



06

COMPROMISO CON NUESTRO PÚBLICO

COMPROMISO CON NUESTRO PÚBLICO

Clientes y consumidores son dos de los motores fundamentales para el desarrollo, evolución y crecimiento de la empresa y en torno a ellos el Grupo despliega un amplio abanico de herramientas con un cuatro objetivos concretos:

1. Ofrecerles un portafolio de productos extenso, sano, saludable y diferenciado.
2. Anticiparse y satisfacer sus necesidades de consumo.
3. Garantizar la máxima calidad de sus servicios y productos, cumpliendo no sólo los requisitos y estándares de calidad establecidos legalmente sino también aquellos otros más rigurosos que garanticen esa máxima calidad.
4. Velar por su salud y seguridad, respetando las normas de seguridad alimentaria más estrictas.

NUESTRAS PRINCIPALES HERRAMIENTAS

1. I+D+i

Es el instrumento que nos permite diferenciarnos de la competencia y desarrollar tecnologías y productos únicos que hacen posible atender las necesidades de nuestros clientes y poner a su disposición una gama diferenciada de productos que les aportan un valor añadido.

El Grupo se caracteriza por ser pionero en el desarrollo de nuevos conceptos y motor de innovación en los segmentos en que opera. Una muestra de ello, en los tres últimos ejercicios, han sido Brillante Sabroz, Lustucru Selection, Quick Pasta, *Ancient Grains*, SOS Para, Brillante a la Sartén, SOS Platos, Salsas Squeeze, *Gluten Free*, Arroces y Pastas Integrales, Enriquecidos en Fibra, Calcio, Quinoa, etc.

Aproximadamente un tercio del presupuesto total de inversiones del Grupo se destina cada año a innovación.

Nota: Pueden encontrar información más detallada sobre I+D+i en el punto 3 del Informe Anual (Modelo de negocio)

2. Sistemas de Control de Calidad y Seguridad Alimentaria

i. Normas de Correcta Fabricación (Good Manufacturing Practices, GMP): referidas a buenas prácticas para la manipulación, embalaje, almacenamiento y transporte de productos frescos.

ii. Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP): un sistema de identificación y control de los posibles problemas que pueden aparecer durante los procesos de diseño y producción.

iii. Normas de Aseguramiento de la Calidad, como son:

- ❖ Las normas establecidas por la Organización Internacional de Normalización (ISO 9001:2000, ISO 9001:2008 e ISO 22000).
- ❖ La Norma IFS (International Food Standard) que, estructurada en línea con la ISO 9001:2000, es una de las máximas distinciones en materia de Seguridad Alimentaria en todos los sectores de la distribución de Europa.
- ❖ La Norma BRC (British Retail Consortium), uno de los modelos más difundidos internacionalmente para que los distribuidores y grandes superficies cualifiquen a sus proveedores de producto de marca
- ❖ la Norma DS (Danish HACCP Code), de origen danés, indicada para desarrollar un sistema HACCP en la industria alimentaria y en la fabricación de envases y embalajes para dicho uso.

La efectividad de estos programas es evaluada regularmente por expertos independientes.

Todas las plantas del Grupo tienen sus respectivas certificaciones en materia de calidad y seguridad alimentaria, obteniéndose, durante el ejercicio 2015, diez nuevas certificaciones.

