antibiotic, anti-inflammatory, hormone, and/or growth promotion treatments, by species and breed type	Not applicable, Ferrero doesn't raise, transport or process animals
	Genetic diversity of farmed and domesticated animals	G4 Sector Disclosures: Food Processing	FP9	Percentage and total of animals raised and/or processed, by species and breed type	Not applicable, Ferrero doesn't raise, transport or process animals
	Healthy and affordable food	G4 Sector Disclosures: Food Processing	FP6	Percentage of total sales volume of consumer products, by product category, that are lowered in saturated fat, trans fats, sodium and added sugars	27-28
			FP7	Percentage of total sales volume of consumer products, by product category, that contain increased nutritious ingredients like fiber, vitamins, minerals, phytochemicals or functional food additives	Ferrero products contain fiber and micronutrients like vitamins and minerals, naturally present in the raw materials used, without artificial supplements
	Indigenous rights	GRI 411: Rights of Indigenous Peoples (2016)	411-1	Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	No incidents of violations reported
	Infrastructure investments	GRI 201: Economic Performance (2016)	201-1	Direct economic value generated and distributed	17
		GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-1	Infrastructure investments and services supported	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95
Sustainable sourcing	G4 Sector Disclosures: Food Processing	FP2	Percentage of purchased volume which is verified as being in accordance with credible, internationally recognized responsible production standards, broken down by standard	8-9; 86; 118-123; 127; 140; 152; 158; 162-164	





SDG	BUSINESS THEME	RELEVANT DISCLOSURE	DISCLOSURE		PAGE NUMBER	
 <p>Ensure healthy lives and promote wellbeing for all at all ages</p>	Access to medicines	GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-2	Significant indirect economic impacts	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95	
	Air quality	GRI 305: Emissions (2016)	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	177; 186-187	
			305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	177; 186-187	
			305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	177; 186-187	
			305-6	Emissioni di sostanze nocive per lo strato di ozono	187	
			305-7	Nitrogen oxides (NO _x), sulfur oxides (SO _x), and other significant air emissions	Ferrero doesn't produce other significant air emissions	
	Occupational health and safety	GRI 403: Occupational Health and Safety (2016)	403-2	Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	189-191; 198	
Spills	GRI 306: Effluents and Waste (2016)	306-3	Significant spills	188		
		306-2	Waste by type and disposal method	176; 188		
Water quality	GRI 306: Effluents and Waste (2016)	306-1	Water discharge by quality and destination	188		
 <p>Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all</p>	Employee training and education	GRI 404: Training and Education (2016)	404-1	Average hours of training per year per employee	62; 193	
 <p>Achieve gender equality and empower all women and girls</p>	Equal remuneration for women and men	GRI 202: Market Presence (2016)	202-1	Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage	199	
		GRI 405: Diversity and Equal Opportunity (2016)	405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	199	
	Gender equality	GRI 401: Employment (2016)	GRI 404: Training and Education (2016)	401-1	New employee hires and employee turnover	196-197
				404-1	Average hours of training per year per employee	62; 193
				404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	64
	Infrastructure investments	GRI 201: Economic Performance (2016)	GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	405-1	Diversity of governance bodies and employees	195
				201-1	Direct economic value generated and distributed	17
203-1	Infrastructure investments and services supported	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95				

