

# COCCO EUCO

**Barilla**  
The Italian Food Company. Since 1877.



# INDICE

PREMESSA \_\_\_\_\_ 3

## 1

### INTRODUZIONE

|     |                                     |   |
|-----|-------------------------------------|---|
| 1.1 | CHE COS'È L'«ETICA»? _____          | 7 |
| 1.2 | L'ETICA AZIENDALE _____             | 8 |
| 1.3 | IL CODICE ETICO _____               | 8 |
| 1.4 | LO «STILE» BARILLA _____            | 9 |
| 1.5 | CONDIVISIONE DEL CODICE ETICO _____ | 9 |

## 4

### NORME E STANDARD DI COMPORTAMENTO

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 4.1 | RAPPORTI CON GLI STAKEHOLDER _____                                     | 23 |
| 4.2 | MARKETING E COMUNICAZIONE _____  | 23 |
| 4.3 | INFORMAZIONE<br>E RENDICONTAZIONE _____                                | 24 |
| 4.4 | CONTROLLO INTERNO _____  | 25 |
| 4.5 | CORRUZIONE E CONCUSSIONE _____   | 25 |
| 4.6 | DILIGENZA E CORRETTEZZA<br>NELLA GESTIONE DEI CONTRATTI _____          | 26 |
| 4.7 | PROTEZIONE DELLE INFORMAZIONI _____                                    | 28 |
| 4.8 | CENTRALITÀ DELLA PERSONA RISPETTO<br>ALLE PIÙ RECENTI TECNOLOGIE _____ | 28 |

## 2

### IL NOSTRO IMPEGNO

|                         |    |
|-------------------------|----|
| IL NOSTRO IMPEGNO _____ | 14 |
| PERSONE _____           | 14 |
| GENTE BARILLA _____     | 14 |
| PRODOTTO _____          | 14 |
| MARCHI _____            | 14 |
| AMBIENTE _____          | 14 |
| CLIENTI _____           | 14 |
| CONCORRENTI _____       | 14 |
| PROFITTO _____          | 14 |

## 5

### INDICAZIONE DELLE MODALITÀ DI ATTUAZIONE E CONTROLLO

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 5.1 | AMBITO DI APPLICAZIONE<br>DEL CODICE ETICO _____           | 31 |
| 5.2 | ISTITUZIONE DEI COMITATI<br>PREPOSTI AL MONITORAGGIO _____ | 32 |
| 5.3 | SEGNALAZIONE DELLE VIOLAZIONI<br>DEL CODICE ETICO _____    | 33 |
| 5.4 | COMUNICAZIONE E DIFFUSIONE<br>DEL CODICE ETICO _____       | 34 |

## 3

### VALORI

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 3.1 | ONESTÀ E TRASPARENZA _____                                       | 18 |
| 3.2 | RESPONSABILITÀ SOCIALE _____                                     | 18 |
| 3.3 | CENTRALITÀ DELLA PERSONA –<br>DIVERSITÀ E INCLUSIONE (D&I) _____ | 18 |
| 3.4 | TUTELA DEL LAVORO _____  | 19 |
| 3.5 | SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE<br>E BENESSERE DEGLI ANIMALI _____    | 19 |
| 3.6 | RISPETTO DI LEGGI, CODICI<br>E REGOLAMENTI VIGENTI _____         | 20 |

## 6

### APPENDICE DI DETTAGLIO AI FINI DEL D.LGS. 231/2001

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 6.1 | TUTELA DEL CAPITALE SOCIALE,<br>DEI CREDITORI E DEL MERCATO _____ | 38 |
| 6.2 | PUBBLICA AMMINISTRAZIONE _____                                    | 39 |
| 6.3 | CONFLITTO D'INTERESSI _____                                       | 40 |
| 6.4 | OMAGGI, REGALIE<br>E ALTRE FORME DI BENEFICI _____                | 40 |



# PREMESSA

“

Barilla realizza dal 1877 prodotti alimentari, offrendo alle persone in tutto il mondo un'alimentazione nutrizionalmente equilibrata.

