

**WERTE TEILEN,
UM WERT ZU SCHAFFEN**



Soziale Verantwortung des Unternehmens

KURZVERSION DES CSR-BERICHTS 2016

FERRERO

WERTE TEILEN, UM WERT ZU SCHAFFEN

Soziale Verantwortung des Unternehmens

KURZVERSION DES CSR-BERICHTS 2016

FERRERO



INHALT

WILLKOMMEN	04
BRIEF DES CEO	05
SOZIALE VERANTWORTUNG BEI FERRERO	06
STAKEHOLDER UND WESENTLICHKEITSANALYSE DER FERRERO- GRUPPE	08
DIE ZIELE DER GRUPPE BIS 2020	10
 DIE GRUPPE	12
 DIE MENSCHEN	14
 DER PLANET	20

WILLKOMMEN...

Der vollständige CSR-Bericht 2016 sowie diese Kurzfassung wurden von der Abteilung Institutional Affairs, Public Relations und Corporate Communications der Ferrero-Gruppe erarbeitet (E-Mail: csr@ferrero.com).

Die vollständige Version des CSR-Berichtes 2016, der unter www.ferrerocsr.com veröffentlicht ist, wurde nach den „GRI Sustainability Reporting Standards“ (2016) und den „Food Processing Sector Disclosures“ (2014) erstellt, beide veröffentlicht von GRI (Global Reporting Initiative), gemäß der Option „Core“.

Außerdem wurden folgende Referenzpunkte berücksichtigt:

- die zehn Global Compact-Prinzipien der Vereinten Nationen;
- der ISO-Leitfaden (International Standard Organisation) 26000:2010 „Guidance on social responsibility“ zur gesellschaftlichen Verantwortung;
- die Richtlinien der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für multinationale Unternehmen.

Die vollständige Version wird dem GRI Content Index Service vorgelegt und teilweise von Deloitte & Touche S.p.A. überprüft.

BRIEF DES CEO

2016 feierte die Ferrero-Gruppe ihr 70-jähriges Jubiläum: 70 Jahre geprägt von einer langfristigen Vision, von ständiger Verbesserung und starken Werten, die alle auf unserer Geschichte und unserer Leidenschaft aufbauen. Dieser wichtige Meilenstein bestätigt den „Ferrero way of doing things“, also die Art, wie wir bei Ferrero handeln. Dies drückt sich aus in der Liebe für alles, was „gut gemacht“ ist, in der Achtung und im Engagement dafür, die Bedürfnisse unserer Konsumenten zu erfüllen, im konstanten Streben nach Qualität, sowie in außergewöhnlicher Kreativität. Diese Werte sind unsere Wurzeln. Sie sind die DNA unseres Familienunternehmens. Mein Vater Michele hatte den Mut nach Höherem zu streben und die Gabe an den Erfolg zu glauben. Als umsichtiger Unternehmer hörte er nie auf, Neues zu erkunden, indem er eine „Kultur des Machens“ förderte. Die Welt wird immer denjenigen gehören, die etwas tun, und denen, die entschlossen sind, kontinuierlich nach Exzellenz zu streben.

Auch in diesem Jahr hat unser Streben nach Exzellenz Früchte getragen. Zum Ende des Geschäftsjahres 2015/2016 betrug der Nettoumsatz der Ferrero-Gruppe 10,3 Milliarden Euro und lag damit 8,2 % über dem Vorjahreswert. Trotz der weltweit anhaltend schwierigen wirtschaftlichen Lage ist es uns gelungen, zu wachsen und unsere Marktposition zu konsolidieren. Wir sind weiterhin der drittstärkste Hersteller von Schokoladenprodukten. Wir sind expandiert und haben ein globales Markenportfolio mit langfristiger Perspektive aufgebaut.

Neben langfristigen Zukunftsstrategien brauchen wir in der Gegenwart auch Disziplin und Konsequenz. Unsere Werte, Erfahrungen und guten Praktiken unseren Konsumenten gegenüber sind Ausdruck für Ferreros Geschäftsethik. Unser Wachstum geht Hand in Hand mit dem Respekt für Mensch und Planet, der für Ferrero wichtiger ist als wirtschaftliche Ziele. Dass wir ein globaler Konzern sind, hindert uns nicht daran, lokal zu handeln und so eine starke Bindung zu Mensch und Region aufrechtzuerhalten.

Mit dem vorliegenden Bericht erneuern wir unsere Unterstützung für die Global- Compact-Prinzipien der Vereinten Nationen, die weltweit größte Nachhaltigkeitsinitiative für Unternehmen.



Seit 2011 befürworten wir diese Initiative und haben aktiv dazu beigetragen, das Erreichen der von den Vereinten Nationen aufgestellten Sustainable Development Goals der „Agenda 2030“ voran zutreiben.

Und schließlich wollen wir den „Ferrero way of doing things“, also Ferreros Art zu handeln, umsetzen; dazu gehört auch, unsere Werte zu teilen. Diese gelten heute genauso wie in der Vergangenheit und schaffen so ein gemeinsames Wertesystem für alle unsere Stakeholder, von den Menschen, mit denen wir zusammenarbeiten, bis hin zu den Gemeinschaften, in denen wir tätig sind.

Juli 2017

Giovanni Ferrero
Chief Executive Officer
Ferrero International

SOZIALE VERANTWORTUNG BEI FERRERO



Ferrero hat sich schon immer dafür engagiert, solide Verpflichtungen einzugehen, die dem Schutz von Mensch und Planet dienen und gibt diesen Vorrang gegenüber seinen wirtschaftlichen Zielen. Diese Einstellung ist Teil der DNA des Unternehmens und wird auch 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 weitergehen kann, und ich versichere Ihnen, dass ich erst zufrieden sein werde, wenn es mir mit belegbaren Fakten gelungen ist, Ihnen und Ihren Nachkommen eine sichere und unbeschwerte Zukunft zu garantieren.*“

Michele Ferrero

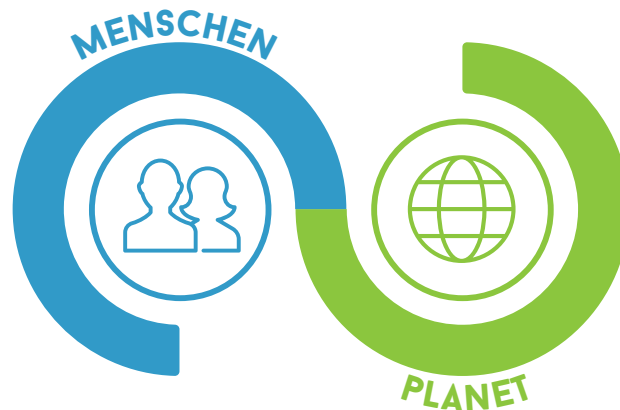
Der Begriff Soziale Verantwortung des Unternehmens bedeutet für die Ferrero-Gruppe schon immer, sich für Mensch und Region einzusetzen, also für Mitarbeiter und ehemalige Mitarbeiter, Verbraucher, Familien und lokale Gemeinschaften. Dieses Prinzip der Sozialen Verantwortung hat die ersten Schritte von Ferrero geprägt, die vor siebzig Jahren in Alba gemacht wurden, und bleibt auch heute unverändert.

Für Ferrero war die wichtigste offizielle 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 der Nachhaltigkeitsansatz von Ferrero auf der Strategie für die soziale unternehmerische Verantwortung, **„Werte teilen, um Wert zu schaffen“.**

Umgesetzt wird diese Strategie tagtäglich durch unser Engagement für Verbraucher, das sich in höchster Produktqualität, Innovation und transparenter Kommunikation ausdrückt. Für Ferrero bedeutet das, die Schaffung eines geteilten Wertes über die gesamte Lieferkette hinweg. Dies beginnt bei der Fürsorge für die Menschen, die die Geschichte der Gruppe geschrieben haben und noch schreiben. Und es setzt sich darin fort, die lokalen Gemeinschaften zu unterstützen, einen aktiven Lebensstil bei Kindern und Jugendlichen sowie deren Familien zu fördern, sowie in der starken Verpflichtung zu nachhaltigen landwirtschaftlichen Praktiken und dem Schutz der Umwelt.

