

FERRERO

Dossier de Prensa



RA ROMÁN Y ASOCIADOS - Gabinete de prensa
Consultores de Comunicación

Tel.: 91.591.55.00

Alex Bonet: a.bonet@romanyasociados.es

Javier Aguilar: j.aguilar@romanyasociados.es

Índice

Pág. 4: Grupo Ferrero, un referente internacional del sector agroalimentario

Pág. 5: Ferrero Ibérica, 25 años compartiendo valores para crear valor

Pág. 6: La RSC de Ferrero

Pág. 7: El Producto: innovación, excelencia, originalidad

Pág. 8: Fundación Ferrero en Alba: responsabilidad, compromiso, cultura

Pág. 9: Las Empresas Sociales Ferrero: desarrollo, educación, progreso

Pág. 10: Kinder+Sport: esfuerzo, compañerismo, superación

Pág. 11: Compromiso Ferrero 2020

Pág. 12: De “Pasta Gianduja” a Nutella, internacionalización de Ferrero a través de tres generaciones familiares



FERRERO

1. Grupo Ferrero, un referente internacional del sector agroalimentario

El Grupo Ferrero es una de las empresas líderes mundiales en el sector de la agroalimentación. Sus productos se comercializan en más de **160 países**. La compañía dispone de sedes y **oficinas operativas en 46 países**, lo que



facilita su expansión y su conocimiento de los mercados en los que está presente. Algunas de las regiones donde se encuentran las sedes y oficinas operativas de Ferrero son Italia, Alemania, España, Rusia, Sudáfrica, Singapur, Australia, Estados Unidos, Argentina o Brasil, entre otras.

El último año se utilizaron más de **1,4 millones de toneladas de materias primas** para embalajes y productos. La **facturación neta consolidada ascendió un 8%** en 2012 respecto a los datos de 2011. 7,8 mil millones € en el ejercicio 2011/2012 frente a los 7,2 mil millones € en el 2010/2011.

La **facturación del Grupo Ferrero, atendiendo a su distribución geográfica**, se distribuyó de la siguiente manera: Italia representó el 20% del total; el resto de Europa, un 59%; y el negocio en América, Australia y África, el 21%.



El Grupo Ferrero dispone de **20 plantas de producción** y cuenta con una plantilla de **25.270 trabajadores, de los cuales el 43 % de ellos son mujeres**. En la plantilla de Grupo Ferrero se compone de 97 nacionalidades diferentes. Los trabajadores italianos y alemanes, que pertenecen a los dos países con mayor volumen de negocio, representan el 48% del total de empleados.

Además, la compañía trabaja con **6 empresas agrícolas**, que están presentes en Chile, Argentina, Bulgaria, Georgia, Sudáfrica y Australia. Esta diversidad agrícola y geográfica contribuye a potenciar la calidad y frescura de las materias primas. En este sentido, Ferrero contrata localmente el **99,6% de los empleados** de las empresas agrícolas.

2. Ferrero Ibérica, 25 años compartiendo valores para crear valor

Ferrero Ibérica se creó en **1988** en **Barcelona**, una de las ciudades más destacadas de Europa en cuanto a industria alimentaria, y sede de las principales empresas del sector. En sus inicios, la primera plantilla contó con 5 empleados. En la actualidad, su plantilla tiene más de 150 personas, distribuidas entre España y Portugal. La **facturación anual de Ferrero Ibérica es de 200 millones** de euros y unas ventas de **18.000 toneladas de producto**.

El crecimiento de Ferrero Ibérica ya se desarrolla de manera exponencial en sus primeros años. En 1990, dos años después de su fundación, la comercialización de los productos de Ferrero ya se realiza a través de los principales canales de distribución.



La **década de los 90** supuso el auge de los productos de Ferrero en España. Se trata de unos años de éxito para la empresa, gracias a Ferrero Rocher y a la consolidación de la línea de productos Kinder. La **primera década del nuevo milenio** confirmó el liderazgo de nuevos productos de la compañía, además del lanzamiento de una de las enseñas de la marca, Nutella, a nivel internacional.