SDGs

FORTSETZUNG

SDG	BUSINESS THEME	RELEVANT DISCLOSURE		DISCLOSURE	PAGE NUMBER
 <p>Achieve gender equality and empower all women and girls</p>	Non-discrimination	GRI 406: Non-discrimination (2016)	406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	GRI Content Index
	Parental leave	GRI 401: Employment (2016)	401-3	Parental leave	204-205
	Gender equality	GRI 405: Diversity and Equal Opportunity (2016)	405-1	Diversity of governance bodies and employees	195
	Workplace violence and harassment	GRI 414: Supplier Social Assessment (2016)	414-1	New suppliers that were screened using social criteria	20-23; 51-52; 129-139; 165-167;
414-2			Negative social impacts in the supply chain and actions taken	20-23; 51-52; 129-139; 165-167;	
 <p>Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all</p>	Spills	GRI 306: Effluents and Waste (2016)	306-3	Significant spills	188
	Sustainable water withdrawals	GRI 303: Water (2016)	303-1	Water withdrawal by source	173; 188
			303-2	Water sources significantly affected by withdrawal of water	173; 188
	Waste	GRI 306: Effluents and Waste (2016)	306-2	Waste by type and disposal method	176; 188
	Water efficiency	GRI 303: Water (2016)	303-3	Water recycled and reused	173-188
	Water quality	GRI 306: Effluents and Waste (2016)	306-1	Water discharge by quality and destination	188
	Water recycling and reuse	GRI 303: Water (2016)	303-3	Water recycled and reused	173-188
	Water-related ecosystems and biodiversity	GRI 304: Biodiversity (2016)	304-1	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	178
			304-2	Significant impacts of activities, products, and services on biodiversity	178
		GRI 306: Effluents and Waste (2016)	306-1	Water discharge by quality and destination	188
		306-2	Waste by type and disposal method	176; 188	
 <p>Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all</p>	Energy efficiency	GRI 302: Energy (2016)	302-1	Energy consumption within the organization	169; 187
			302-3	Energy intensity	187
			302-4	Reduction of energy consumption	168; 170-172; 179-180
	Infrastructure investments	GRI 201: Economic Performance (2016)	201-1	Direct economic value generated and distributed	17
			GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-1	Infrastructure investments and services supported
Renewable energy	GRI 302: Energy (2016)	302-1	Energy consumption within the organization	169; 187	



SDG	BUSINESS THEME	RELEVANT DISCLOSURE	DISCLOSURE		PAGE NUMBER
 <p>Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all</p>	Abolition of child labor	GRI 408: Child Labor (2016)	408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	20-23; 51-52; 126; 131-139; 153-157;167
	Changing the productivity of organizations, sectors, or the whole economy	GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-2	Significant indirect economic impacts	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95
	Diversity and equal opportunity	GRI 405: Diversity and Equal Opportunity (2016)	405-1	Diversity of governance bodies and employees	195
	Earnings, wages and benefits	GRI 202: Market Presence (2016)	202-1	Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage	199
	Economic performance	GRI 201: Economic Performance (2016)	201-1	Direct economic value generated and distributed	17
	Elimination of forced or compulsory labor	GRI 409: Forced or Compulsory Labor (2016)	409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	20-23; 51-52; 126; 131; 139; 153-157;167
	Employee training and education	GRI 404: Training and Education (2016)	404-1	Average hours of training per year per employee	62; 193
			404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	61-64
			404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	64
	Employment	GRI 102: General Disclosures (2016)	102-8	Information on employees and other workers	56-57; 197-199
		GRI 202: Market Presence (2016)	202-2	Proportion of senior management hired from the local community	202
		GRI 401: Employment (2016)	401-1	New employee hires and employee turnover	196-197
	Energy efficiency	GRI 302: Energy (2016)	302-1	Energy consumption within the organization	169; 187
			302-3	Energy intensity	187
			302-4	Reduction of energy consumption	168; 170-172; 179-180
	Equal remuneration for women and men	GRI 405: Diversity and Equal Opportunity (2016)	405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	199
	Freedom of association and collective bargaining	GRI 102: General Disclosures (2016)	102-41	Collective bargaining agreements	65
		GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining (2016)	407-1	Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	20; 65
	Indirect impact on job creation	GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-2	Significant indirect economic impacts	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95
	Jobs supported in the supply chain	GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-2	Significant indirect economic impacts	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95
Labor practices in the supply chain	GRI 414: Supplier Social Assessment (2016)	414-1	New suppliers that were screened using social criteria	20-23; 51-52; 129-139; 165-167;	
		414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	20-23; 51-52; 129-139; 165-167;	
Labor/management relations	GRI 402: Labor Management Relations (2016)	402-1	Minimum notice periods regarding operational changes	GRI Content Index	
	G4 Sector Disclosures: Food Processing	FP3	Percentage of working time lost due to industrial disputes, strikes and/or lock-outs, by country	65	


