



ÜBERBLICK

Brief unseres Executive Chairman	1
Auf einen Blick	2
Soziale Verantwortung bei Ferrero	4
Wesentlichkeitsanalyse	6
Stakeholder Mapping	7
Die Ziele der Ferrero-Gruppe	8



UNSERE KONSUMENTEN

Ernährung	12
Innovation	12
Qualität	14
Verantwortungsvolle Kommunikation	15
kinder Surprise Company	15



UNSERE MITARBEITER & UNSERE GEMEINSCHAFTEN

Ferrero-Mitarbeiter	18
Die Fondazione Ferrero	20
Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero	21
kinder+Sport	22



UNSERE WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Kreieren	26
Auswählen	28
Handeln	34
Lagern und Liefern	35
Konsument	36

ÜBER DIESEN BERICHT

Diese Kurzversion erklärt die Strategie zu sozialer Verantwortung und Nachhaltigkeit der Ferrero-Gruppe sowie die entsprechenden weltweiten Aktivitäten im Geschäftsjahr 2017/2018. Die Themen für diese zehnte Ausgabe wurden im Rahmen einer internen Wesentlichkeitsprüfung auf der Grundlage ihrer Relevanz für unsere Gruppe mit dem kontinuierlichen Beitrag der wichtigsten Stakeholder ausgewählt.

Diese Kurzversion wurde durch das Corporate Communication and CSR Office (E-Mail-Adresse: csr@ferrero.com) erstellt.

Der vollständige CSR-Bericht, auf dem diese Kurzversion basiert, wurde von PricewaterhouseCoopers einer begrenzten Prüfung („limited assurance engagement“) unterzogen.

Die Kurzversion ist auch online unter www.ferrero-csr.com zugänglich. Hier finden sich neben der aktuellen Ausgabe auch die vergangenen neun CSR-Berichte. Wir werden weiterhin jährlich einen CSR-Bericht veröffentlichen.



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

BRIEF UNSERES EXECUTIVE CHAIRMAN



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

als Familienunternehmen ist Ferrero davon überzeugt, dass Wert geschaffen wird durch Vertrauen und indem man Verantwortung für all diejenigen übernimmt, die mit und für unser Unternehmen arbeiten.

Stolz sind wir nicht nur als Manager, sondern vor allem als Menschen, denn so können wir als „Kraft des Guten“ wirken. Wir sind nicht nur gute „Ferrerianer“, sondern auch gute Staatsbürger und gute Bewohner unseres Planeten. Es geht darum, für unsere Gemeinschaften zu sorgen, für unsere Umwelt und für zukünftige Generationen.

Die Ferrero-Art, die Dinge anzupacken, kennzeichnet jeden weiteren Schritt, den wir vorangehen.

In Anbetracht dessen sind wir stolz darauf, die Fortschritte bei unseren wichtigsten Zielen darlegen zu können – wie im diesjährigen CSR-Bericht beschrieben.

Auch persönlich bin ich stolz darauf, Ihnen heute unser neues globales Commitment und unser Engagement für eine Verpackungs-Kreislaufwirtschaft ankündigen zu dürfen, die von unseren neuen Verpackungszielen bestimmt werden: Bis 2025 sollen 100% der Verpackungen wiederverwendbar, recycelbar oder kompostierbar sein. Diese Verpflichtung stärkt unseren Ansatz für nachhaltige Verpackungen und fügt sich in unsere Strategie ein, die eine Minimierung unserer Umweltauswirkungen anstrebt – über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg, von den Rohstoffen bis zu den Werken.

Unsere Fortschritte zeigen sich auch in unseren landwirtschaftlichen Lieferketten für unsere wichtigsten Rohstoffe. Im März 2018 wurde Ferrero für seine Kakaolieferkette mit dem Fairtrade Award in Gold in der Kategorie Hersteller ausgezeichnet: für die Verpflichtung zum Fairtrade-Ansatz in der Kakaolieferkette sowie für die langjährige Partnerschaft mit Fairtrade und dem Genossenschaftsverband ECOOKIM. Durch diese Kooperation möchte Ferrero die Lebensbedingungen der Kakaobauern verbessern und ihnen Zukunftsperspektiven eröffnen. Gleichzeitig nähern wir uns damit der Erfüllung unseres Versprechens, bis

2020 für alle Ferrero-Produkte 100% nachhaltigen Kakao zu verwenden. Bei der Zielerreichung unseres Versprechens sind wir weiterhin im Plan und hatten im August 2018 bereits 77% erreicht.

In unserer Palmöllieferkette halten wir außerdem weiterhin unsere Verpflichtung aufrecht, eine zu 100% abholzungs- und ausbeutungsfreie Palmöllieferkette zu garantieren und eine führende Rolle bei der Umgestaltung des Sektors zu spielen. Dies geschieht durch eine aktive Zusammenarbeit mit NGOs, Lieferanten und anderen wichtigen Kooperationspartnern. Ferrero hat die Einhaltung der strengen Standards seiner Palmöl-Charta mithilfe von Lieferantenbewertungen und Besuchen vor Ort verstärkt.

Und schließlich ist das Ferrero Farming Values Programm (FFV) für Haselnüsse innerhalb unserer Lieferkette weiterhin ein Vorreiter in unserem Streben nach einer nachhaltigen und rückverfolgbaren Versorgung. Ziel des Programms ist eine Verbesserung der Bedingungen in der gesamten Haselnussgemeinschaft. Unser Ansatz umfasst viele verschiedene Aspekte, darunter gute ökologische, landwirtschaftliche und soziale Praktiken, um sicherzustellen, dass alle Teile der Lieferkette darauf ausgerichtet sind, vollständige Nachhaltigkeit zu erreichen.

Der diesjährige CSR-Bericht bestätigt außerdem aufs Neue Ferreros Engagement, durch wirkungsvolle soziale Projekte einen positiven Beitrag für verschiedene Bereiche der Gemeinschaft zu leisten. Hierzu gehören die Fondazione Ferrero in Italien und das Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero in Afrika und Asien. Außerdem widmen wir uns weiterhin unserem Programm kinder+Sport Joy of Moving, das auf der ganzen Welt Kindern, Jugendlichen und Familien einen aktiven Lebensstil näherbringt. Wir freuen uns, bestätigen zu können, dass dieses Programm bisher 4,4 Millionen Kinder in mehr als 30 Ländern erreicht hat.

Angesichts dieses inhärenten Verantwortungsbewusstseins bleiben wir den ethischen Grundsätzen unseres Familienunternehmens und unserer Verpflichtung treu, nicht nur das Leben unserer Konsumenten zu verbessern, sondern auch das all unserer Partner und Stakeholder, wie Bauern, Lieferanten und Geschäftspartner, die mit der erweiterten Ferrero-Familie interagieren.

Dieser Bericht ist ein Zeugnis unserer erneuten Unterstützung des Global Compact der Vereinten Nationen, der weltweit größten Nachhaltigkeitsinitiative für Unternehmen.

Abschließend möchte ich jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter unserer Ferrero-Familie – die inzwischen auf mehr als 35.000 Menschen in mehr als 120 Ländern angewachsen ist – für deren Unterstützung, deren Engagement und für all das danken, was wir im Laufe des Jahres gemeinsam erreicht haben.