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



MENSCHEN

Für Ferrero ist Kundenorientierung nicht nur ein Wert, sondern etwas, was jeden Tag gelebt wird. Ein Verantwortungsgefühl, das über geschäftliche Ziele hinausgeht. Diese Verantwortung spiegelt sich in Ferreros Strategie für Ernährung wider, kontinuierlicher Innovation, Qualität und Frische der Produkte, in Lebensmittelsicherheit sowie in verantwortungsvoller und transparenter Kommunikation. Außerdem widmet Ferrero große Aufmerksamkeit seinen aktuellen und ehemaligen Mitarbeitern und den Menschen in den Gemeinschaften, in denen das Unternehmen tätig ist. Dies äußert sich in Aktivitäten und Initiativen wie der Fondazione Ferrero und dem Progetto Imprenditoriale Michele Ferrero, das in Afrika und Asien aktiv ist. Außerdem setzt die Gruppe ihr Engagement für die 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 Ferrero hat es höchste Priorität, die Auswirkungen seiner Aktivitäten auf die gesamte Lieferkette zu überwachen und zu verbessern. Besonders wichtig ist hier die Umstellung auf eine nachhaltige Beschaffung der wichtigsten Rohstoffe. Außerdem setzt sich die Gruppe dafür ein, umweltschonend zu produzieren, indem sie die besten verfügbaren Technologien anwendet, Energie, Materialien und natürliche Ressourcen effizient nutzt und verantwortungsvoll und angemessen mit den Wasserressourcen umgeht. Ferrero setzt dieses Engagement fort, um die Umweltauswirkungen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg zu minimieren, von der Rohstoffgewinnung über die Produktionsstätten bis hin zu Logistik.



Zur Festlegung und Handhabung ihrer Richtlinien zur sozialen Verantwortung (CSR-Richtlinien) verfügt die Ferrero-Gruppe über ein eigenes Büro, das für CSR zuständig ist (Mailadresse: csr@ferrero.com).

STAKEHOLDER UND WESENTLICHKEITSANALYSE DER FERRERO-GRUPPE

2015 hat die **Ferrero-Gruppe** mit der Anwendung der neuen G4 Sustainability Reporting Guidelines die **Analyse der relevanten Nachhaltigkeitsthemen durch ein internes Verfahren zur Feststellung der Wesentlichkeit aktualisiert**: Insbesondere ist es Ziel der

Wesentlichkeitsanalyse herauszufinden und zu bewerten, welche Bedeutung verschiedene Nachhaltigkeitsthemen haben, welche die Möglichkeit der Gruppe beeinflussen, Wert zu schaffen bzw. die die Stakeholder für relevant halten.

STAKEHOLDER MAPPING

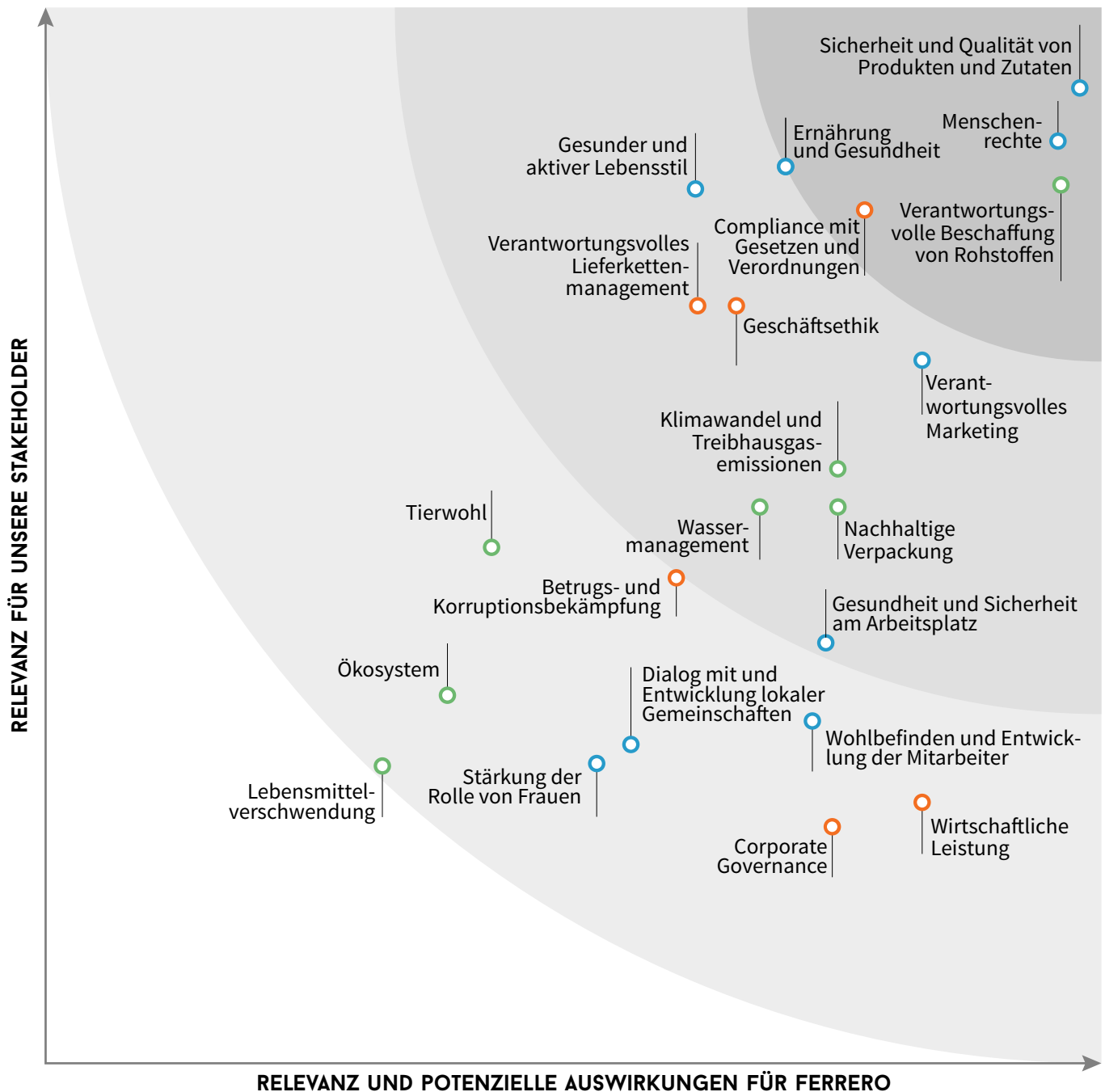


KURZVERSION

Für die Erstellung des CSR-Berichts und dieser Kurzversion wurde daher die **Liste der internen und externen Stakeholder** (Stakeholder Mapping) sowie die **Wesentlichkeitsmatrix der relevanten Themen bestätigt**, die im selben Jahr aktualisiert wurden. Mit den dabei erfassten Stakeholdern hat

Ferrero einen konstanten Dialog eingerichtet und beteiligt sich dabei aktiv an den Diskussionen und Arbeitsgruppen der Branchenverbände, bei denen es Mitglied ist. Außerdem hat die Gruppe mit einigen NGOs, die ebenfalls im Bereich CSR aktiv sind, einen strukturierten Dialog aufgebaut.

WESENTLICHKEITSMATRIX




DIE GRUPPE


DIE MENSCHEN


DER PLANET

DIE ZIELE DER GRUPPE BIS 2020

Die Ferrero-Gruppe verfolgt bei der Sozialen Verantwortung einen Ansatz, der geprägt ist von **konstantem Engagement** zur Erschaffung von Wert. Dieses Engagement ist für die Gruppe unabdingbar und von wesentlicher Bedeutung. Es wird durch **konkrete Ziele, Aktivitäten und Ergebnisse** umgesetzt.

