



GRUPPO PARMALAT

CODICE ETICO

Approvato dal Consiglio di Amministrazione

INDICE

AMBITO DI APPLICAZIONE E STRUTTURA DEL CODICE ETICO.....	3
DESTINATARI.....	4
MISSIONE e VALORI	5
1. Missione	5
2. Valori.....	5
REGOLE DI CONDOTTA	6
1. AMMINISTRATORI, DIRIGENTI E DIPENDENTI.....	6
1.1. Condotta corretta e trasparente	6
1.2. Conflitto di interessi	6
1.3. Regali e benefici.....	6
1.4. Trasparenza e tracciabilità in ogni operazione e Attività	7
1.5. Uso dei beni aziendali	7
1.6. Trattamento delle informazioni	7
1.7. Selezione, valorizzazione e tutela del personale	8
1.8. Pianificazione degli obiettivi aziendali.....	9
2. AZIONISTI	9
2.1. Valore sostenibile	9
2.2. Regole di Corporate Governance.....	9
2.3. Informazione e dialogo	9
3. CONSUMATORI.....	10
3.1. Qualità, sicurezza, efficacia	10
3.2. Informazione e dialogo	10
4. ISTITUTI FINANZIARI.....	10
5. GROSSISTI E DISTRIBUTORI.....	10
6. FORNITORI DI BENI E SERVIZI.....	10
6.1. Rapporti di collaborazione	10
6.2. Obiettiva valutazione	11
6.3. Correttezza negoziale ed equità contrattuale	11
7. PARTNER.....	11
8. CONCORRENTI.....	11
9. PUBBLICA AMMINISTRAZIONE.....	11
9.1. Correttezza e onestà.....	11
9.2. Rapporti di lavoro con ex dipendenti della Pubblica amministrazione	12
9.3. Sovvenzioni e finanziamenti	12
10. FORZE POLITICHE E ASSOCIAZIONI PORTATRICI D'INTERESSI	12
10.1. Rapporti con rappresentanti delle forze politiche e associazioni	12
10.2. Contributi e sponsorizzazioni	12
11. MASS-MEDIA.....	13
12. AMBIENTE.....	13
ATTUAZIONE, CONTROLLO E AGGIORNAMENTO	14
1. MODALITA' DI ATTUAZIONE, CONTROLLO E AGGIORNAMENTO....	14

AMBITO DI APPLICAZIONE E STRUTTURA DEL CODICE ETICO

Il Gruppo Parmalat ispira la propria attività, oltre che all'imprescindibile rispetto delle leggi, ai contenuti del presente Codice Etico (di seguito, il "Codice").

Il Codice costituisce infatti l'insieme di principi che, enunciati in via generale, trovano poi necessaria applicazione nelle regole, nelle norme e nelle procedure che disciplinano le specifiche attività di Parmalat.

Attraverso il Codice Etico viene quindi presentato lo *standard* di comportamento che tutti i collaboratori, intesi come gli amministratori, i dipendenti e coloro i quali, indipendentemente dalla qualificazione giuridica del rapporto, operano sotto la direzione o vigilanza del Gruppo, sono tenuti a rispettare e far osservare.

I valori e le regole di condotta del Codice costituiscono la base della cultura aziendale, sulla quale si fonda l'attenzione per l'eccellenza qualitativa ottenuta dalla continua innovazione tecnologica, nell'ottica della massima garanzia e protezione dei consumatori.

Le norme del Codice, infatti, si configurano come strumento posto a tutela dell'affidabilità, del patrimonio e della reputazione aziendale, nel rispetto di tutti gli interlocutori di riferimento. Pertanto il Codice si applica a tutte le società del Gruppo, in Italia e all'estero, avuto riguardo alle diversità culturali, politiche, sociali, economiche e commerciali.

L'esistenza e la condivisione di questo sistema di regole consente di produrre servizi di qualità, esercitando il proprio ruolo responsabilmente: dall'osservanza dei principi e delle regole del codice dipendono la reputazione e l'immagine del Gruppo Parmalat. Detti principi e regole debbono costituire parte integrante del patrimonio culturale aziendale e rappresentare un rilevante punto di forza per la competitività.

Parmalat è, inoltre, consapevole che l'adozione di un Codice Etico sia di primaria importanza nella prevenzione dei reati previsti dal D.Lgs. 8 giugno 2001 n. 231 (di seguito anche solo il "Decreto"), che - come noto - ha introdotto nell'ordinamento giuridico italiano la responsabilità amministrativa degli enti, ritenendo, al contempo, che l'adozione di tale codice possa garantire l'affidabilità del Gruppo, nonché l'integrità della sua reputazione.