Giovanni Ferrero
Executive Chairman – Ferrero-Gruppe

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

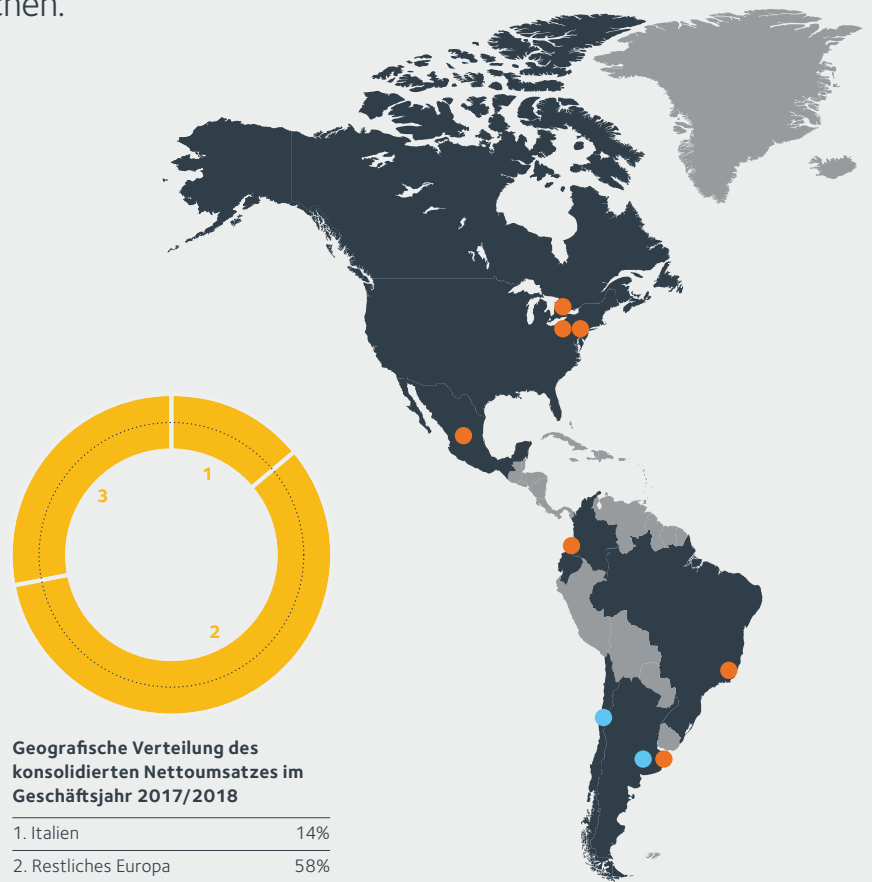
FERRERO WELTWEIT

Unsere Produkte sind in mehr als **170** Ländern erhältlich und werden dort direkt oder über autorisierte Einzelhändler vertrieben. Unsere Gruppe ist in über **50** Ländern vertreten:

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



Weitere Informationen erhalten Sie unter:
www.ferreroocr.com



Geografische Verteilung des konsolidierten Nettoumsatzes im Geschäftsjahr 2017/2018

1. Italien	14%
2. Restliches Europa	58%
3. Außerhalb Europas	28%

WICHTIGE ZAHLEN

Gesamtproduktion (Tonnen)

+2,44%

2017/2018 **1.308.297**

2016/2017 1.277.126

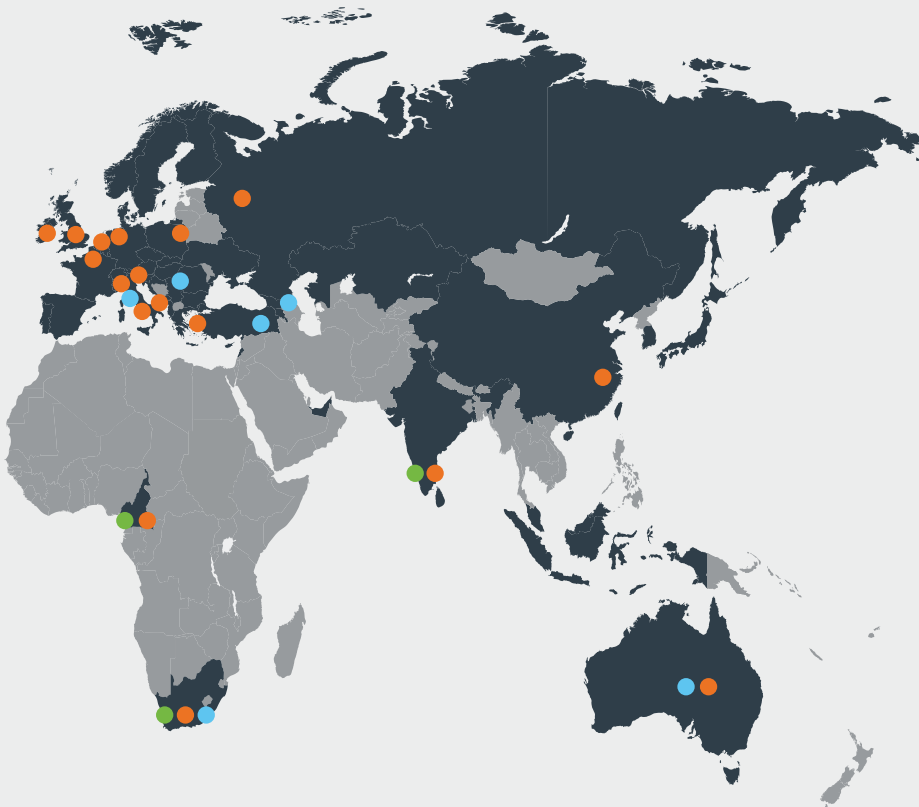
Konsolidierter Nettoumsatz (€/000)

+2,14%

2017/2018 **10.709.051**

2016/2017 10.485.058

- Produktionsstätte
- Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero
- Ferrero Hazelnut Company



Durchschnittliche
Mitarbeiterzahl der Gruppe
(Vollzeitäquivalent)

+4,76%

2017/2018 **31.748¹**

2016/2017 30.305

¹ Die Gesamtzahl beläuft sich auf 31.758 einschließlich der VZÄ der Fondazione Ferrero.

ROHMATERIALIEN

Im Geschäftsjahr 2017/2018 verwendete die Gruppe insgesamt **1.904.526** Tonnen² landwirtschaftliche Rohstoffe und Verpackungsrohstoffe.

² 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.

25 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. Vereinigte Staaten – North Canton 2017
24. Vereinigte Staaten – Bloomington 2018
25. Vereinigte Staaten – Franklin Park 2018

* Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero

HCO – HAZELNUT COMPANY

6 Landwirtschaftliche Betriebe in:

Argentinien
Australien
Chile
Georgien
Serbien
Südafrika

7 Verarbeitungsbetriebe in:

Chile
Italien
Türkei



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

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.

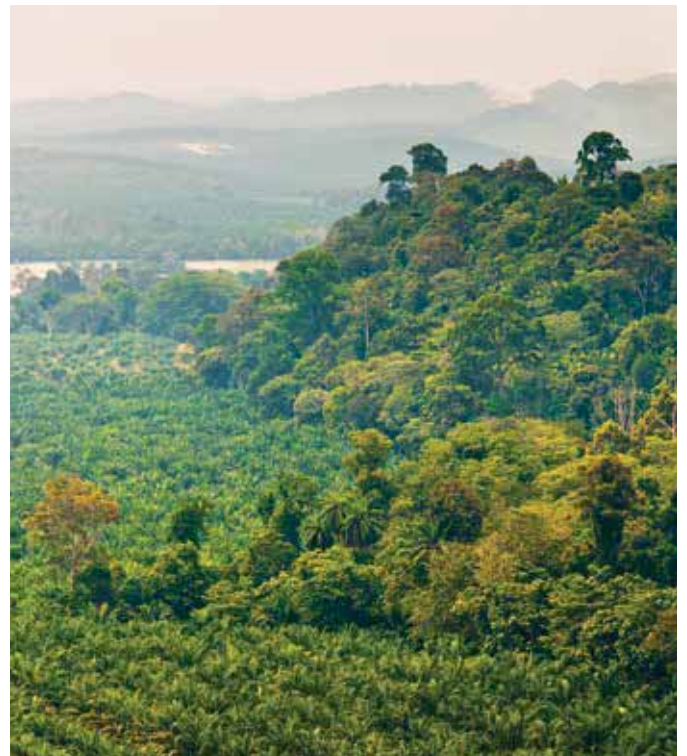
Außerdem widmen wir große Aufmerksamkeit unseren aktuellen und ehemaligen Mitarbeitern sowie den Menschen in den Gemeinschaften, in denen wir tätig sind. Dies äußert sich im Wirken der Fondazione Ferrero und im Rahmen des Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero, das in Afrika und Asien aktiv ist. Außerdem 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.