Los productos de Ferrero en España y Portugal destacan por su reconocido **prestigio y notoriedad**. Entre las últimas campañas publicitarias en medios de comunicación destacan los anuncios de Ferrero Rocher que tradicionalmente se realizan en la campaña de Navidad.



3. La RSC de Ferrero

El Grupo Ferrero desarrolla su actividad empresarial con una profunda sensibilidad y concepción por la **Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**, que confiere a la compañía un profundo compromiso por el desarrollo de la sociedad y su bienestar, al mismo tiempo que asegura la sostenibilidad y el respeto de las materias primas y el entorno medioambiental.

Esta firme apuesta por la RSC de Ferrero se asienta sobre **cuatro pilares básicos**: el Producto, la Fundación Ferrero en Alba, las Empresas Sociales y el programa Kinder+Sport. A través de estos cuatro ejes se fundamenta un **decálogo** que consta de objetivos estratégicos que se consumarán hasta el año **2020**.

De esta forma, Ferrero contribuye a la **mejora de la sociedad**, la **sostenibilidad** medioambiental, el desarrollo de los jóvenes en torno a los valores del deporte y la creación de puestos de trabajo e implementación de proyectos de carácter social y humanitario en las zonas más desfavorecidas.



FERRERO

- *El Producto: innovación, excelencia, originalidad*

El Grupo Ferrero cuenta con una amplia gama de productos, entre los que destacan **Ferrero Rocher, Nutella, Kinder y Tic-Tac**. Para alcanzar la excelencia en su elaboración, la compañía realiza **anualmente más de 400.000 pruebas**, con una media mensual de 33.900 tests y una plantilla de unos 1.700 degustadores. Esta compañía elabora sus productos a partir de 7 material primas principales: **fruto de palma, leche, habas de cacao, avellanas, huevos, azúcar y granos de café**.



Más del 65% de los productos Ferrero en el mundo se comercializa en porciones con un peso inferior a los 25 gramos, y más del 80% tienen un peso inferior a los 40 gramos. De esta manera, Ferrero refleja su compromiso con la dieta equilibrada y saludable, que se asienta sobre tres principios capitales. Estos son la **alimentación variada**, comer en **cantidades moderadas** y la práctica de **actividad física** de manera regular.

Para alcanzar este compromiso, Ferrero promueve **el respeto y la seguridad de los consumidores** a través de una eficiente y continua política de inversión, desarrollo e investigación, que está representada en la excelente calidad, la frescura y el atractivo de sus productos. Además, mediante su compromiso con el medio ambiente, Ferrero ha trazado una serie de **objetivos a cumplir hasta el año 2020** en los que se incluyen la **certificación de sus materias primas como sostenibles** y la reducción del consumo energético e hídrico y fomentar el uso de **energías renovables**.



FERRERO

- *Fundación Ferrero en Alba: responsabilidad, compromiso, cultura*

Ferrero apuesta por **mejorar la calidad de vida de sus colaboradores y expresarles su gratitud** a través de una innovadora iniciativa que arranca en 1983, con la creación de la Obra Social Ferrero. Para ello, abrió una Fundación para el Hombre y la Cultura en Alba. Está presidida, desde su creación, por Maria Franca Ferrero, esposa de Michele Ferrero.



Esta Fundación alcanzó su reconocimiento oficial en 1991 y **en 2005 Maria Franca Ferrero recibe la Medalla de Oro del Presidente de la República Italiana**. En 2009 inauguró la guardería infantil de la Fundación, con condiciones ventajosas para los familiares de los empleados y plazas reservadas para el ayuntamiento de Alba.

Su acción se asienta sobre tres ejes:

- **Juventud.** Colabora con universidades italianas y extranjeras. Asigna becas de estudios y de investigación, y acuerda financiaciones a organismos y personas para mejorar la calidad de vida del hombre en su etapa más importante, la infancia.
- **Sociedad.** Acoge a los empleados jubilados y les ofrece asistencia sanitaria. Además, propone actividades educativas, creativas y la posibilidad de implicarse en las acciones caritativas dirigidas a las poblaciones más desfavorecidas.
- **Cultura.** Organiza congresos, conferencias, exposiciones, conciertos y seminarios en los diferentes campos del saber. Su última exposición cultural, "Carlo Carrà 1881-1966", que contó con el Alto Patrocinio del Presidente de la República Italiana, atrajo a 72.000 visitantes (6.000 de ellos niños), lo que supone más del doble de la población de Alba.