Ciò premesso, il presente documento, adottato dal Consiglio di Amministrazione della Società, enuncia i principi etici ai quali il Gruppo Parmalat si attiene nello svolgimento delle proprie attività, e dei quali pretende la più rigorosa osservanza da parte degli esponenti aziendali, dei suoi dipendenti e, in ogni caso, di tutti coloro che cooperano nel perseguimento della sua missione.

A tale fine, la Società s'impegna a garantire la massima diffusione del presente Codice Etico, organizzando un adeguato programma di formazione e sensibilizzazione in merito ai suoi contenuti.

Il Codice Etico è suddiviso in tre sezioni:

1. Missione e valori: formalizza i principali fondamenti della cultura aziendale di Parmalat, affinché siano create le condizioni per la corretta applicazione di politiche e procedure specifiche;
2. Regole di condotta: evidenzia le aree di responsabilità e i comportamenti da tenere per essere conformi ai valori del Gruppo e ribadisce il rispetto delle norme di legge;
3. Attuazione, controllo e aggiornamento: identifica i responsabili del Codice Etico e spiega come applicare concretamente i valori e le regole definite, affinché diventino prassi quotidiana.

DESTINATARI

Sono destinatari del presente Codice Etico tutti coloro che, all'interno del Gruppo, rivestono funzioni di rappresentanza, amministrazione o direzione, tutti i dipendenti senza alcuna eccezione, i membri del Collegio Sindacale, i collaboratori, e chiunque altro intrattenga con esso rapporti, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, ovvero operi per perseguire gli obiettivi del Gruppo Parmalat. (es. clienti, fornitori, partner, consulenti, istituzioni ed enti pubblici).

Nel presente Codice con l'indicazione di "Gruppo Parmalat", "Parmalat" o "Gruppo" si intendono tutte le società facenti parte del Gruppo Parmalat.

Parte prima

MISSIONE e VALORI

1. MISSIONE

Parmalat è un gruppo alimentare italiano a strategia multinazionale al servizio del benessere dei suoi consumatori nel mondo, il cui obiettivo finale è la creazione di valore per tutti i propri azionisti nel rispetto dell'etica degli affari e l'assolvimento di una funzione sociale, contribuendo alla crescita professionale dei dipendenti e collaboratori e trasferendo elementi di progresso economico e civile alle Comunità in cui opera.

Vogliamo affermare Parmalat come uno dei principali operatori mondiali nel settore degli "alimenti funzionali ad alto valore aggiunto" per la corretta nutrizione ed il benessere dei consumatori, raggiungendo un'importante leadership in alcune selezionate categorie di prodotto ed alcuni paesi ad elevato potenziale per il Gruppo.

Le categorie chiave per il Gruppo saranno il Latte con i suoi derivati e le Bevande Frutta, alimenti di valore insostituibile nell'alimentazione quotidiana.

2. VALORI

Ambizione

1. *Performance*, stabilire alti obiettivi da portare a termine, decidere e prendere parte alla decisione; sfidare sé stessi e gli altri per lavorare con efficienza consegnando i risultati richiesti.
2. *Miglioramento continuo*, individuare tutte le opportunità di miglioramento per incrementare continuamente qualità, efficienza ed efficacia delle performance.
3. *Formazione e crescita delle persone*, identificare le aree di formazione e crescita per se stessi e per gli altri, implica abilità nell'identificare e sviluppare i potenziali nascosti per ottenere benefici a lungo termine per il business e per le persone.

Coinvolgimento

1. *Imprenditorialità*, gestire il business aziendale come se fosse il proprio.
2. *Tenacia*, superare gli ostacoli ed essere determinati nel perseguire gli obiettivi compiendo ogni sforzo per raggiungerli.
3. *Responsabilità*, assumersi la responsabilità delle proprie attività e perseverare nell'impegno, portare i risultati in maniera trasparente.
4. *Lealtà*, rispettare la società e sostenerla con integrità attraverso le proprie azioni e comportamenti (*inclusi colleghi & prodotti*)

con Semplicità

1. *Accessibilità*, garantire rapporti basati sull'accessibilità, sulla modestia e la vicinanza, comportandosi con scioltezza e semplicità.
2. *Trasparenza*, agire e comunicare con chiarezza e trasparenza e condividendo informazioni sia ai livelli inferiori che trasversalmente. Agire con finalità e buon senso nell'interesse del Gruppo.
3. *Pragmatismo*, lavorare in modo pratico ed efficace e trasformare gli obiettivi della società in obiettivi concreti per i collaboratori. Usare il buon senso per definire le priorità per: il carico di lavoro, le richieste, riflessioni e azioni.