2018 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. 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 Posts¹ gemessen wurden.

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

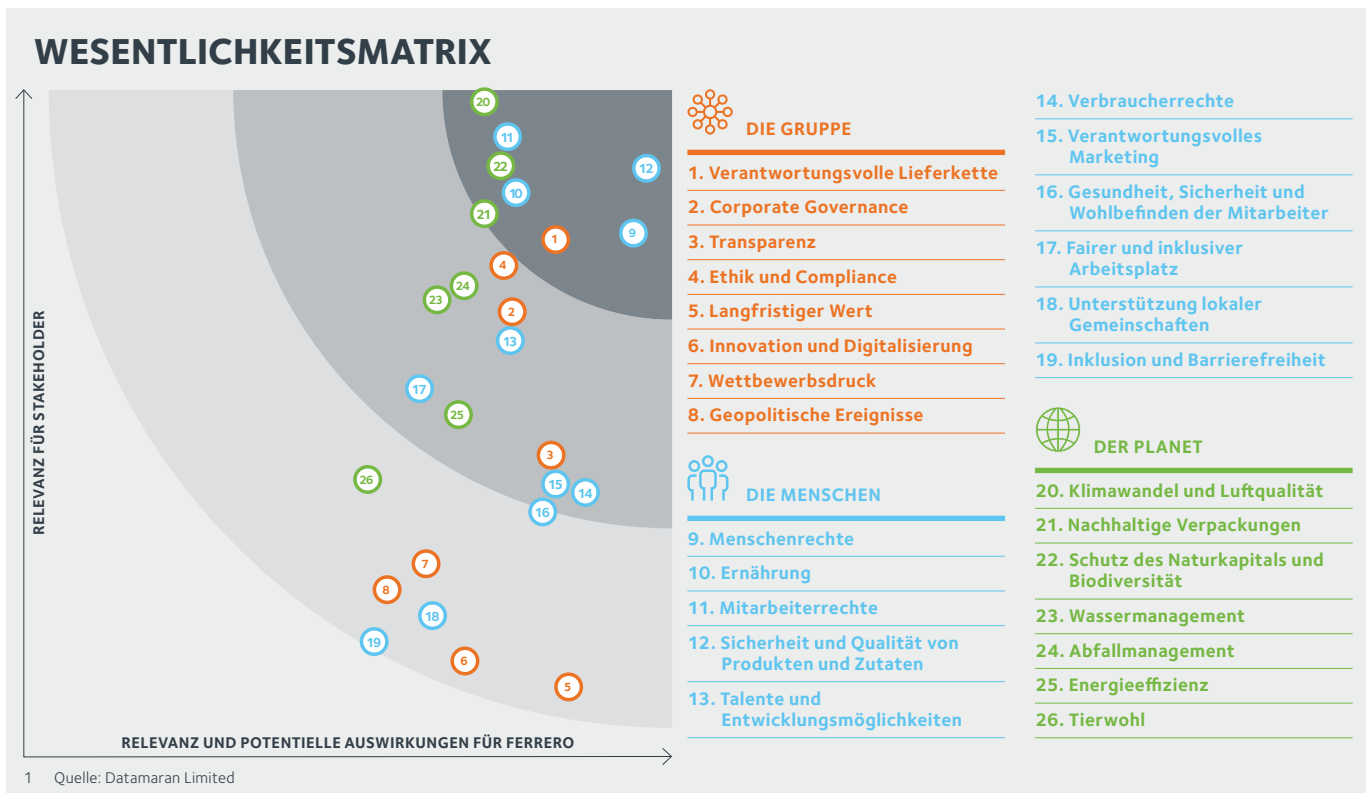
In der Matrix stehen die Aspekte, die für uns und unsere Stakeholder am wichtigsten sind, oben rechts.

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.



STAKEHOLDER MAPPING

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

Wir beteiligen uns aktiv an den Debatten und in den Arbeitsgruppen der Branchen- und Industrieverbände, 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	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	Länder: 34 Länder erreicht im August 2018	●
		Bewegte Kinder: 4,4 Millionen Kinder erreicht im 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% 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**
- **TEILWEISE ERREICHT**
- **NICHT IM PLAN**
- ▲ **NEUES ZIEL**

* Weitere Informationen
erhalten Sie auf Seite 92
des CSR-Berichts.



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	●*
	Sämtliche Verpackungen zu 100% wiederverwendbar oder recyclebar oder kompostierbar	Bis 2025	▲**
	100% Karton ¹ aus Primärfasern aus als nachhaltig zertifizierter Lieferkette	Erreicht im Dezember 2014	●
	100% Papier ² aus Primärfasern aus als nachhaltig zertifizierter Lieferkette	Erreicht im Dezember 2017	●



- IM PLAN
- TEILWEISE ERREICHT
- NICHT IM PLAN

▲ NEUES ZIEL

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

* Weitere Informationen erhalten Sie auf Seite 179 des CSR-Berichts.

** Weitere Informationen erhalten Sie auf Seite 124 des CSR-Berichts.



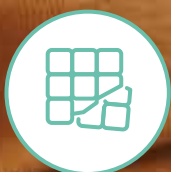
Tests zur Spielzeugsicherheit und -qualität von Ferrero-Spielzeugen statt der 38 Tests, die nach internationalen Standards vorgeschrieben sind

65



Zahl der Kontrollen an Primär- und Sekundärverpackungen, einschließlich sensorischer Tests und Überprüfungen auf Mängel

1,15 Mio.



Auf Frische getestete Produkte

1 Million+



UNSERE KONSUMENTEN

Wir wollten schon immer unsere Leidenschaft und unseren Auftrag, unsere Konsumenten zufrieden zu stellen, in die Tat umsetzen. Die Konsumenten stehen im Zentrum unserer täglichen Aktivitäten: Wir produzieren Produkte höchster Qualität, investieren in kontinuierliche Innovation, 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 (KSC).



Weitere Informationen erhalten Sie auf:
www.ferrerocsr.com



Produkte mit 130 kcal
oder weniger

92%

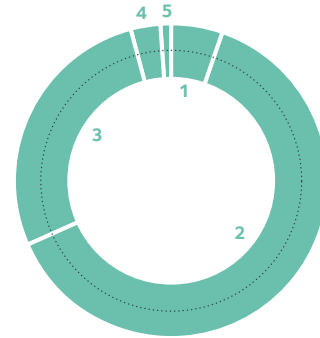
UNSERE KONSUMENTEN

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 wohlzufühlen. 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.



Mengenverteilung der Ferrero-Produkte nach Energiezufuhr pro Portion*

1. ≤10 kcal	5,3%
2. >10 – ≤100 kcal	63,1%
3. >100 – ≤150 kcal	27,7%
4. >150 – ≤200 kcal	2,9%
5. >200 kcal	1,0%

* Menge in % des weltweiten Absatzvolumens im Zeitraum 2017/2018. Quelle: Ferrero intern.

INNOVATION

Unser Innovationsansatz kombiniert zwei Modelle, die sich gegenseitig ergänzen und verstärken. Das Modell „Product to Science“ beginnt mit der Idee für ein neues Produkt, auf deren Basis dann nach dem wissenschaftlichen Ansatz gesucht wird, um dies umzusetzen. Das Modell „Science to Product“ erforscht wissenschaftliche und technologische Innovationen, die zu neuen Produktkonzepten inspirieren.

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.





UNSERE KONSUMENTEN

FORTSETZUNG



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.

**Etwa
690.000**

Rohstoffkontrollen

17.600

Geschmackstests wurden im Geschäftsjahr 2017/2018 während der Produktionsphase bei Ferrero Rocher durchgeführt

VERANTWORTUNGSVOLLE KOMMUNIKATION

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

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 glauben fest daran, dass eine wirksame Selbstregulierung zur werblichen Kommunikation einen wirksamen Rahmen bildet, um dem Wunsch der Konsumenten gerecht zu werden.