SDG	BUSINESS THEME	RELEVANT DISCLOSURE		DISCLOSURE	PAGE NUMBER
 <p>Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all</p>	Materials efficiency	GRI 301: Materials (2016)	301-1	Materials used by weight or volume	13; 123; 128; 140; 192
			301-2	Recycled input materials used	123; 192
	Non-discrimination	GRI 406: Non-discrimination (2016)	406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	GRI Content Index
	Occupational health and safety	GRI 403: Occupational Health and Safety (2016)	403-1	Workers representation in formal joint management-worker health and safety committees	65
			403-2	Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	189-191; 198
			403-4	Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions	65
	Parental leave	GRI 401: Employment (2016)	401-3	Parental leave	204-205
	Resource efficiency of products and services	GRI 301: Materials (2016)	301-3	Reclaimed products and their packaging materials	122-123
	Water efficiency	GRI 303: Water (2016)	303-3	Water recycled and reused	173-188
Youth employment	GRI 401: Employment (2016)	401-1	New employee hires and employee turnover	196-197	
 <p>Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster</p>	Infrastructure investments	GRI 201: Economic Performance (2016)	201-1	Direct economic value generated and distributed	17
		GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-1	Infrastructure investments and services supported	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95
	Research and development	GRI 201: Economic Performance (2016)	201-1	Direct economic value generated and distributed	17
 <p>Reduce inequality within and among countries</p>	Economic development in areas of high poverty	GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-2	Significant indirect economic impacts	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95
	Equal remuneration for women and men	GRI 405: Diversity and Equal Opportunity (2016)	405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	199
	Foreign direct investment	GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-2	Significant indirect economic impacts	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95
 <p>Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable</p>	Infrastructure investments	GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-1	Infrastructure investments and services supported	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95


SDG	BUSINESS THEME	RELEVANT DISCLOSURE	DISCLOSURE		PAGE NUMBER
 <p>Ensure sustainable consumption and production patterns</p>	Air quality	GRI 305: Emissions (2016)	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	177; 186-187
			305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	177; 186-187
			305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	177; 186-187
			305-6	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	187
			305-7	Nitrogen oxides (NO _x), sulfur oxides (SO _x), and other significant air emissions	Ferrero doesn't produce other significant air emissions
	Energy efficiency	GRI 302: Energy (2016)	302-1	Energy consumption within the organization	169; 187
			302-3	Energy intensity	187
			302-4	Reduction of energy consumption	168; 170-172; 179-180
	Materials efficiency/ recycling	GRI 301: Materials (2016)	301-1	Materials used by weight or volume	13; 123; 128; 140; 192
			301-2	Recycled input materials used	123; 192
	Procurement practices	GRI 204: Procurement Practices (2016)	204-1	Proportion of spending on local suppliers	86
	Product and service information and labeling	GRI 417: Marketing and Labeling (2016)	417-1	Requirements for product and service information and labeling	34-37; 53
	Resource efficiency of products and services	GRI 301: Materials (2016)	301-3	Reclaimed products and their packaging materials	122-123
	Spills	GRI 306: Effluents and Waste (2016)	306-3	Significant spills	188
	Sustainable sourcing	G4 Sector Disclosures: Food Processing	FP2	Percentage of purchased volume which is verified as being in accordance with credible, internationally recognized responsible production standards, broken down by standard	8-9; 86; 118-123; 127; 140; 152; 158; 162-164
Transport	GRI 302: Energy (2016)	302-1	Energy consumption within the organization	169; 187	
	GRI 305: Emissions (2016)	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	177; 186-187	
		305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	177; 186-187	
Waste	GRI 306: Effluents and Waste (2016)	306-2	Waste by type and disposal method	176; 188	
Water efficiency	GRI 303: Water (2016)	303-3	Water recycled and reused	173-188	
Water quality	GRI 306: Effluents and Waste (2016)	306-1	Water discharge by quality and destination	188	