Parte seconda

REGOLE DI CONDOTTA

Le regole di condotta contenute nella presente sezione hanno lo scopo di indicare i comportamenti da osservare nello svolgimento delle varie attività aziendali, in conformità ai valori, cui si ispira il presente Codice.

Tali regole sono suddivise in relazione ai soggetti con i quali il Gruppo Parmalat si relaziona nello svolgimento delle proprie attività.

1. AMMINISTRATORI, DIRIGENTI E DIPENDENTI

1.1. CONDOTTA CORRETTA E TRASPARENTE

Gli Amministratori, dirigenti ed i dipendenti (incluso anche coloro i quali, indipendentemente dalla qualificazione giuridica del rapporto, operano sotto la direzione o vigilanza del Gruppo) devono osservare una condotta corretta e trasparente nello svolgimento della propria funzione, contribuendo così all'efficacia del sistema di controllo interno, a tutela del valore del Gruppo. Nel rispetto delle norme di legge, gli Amministratori, i dirigenti ed i dipendenti devono mantenere un comportamento improntato a disponibilità nei confronti dei soci, degli azionisti, del Collegio Sindacale, degli altri organi sociali, della società di revisione e delle autorità di vigilanza.

Nei rapporti con i terzi, gli Amministratori, i dirigenti ed i dipendenti si impegnano ad agire in modo corretto e trasparente evitando informazioni ingannevoli e comportamenti tali da trarre direttamente o indirettamente indebito vantaggio da altrui posizioni di debolezza o non conoscenza.

1.2. CONFLITTO DI INTERESSI

Tutti gli Amministratori, i dirigenti ed i dipendenti devono assicurare che ogni decisione assunta nell'ambito delle proprie attività sia presa nell'interesse del Gruppo. I conflitti di interessi vanno comunicati in modo da adottare comportamenti idonei a mantenere l'indipendenza di giudizio e di scelta.

Per conflitto di interessi deve intendersi il caso in cui il destinatario possa perseguire un interesse diverso dalla missione della Società o compia attività che possano, comunque, interferire con la sua capacità di assumere decisioni nell'esclusivo interesse della stessa Società, ovvero si avvantaggi personalmente di opportunità d'affari della stessa.

1.3. REGALI E BENEFICI

Atti di cortesia commerciale, come omaggi o forme di ospitalità, sono consentiti nella misura in cui siano conformi alle procedure aziendali definite.

Non è consentito dare o promettere, (o ricevere/accettare) direttamente o indirettamente denaro, regali, o benefici di qualsiasi natura a titolo personale, a (da) terzi (Pubblica Amministrazione, associazioni, altre organizzazioni di analoga natura, clienti, fornitori, e terze parti private) allo scopo di trarre indebito vantaggio per sé stessi e per il Gruppo, influenzando l'autonomia di giudizio del destinatario.

In particolare il Gruppo rifugge il ricorso a comportamenti illegittimi o comunque scorretti (ivi incluse le pratiche corruttive, in ogni forma) per raggiungere i propri obiettivi economici e pertanto è vietato dare/promettere, ricevere/accettare, direttamente o indirettamente, compensi di qualunque natura, regali, vantaggi economici o altra utilità da, o a, un soggetto pubblico o privato e/o l'Ente da esso direttamente o indirettamente rappresentato (compresi i loro familiari) che:

- eccedano un modico valore e i limiti di ragionevoli prassi di cortesia,
- siano suscettibili di essere interpretati come volti a influenzare indebitamente i rapporti tra le Società del Gruppo e il citato soggetto e/o l'Ente da esso direttamente o indirettamente

rappresentato, a prescindere dalla finalità di perseguimento, anche esclusivo, dell'interesse o del vantaggio della singola Società o del Gruppo.

Nessuna pratica potenzialmente qualificabile come di natura corruttiva può essere giustificata o tollerata per il fatto che essa è "consuetudinaria" nel settore di business nel quale l'attività è svolta.

1.4. TRASPARENZA E TRACCIABILITÀ IN OGNI OPERAZIONE E ATTIVITÀ

Ogni operazione e/o attività deve essere lecita, autorizzata, coerente, documentata, verificabile, in conformità al principio di tracciabilità, alle procedure aziendali, secondo criteri di prudenza e a tutela degli interessi di Parmalat:

- le procedure aziendali devono consentire l'effettuazione di controlli sulle operazioni, sui processi autorizzativi e sull'esecuzione delle operazioni medesime;
- ogni collaboratore che effettui operazioni aventi ad oggetto somme di denaro, beni o altre utilità economicamente valutabili appartenenti alla Società, deve fornire ragionevolmente le opportune evidenze per consentire la verifica delle suddette operazioni.