Onestà, trasparenza, innovazione, responsabilità sociale e ambientale sono i valori, frutto di una forte e riconosciuta identità culturale, in cui Barilla si identifica. Questa identità, nata dallo stile imprenditoriale dei fondatori, si è man mano rafforzata in più di 125 anni di tradizioni, esperienze e comportamenti, divenendo una delle risorse fondamentali dell'Azienda.

Oggi, la crescita del business fa sì che Barilla si trovi a operare in una molteplicità di contesti in continua e rapida evoluzione.

Per via della complessità di questo scenario, è importante che Barilla ribadisca con forza la propria cultura, definendo con chiarezza l'insieme dei valori in cui l'Azienda si riconosce e che condivide, unitamente alle responsabilità che essa si assume sia verso l'interno che verso l'esterno.

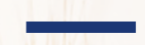
Strumento fondamentale, nell'ambito di tale processo di divulgazione e chiarimento dei principi aziendali, è il presente «Codice Etico».







# INTRODUZIONE





# 1.1

## CHE COS'È L'«ETICA»?

L'«Etica» esprime l'insieme di norme di condotta – sia pubblica sia privata – seguite da una persona o da un gruppo di persone. È una parola usata in moltissimi contesti, e indica una riflessione su regole e principi da seguire nella vita pratica.

Il raggio d'azione dell'etica, quindi, pur rinviando a un universo astratto (fatto di principi e valori), è tutt'altro che teorico: riguarda il quotidiano e si traduce in norme di comportamento.

Usando le parole del filosofo Immanuel Kant, si può definire «etico» il comportamento di colui che opera, guidato non da timori di punizione o speranze di ricompensa opportunistici, ma dalla propria ragione «in modo di trattare l'umanità, così nella sua persona come in quella di ogni altro, sempre insieme come un fine, mai semplicemente come un mezzo per raggiungere un fine».

# 1.2

## L'ETICA AZIENDALE

Quando la riflessione sull'etica si sposta dall'agire individuale a un più ampio ambito organizzativo e di business, il concetto di responsabilità e consapevolezza individuale si lega inevitabilmente a quello di «Responsabilità Sociale d'Impresa» o «Cittadinanza d'Impresa».

Per Barilla la Responsabilità Sociale d'Impresa si configura come la capacità di integrare le proprie attività di business con il rispetto

e la tutela degli interessi di tutti i partner e di tutti gli individui con cui si relaziona, con la salvaguardia delle risorse ambientali e la loro conservazione per le generazioni future.

In altre parole l'azione di Barilla è volta a perseguire il proprio business considerando il rispetto dovuto a tutti gli esseri viventi e il valore delle cose inanimate, come fine del proprio agire e non come mezzo per raggiungere il profitto.

# 1.3

## IL CODICE ETICO

In ambito di business, l'assenza di una considerazione etica del proprio agire potrebbe portare a comportamenti «potenzialmente opportunistici», dettati dall'errata convinzione di stare facendo il bene dell'Azienda. Perciò appare evidente il valore di un Codice Etico volto a ribadire che in nessun modo la convinzione di agire a vantaggio dell'Azienda può giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con principi e valori condivisi.

Il documento che segue non serve ad accrescere il grado di conformità alla legge o la reputazione di Barilla, perché responsabilità legale, osservanza delle leggi e correttezza – come la qualità dei prodotti – sono una condizione imprescindibile per

l'esistere stesso dell'Azienda, e non possono quindi essere considerati obiettivi di un Codice Etico.

Obiettivo primario del Codice Etico è rendere comuni e diffusi i valori in cui l'Azienda si riconosce, a tutti i livelli, facendo sì che chiunque, ogniqualvolta è chiamato a prendere una decisione, si ricordi con chiarezza che a essere in gioco non sono soltanto gli interessi, i diritti e i doveri propri, ma anche quelli degli altri.

In altre parole si deve essere consapevoli che il benessere e il rispetto di tutti, devono essere sempre ed esplicitamente presi in considerazione in ogni fase dell'agire quotidiano.





