

## il caso

ROBERTO FIORI

**T**utto è cominciato 65 anni fa nella piccola città piemontese di Alba. E' da lì che hanno origine i valori e le tradizioni del gruppo Ferrero, valori che ancora oggi costituiscono la forza motrice di un'industria dolciaria tra le prime al mondo, con un fatturato che supera i 6 miliardi di euro e oltre 20.000 dipendenti.

Inizia con queste parole, a firma del chief executive officer Pietro e Giovanni Ferrero, il primo rapporto sulla responsabilità sociale del gruppo dolciario albeese. A presentarlo, ieri a Roma, c'era l'ambasciatore Francesco Paolo Fulci, vicepresidente di Ferrero International, insieme con il direttore della «Stampa», Mario Calabresi. E' la prima volta che l'azienda redige e illustra il suo bilancio

**NON SOLO TERRITORIO**  
Interventi per la cultura  
agli anziani e i bambini  
e nel Terzo Mondo

sociale, un documento dove al centro ci sono i valori, più che i numeri: «Valori duraturi, che alimentano i nostri rapporti con i consumatori e le comunità locali, con i dipendenti e le loro famiglie, i partner commerciali e le istituzioni» spiegano i due fratelli a capo del gruppo.

Eccellenza e innovazione sono le parole chiave, inserite in una filosofia aziendale ancorata alla responsabilità sociale, dove un posto in primo piano è riservato al rispetto per l'ambiente e alla promozione di uno stile di vita sano. «Il primo principio etico che ci ispira è l'impegno nel raggiungere e mantenere nel tempo l'eccellenza nella qualità dei nostri prodotti, per rispettare e soddisfare le esigenze del consumatore. Siamo inoltre fieri che il nostro impegno per l'affermazione dei valori imprenditoriali in cui crediamo sia legato costantemente a quello etico di lavorare per il beneficio delle comunità in cui siamo presenti, attraverso un forte radicamento con il territorio».

Due esempi: da qualche anno, Ferrero ha iniziato un progetto



Il gruppo di operatori e addetti dell'asilo nido della Ferrero

# Le radici etiche di un successo chiamato Ferrero

Presentato il bilancio sociale del gruppo di Alba

## Gli obiettivi entro il 2015

Dalla tutela dell'ambiente agli spot

### Per il personale e per le Comunità in cui opera.

■ Potenziare le attività delle Imprese Sociali e della Fondazione Ferrero

### Approvvigionamento etico delle materie prime

■ Approvvigionarsi di olio di palma certificato sostenibile per il 100% del fabbisogno

### Rispetto dell'ambiente

■ Sviluppare una capacità di autoproduzione energetica pari al fabbisogno di tutti gli stabilimenti in Europa. Ridurre di al-

meno il 15% i consumi - diretti e indiretti - di combustibili fossili e delle emissioni di CO2, rispetto al 2007

### Promozione di uno stile di vita sano

■ Ampliare «Kinder + Sport», il progetto per la diffusione dello sport come pratica quotidiana, soprattutto fra i bambini

### Comunicazione responsabile

■ Adottare una politica di autoregolamentazione delle pubblicità indirizzate ai bambini, da gennaio 2012

fortemente voluto dal patriarca Michele, denominato «Imprese Sociali» e volto a migliorare la qualità della vita in alcune delle aree più bisognose del mondo. Le prime imprese sociali sono state realizzate in India, Sud Africa e Camerun. Si creano nuovi posti di lavoro e una parte del valore prodotto contribuisce a realizzare progetti a favore dei bambini. Un altro esempio è la Fondazione Ferrero di Alba, guidata dalla presidente Maria Franca. Ha una duplice valenza: è il punto di riferimento per gli «anziani Ferrero», e mira a valorizzare la ricchezza artistica e culturale, con mostre, conferenze ed eventi. E per rispondere a un bisogno concreto dei dipendenti dello stabilimento albeese, la Ferrero ha inaugurato nel 2009 un asilo nido dedicato a 80 bambini, aperto anche alla città.