In particolare, ogni azione, operazione o transazione deve essere correttamente registrata nel sistema di contabilità aziendale secondo i criteri indicati dalla legge e i principi contabili applicabili; essa, inoltre, dovrà essere debitamente autorizzata e risultare verificabile, legittima, coerente e congrua. Affinché i documenti contabili rispondano ai requisiti di verità, completezza e trasparenza del dato registrato, per ogni operazione contabile deve essere conservata agli atti delle singole società un'adeguata e completa documentazione di supporto dell'attività svolta.

1.5. USO DEI BENI AZIENDALI

Ciascun Amministratore, dirigente e dipendente è tenuto ad operare con diligenza a tutela dei beni aziendali, osservando comportamenti responsabili ed in linea con le politiche aziendali. Nella gestione dei beni aziendali, la Società si impegna nella tutela dei dati e dei sistemi informatici propri e altrui e garantisce il rispetto normativa in materia di tutela del diritto d'autore eventualmente applicabile; in tal senso, è fatto esplicito divieto a ciascun Amministratore, dirigente e dipendente di contravvenire a detti principi alterando i beni aziendali ricevuti in uso o accedendo abusivamente ai sistemi informatici.

Ciascun Amministratore, dirigente e dipendente ha la responsabilità di custodire e preservare i beni del Gruppo che gli sono affidati nell'ambito della sua attività e dovrà utilizzarli in modo appropriato e conforme all'interesse sociale, adottando comportamenti che ragionevolmente ne impediscano l'uso improprio da parte di terzi e che non determinino impatti ambientali non presidiati.

1.6. TRATTAMENTO DELLE INFORMAZIONI

1.6.1 Trasparenza e correttezza delle informazioni

Gli Amministratori, dirigenti e dipendenti devono assicurare, nell'ambito delle proprie conoscenze, veridicità, trasparenza, accuratezza e completezza della documentazione e delle informazioni rese nello svolgimento dell'attività di propria competenza indipendentemente dal supporto attraverso il quale vengono gestiti i dati.

Il Gruppo Parmalat condanna qualsiasi comportamento volto ad alterare la correttezza e la veridicità dei dati e delle informazioni contenute nei bilanci, nelle relazioni o nelle altre comunicazioni sociali previste per legge e dirette ai soci, agli azionisti, al pubblico, alle Autorità di controllo, al Collegio sindacale e ai revisori contabili.

Tutti i soggetti che partecipano alla formazione dei suddetti atti, ed in particolare i componenti del Consiglio di Amministrazione, e l'alta direzione di ogni società del Gruppo, sono tenuti a verificare,

con la dovuta diligenza, la correttezza dei dati e delle informazioni che saranno poi recepite per la redazione degli atti sopra indicati e a fornire tali dati e informazioni in modo tempestivo.

Il Gruppo, tramite i suoi organi e i soggetti delegati, assicura la massima trasparenza e attenzione al rapporto con le società di revisione.

1.6.2 Riservatezza delle informazioni

Parmalat garantisce la corretta gestione delle informazioni riservate, assicurando il rigoroso rispetto delle normative vigenti e delle procedure aziendali e richiede ai propri Amministratori, dirigenti e dipendenti di mantenere il più assoluto riserbo su ogni informazione riservata inerente il Gruppo di cui venissero a conoscenza nello svolgimento della loro mansione o durante l'espletamento di obblighi contrattuali.

1.6.3 Informazioni privilegiate

Nell'ambito delle informazioni riservate, sono identificate le informazioni privilegiate (o "*price sensitive*"), ossia quelle informazioni, non di dominio pubblico e dal carattere preciso che:

- si riferiscono direttamente o indirettamente, a uno o più emittenti strumenti finanziari o uno o più strumenti finanziari;
- se rese pubbliche, potrebbero influire in modo sensibile sull'andamento dei prezzi degli strumenti finanziari, in quanto atte ad essere utilizzate da un investitore ragionevole quale elemento su cui fondare le proprie decisioni di investimento.

A titolo esemplificativo ma non esaustivo, sono informazioni privilegiate quelle che si riferiscono a dati economici e finanziari, progetti, acquisizioni, fusioni e strategie commerciali, relativamente alle attività del Gruppo.

Parmalat garantisce un'adeguata gestione e protezione delle informazioni privilegiate, attraverso la definizione di opportune procedure e l'istituzione del registro delle persone che hanno accesso a tali informazioni.