SDGs

FORTSETZUNG

SDG	BUSINESS THEME	RELEVANT DISCLOSURE	DISCLOSURE		PAGE NUMBER
 <p>Take urgent action to combat climate change and its impacts</p>	Energy efficiency	GRI 302: Energy (2016)	302-1	Energy consumption within the organization	169; 187
			302-3	Energy intensity	187
			302-4	Reduction of energy consumption	168; 170-172; 179-180
	GHG emissions	GRI 305: Emissions (2016)	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	177; 186-187
			305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	177; 186-187
			305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	177; 186-187
			305-4	GHG emissions intensity	187
			305-5	Reduction of GHG emissions	177; 186-187
			305-6	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	187
305-7			Nitrogen oxides (NO _x), sulfur oxides (SO _x), and other significant air emissions	Ferrero doesn't produce other significant air emissions	
Risks and opportunities due to climate change	GRI 201: Economic Performance (2016)	201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	120; 126; 148-149; 165; 168-169; 175; 177; 181-182	
 <p>Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development</p>	Marine biodiversity	GRI 304: Biodiversity (2016)	304-1	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	178
			304-2	Significant impacts of activities, products, and services on biodiversity	178
	Ocean acidification	GRI 305: Emissions (2016)	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	177; 186-187
			305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	177; 186-187
			305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	177; 186-187
			305-4	GHG emissions intensity	187
			305-5	Reduction of GHG emissions	177; 186-187
	Spills	GRI 306: Effluents and Waste (2016)	306-3	Significant spills	188
	Sustainable sourcing	G4 Sector Disclosures: Food Processing	FP2	Percentage of purchased volume which is verified as being in accordance with credible, internationally recognized responsible production standards, broken down by standard	8-9; 86; 118-123; 127; 140; 152; 158; 162-164
	Water discharge to oceans	GRI 306: Effluents and Waste (2016)	306-1	Water discharge by quality and destination	188

SDG	BUSINESS THEME	RELEVANT DISCLOSURE	DISCLOSURE		PAGE NUMBER
 <p>Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse land degradation and halt biodiversity loss</p>	Deforestation	G4 Sector Disclosures: Food Processing	FP2	Percentage of purchased volume which is verified as being in accordance with credible, internationally recognized responsible production standards, broken down by standard	8-9; 86; 118-123; 127; 140; 152; 158; 162-164
	Forest degradation	GRI 305: Emissions (2016)	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	177; 186-187
			305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	177; 186-187
			305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	177; 186-187
			305-4	GHG emissions intensity	177; 186-187
			305-5	Reduction of GHG emissions	177; 186-187
			305-7	Nitrogen oxides (NO _x), sulfur oxides (SO _x), and other significant air emissions	Ferrero doesn't produce other significant air emissions
	Genetic diversity of farmed and domesticated animals	G4 Sector Disclosures: Food Processing	FP9	Percentage and total of animals raised and/or processed, by species and breed type	Not applicable, Ferrero doesn't raise, transport or process animals
	Mountain ecosystems	GRI 304: Biodiversity (2016)	304-1	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	178
			304-2	Significant impacts of activities, products, and services on biodiversity	178
	Natural habitat degradation	GRI 304: Biodiversity (2016)	304-1	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	178
			304-2	Significant impacts of activities, products, and services on biodiversity	178
	Spills	GRI 306: Effluents and Waste (2016)	306-3	Significant spills	188
Sustainable sourcing	G4 Sector Disclosures: Food Processing	FP2	Percentage of purchased volume which is verified as being in accordance with credible, internationally recognized responsible production standards, broken down by standard	8-9; 86; 118-123; 127; 140; 152; 158; 162-164	
Terrestrial and inland freshwater ecosystems	GRI 304: Biodiversity (2016)	304-1	Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	178	
		304-2	Significant impacts of activities, products, and services on biodiversity	178	