BEREICH	BESCHREIBUNG	STATUS
	FSSC 22000 Zertifizierung Lebensmittel-sicherheit für alle Produktionsstandorte – 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 % (gegenüber dem 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 

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 Energieaktionsplanes in Übereinstimmung mit den lokalen Vorgaben bestehender und zukünftiger Produktionsstätten mit Blick auf Verringerung der Emissionen	Bis 2020 
	Verringerung der durch Produktionsaktivitäten verursachten CO₂-Emissionen um 40 % (gegenüber 2007)	Bis 2020 
	Verringerung der Treibhausgasemissionen um 30 % (Tonnen CO ₂ -Äquivalente _{2eq}) bei Transport und Lagerung (gegenüber 2009)	Bis 2020 
	Nutzung von Verpackungsmaterialien aus erneuerbaren Quellen (+10 % gegenüber 2009)	Bis 2020 
	100 % Karton¹ aus Primärfasern aus als nachhaltig zertifizierter Lieferkette	Erreicht im Dezember 2014 
	100 % Papier² aus Primärfasern aus nachhaltig zertifizierter Lieferkette	Verlängert bis 2017 



DIE MENSCHEN



DER PLANET



IM PLAN

NICHT
IM PLAN1. Als „Karton“ gelten Materialien mit einer Masse von mehr als 225 g/m².2. Als „Papier“ gelten Materialien mit einer Masse von weniger als 225 g/m².

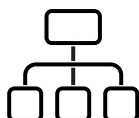
01

DIE GRUPPE



1.830.193 t

GENUTZTE LANDWIRTSCHAFTLICHE
ROHSTOFFE¹ UND
VERPACKUNGSRHSTOFFE



86

GESELLSCHAFTEN, DIE VON
FERRERO INTERNATIONAL
S.A. KONSOLIDIERT UND
GEFÜHRT WERDEN



1.265.950 t

PRODUKTION GESAMT



10.325.845
(€/000)

KONSOLIDIERTER NETTOUMSATZ

NR 1.

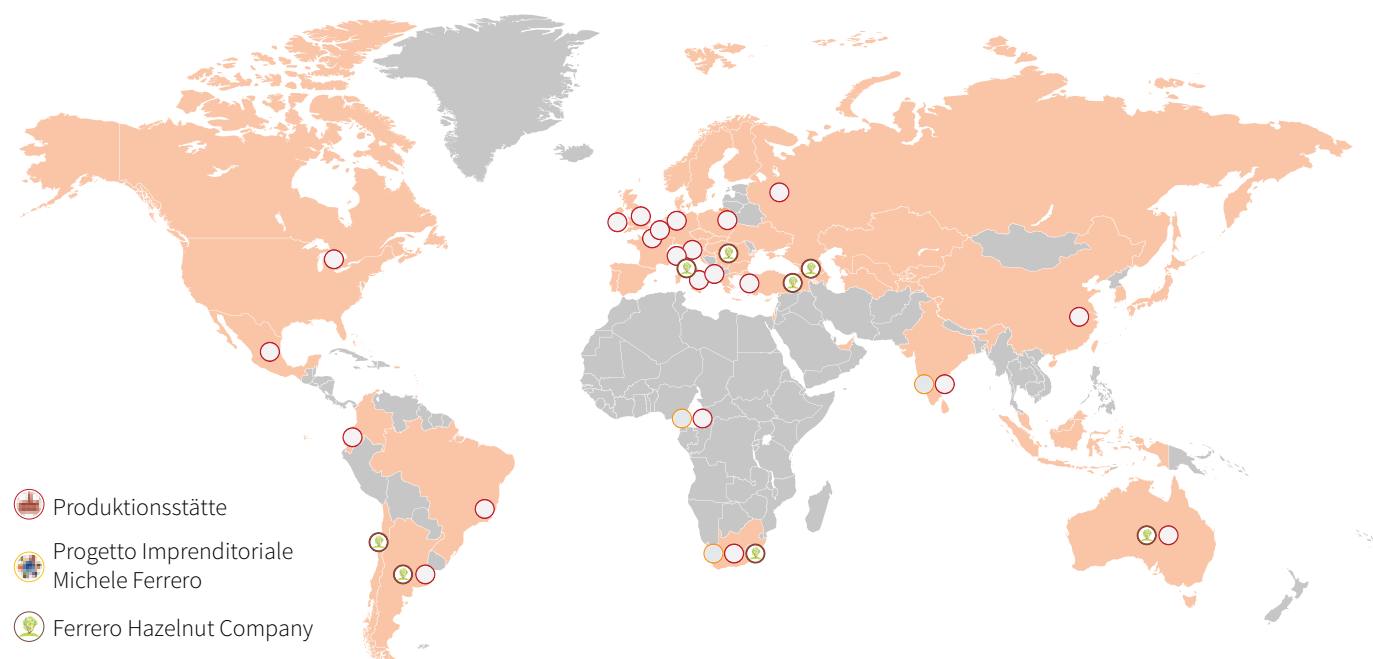
LEBENSMITTELUNTERNEHMEN IM RANKING
DER 100 UNTERNEHMEN WELTWEIT MIT DER
BESTEN REPUTATION



NR 17.

IM WELTWEITEN RANKING DER 100
UNTERNEHMEN MIT DER BESTEN
REPUTATION

1. Diese Zahl beinhaltet auch die für die Rezepturen der Ferrero-Produkte erforderliche Wassermenge, Rohstoffe für Überraschungen sowie Hilfsmaterialien im Produktionsprozess.



