



Persbericht

Ferrero België groeit met 17%

Brussel, 21 april 2016 - Ferrero België heeft zijn boekjaar 2014-2015 afgesloten met een omzet van 125 miljoen euro, een groei van 17% ten opzichte van het vorige boekjaar.

Voor 2015-2016 verwacht de dochtermaatschappij een groei van twee cijfers te kunnen aanhouden dankzij diverse innovaties en toenemende investeringen.

Wereldwijde én plaatselijke groei ... die ook duurzaam is.

Met een totale omzet van 9,5 miljard euro noteert de Ferrero Groep - de nummer drie wereldwijd in suikergoed en chocolade - voor het boekjaar afgesloten op 31 augustus 2015 een groei van meer dan 13% ten opzichte van het vorige boekjaar.

Naast zijn goede financiële resultaten gaat Ferrero ook praten op zijn engagementen op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Zo kiest Ferrero ervoor om uitsluitend 100% duurzame palmolie in te kopen. Heel wat ngo's, waaronder Greenpeace, geven aan dat Ferrero hiermee een voorbeeldfunctie vervult.

Ook de Belgische dochteronderneming heeft uitstekende resultaten neergezet, met een groei van 17%, tot 125 miljoen euro. Dit succes heeft het te danken aan zijn productportefeuille - stuk voor stuk vervaardigd met een ware obsessie voor kwaliteit -, haar geoptimaliseerde distributie, haar continue investeringen in reclame, haar innoverende promotieconcepten ... en haar gepassioneerde medewerkers!

In België behoudt Nutella haar 1^e plaats als boterhampasta, met een marktaandeel van 55%¹. Ook op de markt van de verrassingseieren met Kinder Surprise (85%¹ marktaandeel) en in het pralineklassement met Ferrero Rocher (10%¹ marktaandeel) staat Ferrero in de top. Kinder Bueno staat op de 1^e plaats op de markt van de chocoladesnacks (12%¹ marktaandeel) en Tic Tac staat op de 3^e plaats in de suikergoedmarkt (19%¹ marktaandeel).

¹ Nielsen, Total Belgium, MAT Q4 2015, waarde



Opvallende innovaties en toenemende investeringen: Ferrero België ziet de toekomst met vertrouwen en vastberadenheid tegemoet.

Sinds haar oprichting heeft de onderneming altijd innoverende producten op de markt gebracht. Maar 2016 wordt wel een érg vernieuwend jaar:

- Ten eerste introduceert Ferrero voor de liefhebbers van de beroemde hazelnoten-chocopasta Nutella 'B-ready', de crunchy Nutella! Dat is een krokant omhulsel gevuld met Nutella, die verkocht zal worden in de koekjesrayon.
- Daarnaast lanceert Tic Tac de 'Mixers', voor een unieke smaakervaring: één snoepje met twee smaken die veranderen in je mond! De Tic Tac 'Mixers' zijn beschikbaar in 3 variëteiten: 'kers' wordt 'cola', 'perzik' wordt 'limonade', en 'kokos' wordt 'piña colada'.
- Er staan ook veranderingen op stapel in het assortiment Kinder Chocolate, dat niet alleen een moderner logo aangemeten krijgt, maar ook kleinere verpakkingen en een duidelijkere naamgeving: Kinder Country wordt bijvoorbeeld omgedoopt tot 'Kinder Chocolate with cereals'.

Om die groei te ondersteunen, is Ferrero België van plan zijn reclame-investeringen in 2016 met bijna 40% te verhogen.

Op industrieel niveau opent de fabriek in Aarlen - die in de top 5 staat van de 22 fabrieken van de Ferrero Groep en 96% van zijn productie exporteert - in 2017 een nieuwe lijn voor de Kinder Surprise 100g. Deze investering van 21 miljoen euro is meteen ook goed voor de creatie van 50 nieuwe voltijdsequivalenten.

Maatschappelijke verantwoordelijkheid vormt de kern van Ferrero's bedrijfsmodel.

Het MVO-beleid van Ferrero berust op twee pijlers: mens en planeet.

De mens

- Ferrero biedt zijn consumenten producten van uitmuntende kwaliteit aan. De porties zijn niet te groot en niet te klein, de grondstoffen worden geselecteerd op basis van strenge criteria. Ferrero streeft bovendien naar een optimale versheid. Ferrero stimuleert ook een gezonde levenswijze, onder andere via initiatieven zoals Viasano. Dit programma, waarvan Ferrero sinds 2006 partner is, wil mensen stimuleren om gevarieerd en evenwichtig te eten en dagelijks te bewegen.
- Ferrero België waakt ook over het welzijn van zijn medewerkers. Zij kunnen een check-up van hun gezondheid laten uitvoeren en individuele gesprekken aanvragen



met een diëtist of een sportcoach. Ferrero zorgt ook voor een sociale antenne, opvang voor zieke kinderen, etc.

De planeet

Ferrero is zich ook bijzonder bewust van zijn impact op het milieu, en heeft in dat opzicht twee uitgebreide programma's ontwikkeld:

- **'F-ACTS'** (Ferrero-Agricultural Commitment to Sustainability), dat alle initiatieven van Ferrero op het gebied van grondstoffen uit duurzame bevoorradingsketens groepeerd. Ferrero streeft ernaar om zijn grondstoffen tegen 2020 100% duurzaam of traceerbaar te maken. Voor palmolie werd dat doel al bereikt, voor cacao staat de teller op 40% (MVO-verslag Ferrero 2013-2014).
- **'FER Way'** (Ferrero Environnemental Responsibility Way), waarmee Ferrero een aanpak ontwikkelt om de milieu-impact van zijn productie en transport aanzienlijk te verminderen. Zo werd de fabriek van Aarlen uitgerust met een warmtekrachtkoppelingcentrale die aardgas gebruikt voor de productie van elektriciteit, stoom en heet water, wat tot een aanzienlijke beperking van de CO²-uitstoot heeft geleid.

Voor bijkomende informatie: www.ferrero.com & www.ferrerocrs.com

Over de Ferrero Groep

Het verhaal van Ferrero begon in 1946 in het stadje Alba in Piemonte, Italië. De familiegroep wordt geleid door Giovanni Ferrero, inmiddels al de derde generatie aan het hoofd van de onderneming. Met een geconsolideerde omzet van 9,5 miljard euro en een groei van 13% over het boekjaar 2014/2015 is de Ferrero Groep de derde grootste snoep- en chocoldegroep ter wereld. Zijn portefeuille omvat tal van internationaal erkende merken, zoals Nutella, Kinder, Ferrero Rocher, Mon Chéri en Tic Tac. De Ferrero Groep telt meer dan 33.000 medewerkers, is aanwezig in 53 landen, heeft 22 productiefabrieken waarvan 3 sociale ondernemingen in Afrika en Azië, en bezit 9 landbouwbedrijven. Zijn producten worden verkocht in meer dan 160 landen.

Perscontact Ferrero:

PROTEINES

Valerie BRUYNINCKX, valerie.bruyninckx@proteines.com, +32 2 210 44 80