SDG	BUSINESS THEME	RELEVANT DISCLOSURE		DISCLOSURE	PAGE NUMBER
 <p>Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels</p>	Abolition of child labor	GRI 408: Child Labor (2016)	408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	20-23; 51-52; 126; 131-139; 153-157; 167
	Anti-corruption	GRI 205: Anti-corruption (2016)	205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	GRI Content Index
			205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	GRI Content Index
		GRI 415: Public Policy (2016)	415-1	Political contributions	Ferrero does not allow behaviors that offer, promise, ask or deliver an undue pecuniary benefit or otherwise, to public officials and/or officers and/or members of their families and/or commercial partners, with the intention to bribe, directly or indirectly. Ferrero does not allow contributions to political parties and/or candidates for public office
	Compliance with laws and regulations	GRI 307: Environmental Compliance (2016)	307-1	Non-compliance a regolamenti e leggi in materia ambientale	GRI Content Index
		GRI 206: Anti-competitive Behavior (2016)	206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	GRI Content Index
		GRI 419: Socioeconomic Compliance (2016)	419-1	Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area	GRI Content Index
		GRI 416: Customer Health and Safety (2016)	416-2	Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	GRI Content Index
		GRI 417: Marketing and Labeling (2016)	417-1	Requirements for product and service information and labeling	34-37; 53
			417-2	Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	34, GRI Content Index
GRI 418: Customer Privacy (2016)		418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	GRI Content Index	
GRI 419: Socioeconomic Compliance (2016)	419-1	Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area	GRI Content Index		

SDG	BUSINESS THEME	RELEVANT DISCLOSURE	DISCLOSURE		PAGE NUMBER
 <p>Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels</p>	Ethical and lawful behavior	GRI 102: General Disclosures (2016)	102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	https://www.ferrero.com/social-responsibility/code-of-business-conduct/standards-and-principles https://www.ferrero.com/social-responsibility/code-of-ethics/a-renewed-commitment
	Non-discrimination	GRI 406: Non-discrimination (2016)	406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	GRI Content Index
	Protection of privacy	GRI 418: Customer Privacy (2016)	418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	GRI Content Index
	Workplace violence and harassment	GRI 414: Supplier Social Assessment (2016)	414-1	New suppliers that were screened using social criteria	20-23; 51-52; 129-139; 165-167
414-2			Negative social impacts in the supply chain and actions taken	20-23; 51-52; 129-139; 165-167	
 <p>Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development</p>	Foreign direct investment	GRI 203: Indirect Economic Impacts (2016)	203-2	Significant indirect economic impacts	17; 38; 73-77; 81-85; 92-95

ASSURANCE LETTER



Independent Limited Assurance Report on the Corporate Social Responsibility Report

To the Board of Directors of
Ferrero International S.A.

We have performed a limited assurance engagement to report on the Corporate Social Responsibility Report of Ferrero International S.A. (hereinafter "the Company"), for the period from 1 September 2016 to 31 August 2017 (hereinafter the "CSR Report").

The CSR Report needs to be read and understood together with the principles stated in the Sustainability Reporting Standards of the Global Reporting Initiative (hereinafter the "GRI-Criteria"), which the Company is solely responsible for selecting and applying. The absence of a significant body of established practice on which to draw to evaluate and measure non-financial information allows for different, but acceptable, measurement techniques and can affect comparability between entities and over time.

Board of Directors' responsibilities for the Corporate Social Responsibility Report

The Board of Directors of the Company is responsible for the preparation and presentation of the CSR Report in accordance with the GRI-Criteria, as stated in the paragraph "About this Report" of the CSR Report.

This responsibility of Company's Board of Directors includes the selection and application of appropriate methods of sustainability reporting as well as making assumptions and estimates related to individual sustainability disclosures, which are reasonable in the circumstances. Furthermore, the Board of Directors is responsible for such internal controls as they have considered necessary to enable the preparation of a CSR Report that is free from material misstatement whether due to fraud or error.