DIE FERRERO-GRUPPE IST IN 55 LÄNDERN VERTRETEN

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

22

WERKE AUF
5 KONTINENTEN



6
8

LANDWIRTSCHAFT-
LICHE UNTERNEHMEN
VERARBEITUNGS-
BETRIEBE

170+

IN MEHR ALS 170 LÄNDERN
WERDEN FERRERO-
PRODUKTE VERTRIEBEN

PROGETTO IMPRENDITORIALE
MICHELE FERRERO

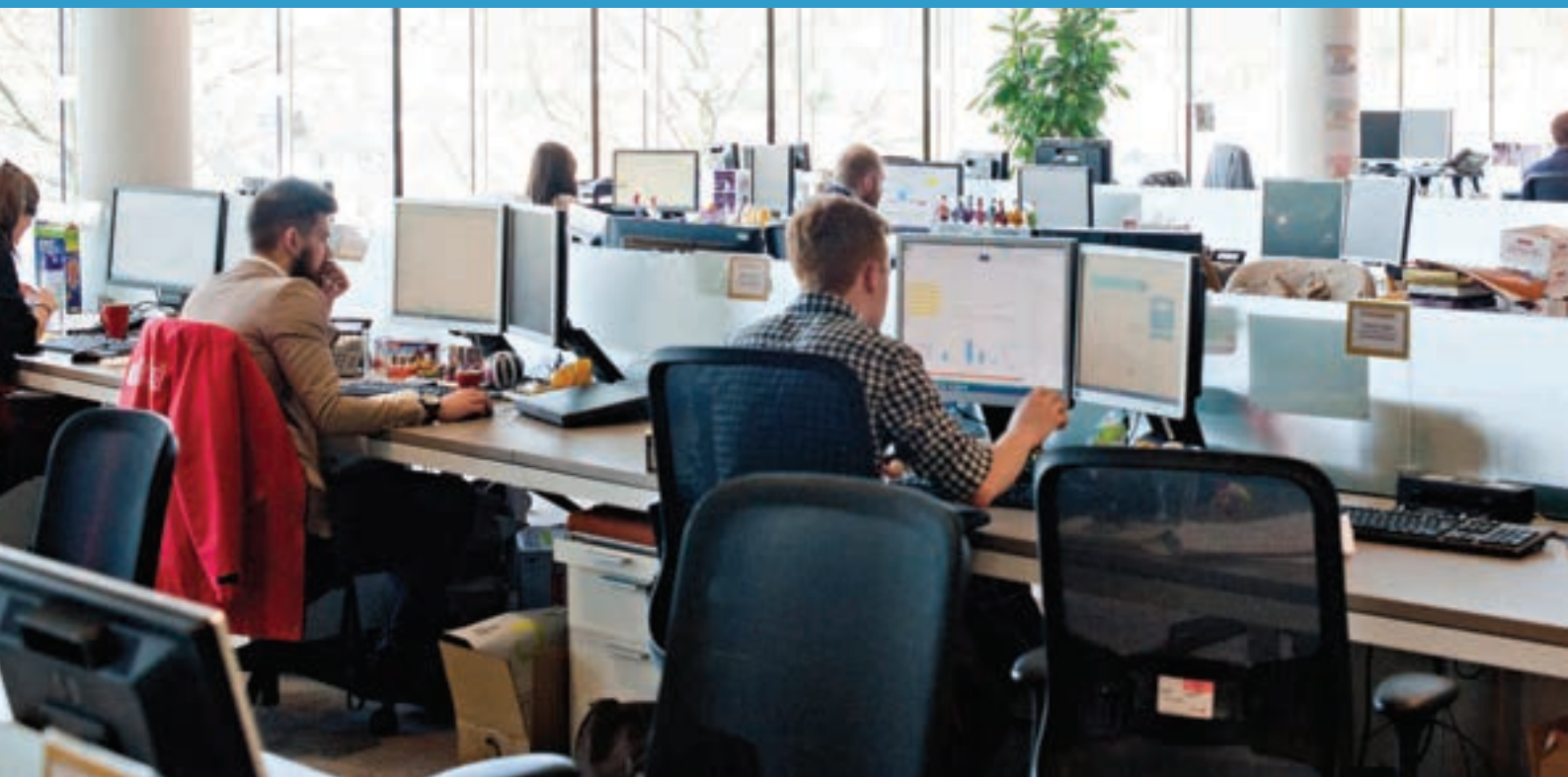
IN 3 LÄNDERN
AKTIV

Ferrero ist Teil zahlreicher **europäischer und internationaler Organisationen und Verbände**, die bei Schlüsselthemen wie sozialer, wirtschaftlicher und ökologischer Nachhaltigkeit, Transparenz, Lebensmittelsicherheit und Schutz der Brancheninteressen nach den Richtlinien und Werten der Gruppe handeln.

Seit 2011 setzt Ferrero außerdem den ABCDE-Plan um (A Business Code Dialogue Engagement), um allen Kooperationspartnern entlang der Wertschöpfungskette den Code of Business Conduct vorzustellen. Der Code of Business Conduct basiert auf den Unternehmensprinzipien von Ferrero und entspricht dem Ethikkodex der Gruppe.

02

DIE MENSCHEN



40.351¹

MENSCHEN DIE FÜR DIE GRUPPE ARBEITEN
ZUM 31.08.2016



2.700+

ZAHL DER MITARBEITER DES PROGETTO
IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO
ZUM 31.08.2016



113

NATIONALITÄTEN



3.500+

EHEMALIGE MITARBEITER UND
DEREN PARTNER WERDEN VON DER
FONDAZIONE FERRERO BETREUT



**4,4
MILLIONEN**

KINDER² KAMEN DURCH
KINDER+SPORT IN BEWEGUNG

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

2. Zahl der Kinder, die aktiv an den von Kinder+Sport unterstützten Programmen und Veranstaltungen teilnehmen.

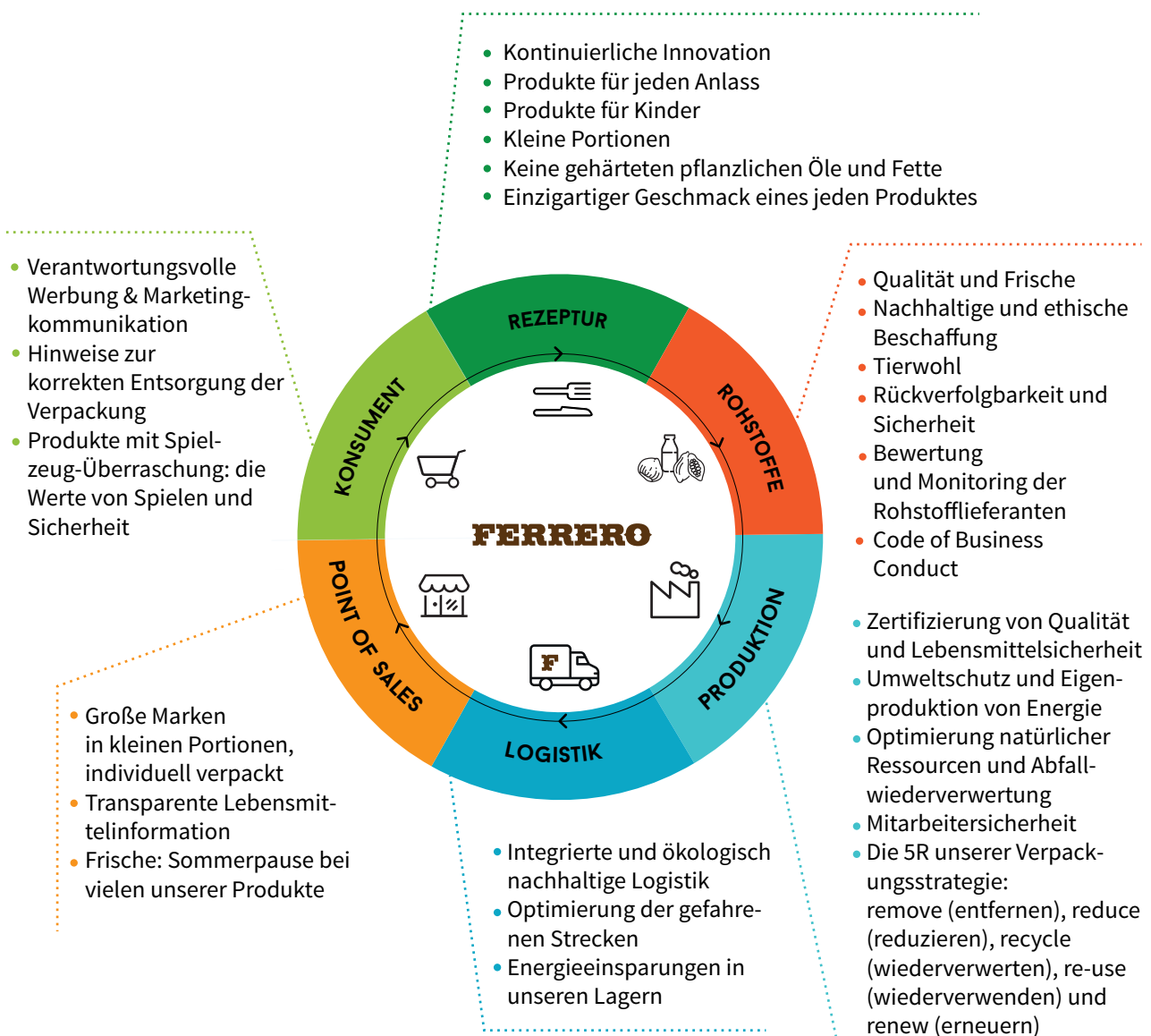
Die Ferrero-Gruppe verdankt ihre Entstehung und Weiterentwicklung – von einer Generation zur nächsten – der **Leidenschaft der Menschen**, die ein Teil von ihr waren und sind, wie auch dem Vertrauen, das Konsumenten den Produkten und dem Unternehmen ununterbrochen entgegenbringen.

Das Engagement von Ferrero für die Menschen spiegelt sich in der **Wertschöpfungskette seiner Produkte wider**, das von Verantwortung und Nach-

haltigkeit geprägt ist, angefangen bei ernährungsphysiologisch ausgewogenen Rezepturen über die Auswahl der Rohstoffe bis hin zu einer zutreffenden Kommunikation an die Konsumenten.

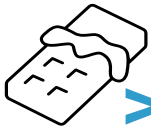
Menschen stehen schon immer im Mittelpunkt der Strategie der Gruppe. Sie bilden einen **einzigartigen Mehrwert**, dem durch spezielle Projekte und Initiativen besondere Aufmerksamkeit gewidmet wird.

DIE WERTSCHÖPFUNGSKETTE UNSERER PRODUKTE: EINE VERANTWORTUNGSVOLLE AUFGABE



UNSERE KONSUMENTEN

Ferrero will **mit Leidenschaft und Engagement die Konsumenten zufriedenstellen, jeden Tag**. Daher steht der Konsument im Mittelpunkt täglichen Handelns.



>95 %

DER FERRERO-PRODUKTE
SIND IN PORTIONEN

<150 kcal

ERHÄLTICH

ERNÄHRUNG

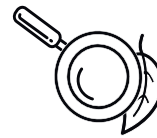
Ferrero hat eine spezielle Strategie entwickelt, die auf einer besonderen Art von Süßwarenprodukt basiert. Einem Produkt, das durch hochwertige Rohstoffe charakterisiert wird, die durch ihre natürliche Zusammensetzung dazu beitragen, Energie zu liefern. Darüber hinaus enthalten sie die Art und Menge von Mikronährstoffen, die für die Gesundheit wichtig sind.