12 Jahre

In Europa fördern wir den verantwortungsvollen Umgang mit Lebensmittelwerbung, die sich an Kinder unterhalb dieses Alters richtet



9.000

Interviews wurden 2017/2018 in ganz Europa, im asiatisch-pazifischen Raum und in Lateinamerika durchgeführt, um unter den jährlich 800 Neuvorschlägen die vielversprechendsten Überraschungs-Prototypen herauszusuchen

KINDER SURPRISE COMPANY

Seit mehr als 50 Jahren tragen die kinder®-Produkte von Ferrero dazu bei, dass Kinder aller Altersgruppen glücklich aufwachsen. 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.

Die KSC widmet sich allen kinder®-Eiern und -Saisonprodukten. 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 sind unser zentraler Bezugspunkt. Deshalb arbeitet das KSC-Team nach vier Prinzipien:

- **Verbesserung der Fähigkeiten des Kindes:** Förderung der Entwicklung bestimmter Fähigkeiten bei Kindern.
- **Vielfalt:** Entwicklung neuer Arten des Spiels, die auf ganzheitliche Weise die Entwicklung des Kindes fördern wollen.
- **360°-Spielerlebnis:** um alles abzudecken – Spaß, Lehrreiches und Spielbarkeit, auch in der digitalen Welt.
- **Universeller Charakter:** Kinder auf der ganzen Welt aus unterschiedlichen Kulturen, unterschiedlichen Geschlechts und unterschiedlichen Alters begeistern.



Durch kinder+Sport
bewegte Kinder

4,4 Millionen



An kinder+Sport-Aktivitäten
beteiligte Länder

30+



Mitarbeiterzahlen des Progetto
Imprenditoriale Michele Ferrero

2.300+



Schulungsstunden gesamt

730.000+



UNSERE MITARBEITER & UNSERE GEMEINSCHAFTEN

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



Weitere Informationen erhalten Sie auf:
www.ferrerocsr.com



Mitarbeiter von Ferrero
in 55 Ländern

35.000+

UNSERE MITARBEITER & UNSERE GEMEINSCHAFTEN

FERRERO-MITARBEITER

Von dem Tag, an dem sie zu uns kommen, bis zu ihrer Pensionierung und darüber hinaus helfen wir unseren Mitarbeitern, ihr berufliches und privates Potenzial zu entwickeln – unabhängig davon, welche Position sie bei uns bekleiden.

Die Einführung des neuen Governance-Modells im September 2017 läutete ein neues Kapitel in unserer Geschichte ein. Um uns im veränderlichen und herausfordernden Wettbewerbsumfeld für den Erfolg zu positionieren und für weiteres Wachstum zu sorgen, haben wir eine neue organisatorische Struktur entwickelt, die das „Beste von Ferrero“ unterstreicht: unseren unverwechselbaren Unternehmergeist, unsere Führungskompetenz sowie die Qualität unserer Mitarbeiter.

Im Anschluss an die YOU-Umfrage 2015 und die SimplyOU!-Umfrage 2017 wurden Hunderte von Initiativen umgesetzt, um ein besseres Arbeitsumfeld zu schaffen. Zu diesen Initiativen gehört auch „Forward“, die neue digitale Plattform, die als zentraler Einstiegspunkt für Unternehmensnachrichten, Tools und Anwendungen dient, außerdem das soziale Netzwerk für Unternehmen „Yammer“.

Lernen ist fester Bestandteil unserer Unternehmens-DNA. Von dem Tag, an dem Mitarbeiter zu uns kommen, bis zu ihrer Pensionierung können sie sich mithilfe der Ferrero University beruflich weiterentwickeln. Die Ferrero University hat drei Grundpfeiler: Willkommen bei Ferrero: Die Lernerfahrung beginnt; Ferrero Know-how Academies: Aufbau technischer Kompetenzen; Ferrero Leaders: Auf dem Weg zur Führungskraft.

730.622

Weiterbildungs-/Schulungsstunden insgesamt

66.251

Teilnahmen an Schulungen





Wir führen unsere Tradition positiver und konstruktiver Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen weiter. 2018 erneuerten wir Tarifverträge in zehn Ländern – zur vollen Zufriedenheit aller beteiligten Stakeholder, Mitarbeiter, Gewerkschaften und Verbände.

Der Schutz von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz ist einer unserer zentralen Unternehmenswerte. Um diesen Schutz zu gewährleisten, ist die Beteiligung und aktive Teilnahme aller Personen, die für das Unternehmen tätig sind und mit diesem zusammenarbeiten, unabdingbar.

Im Geschäftsjahr 2017/2018 haben wir „Ferrero Operational Requirements H&S“ eingeführt, ein Standardisierungsprogramm zum Thema Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz. Ziel des Programmes ist es, zu definieren, wie die Verbesserung von Gesundheit und Sicherheit systematisch vorangetrieben werden kann, um unser Zero Accidents-Ziel, also eine komplette Unfallfreiheit, zu erreichen.

Die statistischen Daten zum Auftreten von Arbeitsunfällen im Untersuchungsgebiet zeigen eine positive Entwicklung. Die Unfallhäufigkeitskennzahl unserer Werksmitarbeiter reduzierte sich von 10,14 Unfällen pro Million Arbeitsstunden auf 7,77 (-23%). Der Unfallschweregrad, mit dem gemessen wird, wie viele Arbeitstage pro tausend Arbeitsstunden verloren gehen, fiel von 0,186 auf 0,151 (-19%).

UNSERE MITARBEITER & UNSERE GEMEINSCHAFTEN

FORTSETZUNG



DIE FONDAZIONE FERRERO

„Arbeiten, Aufbauen, Zurückgeben“ sind die Leitprinzipien der **Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero**, deren Vorsitz in den Händen von **Maria Franca Ferrero** liegt.

Sie wurde 1983 als soziale Einrichtung von Michele Ferrero gegründet, um ältere Mitarbeiter und deren Familien bei ihrer Pensionierung zu unterstützen.

Im Jahr 2018 hat der medizinische und soziale Hausdienst der Stiftung 1.254 Hausbesuche bei ehemaligen Ferrero-Mitarbeitern und deren Partnern in Alba und Umgebung durchgeführt. Und im September 2018 wurde die Kindertagesstätte der **Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero** eröffnet, die 28 Kinder aufnahm.



80

Kinder zwischen drei Monaten und drei Jahren kann die Ferrero-Kindertagesstätte aufnehmen