# 1.4

## LO «STILE» BARILLA

Lo stile – come diceva Pietro Barilla – è un modo di comportarsi che «implica tante piccole cose».

Oggi mettere insieme tutte queste «piccole cose» è necessario sia per chiarire al meglio la via di Barilla verso il futuro, sia per assumere la consapevolezza che, in un sistema industriale più responsabile e maturo, occorre competere con integrità.

Tutto ciò significa fare bene e con dignità il proprio mestiere, avere rispetto delle regole, ma, anche e soprattutto, ispirarsi a principi e valori condivisi, che si richiamano al consenso e non all'obbedienza.

La condivisione e l'applicazione dei principi raccolti in questo documento portano a definire lo «stile» Barilla.



# 1.5

## CONDIVISIONE DEL CODICE ETICO

Questo documento vuole essere, quindi, un incentivo razionale per cercare di capire non solo cosa sia giusto fare, ma anche il «perché» sia necessario farlo.

L'obiettivo primario è quello di far sì che sia introdotta anche una valutazione etica, sia nel decidere i propri comportamenti sia nel valutare quelli degli altri, unendo in questo modo la sfera morale a quella manageriale, le responsabilità individuali a quelle dell'Azienda e la sfera personale a quella

organizzativa: ossia tradurre il ragionamento in una concreta azione etica.

Questo documento deve essere un «contratto morale» sottoscritto da tutti gli Esponenti Aziendali<sup>1</sup>, dai collaboratori esterni e dai fornitori del Gruppo. Deve diventare un vincolo morale personale.

Non rafforzerà direttamente la posizione competitiva, ma lo farà indirettamente se permetterà a tutti di adottare una visione etica e una cultura condivisa.



<sup>1</sup> Sono Esponenti Aziendali gli Amministratori, i Sindaci, i Dirigenti, Funzionari e ogni altro dipendente.





# IL NOSTRO IMPEGNO

—





Attraverso «Il nostro impegno»,  
Barilla esplicita lo scopo,  
il fine comune dell'attività  
degli individui e dei gruppi  
che collaborano all'interno  
dell'organizzazione e che  
intrattengono relazioni  
esterne per essa.



## IL NOSTRO IMPEGNO

Offrire prodotti alimentari che contribuiscano a un'alimentazione nutrizionalmente equilibrata, riconosciuti eccellenti per gusto e di qualità superiore, realizzati nel rispetto dell'ambiente e della dignità delle persone. Barilla si focalizzerà prioritariamente su due aree di business:

- Primo Piatto all'italiana
- Prodotti da Forno

## PERSONE

Le persone sono il principale e costante punto di riferimento di tutto ciò che facciamo. Le persone che consumano i nostri prodotti hanno quattro diritti basilari: il diritto alla sicurezza, il diritto di essere informate, il diritto di scegliere e il diritto di essere ascoltate.

## GENTE BARILLA

La gente Barilla rappresenta la risorsa centrale per lo sviluppo e il successo dell'Azienda. Barilla riconosce nella diversità delle culture e dei talenti un valore fondamentale e vuole attrarre e far crescere persone con doti di leadership, passione per i prodotti alimentari e curiosità intellettuale. Coerenza, trasparenza e rispetto debbono guidare ogni decisione e comportamento, in un contesto di fiducia reciproca e di interdipendenza.

## PRODOTTO

Il prodotto è al centro di ogni nostra attività e impegno quotidiano. Barilla concentrerà i suoi sforzi sull'innovazione per generare prodotti di qualità superiore, percepiti dalle persone e dai clienti come distintivi.

## MARCHI

I marchi di Barilla sono l'identità dell'impresa. Il sostegno dei nostri marchi sarà perseguito attraverso la coerenza dei prodotti e la qualità della comunicazione.

## AMBIENTE

Barilla è impegnata a operare nel rispetto dell'ambiente e della salute delle persone, ben consapevole delle proprie responsabilità sociali ed etiche nei confronti delle comunità in cui opera o da cui trae risorse.