Die kleinen Packungsgrößen und Rezepturen der Produkte ermöglichen es den Verbrauchern, Ernährungsmodelle anzuwenden, bei denen die tägliche Kalorienzufuhr auf mehrere Mahlzeiten verteilt ist. Unterstützt wird dies durch eine klare, umfängliche Nährwertkennzeichnung. Außerdem engagiert sich die Gruppe im Bereich der wissenschaftlichen Forschung, um **gute Ernährungsgewohnheiten zu fördern**.

QUALITÄT UND FRISCHE

Das Ferrero-Geschäftsmodell ist darauf ausgerichtet, **maximale Qualität und Frische der Produkte** über die gesamte Beschaffungskette hinweg sicherzustellen und Abfälle zu minimieren. Seit Bestehen legt Ferrero größte Aufmerksamkeit auf die Auswahl der Rohstoffe und Zutaten.

Qualität und Frische der Rohstoffe und Zutaten bestimmen die besonderen sensorischen Eigenschaften der Produkte. Produktqualität sowie -sicherheit werden durch ein System interner Verfahrensweisen garantiert. Diese Verfahrensweisen werden durch systematische Audits überprüft, die die zentrale Qualitätsabteilung in den Werken und der gesamten Beschaffungskette durchführt, sowie durch eine hohe Innovationsrate.



>600.700

ROHSTOFFKONTROLLEN
UND -ANALYSEN

>1.400.000

KONTROLLEN BEI VERPACKUNGEN,
HALBFERTIG- UND FERTIGPRODUKTEN



IN EUROPA BEWIRBT FERRERO
KEINE LEBENSMITTEL-
PRODUKTE GEGENÜBER
KINDERN UNTER

**12
JAHREN**

VERANTWORTUNGSVOLLE KOMMUNIKATION

Für die Gruppe bedeutet soziale Verantwortung auch, sich einer Reihe von **Selbstverpflichtungen unterzuordnen, insbesondere zur Nährwertkennzeichnung und Werbung**. Diese Verpflichtungen werden kontinuierlich durch **unabhängige externe Organisationen überwacht**. Diese bestätigen die hohen Konformitätsraten.

Ferrero verpflichtet sich, den Interessen der Konsumenten bestmöglich Rechnung zu tragen, indem es ihnen wahrheitsgemäße und präzise Kommunikation liefert. Damit will Ferrero dazu **beitragen, dass Konsumenten** im Hinblick auf Ernährung und Lebensstil **die am besten geeigneten Entscheidungen treffen**.

KINDER SURPRISE COMPANY

Seit mehr als 40 Jahren tragen die KINDER® Produkte von Ferrero dazu bei, dass **Kinder aller Altersgruppen glücklich aufwachsen**, denn sie schaffen kleine Momente voller Emotionen. Im Laufe dieser Zeit hat sich der Prozess weiterentwickelt, mit dem die Überraschungen kreiert werden. Gleich geblieben ist jedoch die Verpflichtung, sichere, innovative Produkte zu schaffen und diese immer weiter verbessern zu wollen.

Die Kinder Surprise Company (KSC) ist ein Unternehmensbereich der Gruppe, der sich der Entwicklung und Herstellung der kleinen Kinder® Spielzeuge widmet, deren Merkmale und Spielbarkeit speziell für das Miniaturformat der Kinder® Welt entwickelt und optimiert werden müssen.

65



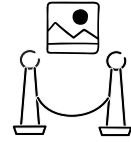
SICHERHEITS- UND
QUALITÄTSTESTS
WERDEN DURCHFÜHRT
STATT DER NUR
38, DIE IM RAHMEN
INTERNATIONALER
VORSCHRIFTEN
GEFORDERT WERDEN

DIE FONDAZIONE FERRERO



Die Stiftung Ferrero wurde 1983 als soziale Einrichtung von Michele Ferrero gegründet. Unter der Leitung ihrer unermüdlichen Präsidentin Maria Franca Ferrero verfolgt sie hauptsächlich das Ziel, die **Lebensqualität älterer Menschen durch Herstellung sozialer Beziehungen, Engagement und Wissen zu verbessern.**

Die Fondazione Ferrero engagiert sich für soziale, gemeinnützige, kulturelle und künstlerische Projekte, vor allem zugunsten von ehemaligen Ferrero-Mitarbeitern und von Kindern. Dies geschieht durch zahlreiche soziale und kulturelle Projekte, soziale Unterstützung, einen Kindergarten und Kooperationen mit Universitäten. Nach dem Vorbild der Fondazione, deren Motto „Arbeiten, Aufbauen, Zurückgeben“ lautet, wurden auch in Deutschland und Frankreich solche Organisationen eingerichtet.



>90.000

BESUCHE DER AUSSTELLUNG FUTURBALLA



1.112

ARZTBESUCHE VON EHEMALIGEN FERRERO-MITARBEITERN UND DEREN EHEPARTNERN

DIE MENSCHEN BEI FERRERO

Zum 31. August 2016 zählt die Gruppe 32.990 Mitarbeiter, 13 Mitarbeiter der Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero und 7.348 externe Mitarbeiter³, also **insgesamt 40.351 Personen**. Vertreten sind 113 Nationalitäten.

Die Gruppe bestätigt das **Wachstum außerhalb Europas (37,3%)** und die **Konstanz des Frauenanteils (44,2%)**. Außerdem verpflichtet sich Ferrero, der Sicherheit und Gesundheit von Mitarbeitern, Subunternehmern, Besuchern und aller anderen Personen, die in Kontakt mit dem Unternehmen stehen. Darüber hinaus investiert Ferrero in die Weiterbildung seiner Mitarbeiter. Zu diesem Zweck bietet die Ferrero University durch ihre 4 Learning Pillars an den einzelnen Standorten zahlreiche Initiativen.



44,2 %

FRAUEN



564.038

WEITERBILDUNGSSTUNDEN
DER FERRERO UNIVERSITY

3. Diese Zahl schließt auch Mitarbeiter mit Zeitverträgen oder Außendienstmitarbeiter ein, Praktikanten und Mitarbeiter in anderen direkten Beschäftigungsverhältnissen, mit Ausnahme von Dienstleistungsverträgen.

PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO



Kamerun (Yaoundé)



Südafrika (Walkerville/Midvaal Gauteng)



Indien (Baramati/Pune, Maharashtra)

Der unternehmerische und philanthropische Geist, der schon immer charakteristisch für die Ferrero-Gruppe war, war Inspiration für die Gründung der Imprese Sociali Ferrero, die Michele Ferrero vor etwa zehn Jahren initiierte und realisierte, zunächst in Kamerun und später auch in Südafrika und Indien. Trotz ihres sozialen Aspekts, sind sie in jeder Hinsicht richtige Unternehmen. Sie sind also darauf ausgerichtet, **Gewinn zu erzielen**. Dennoch **liegt ihnen eine soziale Idee zugrunde**, denn sie sollen in den weniger begünstigten Regionen der Schwellenländer **Arbeitsplätze schaffen**.

Mit der Durchführung von **Initiativen mit sozialem und humanitärem Charakter** sollen außerdem Gesundheit, Bildung und soziale Weiterentwicklung von Kindern und Jugendlichen in den entsprechenden Ländern gefördert werden.

Die Imprese Sociali Ferrero wurden 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 Kräften unterstützt hat.

PROGETTO IMPRENDITORIALE MICHELE FERRERO

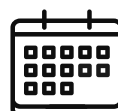


KINDER+SPORT



Die Förderung der Lebensqualität und eines aktiven Lebensstils ist eine der wichtigsten Aufgaben der

Ferrero-Gruppe, und seit 10 Jahren ist Kinder+Sport das dazugehörige Programm: Es **fördert die Ausübung von Sport** und trägt dazu bei, Kindern aus aller Welt **Spaß an Bewegung zu vermitteln** und sie von Klein auf zu einem aktiven Lebensstil zu ermutigen. Eine verantwortungsvolle Aufgabe, die in **28 Ländern** umgesetzt wird und in deren Rahmen 2015 das „Joy of Moving Manifest“ entwickelt wurde, das auf der Expo Milano 2015 präsentiert wurde. Die erzielten Ergebnisse zeigen spürbare **Fortschritte bei den Projektzielen** (die bis 2017/2018 umgesetzt werden sollen): Beispielsweise haben im Rahmen von Kinder+Sport 2015/2016 4,4 Millionen Kinder 23 verschiedene Sportarten ausgeübt, und es wurden 125 Sportvereine und -verbände einbezogen.