FERRERO

- *Las Empresas Sociales Ferrero: desarrollo, educación, progreso*

Ferrero se dedica a mejorar las condiciones de vida en las regiones en vías de desarrollo a través de su filial "**Impresa sociale**" ("Empresa social", en castellano). Está presente en Yaoundé (Camerún), en Baramati (India) y en Johannesburgo (Sudáfrica). Esta iniciativa permite reflexionar sobre el modelo empresarial tradicional y progresar en nociones como solidaridad y desarrollo.

La esencia de las Empresas Sociales Ferrero se basa en el concepto del emprendimiento, con un doble objetivo: **crear puestos de trabajo en los países de destino e implementar proyectos e iniciativas de carácter social y humanitario**. El 100% de los trabajadores y empleados de las Empresas Sociales se contrata en el país en el que se encuentran: **Camerún, India y Sudáfrica**. En total, **2.435 trabajadores se benefician** de estas empresas.

Entre los objetivos principales de Ferrero se encuentran el respeto de los **derechos humanos**, con especial atención a la lucha contra la explotación infantil, y **combatir la corrupción y el fraude**.

	Camerún	India	Sudáfrica
Trabajadores en 2012	191	1.886	358
Variación 2009-2012	+112%	+190%	+94%
Porcentaje de mujeres 2012	80%	35%	74%



FERRERO

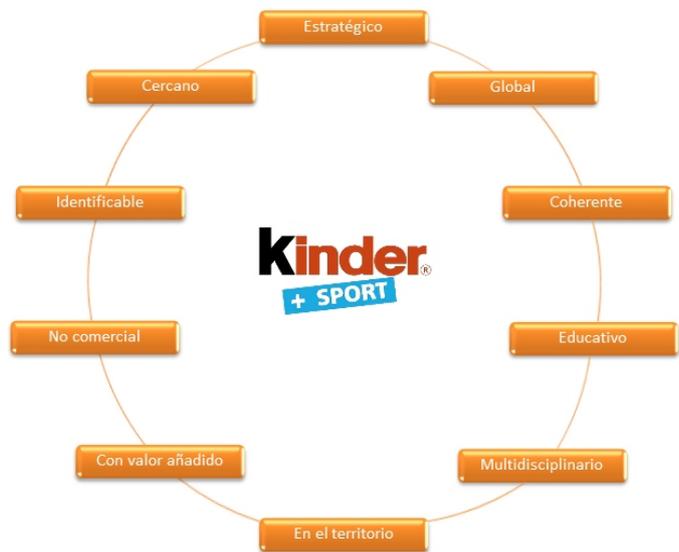
- *Kinder+Sport: esfuerzo, compañerismo, superación*



En consonancia con su compromiso con la salud a través de una dieta equilibrada, Ferrero apuesta por **fomentar la práctica del deporte con el fin de prevenir y combatir el sedentarismo y la obesidad infantil**. La compañía considera el deporte como el canal más adecuado para inculcar valores como el **esfuerzo**, la **superación** y el **compañerismo**.

Con el programa Kinder+Sport, con una **inversión anual de 7,7 millones de euros** y más de 20 países involucrados, **12 millones de niños han participado en sus actividades**. Se centra en la práctica de 14 deportes, como el volleyball, presente en España a través del programa "Pequevoley", en colaboración con la Federación Española de Volleyball; el atletismo, a través del patrocinio de la Federación de España; o el tenis, con una destacada presencia en Bélgica.

En España, el programa Kinder+Sport es patrocinador oficial de la **Federación de Atletismo y de la Fundación Ecomar**.



4. Compromiso Ferrero 2020

El Grupo Ferrero se ha marcado 10 objetivos que se ha fijado conseguir hasta el 2020. Estos se dividen en **cuatro grandes ámbitos de actividad**: los derechos humanos, el medio ambiente, las sostenibilidad de las materias primas de sus productos y el apoyo de un estilo de vida sano y saludable.