1.6.4 Manipolazione di mercato

Nell'ambito del corretto funzionamento del mercato, è vietato diffondere intenzionalmente notizie false sia all'interno sia all'esterno del Gruppo, concernenti il Gruppo stesso e i suoi collaboratori.

E' altresì vietato porre in essere operazioni volte esclusivamente ad influenzare i mercati finanziari, provocando un artificiale rialzo o ribasso nella quotazione di titoli o strumenti finanziari.

1.6.5 Tutela dei dati personali

Il Gruppo Parmalat, nell'espletamento della sua attività, tutela i dati personali dei collaboratori e di terzi, evitando ogni uso improprio di tali informazioni, nel rispetto delle normative di riferimento e delle procedure aziendali.

1.6.6 Sistemi Informatici

Il Gruppo Parmalat, nell'espletamento della sua attività, adotta misure di sicurezza idonee a proteggere i propri dati e sistemi informatici rispetto all'accesso di persone non autorizzate e a danni di qualsivoglia natura, nonché all'installazione di programmi privi delle necessarie autorizzazioni/licenze. Il Gruppo adotta inoltre misure idonee a prevenire ogni abuso su sistemi informatici di terzi ai quali i collaboratori accedono nello svolgimento delle proprie mansioni.

1.7. SELEZIONE, VALORIZZAZIONE E TUTELA DEL PERSONALE

Il Gruppo Parmalat riconosce la centralità delle risorse umane nella convinzione che il principale fattore di successo di ogni impresa sia costituito dal contributo professionale delle persone che vi operano, in un quadro di lealtà e fiducia reciproca. Pertanto nella fase di selezione, di assunzione e di avanzamento di carriera del personale, il Gruppo effettua valutazioni esclusivamente sulla base della corrispondenza tra profili attesi e profili richiesti e a considerazioni di merito trasparenti e verificabili, in coerenza con le procedure definite.

La gestione dei rapporti di lavoro è orientata a garantire pari opportunità e a favorire la crescita professionale dei dipendenti.

L'ambiente di lavoro deve essere adeguato dal punto di vista della sicurezza e della salute personale. In particolare il Gruppo tutela la salute e la sicurezza sul lavoro dei propri dipendenti in tutti i luoghi in cui il proprio personale sia chiamato a svolgere l'attività lavorativa, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti.

Il Gruppo si impegna affinché ciascun dipendente sia trattato con rispetto e tutelato da ogni illecito condizionamento, disagio o pregiudizio.

1.8. PIANIFICAZIONE DEGLI OBIETTIVI AZIENDALI

Il Gruppo Parmalat individua obiettivi aziendali, generali e individuali, in relazione a risultati possibili, specifici, concreti, misurabili e relazionati con il tempo previsto per il loro raggiungimento, coerenti con i valori espressi nel presente Codice.

2. AZIONISTI

2.1. VALORE SOSTENIBILE

Il Gruppo mira a valorizzare il capitale sociale, impegnandosi a remunerare il rischio in modo adeguato, al fine di accrescere la solidità dell'impresa in un'ottica di sostenibilità di medio-lungo termine secondo le regole del mercato e nel rispetto dei principi di correttezza e trasparenza.

Parmalat tutela e riconosce il prevalente interesse della Società e di coloro che detengono partecipazioni del capitale sociale nel loro complesso rispetto all'interesse particolare di singoli soci, azionisti o gruppi di essi. In tale ottica, la Società favorisce la più ampia partecipazione all'Assemblea degli Azionisti, assicurando la correttezza e la trasparenza dei flussi informativi verso gli azionisti stessi.

2.2. REGOLE DI CORPORATE GOVERNANCE

Parmalat adotta un sistema di *Corporate Governance* conforme alle disposizioni vigenti ed alle raccomandazioni ed alle norme indicate dal Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana per le società quotate, nonché alle *best practice* nazionali e internazionali in materia. La *corporate governance* definisce i principi di buona gestione al fine di accrescere l'affidabilità del Gruppo, a tutela di tutti i suoi soci, azionisti e delle altre parti interessate.

2.3. INFORMAZIONE E DIALOGO

Il gruppo Parmalat assicura la piena trasparenza delle scelte effettuate e assume quale proprio obiettivo quello di mantenere e sviluppare un dialogo costruttivo con soci e azionisti. Pertanto, in coerenza alle procedure definite, fornisce tempestivamente agli azionisti tutte le informazioni che possono influire sulla decisione di investimento, affinché sia possibile operare scelte informate e

consapevoli. Parmalat garantisce la correttezza, la chiarezza e la parità di accesso alle informazioni nel rispetto dei vincoli di legge, al fine di prevenire l'indebita utilizzazione di informazioni privilegiate.