>7.000

VERANSTALTUNGEN



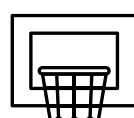
28

BETEILIGTE
LÄNDER



11,5 Mio €

INVESTITIONEN



23

SPORT-
ARTEN



125

VEREINE UND
VERBÄNDE

03

DER PLANET



100%

ALS NACHHALTIG ZERTIFIZIERTES,
SEGREGIERTES RSPO-PALMÖL
SEIT JANUAR 2015



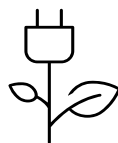
95%

WIEDERVERWERTETE
ABFÄLLE



39%

RECYCELTES MATERIAL BEI
DEN VERPACKUNGEN



~18%

DER EINGESETZTEN,
EIGENPRODUZIERTEN
LEISTUNG STAMMT AUS ANLAGEN,
DIE MIT ERNEUERBAREN
ENERGIEQUELLEN BETRIEBEN
WERDEN

KURZVERSION

Respekt und Schutz des Planeten gehören für Ferrero zu den grundlegenden Pfeilern seiner CSR-Strategie. Aus diesem Grund setzen wir uns daher dafür ein, unser Streben nach Wachstum mit **großem Respekt für die Nachhaltigkeit** zu vereinen. Dieses Engagement äußert sich in einer Reihe verantwortungsvoller

Entscheidungen. Diese zielen sowohl auf die nachhaltige Beschaffung von Rohstoffen als auch auf die Verringerung der Umweltauswirkungen in der gesamten Beschaffungskette ab, und zwar durch **zwei Projekte**:



F-ACTS – Ferrero Agricultural Commitment to Sustainability, also die nachhaltigen landwirtschaftlichen Praktiken von Ferrero, ist ein Programm, das das Engagement der Gruppe für die **Beschaffung von Rohstoffen aus nachhaltigen Beschaffungsketten** verkörpert. Die wichtigsten Ziele sind, die Bedingungen in den ländlichen Gebieten und in den lokalen Gemeinschaften sowie den Umweltschutz zu verbessern, und zwar durch Projekte und Partnerschaften, die Einführung von Standards und Zertifizierungen sowie kollektives institutionelles Engagement.



Eingeführt im Jahr 2013/2014, entwickelt das Projekt FER-Way – Ferrero Environmental Responsibility Way – einen langfristigen Ansatz, der auf einen **effektiveren Umgang mit ökologischer Nachhaltigkeit** abzielt. Die Gruppe

ist fest davon überzeugt, dass der Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft die einzige Möglichkeit ist, nachhaltiges, respektvolles Wachstum sicherzustellen.

Das Projekt FER-Way basiert auf vier Aktionen: messen, trainieren, planen und kooperieren.

FERREROS NACHHALTIGE LANDWIRTSCHAFTLICHE PRAKTIKEN

Um die Nachhaltigkeitsprojekte in den landwirtschaftlichen Produktionsketten umzusetzen, hat Ferrero **unter dem Dach von F-ACTS** Programme für die jeweiligen Rohstoffe eingeführt. Diese Programme tragen den Namen **Ferrero Farming Values (FFVs)**.

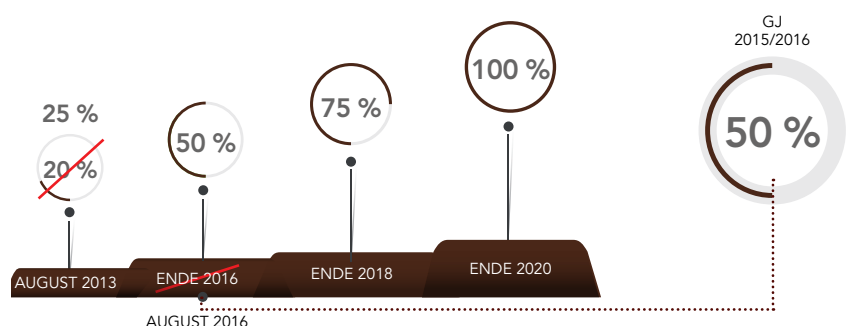


KAKAO



Beim Aufbau einer nachhaltigen landwirtschaftlichen Lieferkette besteht eine der zentralen Verpflichtungen Ferreros darin, bis Ende 2020 100% zertifizierte Kakaobohnen zu beschaffen. Im Geschäftsjahr 2015/2016 hat Ferrero mehr als 120.000 Tonnen Kakaobohnen verwendet, von denen **50% als nachhaltig zertifiziert waren, sodass das Zwischenziel bereits Ende 2016 erreicht wurde.**

Ferrero arbeitet kontinuierlich mit NGOs und Anbaubetrieben zusammen. Ziel ist es, landwirtschaftliche, soziale, ökologische und wirtschaftliche Probleme im Zusammenhang mit dem Kakaoanbau anzugehen, um Kinderarbeit zu bekämpfen und die Weiterbildung der Bauern zu ermöglichen.

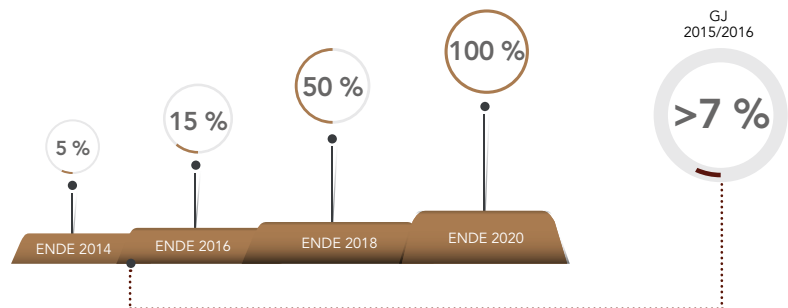




HASELNÜSSE



Im Geschäftsjahr 2015/2016 erreichte die Ferrero-Gruppe die **vollständige Rückverfolgbarkeit von mehr als 7% der Haselnusslieferungen**. Die Rückverfolgbarkeit ist grundlegend, um die Qualitätsstandards von Produktion und Produkten sicherzustellen. Die Türkei erzeugt etwa 75% der weltweiten Haselnussproduktion und Ferrero ist hier einer der wichtigsten Akteure. Aus diesem Grund hat die Gruppe 2012 beschlossen, das Programm **Ferrero Farming Turkey (FFT)** ins Leben zu rufen und weiterzuentwickeln, das Partner auf lokaler und internationaler Ebene einbezieht: Ferrero widmet den Beziehungen zu seinen türkischen Haselnusslieferanten besondere Aufmerksamkeit. Dies vor allem im Hinblick auf die hohen Qualitäts- und Sicherheitsstandards sowie eine Reihe ethischer, sozialer und ökologischer Fragen. Außerdem **unterstützte und beteiligte sich die Ferrero** im Geschäftsjahr 2015/2016 **weiterhin an der öffentlich-privaten Partnerschaft mit Caobisco** (europäischer Süßwarenverband) **und ILO** (International Labour Organization) in der Türkei für das Projekt „Integriertes Modell zur Abschaffung der schlimmsten Formen von Kinderarbeit (WFCL) in der saisonalen Landwirtschaft bei der Haselnussernte in der Türkei“.



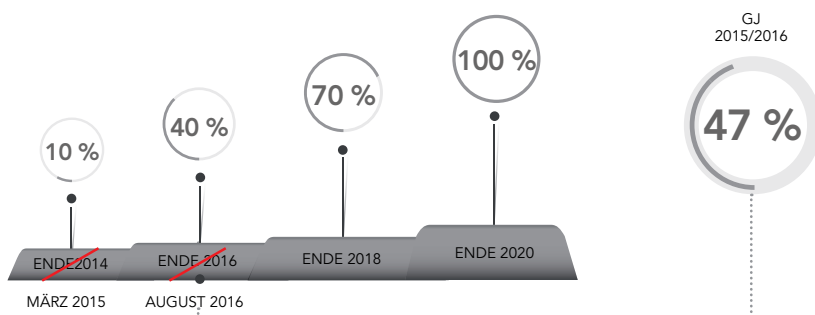
Im Geschäftsjahr 2015/2016 setzte sich die von Ferrero insgesamt gekaufte Zuckermenge zu etwa einem Viertel aus raffiniertem Rohrzucker und zu drei Vierteln aus Rübenzucker zusammen.