## CLIENTI

I clienti sono i nostri partner per raggiungere il successo nel business. Dobbiamo lavorare con loro per valorizzare le categorie in cui operiamo, sempre nel pieno rispetto delle persone che acquisteranno i nostri prodotti.

## CONCORRENTI

I concorrenti sono il nostro stimolo e la positiva sfida ad essere sempre migliori. Barilla è animata da un forte e corretto spirito competitivo volto al miglioramento continuo di ciò che fa.

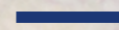
## PROFITTO

Il profitto è un indicatore importante della salute dell'impresa, ed è elemento fondamentale per la creazione di sviluppo e di benessere.





# VALORI







Barilla è un Gruppo alla cui guida è da quattro generazioni la stessa famiglia, per questo ha una forte identità alla cui base è da sempre uno «stile» umano e professionale fatto di correttezza nei comportamenti, di equilibrio tra il rispetto per le persone e l'interesse per l'Azienda.

Cambiano le pratiche e gli scenari, ma la coerenza con questi valori è e resterà il migliore biglietto da visita. Lo «stile» Barilla, inteso come un reciproco arricchimento umano e professionale delle persone che vi lavorano, resterà immutato se tutti coloro che operano nel Gruppo continueranno a rispettare i basilari valori e principi di riferimento.

Barilla considera come punti irrinunciabili nella definizione dei propri valori la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani dell'ONU, le Convenzioni e le Raccomandazioni Internazionali del Lavoro emanate dall'ILO (International Labour Organization), la Carta della Terra redatta dall'Earth Council e i principi enunciati nel Global Compact proposto dall'ONU.

## 3.1 ONESTÀ E TRASPARENZA

L'onestà rappresenta il principio fondamentale per tutte le attività di Barilla, le sue iniziative, i suoi prodotti, i suoi rendiconti e le sue comunicazioni e costituisce elemento essenziale della gestione aziendale. I rapporti con gli stakeholder<sup>2</sup>, a tutti i livelli,

devono essere improntati a criteri e comportamenti di correttezza, coerenza, lealtà e reciproco rispetto. Barilla dialoga in modo chiaro, trasparente, accurato e tempestivo, con i suoi stakeholder.

## 3.2 RESPONSABILITÀ SOCIALE

Barilla crede che la propria attività imprenditoriale, per potersi qualificare come eticamente responsabile, debba perseguire modelli di produzione che rispettino e salvaguardino i diritti umani, le capacità rigenerative della Terra e il benessere delle

comunità, promuovendo lo sviluppo umano in modo equo e sostenibile, nella consapevolezza che la responsabilità sociale ed etica si estende anche alle comunità, soprattutto nei paesi in via di sviluppo, che producono materie prime utilizzate per alcuni prodotti.

## 3.3 CENTRALITÀ DELLA PERSONA – DIVERSITÀ E INCLUSIONE (D&I)

In coerenza con la sua visione etica, Barilla intende sviluppare il valore di ogni persona, rispettandone l'integrità fisica, culturale e morale, così come il diritto di interagire ed

associarsi con altri. Barilla pone attenzione a tutti gli aspetti inerenti alla vita delle persone, poiché è la vita umana ad ispirare tutte le attività della società. Barilla supporta e rispetta i

<sup>2</sup> Sono stakeholder quei soggetti (intesi nel senso di individui, gruppi, organizzazioni, istituzioni) i cui interessi sono, a vario titolo, coinvolti nell'attività del Gruppo.



diritti umani nelle sue attività e sfera d'influenza, offre eguali opportunità per lo sviluppo delle sue persone e ne protegge la privacy.

Barilla crede che fare la cosa giusta sia corretto per il business e che rispettare la diversità e promuovere l'inclusione possa essere fonte di vantaggio competitivo, creando una forza lavoro più motivata per l'adozione delle migliori decisioni, basate su una profonda comprensione delle persone che acquista-

no e consumano i prodotti della società in tutto il mondo.

