



GRUPPO PARMALAT

CODICE DI CONDOTTA

Approvato dal Consiglio di Amministrazione del 29 luglio 2010

INDICE

| | |
|--|---|
| AMBITO DI APPLICAZIONE E STRUTTURA DEL CODICE DI CONDOTTA..... | 3 |
|--|---|

PARTE PRIMA MISSIONE E VALORI

| | |
|------------------|---|
| 1. MISSIONE..... | 4 |
| 2. VALORI..... | 4 |

PARTE SECONDA REGOLE DI CONDOTTA

| | |
|--|----|
| 1. COLLABORATORI..... | 6 |
| 2. SOCI E AZIONISTI..... | 8 |
| 3. CONSUMATORI..... | 9 |
| 4. ISTITUTI FINANZIARI | 9 |
| 5. GROSSISTI E DISTRIBUTORI..... | 10 |
| 6. FORNITORI DI BENI E SERVIZI | 10 |
| 7. PARTNER..... | 10 |
| 8. CONCORRENTI..... | 10 |
| 9. PUBBLICA AMMINISTRAZIONE | 11 |
| 10. FORZE POLITICHE E ASSOCIAZIONI PORTATRICI D'INTERESSI..... | 11 |
| 11. MASS-MEDIA..... | 12 |
| 12. AMBIENTE..... | 12 |

PARTE TERZA ATTUAZIONE, CONTROLLO E AGGIORNAMENTO

| | |
|---|----|
| 1. MODALITÀ DI ATTUAZIONE, CONTROLLO E AGGIORNAMENTO..... | 13 |
|---|----|

AMBITO DI APPLICAZIONE E STRUTTURA DEL CODICE DI CONDOTTA

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

Il Codice di Condotta 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 di Condotta e spiega come applicare concretamente i valori e le regole definite, affinché diventino prassi quotidiana.

Nel presente Codice con l'indicazione di "Gruppo Parmalat", "Parmalat" o "Gruppo" si intendono tutte le società facenti parte del Gruppo Parmalat, quale *Corporate* nella sua accezione internazionale.

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

Valore aggiunto: Dare valore aggiunto agli azionisti, ai consumatori ed alla comunità in cui Parmalat opera.

Orientamento al cliente : I consumatori si aspettano che i loro bisogni siano anticipati. Parmalat garantirà questo, assicurando autentica soddisfazione attraverso la forza dei prodotti che generano benessere nei consumatori. Quanto sopra sarà misurabile e non solo una dichiarazione di intenti.

Sviluppo delle persone: Ogni persona ha un enorme valore. Per questo Parmalat dà grande importanza allo sviluppo, alla dignità personale, alla tolleranza, alla trasparenza ed alla sicurezza. Tra di noi ci sono forti interrelazioni e un pizzico di umorismo.

Qualità: La Qualità è fondamentale per le nostre attività. E' attesa dai nostri consumatori e noi la pretendiamo da noi stessi. Saremo responsabili di assicurare la qualità in ogni cosa che facciamo, in coerenza con la nostra strategia a lungo termine.

Integrità: I risultati di successo dipendono dalla capacità di assumere responsabilità personali. Parmalat dimostrerà di essere integra e lavorerà per essere un esempio e, su questo, si farà misurare. Saranno rispettate le leggi, i regolamenti e le politiche sotto le quali opereremo.

Innovazione: L'innovazione è essenziale per la nostra continua crescita. Ogni dipendente ha l'opportunità di innovare e ci si aspetta che lo faccia. Questo significa imparare gli uni dagli altri nel mondo, saper prendere dei rischi e avere la capacità di confrontarsi.

Uniti nella diversità: Cogliere il vantaggio di essere multi-culturali per dare valore aggiunto al Gruppo.

Le sinergie internazionali sono un vantaggio competitivo: Parmalat ha obiettivi comuni, costanti comunicazioni e incoraggia il confronto tra i diversi punti di vista. Lavorare in gruppo tutti insieme, trasversalmente alle funzioni ed ai paesi è vitale per creare un ambiente che permetta ai dipendenti di esprimere il loro pieno potenziale.

Responsabilità sociale: Parmalat opera tenendo conto dei bisogni della collettività. Parmalat contribuisce allo sviluppo economico, sociale e civile delle comunità in cui opera.

Passione: Passione per il successo, passione di dare il proprio contributo, passione per l'eccellenza. I valori Parmalat servono per indirizzare questa passione al raggiungimento della nostra missione.

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. COLLABORATORI

1.1 CONDOTTA CORRETTA E TRASPARENTE

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) 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, i collaboratori 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, i collaboratori 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 i collaboratori 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.

1.3 REGALIE 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 offrire (o ricevere) 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) allo scopo di trarre indebito vantaggio per sé stessi e per il Gruppo, influenzando l'autonomia di giudizio del destinatario.

1.4 TRASPARENZA 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.

1.5 USO DEI BENI AZIENDALI

Ciascun collaboratore 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 collaboratore di contravvenire a detti principi alterando i beni aziendali ricevuti in uso o accedendo abusivamente ai sistemi informatici.

Ciascun collaboratore 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.

1.6 TRATTAMENTO DELLE INFORMAZIONI

1.6.1 Trasparenza e correttezza delle informazioni

I collaboratori 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.

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 collaboratori 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 sui 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.

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. 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. 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. SOCI E 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 (soci e azionisti) nel loro complesso rispetto all'interesse particolare di singoli soci, azionisti o gruppi di essi.

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 ai soci e 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'indebito utilizzo di informazioni privilegiate.

Nel rispetto del fondamentale diritto di ciascun socio e 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 QUALITA', 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.

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.

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.

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* 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.

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 ONESTÁ

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, che possano alterare l'imparzialità di giudizio del rappresentante della Pubblica Amministrazione.

Costituisce altresì comportamento illecito il ricorso a dichiarazioni o documenti alterati o falsificati o l'omissione di informazioni o, in generale, il compimento di artifici o raggiri, volti a ottenere concessioni, autorizzazioni, finanziamenti, contributi da parte della Unione Europea, dello Stato o di altro Ente Pubblico. Inoltre, 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.

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 collaboratori del Gruppo Parmalat, intesi come gli amministratori, i dipendenti e coloro i quali, indipendentemente dalla qualificazione giuridica del rapporto, operano sotto la direzione o vigilanza del Gruppo, devono osservare e fare osservare i principi del presente Codice di Condotta. 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 di Condotta.

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.