Nel rispetto del fondamentale diritto di ciascun azionista di ottenere chiarimenti sui diversi argomenti attinenti all'attività del Gruppo e di esprimere la propria opinione, Parmalat predispone quanto necessario per assicurare un proficuo rapporto.

3. CONSUMATORI

3.1. QUALITÀ, SICUREZZA, EFFICACIA

Parmalat presta la massima attenzione alla qualità, alla sicurezza ed all'igiene dei propri processi produttivi e dei propri alimenti, perseguendo la strada di una continua innovazione sia attraverso significativi e costanti investimenti nella ricerca e nello sviluppo, al fine di migliorare costantemente la qualità e la competitività dei prodotti offerti ai consumatori, tanto a livello nutrizionale, quanto nel gusto sia tramite verifiche sistematiche sulla qualità e sulla sicurezza dei prodotti commercializzati. Inoltre Parmalat persegue l'obiettivo di creare prodotti in grado di soddisfare le esigenze di particolari fasce di consumatori, che soffrono di intolleranze alimentari o che hanno specifiche esigenze nutrizionali, come i bambini e le persone anziane.

3.2. INFORMAZIONE E DIALOGO

Parmalat fornisce informazioni accurate, complete e veritiere in modo da consentire al consumatore una decisione razionale e consapevole.

Parmalat, in particolare, conscia dell'importanza di un corretto uso dei mezzi pubblicitari, incoraggia l'adozione di *standard* di elevata responsabilità nella promozione dei propri prodotti e impronta le proprie campagne pubblicitarie alla trasparenza sulle caratteristiche dei beni prodotti e commercializzati, al rispetto della dignità delle persone ed alla tutela dell'infanzia.

Parmalat adotta uno stile di comunicazione fondato su efficienza, collaborazione e cortesia, anche nel dialogo con i consumatori.

4. ISTITUTI FINANZIARI

Parmalat intrattiene con gli Istituti finanziari rapporti fondati su correttezza e trasparenza, nell'ottica della creazione di valore per il Gruppo, i suoi soci e azionisti e tutti gli interlocutori di riferimento. Per questo gli Istituti finanziari vengono scelti in relazione alla loro reputazione, anche per l'adesione a valori comparabili a quelli espressi nel presente Codice.

5. GROSSISTI E DISTRIBUTORI

I rapporti con distributori e grossisti, che rivendono al dettaglio i prodotti di Parmalat, sono improntati alla massima collaborazione e trasparenza, in un'ottica di vantaggio per tutte le parti e tenendo conto delle peculiarità delle aree geografiche di stabilimento.

Il Gruppo definisce rapporti contrattuali secondo correttezza e buona fede, nel rispetto di valori comuni, cui si ispira il presente Codice.

6. FORNITORI DI BENI E SERVIZI

6.1. RAPPORTI DI COLLABORAZIONE

Il Gruppo Parmalat definisce con i propri fornitori rapporti di collaborazione, nel rispetto delle normative nazionali ed internazionali vigenti e dei principi del presente Codice, avendo attenzione ai migliori *standard* professionali, alle migliori pratiche in materia di etica, di tutela della salute e della sicurezza e del rispetto dell'ambiente. Il Gruppo gestisce i rapporti con i fornitori con lealtà, correttezza, professionalità, incoraggiando collaborazioni continuative e rapporti di fiducia solidi e duraturi, in ogni caso nel rispetto di quanto previsto dalla normativa vigente e dalle disposizioni interne.

La Società presta la massima attenzione al rispetto, da parte dei fornitori di beni e/o di alimenti, di elevati standard qualitativi dei processi produttivi.

6.2. OBIETTIVA VALUTAZIONE

I fornitori vengono scelti sulla base di criteri dichiarati, trasparenti e verificabili, tenendo conto delle peculiarità delle aree geografiche di provenienza. In particolare, la selezione dei fornitori e la determinazione delle condizioni d'acquisto avvengono sulla base di valutazioni obiettive e imparziali, fondate sulla qualità del prodotto, sul prezzo, sulle garanzie fornite e su altri requisiti di necessità e utilità.

6.3. CORRETTEZZA NEGOZIALE ED EQUITÀ CONTRATTUALE

Parmalat definisce i contratti con i propri fornitori nel rispetto dei principi di correttezza e buona fede. Nei principali contratti, Parmalat richiede l'impegno dei fornitori al rispetto dei principi della Dichiarazione dei diritti dell'uomo, delle norme nazionali ed internazionali e dei valori espressi nel presente Codice, indicando - quale sanzione a fronte di eventuali violazioni - la risoluzione del contratto e le conseguenti richieste risarcitorie.