Ferrero hat sich verpflichtet, die vertrauensvollen Beziehungen zu zahlreichen landwirtschaftlichen Kooperativen und Zuckerherstellern zu verstärken, **um die Beschaffung von 100% GMO-freien Zuckers zu gewährleisten**. Im Geschäftsjahr 2015/2016 hat die Ferrero-Gruppe **mit einem Anteil an zertifiziertem Rohrzucker von 47% ihr für Ende 2016 gesetztes Zwischenziel von 40% bereits übertroffen**.

Seit 2010 ist die Gruppe Mitglied der „Bonsucro – Better Sugar Cane Initiative“. Bonsucro ist eine weltweit anerkannte Organisation, die die Nachhaltigkeit im Zuckerrohrsektor durch Bereitstellung eines Mess- und Zertifizierungssystems fördert.

Unterstützt wird das System durch die Anwendung von Produktionsstandards, die ihren Schwerpunkt auf die Verringerung der ökologischen und sozialen Auswirkungen legen und Themen wie Biodiversität, Ökosystem, Menschenrechte und Arbeitsbedingungen sowie die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften einschließen.





PALMFRUCHTÖL



SEIT
JANUAR 2015

100 %

Seit 2005 arbeitet die Ferrero-Gruppe auf die verantwortungsvolle Beschaffung von Palmöl hin. Seit diesem Zeitpunkt wird im Rahmen der Gruppenstrategie in die Zertifizierung durch den Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) investiert.

Seit Januar 2015 **verwendet Ferrero zu 100% als nachhaltig zertifiziertes, segregiertes RSPO-Palmöl.**

Außerdem verpflichtet sich die Gruppe, die Rückverfolgbarkeit zu perfektionieren und den Schutz des Planeten, der Arbeiter und der lokalen Gemeinschaften sicherzustellen, auch durch die Ferrero Palmöl-Charta und die Partnerschaft mit TFT (The Forest Trust).

Dank des kontinuierlichen Engagements und der Kooperation mit Lieferanten hat die **Ferrero-Gruppe wie geplant im September 2014 ihr Ziel erreicht, für alle Werke in der EU 100% der Eier aus Bodenhaltung zu beschaffen.** Außerdem beabsichtigt Ferrero, auch für die Türkei und Mexiko, wo dies keine übliche Haltungsform ist, eine Strategie für die Beschaffung von Eiern aus Bodenhaltung zu entwickeln, um das Ziel zu erreichen, dass auf **globaler Ebene** 100% aller Eier aus Bodenhaltung stammen.



FERRERO
FARMING
VALUES

Seit
September 2014

100 %

Für die Werke in der EU

EIER



MILCH



Im Laufe der Jahre hat Ferrero langfristige Beziehungen zu sorgfältig ausgewählten Milcherzeugern auf lokaler Ebene aufgebaut und pflegt diese.

Ferrero bezieht die Milch direkt von seinen Partnermolkereien, die nach strengen Standards ausgewählt werden, **um die Kontrolle der gesamten Lieferkette sicherzustellen und konstante Frische, Geschmack und Sicherheit zu garantieren.**

Durch eine kurze und kontrollierte Lieferkette ist Ferrero 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. 2015 implementierte die Gruppe das „Milk Quality Project“ (MQP) für 14 strategische Lieferanten aus verschiedenen Regionen (von Italien bis in die Türkei, von Skandinavien bis Indien), die mehr als 98% der in den europäischen Ferrero-Werken verwendeten Milch liefern.

HCo – FERRERO HAZELNUT COMPANY



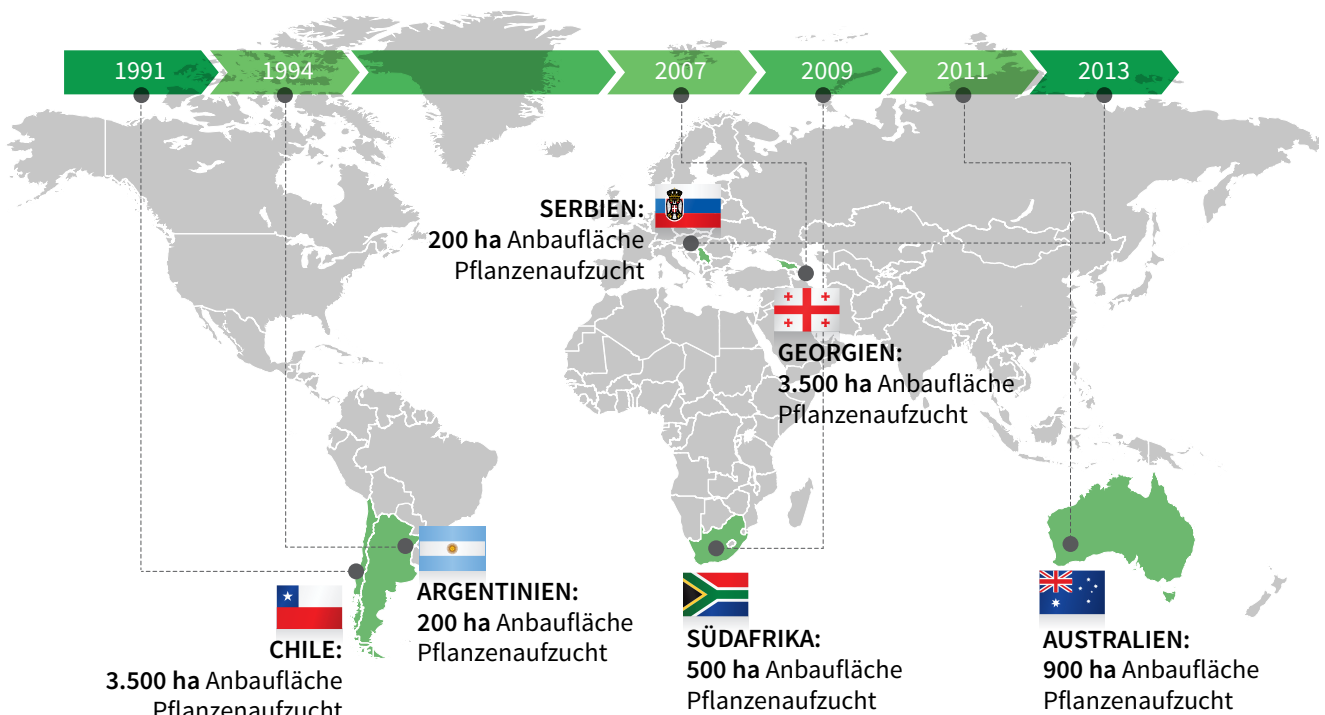
Ferreros Aktivitäten erstrecken sich inzwischen über die gesamte Haselnuss-Lieferkette, vom Feld über die industrielle Verarbeitung bis hin zum Verkauf von Halbfertigprodukten. Das ist ein Praxisbeispiel für eine **vollkommen integrierte Lebensmittellieferkette**. Ende 2014 wurde aufgrund dieses Managementansatzes die **Ferrero Hazelnut Company (HCo)** gegründet, die alle Akteure der Haselnuss-Lieferkette in eine einzige Organisation einbindet: vom Anbau auf den Farmen, der Entwicklung des Haselnussanbaus bei den Bauern, der Forschung und Entwicklung in der Landwirtschaft, der Beschaffung, der industriellen

Weiterverarbeitung und dem Verkauf von Produkten und Halbfertigprodukten auf Haselnussbasis.

Zum 31. August 2016 hatte die Ferrero Hazelnut Company (HCo) mehr als 4.000 Mitarbeiter¹, in sechs landwirtschaftlichen Ferrero-Betrieben (in Chile, Argentinien, Georgien, Südafrika, Australien und Serbien), acht Verarbeitungsbetrieben (in Italien, Chile und der Türkei) und fünf Business Units (Luxemburg, Italien, Türkei, Frankreich und Großbritannien).

Die Ferrero Hazelnut Company führte zu einer Neudefinition und Erweiterung des Handlungsspielraums der Gruppe. Während sich Ferrero in der Vergangenheit ausschließlich auf die Beschaffung beschränkte, hat es nun dank der HCo nicht nur erhebliches Know-how im Bereich Rohstoffbeschaffung erworben, sondern wurde auch zu einem der wichtigsten, weltweiten Akteure im Haselnussbereich.