DERECHOS HUMANOS	
1. Potenciar las actividades de la Fundación Ferrero de Alba y de las Empresas Sociales Ferrero	Alcanzado y ampliado
2. Compartir el Código de Conducta Comercial en toda la cadena de valor (Plan ABCDE)	Fin 2013
3. Fomentar iniciativas internas en apoyo de una "cultura de la diversidad"	2015
MEDIO AMBIENTE	
4. Autoproducción energía eléctrica equivalente al 75% de la energía consumida por todas las plantas europeas. 25% procedente de renovables	2013/2014
Implementación de un plan de acciones energéticas a escala mundial	2020
5. Reducción 40% emisiones de CO ₂ derivadas de actividades de producción (resp. 2007)	2020
Reducción 30% emisiones gas efecto invernadero producidas por transporte y almacenaje (resp. 2009)	2020
6. Reducción 20% consumo hídrico por unidad de producción en 2020 (resp. 2009)	Conseguido
7. Uso de material derivado de recursos renovables para embalajes (+10% resp. 2009)	2020
100% papel y cartón de fibra procedente de una cadena de abastecimiento sostenible certificada	2014
MATERIAS PRIMAS	
8. 100% cacao certificado como sostenible	2020
100% café sostenible	2013
100% aceite de palma sostenible y segregado	2014
100% azúcar de caña de fuentes de abastecimiento sostenibles	2020
100% avellanas sostenibles a través de un plan de trazabilidad	2020
9. 100% huevos de las gallinas criadas en el suelo, respetando el bienestar	2014
POR UN ESTILO DE VIDA SANO	
10. Apoyo continuado y difusión de "Kinder + Sport"	Alcanzado y ampliado

	En línea con lo propuesto
	Ligeramente reformulado
	Conseguido por adelantado



FERRERO

5. De “Pasta Gianduja” a Nutella, internacionalización de Ferrero a través de tres generaciones familiares

Ferrero fue creada en 1946 en Piamonte (Italia). Su propietario actual es **Michele Ferrero**, el hombre más rico de Italia según la revista Forbes, que estima su patrimonio en 20.600 millones de dólares. El **actual CEO** de la empresa es **su hijo, Giovanni Ferrero**, que continúa la tradición de dirigir una compañía de éxito fundamentada en sólidos valores familiares.

El abuelo de Giovanni, y padre de Michele, Pietro Ferrero, inventó a mediados de los años 40 del siglo XX una **crema de avellana y cacao** que podía ser extendida sobre el pan a la que llamó “Pasta Gianduja”. El producto fue un éxito y pasó rápidamente de la producción artesanal a una producción industrial, lo que llevó a fundar la empresa que heredó el apellido familiar.



Esta “**Pasta Gianduja**” evolucionó y dio origen a la popular **Nutella**, que adquirió este nombre en **1964**. A partir de entonces, el producto se extendió por numerosos países. Ferrero decidió entonces **diversificar la elaboración de dulces** y apostó por un producto que se convertiría en una de sus marcas más conocidas, los originales bombones **Ferrero Rocher**.

Pietro y Michele Ferrero, padre e hijo, continuaron innovando y expandiendo sus productos. Gracias a la colaboración de su esposa, **Maria Franca**, actual Presidenta de la Fundación Ferrero en Alba, Michele Ferrero fue el **primer industrial italiano de la posguerra en el sector de la pastelería que abrió fábricas y sedes operativas en el extranjero**, lo que llevó a la internacionalización de la compañía.



La historia de Ferrero ha llegado, con Giovanni Ferrero, a su **tercera generación**. Giovanni y su hermano Pietro trabajaron juntos durante más de diez años como directores gerentes. En abril de 2011, Pietro falleció trágicamente en Sudáfrica mientras realizaba una misión humanitaria, inspirada y dirigida por él mismo, con el objetivo de reforzar las “Empresas Sociales” de Ferrero.

Giovanni Ferrero continúa exitosamente al frente de esta compañía multinacional. Detrás de ella está la historia de una familia piamontesa brillante y tenaz, cuyo objetivo se asienta sobre el lema de la Fundación: **“Trabajar, crear, donar”**.