Barilla non tollera alcuna forma di discriminazione o esclusione, fra l'altro per quanto attiene età, cultura, etnia, nazionalità, credo religioso, razza, opinione politica, stato civile, gravidanza, stato di reduce di guerra, genere e orientamento sessuale, identità e/o espressione di genere, informazione genetica, salute o disabilità.

## 3.4

### TUTELA DEL LAVORO

Barilla garantisce la libertà di associazione dei lavoratori e riconosce il diritto alla contrattazione collettiva.

Si impegna a non usufruire, neppure indirettamente, sia del lavoro forzato e obbligatorio, sia del lavoro minorile. Rifiuta ogni discriminazione in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e

alle credenze religiose; ripudia ogni forma di discriminazione nelle politiche di assunzione e nella gestione delle risorse umane.

Barilla si impegna a impedire ogni forma di mobbing e di sfruttamento del lavoro, sia diretto che indiretto, e a riconoscere nel merito, nelle prestazioni di lavoro e nelle potenzialità professionali i criteri determinanti per gli sviluppi retributivi e di carriera.

## 3.5

### SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE E BENESSERE DEGLI ANIMALI

L'impegno di Barilla nei riguardi della Terra, è volto a salvaguardarne l'abbondanza e la bellezza per le generazioni presenti e future,

con l'obiettivo di trasmettere loro i valori e le tradizioni che sostengono lo sviluppo a lungo termine delle comunità umane e ambientali.

Barilla si impegna in ogni fase del suo agire ad applicare criteri di cautela – il «Principio di Precauzione»<sup>3</sup> – e un approccio preventivo nei riguardi dell'ambiente e della sua biodiversità; a promuovere iniziative per una maggiore responsabilità ambientale aziendale; a sviluppare l'impiego di mezzi e di tecnologie che non danneggino l'ambiente. Sia nella scelta delle materie prime, sia nella distribuzione dei prodotti Barilla si adopera per il rispetto della «Sovranità Alimentare»<sup>4</sup>, nella consapevolezza che la responsabilità etico-sociale si estende anche alle comunità che producono le materie prime.

L'impegno di Barilla a salvaguardare il pianeta ed il benessere delle generazioni pre-

senti e future include anche il benessere degli animali.

Barilla, infatti, non testa i propri prodotti o le proprie materie prime su animali, né finanzia o sostiene, in modo diretto o indiretto, la sperimentazione sugli animali, salvo che ciò sia strettamente necessario per ordine delle autorità competenti o sia imposto da leggi, regolamenti o esigenze di sicurezza.

Barilla dissuade i suoi fornitori dall'uso della sperimentazione animale e sostiene fermamente l'impiego di metodi alternativi alla sperimentazione animale.

## 3.6

### RISPETTO DI LEGGI, CODICI E REGOLAMENTI VIGENTI

Barilla reputa il rispetto delle normative nazionali e internazionali come condizione vincolante e imprescindibile del proprio agire. Si impegna pertanto, anche con attenta opera di prevenzione sulla consumazione

di illeciti, a rispettare tali normative nonché le prassi generalmente riconosciute. Ispira inoltre le proprie decisioni e i propri comportamenti alle possibili evoluzioni del quadro normativo.

<sup>3</sup> «Principio di Precauzione» è principio in base al quale, in caso di dubbio sull'innocuità per l'ambiente o per la salute di un prodotto o di un metodo di produzione, la dimostrazione della non nocività deve essere a carico del produttore.

<sup>4</sup> Per «Sovranità Alimentare» intendiamo il diritto dei popoli ad autodeterminare le proprie scelte nei settori della produzione, della distribuzione e del consumo di alimenti, nel rispetto dei criteri di sostenibilità ambientale, culturale e sociale, allo scopo di garantire il diritto di ogni individuo a un'alimentazione sufficiente e sana. Il diritto all'alimentazione è un diritto umano fondamentale, saldamente fondato sul diritto internazionale. È implicito nella Carta delle Nazioni Unite ed è stato riaffermato e sviluppato in numerose dichiarazioni della comunità internazionale, inclusa la Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo (art. 25), e in molti accordi internazionali sia a livello regionale che universale. La «Sovranità Alimentare» procede parallelamente e favorisce la sovranità economica, politica e culturale dei Paesi.