FERREROS LANDWIRTSCHAFTLICHE BETRIEBE



1. Diese Zahl schließt auch Mitarbeiter mit Zeitverträgen oder Außendienstmitarbeiter ein, Praktikanten und Mitarbeiter in anderen direkten Beschäftigungsverhältnissen, mit Ausnahme von Dienstleistungsverträgen.

UMWELTAUSWIRKUNGEN MINIMIEREN

Seit der Einführung des Projekts **FER-Way** im Geschäftsjahr 2013/2014, das auf den korrekten Umgang mit ökologischer Nachhaltigkeit abzielt, legte Ferrero besonderes Augenmerk darauf, die **Auswirkungen der gesamten Lieferkette seiner Produkte zu messen**. Dieses Projekt basiert auf dem Ansatz des

Life Cycle Thinking (LCT). Dieser berücksichtigt die verschiedenen Lebensphasen der Produkte und deren Hauptauswirkungen auf die Umwelt. Er bewertet auch die Phasen, die sich der direkten Kontrolle der Ferrero-Gruppe entziehen und basiert auf vier grundlegenden Aktionsfeldern:



Außerdem unterstützt Ferrero über das Projekt FER-Way die Entwicklung einer **Kreislaufwirtschaft**, also einer Wirtschaft, die sich selbst erneuert und das traditionelle Modell des linearen Konsums ablösen wird.

Dazu hat die Gruppe den Umgang mit einigen ihrer wichtigsten Ressourcen, nämlich Lebensmittelrohstoffen, Energie und Verpackungsmaterialien, neu durchdacht. Die Betrachtung richtet sich heute nach Zyklen statt wie bisher nach konventionellen, linearen Beschaffungsketten.



FERRERO4FUTURE (FERRERO FOR FUTURE)

Im Rahmen des Projektes FER-Way wurde der **Ferrero4Future** Rahmenplan geschaffen: vier Aktionsfelder, in denen die Gruppe derzeit auf eine nachhaltigere Zukunft hinarbeitet.



1. EFFIZIENTE RESSOURCENNUTZUNG

Ressourcen sind ein wertvolles Gut für Ferrero. Sie **verantwortungsvoll zu nutzen**, ist von großer Wichtigkeit. Ressourcen wie Wasser, Energie und Verpackungsmaterialien stehen in begrenzter Menge zur Verfügung. Daher arbeitet Ferrero darauf hin, ihre Nutzung in der gesamten Produktionskette der Produkte zu verringern.

2. EMISSIONEN

Die Gruppe will als Unternehmen weiter wachsen, aber bei niedrigen Emissionen. Um ihre Auswirkungen zu verringern, **misst und kontrolliert sie daher ihre CO₂-Bilanz**, indem sie auf technologische Innovation und Zusammenarbeit setzt. Sie achtet dabei nicht nur auf die Auswirkungen ihrer eigenen Geschäftstätigkeit, sondern auf die der gesamten Wertschöpfungskette.



3. ABFALLMANAGEMENT

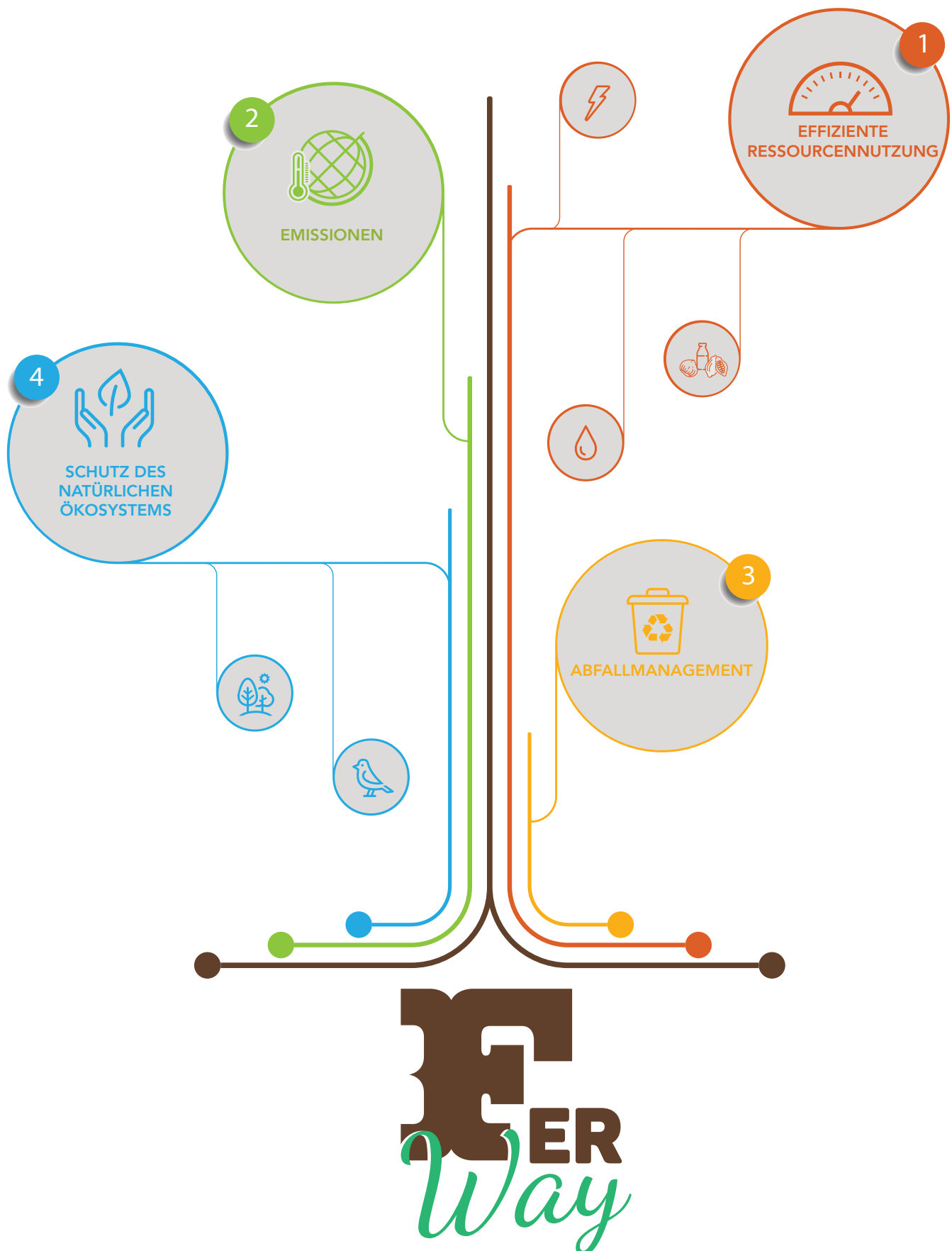
Gemäß der Gruppenrichtlinie zur **allgemeinen Verringerung von Abfällen und einer besseren Handhabung der Produktionskette** nach den Leitlinien der Europäischen Union zur Erhöhung der Abfallrückgewinnung, beziehen sich die Maßnahmen der Ferrero-Gruppe in den Produktionsstätten auf zwei Bereiche: auf die Verringerung der Abfallmenge insgesamt sowie auf die Abfallrückgewinnungskennzahl, die bei 95 % liegt.

4. SCHUTZ DES NATÜRLICHEN ÖKOSYSTEMS

Die Gruppe ist Teil des weltweiten Ökosystems. Ihre Geschäftsaktivitäten können direkt oder entlang der Lieferkette Auswirkungen haben. Es ist daher sehr wichtig, die betroffenen Teile des Ökosystems – wenn diese identifiziert sind – **aktiv zu erhalten**. Für ein Lebensmittelunternehmen wie Ferrero sind hier natürlich **Biodiversität, Abholzung und Bodennutzung** besonders wichtige Aspekte.



FERRERO4FUTURE RAHMENPLAN



FERRERO

Ferrero CSR Office
Findel Business Center, Complexe B, Rue de Trèves
L-2632 - Findel
Luxembourg
csr@ferrero.com
www.ferrerocr.com

Printed on FSC[™] certified paper