7. PARTNER

Parmalat, per fronteggiare la crescente complessità del *business*, promuove sempre più spesso iniziative, come *joint ventures* o partecipazioni in società, congiuntamente a *partner* in affari, che vengono scelti, tenendo conto delle peculiarità delle aree geografiche di provenienza, in relazione alla reputazione e all'affidabilità, nonché all'adesione a valori comparabili a quelli espressi nel presente Codice.

I rapporti con i *partner* ed i collaboratori esterni sono basati su accordi trasparenti e su un dialogo costruttivo, finalizzato al raggiungimento degli obiettivi comuni, in coerenza con le normative e i principi del presente Codice.

Il Gruppo rispetta tutte le norme e disposizioni, sia nazionali che internazionali, in tema di antiriciclaggio.

8. CONCORRENTI

Per il Gruppo Parmalat è di primaria importanza che il mercato sia basato su una concorrenza corretta e leale. Parmalat è impegnata ad osservare scrupolosamente le leggi in materia e a collaborare con le autorità regolatrici del mercato. Nell'ambito della concorrenza leale il Gruppo Parmalat non viola consapevolmente diritti di proprietà industriale o intellettuale di terzi.

9. PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

9.1. CORRETTEZZA E ONESTÀ

Nel rapporto con la Pubblica Amministrazione, il Gruppo Parmalat ispira e adegua la propria condotta ai principi di correttezza e onestà.

Le persone incaricate dal Gruppo di seguire una qualsiasi trattativa, richiesta o rapporto istituzionale con la Pubblica Amministrazione, italiana o straniera, non devono per nessuna ragione cercare di

influenzarne impropriamente le decisioni, né tenere comportamenti illeciti, quali l'offerta di denaro o di altra utilità, anche assecondando il comportamento induttivo del funzionario pubblico, che possano alterare l'imparzialità di giudizio del esponente della Pubblica Amministrazione.

Costituisce altresì comportamento illecito ostacolare in qualunque modo le Autorità Pubbliche di Vigilanza nell'esercizio delle loro funzioni, con atti o documenti, ovvero esponendo fatti falsi ovvero omettendo le informazioni dovute nelle comunicazioni indirizzate alle predette autorità, omettendo di effettuare le comunicazioni dovute, e in genere tenendo comportamenti ostruzionistici quali, a titolo puramente indicativo, opporre rifiuti pretestuosi, ritardare l'invio delle comunicazioni o la messa a disposizione della documentazione richiesta.

Infine, è fatto divieto a chiunque di indurre coloro che vengano chiamati a rendere dichiarazioni in procedimenti penali a non rendere dichiarazioni o a rendere dichiarazioni mendaci, in particolare quando essi possano legittimamente rifiutarsi di rispondere alle domande poste dall'Autorità Giudiziaria.

9.2. RAPPORTI DI LAVORO CON EX DIPENDENTI DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

L'assunzione di ex dipendenti della Pubblica Amministrazione, che nell'esercizio delle loro funzioni abbiano intrattenuto rapporti con il Gruppo Parmalat, o di loro parenti e/o affini, avviene nel rigoroso rispetto delle procedure standard definite dall'azienda per la selezione del personale.

Anche la definizione di altri rapporti di lavoro con ex dipendenti della Pubblica Amministrazione, o con loro parenti e/o affini, avviene nel rigoroso rispetto delle procedure standard.

9.3. SOVVENZIONI E FINANZIAMENTI

Contributi, sovvenzioni o finanziamenti ottenuti dalla Unione Europea, dallo Stato o da altro Ente Pubblico, anche se di modico valore e/o importo, devono essere impiegati per le finalità per cui sono stati richiesti e concessi.

10. FORZE POLITICHE E ASSOCIAZIONI PORTATRICI D'INTERESSI

10.1. RAPPORTI CON RAPPRESENTANTI DELLE FORZE POLITICHE E ASSOCIAZIONI

Il Gruppo Parmalat si confronta in modo trasparente con tutte le forze politiche, al fine di rappresentare debitamente le proprie posizioni su argomenti e temi di interesse.

Il Gruppo Parmalat intrattiene relazioni con associazioni di categoria, sindacati, organizzazioni ambientaliste e associazioni affini, con l'obiettivo di sviluppare le proprie attività, di stabilire forme di cooperazione di reciproca utilità e di presentare le proprie posizioni. La presentazione di posizioni specifiche del Gruppo con forze politiche e/o con associazioni deve avvenire con il consenso del vertice o delle funzioni preposte.