**NORME  
E STANDARD DI  
COMPORTAMENTO**

---





# 4.1

## RAPPORTI CON GLI STAKEHOLDER

I rapporti con gli stakeholder, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri e comportamenti di assoluta correttezza, collaborazione, lealtà e reciproco rispetto. Barilla considera come propri stakeholder: azio-

nisti e finanziatori, Esponenti Aziendali e collaboratori esterni, clienti, fornitori, concorrenti, pubblica amministrazione, acquirenti di prodotti, collettività, comunità locali, mass-media.

# 4.2

## MARKETING E COMUNICAZIONE

Barilla ha il dovere di assicurare le condizioni necessarie affinché i suoi prodotti possano contribuire a una alimentazione nutrizionalmente equilibrata. Tuttavia l'alimentazione, oltre che un fatto biologico, è legata profondamente all'identità culturale dei singoli individui; per questo tutte le attività di marketing devono muoversi nel pieno rispetto delle diverse consuetudini e dei diversi valori, in materia di produzione e consumo del cibo.

È quindi necessario considerare gli acquirenti dei prodotti Barilla come veri e propri interlocutori: delle «persone» che hanno il diritto di ricevere tutte le informazioni necessarie per compiere una scelta consapevole al momento dell'acquisto, e non solamente quali semplici «consumatori» di prodotto.

Per il raggiungimento degli obiettivi di impresa Barilla ha quindi il dovere di:

- garantire alle persone una relazione basata su fiducia e lealtà;

- prendere in considerazione, oltre ai «bisogni», anche quelle naturali esigenze intellettuali e cognitive che spingono le persone ogni giorno a chiedersi cosa stiano mangiando.

La comunicazione di Barilla:

- sarà sempre rispettosa della centralità della «persona» con tutto il suo articolato sistema di bisogni fisici, psicologici, culturali e affettivi: la logica di mercato non dovrà mai ostacolare la piena trasparenza informativa relativamente a contenuto e corretto utilizzo dei prodotti;
- rifiuterà messaggi volgari, contraddittori, incerti o ambigui;
- avrà sempre presente la propria responsabilità nell'influenzare le scelte delle persone, facendosi garante della qualità della relazione fra impresa e persone.



# 4.3

## INFORMAZIONE E RENDICONTAZIONE

Tutte le attività di informazione e di dialogo con gli stakeholder devono avere caratteristiche di chiarezza, trasparenza, tempestività, completezza e coerenza, nel rispetto del diritto all'informazione.

Ciascun dipendente è tenuto a collaborare affinché i fatti di gestione siano rappresentati correttamente e tempestivamente nella contabilità sulla base di informazioni veritiere, accurate, complete e verificabili. Ogni operazione e transazione deve essere cor-

rettamente registrata, autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua. È compito di ogni dipendente far sì che la documentazione di supporto sia facilmente rintracciabile e ordinata secondo criteri logici.

Nessuna scrittura contabile falsa o artificiosa può essere inserita nei registri contabili dell'Azienda (o del Gruppo) per alcuna ragione. Nessun dipendente può impegnarsi in attività che determinino un tale illecito, anche se su richiesta di un superiore.



# 4.4

## CONTROLLO INTERNO

Barilla riconosce la massima importanza al controllo interno inteso come un processo, svolto dagli Esponenti Aziendali, finalizzato ad agevolare la realizzazione degli obiettivi aziendali, a salvaguardare le risorse, ad assicurare la conformità alle leggi ed ai regolamenti applicabili, a predisporre bilanci e dati economico-finanziari attendibili, veritieri e corretti. Per questo fine Barilla ha creato e sviluppato nel tempo un insieme di strumenti, procedure e meccanismi idonei a gestire il funzionamento ed il monitoraggio dell'organizzazione.

Ben consapevole che il sistema di controllo interno rappresenta un elemento che caratterizza una buona gestione dell'Azienda, Barilla si impegna ad operare affinché la sensibilità del personale alla necessità del

controllo possa essere accresciuta a tutti i livelli organizzativi.