EMPRESA	PAÍS	NOMBRE DEL CENTRO	CERTIFICACIÓN
American Rice	USA	Freeport	SQF (Packaging and Warehousing)
Arrozeiras Mundiarroz	Portugal	Coruche	ISO 9001 ISO 22000 Food Product Certification IFS
Boost Nutrition	Bélgica	Merksem	IFS KOSHER Organic Certification
		Schoten	IFS KOSHER Organic Certification
Catelli Foods Corporation	Canadá	Montreal	SQF
Danrice	Dinamarca	Orbaek	BRC ISO 22000
Ebro India	India	Taraori	ISO 22000 Organic Processing BRC
Herba Bangkok	Tailandia	Bangkok	ISO 9001 BRC Organic Certification HALAL KOSHER
Herba Egypt	Egipto	Beni-Suef	ISO 22000
Herba Ricemills	España	Coria del Río	ISO 9001 Producción Ecológica
		San Juan de Aznalfarache (Planta de platos preparados y Planta Arroz)	ISO 9001 BRC IFS
		Aldea	ISO 22000 BRC KOSHER
		Jerez De La Frontera (Planta de platos preparados)	ISO 9001 BRC IFS
		Silla	ISO 9001 BRC IFS
		Algemesi (Planta de platos preparados)	ISO 9001 BRC IFS
		Algemesi (Planta de Arroz)	ISO 9001
		Algemesí (Molino de harina)	IFS

EMPRESA	PAÍS	NOMBRE DEL CENTRO	CERTIFICACIÓN			
Lassie	Holanda	Wormer	Organic Certification (SKAL) HALAL KOSHER IFS GMP FEED			
Mundiriso	Italia	Vercelli	IFS BRC ISO 22000 Organic Certification			
New World Pasta	USA	Saint Louis Winchester Fresno	SQF SQF SQF			
Panzani	Francia	La Montre	ISO 9001 IFS			
		St Genis Laval (Planta de pasta fresca)	ISO 9001 IFS			
		Gennevilliers	IFS			
		Lorette (Planta de pasta Fresca)	ISO 9001 IFS			
		Nanterre	ISO 9001 IFS			
		Littoral	IFS			
		Saint Just	IFS			
Pastificio Lucio Garofalo	Italia	Gagnano	ISO 9001 KOSHER HALAL ISO 9001 Organic Certification BRC IFS			
			Riviana Foods	USA	Memphis Brinkley Clearbrook Carlisle	SQF SQF SQF SQF
					S&B Herba Foods	Reino Unido
Liverpool	Brc KOSHER					

* En negrita, las certificaciones obtenidas en 2015



PRINCIPALES INDICADORES DE DESEMPEÑO EN RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

Los datos presentados a continuación engloban a todas las sociedades que desarrollan los negocios del Grupo Ebro Foods (ya mencionadas en el epígrafe Sobre nuestro Informe Anual) y han sido elaborados acorde a las guías G4 del *Global Reporting Initiative* (GRI).

SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

PRI

Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras

Las sociedades del Grupo que han realizado dichas evaluaciones han sido:

	%PRODUCTOS EVALUADOS POR CATEGORÍA
Arrozeiras Mundiarroz	
Precocinados	100%
Tradicional	100%
Ebro India	
Arroz basmati	100%
Lassie	
Mezclas	66,67%
Granos orgánicos	100%
Especialidades	66,67%
Mundi Riz	
Arroz blanco	100%
Arroz cargo	100%
Arroz <i>paddy</i>	100%
Arroz vaporizado	100%
New World Pasta Group	
Pastas <i>healthy</i>	100%
Especialidades	100%
Pastas tradicionales	100%
Panzani Group	
Pastas	100%
Platos precocinados	100%
Arroces	100%
Salsas	100%
Semolinas	100%
Riviana Group	
Salud	100%
Especialidad	100%
Tradicional	100%

PR2 / PR9

Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes

FILIAL	Nº INCIDENTES	SANCIÓN MONETARIA
S&B Herba Foods	1	1.000.000 €

Durante el ejercicio, S&B Herba Foods registró una incidencia en una partida de arroz redondo italiano que fue retirado de puntos de venta y clientes. Dicha incidencia no suponía ningún riesgo para la seguridad y salud.

ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

PR3

Tipo de información que proporciona la entidad sobre el 100% de sus productos en base a sus procedimientos sobre información y etiquetado

Todas nuestras filiales cumplen con la normativa nacional aplicable en cada país. Adicionalmente las siguientes sociedades proporcionan también la siguiente información:

	% PRODUCTOS
Impacto medioambiental	
Herba Egypt	100%
Mundi Riz	100%
New World Pasta Group	75%
Pastificio Lucio Garofalo	40%
Riviana Group	75%
Forma de eliminación del producto	
Herba Egypt	100%
Herba Ricemills	100%
Mundi Riz	100%
New World Pasta Group	100%
Pastificio Lucio Garofalo	40%
Riviana Group	100%
Origen de los componentes	
Arrozeiras Mundiarroz	100%
Herba Egypt	100%
Herba Puerto Rico	100%
Herba Ricemills	95%
Mundi Riz	100%
New World Pasta Group	100%
Panzani Group	100%
Pastificio Lucio Garofalo	100%
Riviana Group	100%

	% PRODUCTOS
Instrucciones de seguridad del producto	
Arrozeiras Mundiarroz	100%
Herba Egypt	100%
Herba Puerto Rico	100%
Herba Ricemills	95%
Mundi Riz	100%
New World Pasta Group	100%
Pastificio Lucio Garofalo	100%
Riviana Group	100%

PR4 / PR9

Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y etiquetado de los productos

FILIAL	Nº INCUMPLIMIENTOS	IMPORTE
Pastificio Lucio Garofalo	1	6.116,31 €

PR5

Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente

Las sociedades del Grupo realizan estudios de satisfacción del cliente (empresas de alimentación y distribución y consumidores) con una periodicidad cuatrimestral, anual o bianual según el caso y tienen establecidos canales de comunicación con sus clientes vía e-mail, cuestionarios, web, teléfono, etc.

Las principales conclusiones de dichos estudios han sido:

- ❖ Desarrollo positivo en la evaluación del servicio global.
- ❖ Buena valoración en el índice de satisfacción de nuestros clientes
- ❖ Petición nuevos productos
- ❖ Se ha determinado que la compañía tiene una política de comunicación clara en responsabilidad sobre productos así como en medios de comunicación social.

COMUNICACIONES DE MARKETING

PR6

Informe sobre si la organización vende productos que estén prohibidos en algunos mercados o son objeto de discusión entre los diferentes stakeholders

Ninguna de las sociedades del Grupo vende productos que estén prohibidos en algún mercado ni que sean objeto de discusión pública por parte de los grupos de interés.

PR7

Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio

Ninguna de las sociedades del Grupo ha tenido, durante el ejercicio 2015, ningún incumplimiento y por tanto ningún incidente en esta materia.

ATENCIÓN Y PRIVACIDAD DEL CLIENTE

Servicios de Atención al Cliente

El *packaging* de todos los productos de las distintas sociedades que componen Ebro proporciona al consumidor la información relativa a sus cualidades nutricionales así como la dirección física de la empresa y, en su caso, la dirección web, dirección e-mail y número de teléfono.

Los diferentes servicios de atención al consumidor funcionan como centro de recogida de datos y como generadores de información al sistema de calidad. Las demandas son atendidas, bien telefónicamente, bien vía e-mail, según los datos aportados por el cliente. Por cada incidencia se abre expediente que es reportado internamente a la Dirección de Calidad, quien realiza seguimiento interno y revisa el correspondiente sistema de calidad por si se hubiese producido incidencia, y activa los mecanismos necesarios para ofrecer una solución.

Como norma, las sociedades realizan un seguimiento telefónico posterior de todas las reclamaciones con objeto de conocer el grado de satisfacción del consumidor.

Asimismo, periódicamente se realiza un seguimiento estadístico de todas las incidencias y propuestas de mejora hechas por los consumidores, erigiéndolas como punto de revisión en los distintos Comités de Dirección que se celebran mensualmente en el ámbito interno de cada sociedad.

PR8

Número total de incidentes relativos a la privacidad y fuga de datos personales de clientes

Ninguna de las sociedades del Grupo ha tenido, durante el ejercicio 2015, ningún incidente en esta materia.



SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE

FP5

Porcentaje de volumen de producción fabricado en plantas certificadas por un tercero independiente según normas internacionalmente reconocidas de seguridad alimentaria

FILIAL	PRODUCTO FABRICADO	NOMBRE FABRICANTE	PAÍS	% FABRICACIÓN
Arrozeiras Mundiarroz	Precocinado	Herba Ricemills	España	100%
	Noodles	Nissin Foods Ltd.	Hungary	100%
Herba Ricemills	Arroz Cargo	Cdad. Bienes San Andrés	España	0,02%
	Arroz Cargo	Cooperativa de la Puebla	España	0,06%
	Largo vaporizado	Extremeña de arroces	España	0,10%
	Arroz Cargo	Arrozua	España	0,02%
Lassie	Arroz colorado (amarillo)	Huijbregts Groep, Helmond	Países Bajos	1,30%
	Núcleos de fibra, basados en el arroz y el guisante	Maselis, Roeselare	Bélgica	1,20%
	Mezcla cereales	Huijbregts Groep, Helmond	Países Bajos	0,50%
Mundi Riso	Arroz blanco Basmati	Herba Ricemills	España	7,15%
	Arroz parboiled	Riseria di Vespolate	Italia	2,92%
	Arroz blanco	Riseria Merlano	Italia	2,63%
	Arroz parboiled	Riso Scotti	Italia	2,59%
	Arroz parboiled	Riso Viazzo	Italia	2,12%
New World Pasta	Pasta	A Zerega & Sons	Estados Unidos	2,57%
	Pasta libre de gluten	Molino Andriani	Italia	1,85%
	Lasaña	Luchetti	Chile	0,50%
	Lasaña	Valin	Italia	0,02%
	Salsa	Inpralsa	España	0,36%
	Mac & Cheese Meal	Bay Valley	Estados Unidos	0,08%
Panzani	Pasta	Griss Pasta	Canadá	0,68%
	Arroz	Boost Nutrition	Bélgica	2,40%
	Salsas	Casalasco	Italia	1,70%
	Pasta	Colussi	Italia	1,90%
	Salsas	Gallina Blanca Star	España	10,40%
	Arroz	Herba Ricemills	España	2,80%
	Pasta	Newlat	Italia	1,80%
Salsas	William Saurin	Francia	1,10%	
Pastificio Lucio Garofalo	Pasta	Labor, Vietri, Tandoi, Paone,	Italia	1,19%
	Pastai			
	Pasta	Liguori	Italia	0,37%
	Pasta	Newlat	Italia	3,11%
	Pasta	Durum Gida	Turquía	1,07%
	Pasta	Goymen	Turquía	1,56%
	Pasta	Mutlu	Turquía	20,51%
Pasta	Panzani, Bacchini	Francia	0,30%	
Riceland Magyarorzag	Todos los productos	Oryza-Karex LTD	Hungría	100,00%
Riviana	Arroz especialidades	Farmers Rice Coop	Estados Unidos	0,10%
	Arroz especialidades	ADM Rice	Estados Unidos	1,01%
	Arroz	Sem Chi	Estados Unidos	0,74%
	Mezcla de arroces	Crest Foods	Estados Unidos	0,11%

PROMOCIÓN DE ALIMENTACIÓN SANA Y ESTILO DE VIDA SALUDABLE

FP7

Porcentaje de ventas de productos englobados en categoría salud sobre ventas totales de productos de consumo

El Grupo ha decidido hacer una importante apuesta por una nueva categoría de productos basados en el target salud, introduciendo en el mercado nuevos productos basados en conceptos tales como los *ancient grains*, el *gluten free*, la quinoa, los integrales, la fibra, las vitaminas, los minerales, etc. y dedicando una atención cada vez más importante a todo aquello que tenga que ver con lo orgánico y lo natural.

Fruto de ello, ya en este ejercicio 2015, esta nueva categoría ha representado un 10,08% de las ventas consolidadas del Grupo.

€	VENTAS PRODUCTOS GAMA HEALTHY	% S/TOTAL VENTAS
Europa	55.777.389,13	5,31%
Norteamérica	207.733.348,78	13,30%
Total	263.510.737,91	10,08%