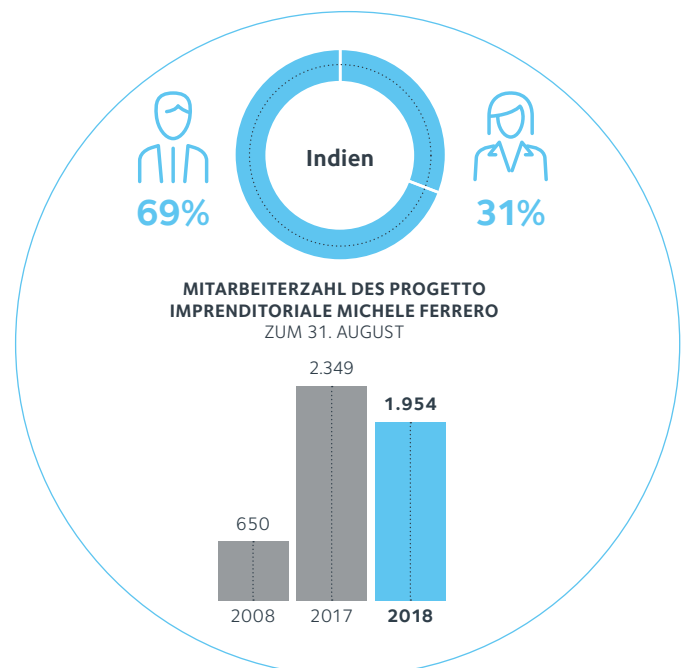
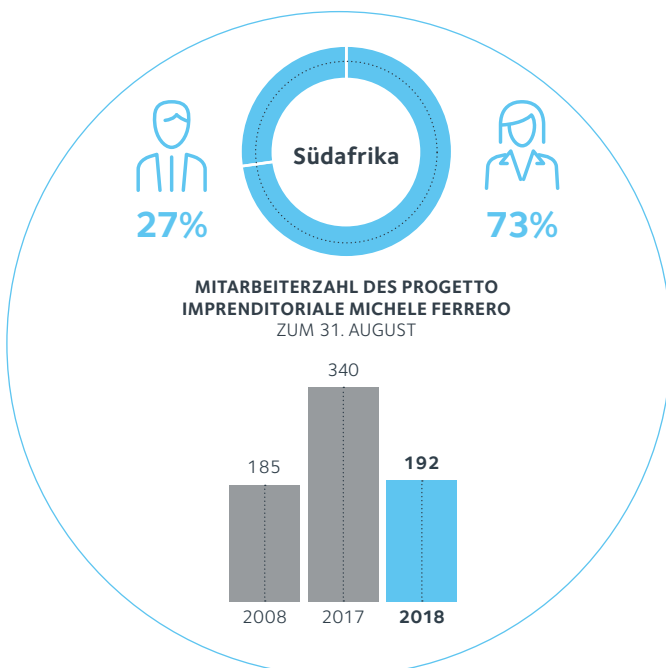
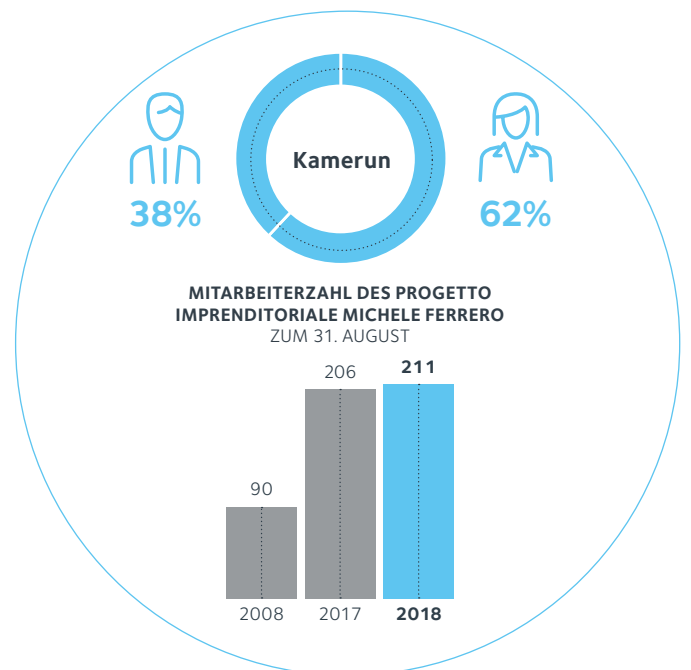
DAS PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO

Seit seiner Gründung im Jahr 2005 unterstützt das Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero die Schaffung von Arbeitsplätzen sowie soziale und humanitäre Projekte in den am wenigsten entwickelten Gebieten der Schwellenländer.

Ziel dieser Projekte ist es, Gesundheit, Bildung und soziale Entwicklung von Kindern und jungen Erwachsenen zu fördern. Zum 31. August 2018 arbeiteten 2.357 Personen für Werke, die zum Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero gehören – also etwa 5,7% unserer gesamten Mitarbeiter.



MICHELE FERRERO
ENTREPRENEURIAL PROJECT



UNSERE MITARBEITER & UNSERE GEMEINSCHAFTEN

FORTSETZUNG

KINDER+SPORT

Unser internationales Programm zur sozialen Verantwortung kinder+Sport Joy of Moving fördert auf unkomplizierte, motivierende und unterhaltsame Art und Weise körperliche Aktivität sowie einen aktiven Lebensstil bei Kindern und ihren Familienangehörigen.

Es basiert auf dem innovativen Pädagogikkonzept „Joy of Moving“, das umfassend erforscht und getestet wurde und einen neuen, wissenschaftlich belegten Ansatz zum Thema körperliche Aktivität bei Kindern liefert. Der kindliche Bewegungsdrang soll auf spielerische Art und Weise gefördert werden.

Derzeit sind über 4,4 Millionen Kinder zwischen vier und 14 Jahren und 127 lokale Verbände und Vereine aus 34 Ländern an dem Projekt beteiligt. Seit seinen Anfängen vor über 13 Jahren wird das Projekt von zunehmendem Erfolg begleitet und ist ein Aushängeschild für das Engagement des Unternehmens für das Wohlergehen der jüngeren Generation.



KINDER+SPORT ERGEBNISSE

2017/2018

34

Länder

127

Verbände und Vereine

4,4 Mio.

Bewegte Kinder

€11,2 Mio.

Investitionen





2017/2018 gab es zwei besonders wichtige Initiativen. Zum einen wurden 120 Lehrer in Poços de Caldas in der „Joy of Moving“-Methode unterwiesen. Damit ist Brasilien nach Italien das zweite Land, das die Methode im schulischen Umfeld offiziell unterstützt. In den kommenden Jahren soll das Programm zusätzlich erweitert werden. Zum anderen wurde eine neue Partnerschaft mit Costa Cruises ins Leben gerufen, um allen Kindern an Bord der Costa-Schiffe die „Joy of Moving“-Methode nahezubringen. Zahlreiche Jungen und Mädchen konnten so mit viel Spaß ihre physischen, emotionalen und kreativen Fähigkeiten weiterentwickeln.



Recyclbare, wiederverwendbare oder kompostierbare Verpackungen bis 2025

100%



Rückverfolgbare Haselnüsse bis 2020

100%



Als nachhaltig zertifizierter Kakao, Ziel bis 2020: 100%

77%



UNSERE WERT- SCHÖPFUNGS- KETTE

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



Weitere Informationen finden Sie hier:
www.ferrerocsr.com



Als nachhaltig zertifiziertes,
segregiertes RSPO-Palmöl

100%

WIE UNSERE VERPACKUNGEN GEMACHT WERDEN



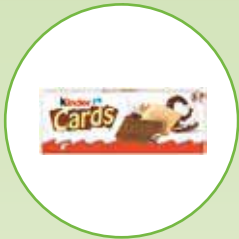
Wir sind stolz auf unser wertvolles Produkt. Es sieht gut aus, ist schmackhaft, aber auch empfindlich.



Wir müssen sicherstellen, dass sein weiches Inneres und seine knusprige Hülle frisch und intakt beim Konsumenten ankommen.



Zum Glück wissen unsere Designer, wie man dieser Herausforderung gerecht wird.



Der Karton schützt das Produkt während Transport und Lagerung vor allen Schäden.



Außerdem können die Konsumenten das Produkt in ihm bequem nach Hause transportieren, und er schützt das Produkt bis zu seinem Verzehr.



Die Kunststoffhülle schützt die Frische des Produktes und stellt sicher, dass es exakt so beim Konsumenten ankommt, wie wir es geschaffen haben.



Außerdem stellt sie sicher, dass unsere Konsumenten die richtige Portion als ausgewogenen Snack oder zum Teilen zur Verfügung haben.

ABER IST DAS WIRKLICH SO EINFACH?

SICHERHEIT UND QUALITÄT STEHEN AN ERSTER STELLE

Wir glauben, dass unser Produkt und unser Konsument an erster Stelle stehen. Dass Verbrauchersicherheit und -zufriedenheit das Wichtigste sind.

Deshalb entsprechen unsere Verpackungen strengen Hygiene- und Sicherheitsstandards.

- Die Verpackungen müssen unsere Produkte vor äußeren Einflüssen schützen!
- Das Verpackungsmaterial muss den Vorschriften aller Länder entsprechen, in denen unsere Produkte verkauft werden.
- Das Verpackungsmaterial muss bestimmte mechanische Eigenschaften aufweisen.

DIE ERWARTUNGEN DER KONSUMENTEN ERFÜLLEN

Wir glauben, dass unsere Produkte ein wundervolles Produkterlebnis bieten sollten, und dass dieses Erlebnis mit der Verpackung beginnt.