Allo stesso tempo, tutti gli Esponenti Aziendali devono sentirsi responsabili dell'aggiornamento e gestione di un efficace sistema di controllo interno. Per questo motivo la dirigenza non deve limitarsi a partecipare al sistema di controllo nell'ambito delle proprie competenze, ma deve impegnarsi a condividerne valori e strumenti con ciascun collaboratore o collega.

Tutti devono sentirsi responsabili della salvaguardia dei beni dell'Azienda (siano essi materiali o immateriali) e del loro corretto utilizzo. È fatto divieto di utilizzare in modo improprio o danneggiare i beni e le risorse dell'Azienda e di consentire ad altri di farlo.

# 4.5

## CORRUZIONE E CONCUSSIONE

Barilla si impegna a mettere in atto tutte le misure necessarie a prevenire ed evitare fenomeni di corruzione e concussione.

Non è consentito che siano versate somme di denaro, esercitate altre forme di corruzione allo scopo di procurare vantaggi diretti o indiretti all'Azienda stessa.

Si fa divieto di accettare doni o favori da parte di terzi che oltrepassino le normali regole di ospitalità e cortesia.

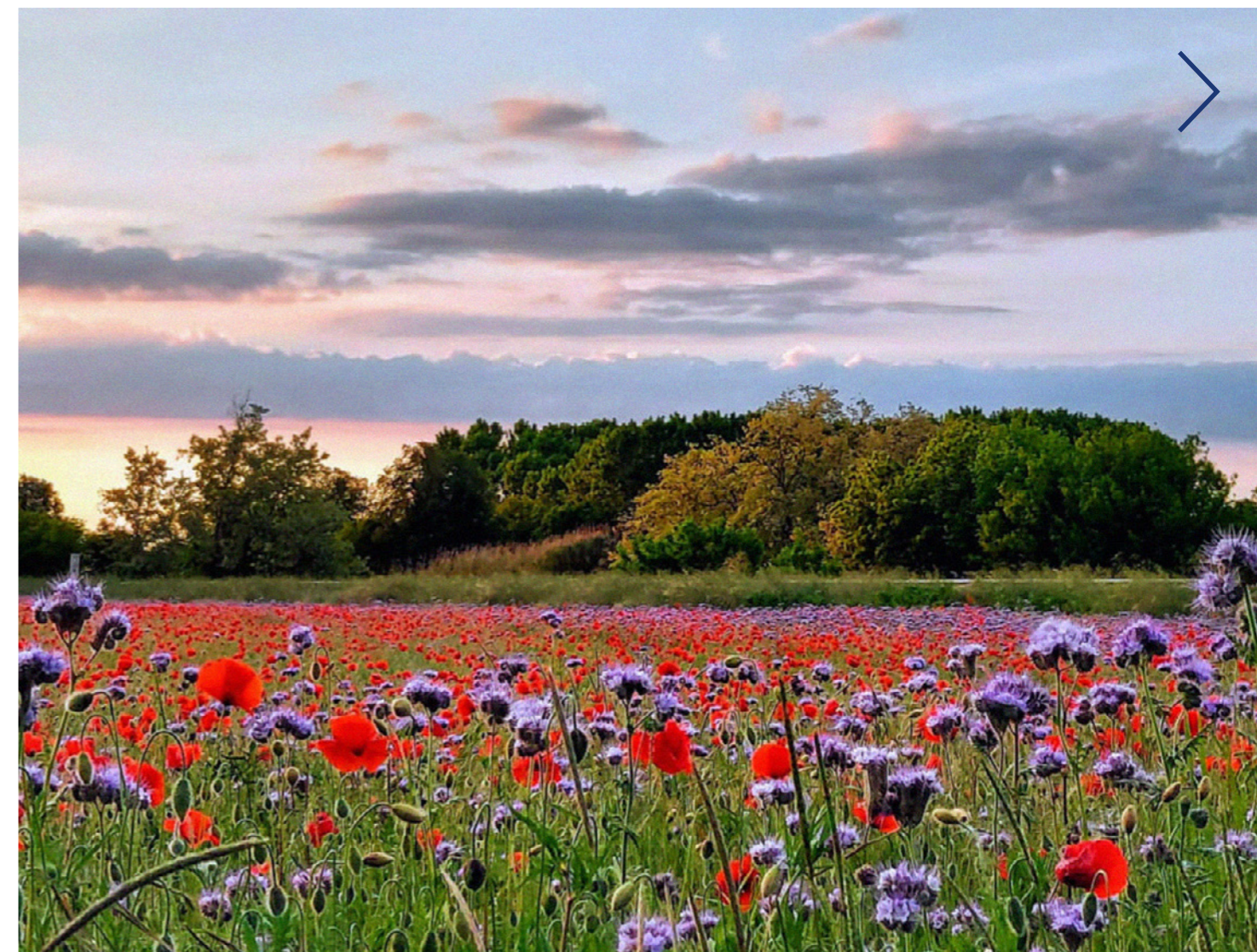
Questo vale sia nel caso in cui un Esponente Aziendale persegua un interesse diverso dalla missione di impresa o si avvantaggi personalmente di opportunità d'affari.