10.2. CONTRIBUTI E SPONSORIZZAZIONI

Il Gruppo Parmalat è disponibile a fornire contributi e sponsorizzazioni, nel rispetto delle procedure definite, dandone adeguata pubblicità, per sostenere iniziative proposte da enti pubblici e privati e da associazioni senza fini di lucro, regolarmente costituite ai sensi della legge e che promuovano i valori cui si ispira il presente Codice. Le sponsorizzazioni e i contributi possono riguardare eventi ed iniziative a carattere sociale, politico, culturale sportivo e artistico; esse possono essere finalizzate anche alla realizzazione di studi, ricerche, convegni e seminari aventi ad oggetto tematiche di interesse per il Gruppo.

Il Gruppo Parmalat valuta, entro criteri di ragionevolezza e buona fede, il reale collegamento tra l'eventuale sponsorizzazione e la finalità di business, e garantisce il rispetto di uno specifico iter autorizzativo, degli obblighi di registrazione e documentazione e di specifici limiti economici.

Tutte le contribuzioni devono pertanto essere effettuate in conformità alle procedure interne, nonché essere trasparenti, tracciabili e verificabili, ed adeguatamente motivate.

11. MASS-MEDIA

I rapporti con i *mass-media* sono improntati al rispetto del diritto all'informazione.

La comunicazione all'esterno di dati o di informazioni, deve essere veritiera, accurata, chiara, trasparente, rispettosa dell'onore e della riservatezza delle persone, coordinata e coerente con le politiche del Gruppo. Le informazioni afferenti a Parmalat e dirette ai *mass-media* potranno essere divulgate solamente dalle funzioni aziendali a ciò delegate, o con l'autorizzazione di queste, nel rispetto delle procedure definite.

12. AMBIENTE

Il Gruppo Parmalat rispetta l'ambiente come risorsa da tutelare, a beneficio della collettività e delle generazioni future. Nel rispetto delle normative vigenti, il Gruppo adotta le misure più idonee a preservare l'ambiente, promuovendo e programmando lo sviluppo delle attività in coerenza con tale obiettivo e promuovendo iniziative di sensibilizzazione.

Parte terza

ATTUAZIONE, CONTROLLO E AGGIORNAMENTO

1. MODALITA' DI ATTUAZIONE, CONTROLLO E AGGIORNAMENTO

I destinatari devono osservare e fare osservare i principi del presente Codice Etico. Il rispetto dei principi del Codice è parte essenziale delle obbligazioni contrattuali del Gruppo ai sensi e per gli effetti delle normative vigenti.

In nessun modo il perseguimento dell'interesse del Gruppo può prescindere dal rispetto dei suddetti principi.

Gli amministratori e l'alta dirigenza hanno inoltre il dovere di fornire per primi l'esempio di coerenza tra i principi del Codice e i comportamenti quotidiani.

In ogni società del Gruppo sono identificate le funzioni competenti per la corretta attuazione, l'adeguato controllo e l'appropriato aggiornamento dei contenuti del Codice Etico.

In particolare, Parmalat S.p.A. ha individuato nell'Organismo di Vigilanza, nominato in base alle disposizioni del D.Lgs. 231\01, l'ente deputato a vigilare sull'applicazione del Codice nella Capogruppo.

Le segnalazioni di sospette violazioni del Codice possono essere inoltrate tramite la casella di posta elettronica dedicata: organismo.vigilanza@parmalat.net. La Società garantisce la totale riservatezza sull'identità del segnalante, nonché ogni tutela da qualsiasi forma di ritorsione.

Ogni segnalazione verrà opportunamente indagata e, in caso di accertata violazione, verranno adottati i provvedimenti ritenuti più idonei, in conformità alle procedure definite.

In particolare l'eventuale violazione delle disposizioni del Codice Etico potrà costituire inadempimento delle obbligazioni del rapporto di lavoro e/o illecito disciplinare, con ogni conseguenza di legge, anche con riguardo alla conservazione del rapporto di lavoro, e potrà comportare il risarcimento dei danni dalla stessa derivanti.

Il rispetto dei principi del presente Codice Etico forma parte essenziale delle obbligazioni contrattuali di coloro che intrattengono rapporti di natura commerciale con il Gruppo. In conseguenza, l'eventuale violazione delle disposizioni ivi contenute potrà costituire inadempimento delle stesse obbligazioni con ogni conseguenza di legge.