Haben Sie schon einmal gesehen, wie ein Kind zum ersten Mal ein kinder Überraschung®-Ei geöffnet hat? Wir haben das, und es ist dieser Ausdruck des Staunens, der uns jedes Mal inspiriert, wenn wir eine neue Verpackung designen.

- Verpackungen müssen kommunizieren.
- Verpackungen müssen einfach zu transportieren und zuhause einfach zu lagern sein.

- Verpackungen müssen sich einfach öffnen und wiederverschließen lassen.
- Verpackungen müssen zu dem enthaltenen Produkt passen.
- Verpackungen müssen staunen lassen!

SCHUTZ DER UMWELT

Wie engagieren wir uns für die ökologische Nachhaltigkeit der Verpackungen?

Wir arbeiten daran, unsere Verpackungen bis 2025 „wiederverwendbar oder recycelbar oder kompostierbar“ zu machen!

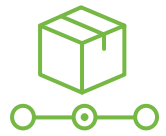
Wir haben uns hier ein herausforderndes Ziel gesetzt, um unsere Leistung weiterhin ständig zu verbessern.

Dies beginnt mit der sorgfältigen Analyse unserer vorhandenen Verpackungen, die Verpackungen oder Komponenten identifizieren sollen, die in Übereinstimmung mit unseren strengen Richtlinien verbessert, ersetzt oder geändert werden können.

WIE GEWÄHRLEISTEN WIR DIESE MERKMALE?

Unser Ansatz gewährleistet Kontrolle über unsere gesamte Verpackungsproduktionskette. In der Tat werden unsere strengen Kontrollen nicht nur bei den Lieferanten der Verpackungsmaterialien, sondern auch bei den Rohstofflieferanten durchgeführt.

Wir erhalten alle Compliance-Zertifizierungen von unseren Lieferanten und führen dann interne und externe Laboranalysen durch, um sicherzustellen, dass auch unsere internen Richtlinien eingehalten werden.



Unser Verpackungsmaterial wird auf unseren automatisierten Linien getestet, um sicherzustellen, dass es für ein Minimum an Produkt- und Verpackungsabfall optimiert ist



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 Geschäftsbeziehungen mit Rohstoffherzeugern und -lieferanten aufzubauen, die auf Dialog und Transparenz basieren.

Unserem 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.

Wichtig sind 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.



Unserer Arbeit liegt das Credo zugrunde „Werte teilen, um Wert zu schaffen“



Um unser Ziel nachhaltiger Lieferketten zu erreichen, haben wir unter dem Dach des Ferrero Agricultural Commitment to Sustainability (F-ACTS) das Programm FFV (Ferrero Farming Values) 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 von F-ACTS das Programm FFV eingeführt.





UNSER 3-PFEILER-ANSATZ



Alle Kooperationspartner entlang der Wertschöpfungskette müssen zusammenarbeiten, um das Ziel einer nachhaltigen Lieferkette zu erreichen.

DIE 3 PFEILER



PROGRAMME	ZIELE
 FERRERO FARMING VALUES KAKAO	Bis 2020 100% als nachhaltig zertifiziert
 FERRERO FARMING VALUES PALMÖL	Seit Januar 2015 100% als nachhaltig zertifiziertes, segregiertes RSPO-Palmöl
 FERRERO FARMING VALUES HASELNÜSSE	Bis 2020 100% rückverfolgbar
 FERRERO FARMING VALUES ROHRZUCKER	Bis 2020 100% als nachhaltig zertifiziert
 FERRERO FARMING VALUES EIER	Bis 2025 100% Eier aus Bodenhaltung (100% für Werke in der EU bereits im September 2014 erreicht)
 FERRERO FARMING VALUES MILCH	Einhaltung strenger Qualitätsstandards und Kontrolle der Nachhaltigkeitskennzahlen

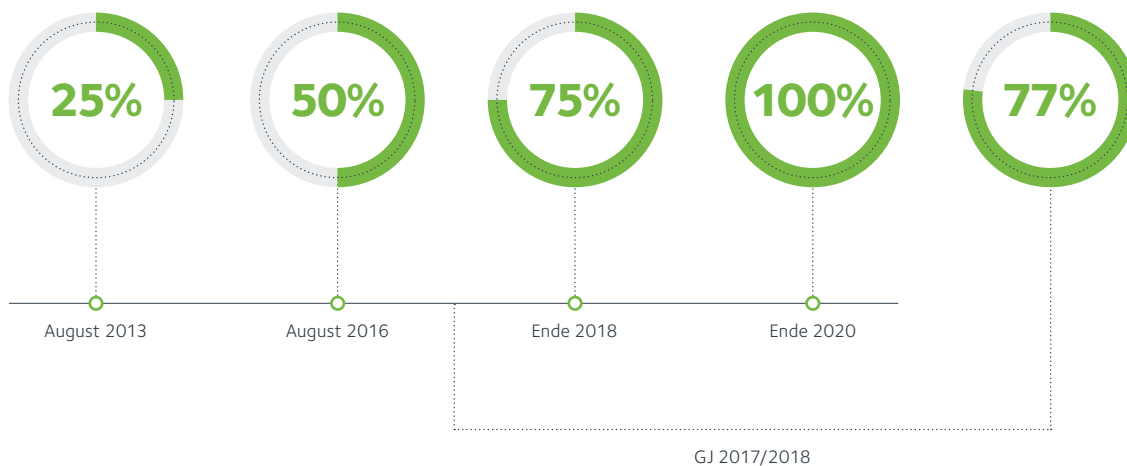
KAKAO

Die große Mehrheit des weltweiten Kakaos wird in kleinen oder familiengeführten Farmen in Entwicklungsländern erzeugt. Wir verpflichten uns, die Bauern dabei zu unterstützen, nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken anzuwenden, indem wir das Ferrero Farming Values Cocoa Programm umsetzen.

Eine unserer Hauptverpflichtungen beim Aufbau einer nachhaltigen landwirtschaftlichen Lieferkette ist es, bis Ende 2020 100% nachhaltige Kakaobohnen zu beschaffen. Im August 2018 lagen wir weiterhin im Zeitplan und erreichten einen Wert von 77%.



ZEITPLAN FÜR DIE KAKAOZERTIFIZIERUNG



PALMÖL

Wir verpflichten uns, eine führende Rolle bei der Umgestaltung hin zu einem nachhaltigen Palmölsektor einzunehmen. 2015 waren wir eines der ersten Unternehmen weltweit, das 100% zertifiziertes, segregiertes RSPO-Palmöl kaufte.

Durch aktive Zusammenarbeit mit NGOs, wichtigen Kooperationspartnern und Lieferanten verfolgen wir das Ziel, eine abholzungs- und ausbeutungsfreie Lieferkette sicherzustellen. 2017/2018 kauften wir etwa 203.000 Tonnen Palmöl, also knapp 0,3% der weltweiten Palmölproduktion.



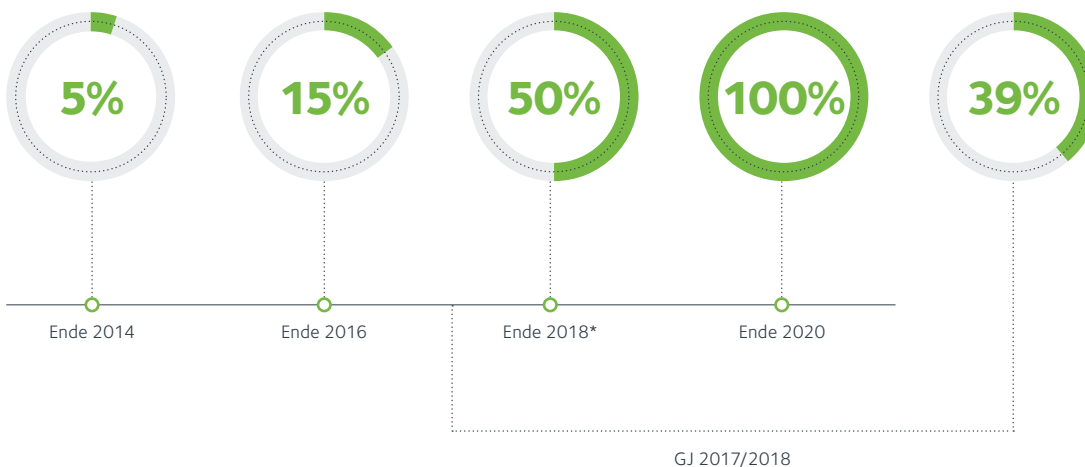
HASELNÜSSE

Haselnüsse sind das Herz unseres Unternehmens und charakteristisch für den Geschmack der meisten unserer Produkte. Als wichtiger Marktteilnehmer verfolgen wir das Ziel, den Haselnusssektor global weiterzuentwickeln und dabei als Benchmark für gute landwirtschaftliche Praktiken sowie ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit und Innovation zu agieren.