Our Independence and Quality Control

We have complied with the independence and other ethical requirements of the Code of Ethics for Professional Accountants as adopted for Luxembourg by the "Commission de Surveillance du Secteur Financier" (CSSF), which is founded on fundamental principles of integrity, objectivity, professional competence and due care, confidentiality and professional behaviour.

Our firm applies International Standard on Quality Control 1 (ISQC1) as adopted for Luxembourg by the CSSF and accordingly maintains a comprehensive system of quality control including documented policies and procedures regarding compliance with ethical requirements, professional standards and applicable legal and regulatory requirements.

PricewaterhouseCoopers, Société coopérative, 2 rue Gerhard Mercator, B.P. 1423, L-1014 Luxembourg
T: +352 4948181 F: +352 494818 2000, www.pwc.lu

Cabinet de révision agréé. Révisori-entreprise (autorisation gouvernementale n°10288296)
R.C.S. Luxembourg 865 477 - TVA LU/25482518

ASSURANCE LETTER



Responsibility of the "Réviseur d'entreprises agréé"

Our responsibility is to express a limited assurance conclusion on the disclosures in the CSR Report based on the assurance engagement we have performed.

We conducted our limited assurance engagement in accordance with International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised) "Assurance Engagements other than Audits and Reviews of Historical Financial Information", issued by the "International Auditing and Assurance Standards Board" (IAASB) and as adopted for Luxembourg by the *Institut des Réviseurs d'Entreprises*. This standard requires that we plan and perform the assurance engagement to obtain a limited assurance that the Company's CSR Report for the period from 1 September 2016 to 31 August 2017 has been prepared, in all material aspects, in accordance with the relevant GRI-Criteria.

The procedures we performed were based on our professional judgement and included inquiries, observation of processes performed, inspection of documents, analytical procedures, evaluating the appropriateness of methods and policies applied.

In a limited assurance engagement the procedures we performed vary in nature and timing and are less in extent than for a reasonable assurance engagement. As a result, the level of assurance obtained in a limited assurance engagement is substantially lower than the assurance that would have been obtained had we performed a reasonable assurance engagement.

Within the scope of our engagement we did not perform an audit on external sources of information or expert opinions, referred to in the CSR Report.

Within the scope of our limited assurance engagement, we performed, amongst others, the following procedures:

- Obtained an understanding of the structure of the sustainability organization, including governance and of the stakeholder engagement;
- Performed analysis of how the processes underlying the generation, collection and management of information disclosed in the CSR Report operate;
- Performed inquiries with the management of the Company regarding the internal control procedures supporting the gathering, aggregation, processing and transmittal of data and information to the department responsible for the preparation of the CSR Report;
- Identified the likely risks of material misstatement of the CSR Report under consideration of the GRI-Criteria;
- Analysed the compliance and the internal consistency of the qualitative information disclosed in the CSR Report in relation to the GRI-Criteria;
- Analysis of relevant underlying supporting information supporting the key disclosures in the CSR Report;
- Compared the selected financial data and disclosures in CSR Report with corresponding data in the consolidated financial statements and in the group management report for year ending 31 August 2017;

ASSURANCE LETTER

FORTSETZUNG



- Evaluated the presentation of the disclosures in the CSR Report regarding sustainability performance;
- Obtained representations from management and the Company's CSR responsible officer confirming compliance with the GRI-Criteria and completeness and accuracy of the information presented.

We believe that the evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our conclusion.

Conclusion

Based on the procedures performed and evidence obtained, nothing has come to our attention that causes us to believe that the Company's CSR Report for the period from 1 September 2016 to 31 August 2017 has not been prepared, in all material aspects, in accordance with the relevant GRI-Criteria.

PricewaterhouseCoopers, Société coopérative
Represented by

Luxembourg, 16 November 2018

Mersyn R. Martins
Partner

FERRERO

Ferrero CSR Office
Findel Business Center, Complexe B, Rue de Trèves
L-2632 - Findel
Luxembourg
csr@ferrero.com
www.ferrerocsr.com

Printed on FSC™ certified paper