Seit den frühen 90er Jahren haben wir zahlreiche Initiativen initiiert, um eine ethische und rentable Integration zwischen der Süßwaren- und der Landwirtschaftsindustrie zu fördern. Ein wichtiger Schwerpunkt ist dabei die Verbesserung der Qualität. Daher wurde 2015 ein neuer Geschäftsbereich geschaffen, die Ferrero Hazelnut Company. Der HCo-Geschäftsbereich ist in der Haselnussindustrie das erste Beispiel für ein „Unternehmen mit vollständig integrierter Wertschöpfungskette“ vom Anbau bis zum Kunden.



ZEITPLAN ZUR RÜCKVERFOLGBARKEIT VON HASELNÜSSEN



ZUCKER

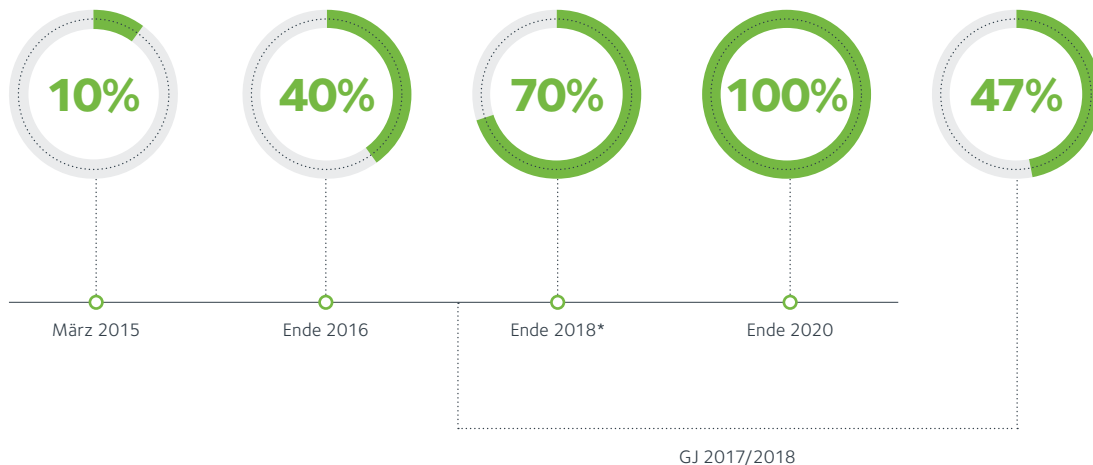
Wir haben eine Verpflichtung die Beziehungen zu landwirtschaftlichen Kooperativen und Zuckerherstellern zu stärken. Seit Jahrzehnten arbeiten wir mit Lieferanten zusammen, die Zucker von ausgezeichneter Qualität liefern.

Um auch diesen Rohstoff aus weiteren, zuckerproduzierenden Ländern zu beschaffen, nutzen unsere Beschaffungs- und Qualitätssicherungsteams ein Standardverfahren zur Auswahl neuer Lieferanten. Das garantiert, dass der Rohstoff immer unseren hohen Qualitätskriterien entspricht. Wir verpflichten uns, bis 2020 unseren gesamten raffinierten Zucker aus nachhaltigen Quellen zu beziehen.

Im Geschäftsjahr 2017/2018 setzte sich die von uns insgesamt gekaufte Zuckermenge etwa zu 25% aus raffiniertem Rohrzucker und zu 75% aus Rübenzucker zusammen.



ZEITPLAN FÜR DIE BESCHAFFUNG VON NACHHALTIGEM ZUCKER



MILCH UND EIER

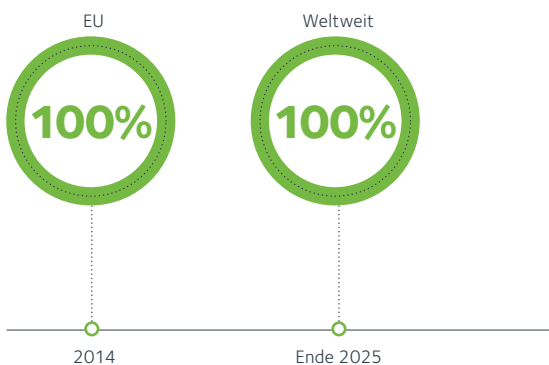
Über viele Jahre hinweg haben wir langfristige Beziehungen zu sorgfältig ausgewählten, lokalen Milcherzeugern aufgebaut und gepflegt.

Diese Partnerschaften, in Kombination mit unseren strengen Standards, ermöglichten es uns, die Frische und Qualität unserer Milch zu garantieren und zu verbessern. Wir nutzen diese Beziehungen, um unsere „kurzen und kontrollierten Lieferketten“ weiter auszubauen. Besonderes Augenmerk liegt dabei nicht nur auf der Qualität der Milch, sondern auch auf den Nachhaltigkeitsaktivitäten der Lieferanten in den Bereichen Tierwohl und ökologische Verantwortung.

Wir haben eine vollständig 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 käfigfreien Haltungssystemen zu beschaffen. 2014 haben wir unser Ziel erreicht, in der EU 100% Eier aus Bodenhaltung zu verwenden. Da unsere Eierlieferketten in Europa 95% aller von uns weltweit verwendeten Eier abdecken, verpflichten wir uns, ab 2025 weltweit nur Eier und Eiprodukte aus Bodenhaltung zu beziehen.



EIER AUS BODENHALTUNG



HANDELN



KLIMA- WANDEL

Wir verpflichten uns, den Klimawandel anzugehen, indem wir die Auswirkungen unserer Produktion verringern. Zur Verringerung unserer Treibhausgasemissionen (GHG-Emissionen) konzentrieren wir uns auf die Produktion von Wärmeenergie und Elektrizität aus erneuerbaren Quellen sowie auf die ständige Verbesserung der Energieeffizienz unserer vorhandenen Energie- und Produktionsaktivitäten.

Angesichts eines im Laufe der Jahre größer gewordenen Produktionsvolumens, unter anderem durch unsere Expansion und das ständige Streben nach Einsparungen durch Energieeffizienz in unseren Energie- und Produktionswerken, konnten wir die Gesamtintensität der Emissionen durch die Produktionsstandorte (Scope 1 und Scope 2 – „marktbasierte“ Methode) in etwa konstant halten.



ENERGIE- EFFIZIENZ

Wir bestätigen, dass die ständige Verbesserung der Energieeffizienz ein entscheidender Aspekt für die Verringerung der Treibhausgasemissionen ist. Wir haben unser Engagement für Energieeffizienz verstärkt und konzentrieren uns nun auf Einsparmöglichkeiten für unsere wichtigsten Energieverbraucher, sowohl bei Energieversorgung und als auch Produktionslinien.

In den letzten Jahren haben wir uns auf die Entwicklung von Produktionsstätten konzentriert, die Strom und Wärme in Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen oder Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungsanlagen erzeugen.



WASSER- WIRTSCHAFT

Das Problem der Wasserknappheit spielt eine immer wichtigere Rolle in der globalen Entwicklungsagenda: Wir erkennen an, dass Wasser eine grundlegende natürliche Ressource ist und dass seine zunehmende Knappheit ein großes Risiko für zukünftige Generationen darstellt.

Wir haben uns dazu verpflichtet, unsere Geschäftstätigkeit in einer Weise zu entwickeln, die eine effektive Wasserwirtschaft ermöglicht, indem wir sicherstellen, dass in unserer Produktion Wasser durch nachhaltige Initiativen effizient genutzt wird, ohne das lokale Ökosystem zu beeinträchtigen. So werden die Wasserentnahmekosten und Aufbereitungsmaßnahmen je nach Verwendungszweck festgelegt, mit dem Ziel, die Auswirkungen auf die Umwelt und andere Nutzer zu minimieren.



KREISLAUF- WIRTSCHAFT

Im Rahmen unserer Verpflichtung zur Anwendung der Prinzipien der Kreislaufwirtschaft (weg von einem linearen Wirtschaftsmodell), sehen wir Abfall, wenn wir diesen nicht verringern oder eliminieren können, als wertvolle Ressource.

Im Geschäftsjahr 2017/2018 lag unsere Abfallrückgewinnungsquote bei 95,0%, was im Vergleich zum vorhergehenden Geschäftsjahr konstant ist.



Abfallrückgewinnung

95%

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.

ISO 14001-Zertifizierung

Drei zusätzliche italienische Lager wurden im Geschäftsjahr 2017/2018 nach ISO 14001 zertifiziert. Die Zahl der zertifizierten italienischen Lager liegt damit bei zehn; diese werden von Ferrero direkt verwaltet und befinden sich außerhalb der Werke.

Transportoptimierung – Ferrero Indien

Im Geschäftsjahr 2017/2018 startete Ferrero Indien ein übergreifendes Projekt zur Optimierung des Produkttransportes: durch eine Steigerung der Containerlast um etwa 10% im Vergleich zum vorhergehenden Geschäftsjahr und eine Verringerung der Gesamtfahrtzeiten der Lkw (durch eine Vereinfachung interner Verfahrensweisen erreichbar). Wenn in jeden Lkw bzw. in jedes Schiff mehr Produkte passen, führt dies zu einer Verringerung der CO₂-Emissionen: dieses Projekt bringt Einsparungen von jährlich 47t.

Transport mit Erdgas – Ferrero Italien

Im Geschäftsjahr 2017/2018 baute Ferrero das Programm weiter aus, Flüssigerdgas als Treibstoff für Transporte zu verwenden. Die wichtigste Steigerung in diesem Bereich wurde innerhalb des italienischen Netzes erzielt, bei dem die Lieferungen unter Nutzung nationaler und internationaler Transportlinien gegen-

über dem vorherigen Geschäftsjahr gesteigert wurden. Mit diesen Lkw wurden mehr Transportstrecken zurückgelegt, mit entsprechenden CO₂-Einsparungen.

In Italien unterstützen die Behörden diese Entwicklung und die Verwendung von Biokraftstoffen für Transporte, um die europäische Richtlinie zur Förderung der Nutzung von Energie aus erneuerbaren Quellen einzuhalten. Ferrero beteiligt sich freiwillig an dieser nationalen Nachhaltigkeitsrichtlinie, um die Auswirkungen der Logistikaktivitäten zu reduzieren. Die Verpflichtung Ferreros zu Biokraftstoffen wird auch in den nächsten Jahren weitergeführt werden.

Spezielle Aktivitäten mit dem Shuttle des „Polo Albese“

Zusätzlich zum Erdgasprojekt auf nationalen und internationalen Transportlinien wurde auch für Produkttransporte im sogenannten „Polo Albese“ (also das Werk Alba, das Lager in Monticello und die entsprechenden Co-Packer, die etwa 15 km entfernt sind) ein spezielles Programm entwickelt. Ab Oktober 2018 sollen 50% der Transporte mit Lkw durchgeführt werden, die mit komprimiertem Erdgas (CNG) betrieben werden; dies betrifft eine Strecke von mehr als 170.000km.



Verstärkte Nutzung erdgasbetriebener Lkw für Inlandstransporte in Italien im Geschäftsjahr 2017/2018



NUTZUNGSENDE

HELFFEN SIE UNS, WIRKUNG ZU ERZIELEN!

Wir verpflichten uns sicherzustellen, dass unsere köstlichen Produkte Sie in perfektem Zustand erreichen. Wir nutzen alle verfügbaren Kenntnisse und Technologien um zu gewährleisten, dass unsere Verpackungen Ihren höchsten Ansprüchen genügen. Helfen Sie uns dafür zu sorgen, dass unsere Verpackungsmaterialien nicht verschwendet werden und nicht zur Verschmutzung unseres Planeten beitragen.

Was können Sie tun?

Werfen Sie Abfall niemals einfach auf den Boden!

Nicht sachgerecht entsorgter Müll beeinträchtigt die Umwelt.

Eine kürzlich durchgeführte Studie der Ellen MacArthur Foundation warnte, dass 2050 mehr Plastik als Fisch im Meer sein wird, wenn dieser Trend nicht umgekehrt wird. Wir haben uns verpflichtet, unsere Verpackungen bis 2025 wiederverwendbar, recycelbar oder kompostierbar zu machen. Dazu müssen wir jedoch über unsere gesamten Lieferketten hinweg zusammenarbeiten, um sicherzustellen, dass unsere Anstrengungen nicht vergeblich sind: Jeder von uns kann den Unterschied machen.

Wenn Sie etwas wiederverwenden können, tun Sie es!

Einige unserer Verpackungen wurden so designt, dass man sie ganz einfach wiederverwenden kann, für andere benötigen Sie etwas Kreativität.

Eine Kunststoffbox kann ein schöner Behälter für verschiedene Dinge werden und in einem Glasbehälter können Sie Ihre Plätzchen aufbewahren. Auf unserer Website finden Sie viele interessante und kreative Ideen.

Vergessen Sie das Recyclen nicht!

Wir sind bemüht, unseren Konsumenten bei der korrekten Handhabung unserer Verpackungen zu helfen, wenn das Produkt verbraucht ist. Wir haben eine Lebensende-Etikettierung entwickelt, um den Konsumenten Informationen zum Material jeder einzelnen Komponente zu liefern: Wir empfehlen unseren Konsumenten sich zu informieren, wie bei ihnen der Abfall gesammelt wird, damit sie wissen, wo und wie sie die einzelnen Verpackungselemente entsorgen können.

Beachten Sie, dass es in den einzelnen Regionen unterschiedliche Abfallentsorgungsvorschriften geben kann!

Wir fördern das Projekt, um die geografische Abdeckung des Labels zu erhöhen. Unterschiedliche gesetzliche Vorschriften, unterschiedliche Abfallentsorgungssysteme, Änderungen bei der Abfallsammlung und der begrenzte Platz, der auf der Packung zur Verfügung steht, machen dies zu einer großen Herausforderung. Unser Ziel ist es, uns zu verbessern.

Heute finden Sie diese Informationen auf allen ESTATHÉ-Verpackungen, nutella-Gläsern in den großen europäischen Ländern, nutella-Brot- und Backwaren sowie auf den Websites der kinder®-Produkte.

RECYCLINGTIPPS

- Werfen Sie kein Porzellan in die Glascontainer, da dies das Glasrecycling beeinträchtigt!
- Wenn ein Sleeve (Etikett, das um die ganze Packung herumreicht) den gesamten Flaschenkörper bedeckt, nehmen Sie es bitte ab, bevor Sie die Flasche in den Kunststoffsammler werfen.
- Kleine Kunststoffetiketten und die Kunststoffkappen können auf den Flaschen bleiben: Das Recyclingsystem kann diese verarbeiten. Problematisch sind nur Etiketten, die den gesamten Flaschenkörper bedecken.



Wir haben uns verpflichtet, unsere Verpackungen wiederverwendbar, recycelbar oder kompostierbar zu machen

2025



FERRERO



csr@ferrero.com
www.ferrero.com