# 4.6

## DILIGENZA E CORRETTEZZA NELLA GESTIONE DEI CONTRATTI

I contratti e gli incarichi di lavoro devono essere eseguiti secondo quanto stabilito consapevolmente dalle parti. Per una corretta gestione dei rapporti contrattuali Barilla si impegna a non sfruttare

posizioni di dominio rispetto alle proprie controparti ed a garantire una informativa ampia ed esaustiva verso tutti i dipendenti e collaboratori coinvolti nelle attività previste dai contratti stipulati.







## 4.7

### PROTEZIONE DELLE INFORMAZIONI

Barilla riconosce che i beni intangibili digitali hanno col tempo acquisito un'importanza sempre crescente e considera la sicurezza delle informazioni, e l'osservanza dei relativi principi di riservatezza, integrità e disponibilità dei dati, come parte integrante delle sue attività.

Barilla si impegna a proteggere i propri sistemi informativi dall'accesso illegittimo e dalla divulgazione non autorizzata delle informazioni trattate, garantendo al contempo la piena conformità alle applicabili normative in materia di protezione dei dati personali e agli standard di sicurezza delle informazioni.

## 4.8

### CENTRALITÀ DELLA PERSONA RISPETTO ALLE PIÙ RECENTI TECNOLOGIE

Barilla mette le persone al centro delle sue attività e dei suoi processi decisionali, indipendentemente da quanto avanzate e autonome possano essere le tecnologie disponibili.

Barilla riconosce tuttavia che l'intelligenza artificiale e gli strumenti analitici avanzati hanno il potenziale di accelerare l'innovazione, incrementare la produttività e contribuire a restare competitivi nel mercato globale.

Barilla, pertanto, promuove un uso dell'intelligenza artificiale e degli strumenti analitici avanzati che sia responsabile, legittimo e chiaramente intelligibile.

In concreto, ciò significa che Barilla si impegna ad assicurare la trasparenza negli algoritmi di intelligenza artificiale ed un processo decisionale automatizzato giusto, imparziale ed esente da pregiudizi di qualsiasi tipo.

Barilla poi considera il rispetto della privacy e la sicurezza dei dati come capisaldi imprescindibili nell'utilizzo dell'intelligenza artificiale e degli strumenti analitici avanzati e si impegna ad implementare tali tecnologie in conformità con le leggi e regolamenti applicabili, oltre che con il presente Codice Etico.



A photograph of a bee flying near a purple thistle flower. The bee is in the upper left, flying towards the right. The thistle is in the lower right, with a small insect on its head. The background is a soft, out-of-focus yellowish-brown. A semi-transparent white vertical bar is on the right side of the image, containing the text.

# INDICAZIONE DELLE MODALITÀ DI ATTUAZIONE E CONTROLLO





# 5.1

## AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CODICE ETICO

Destinatari del Codice Etico sono tutti gli Esponenti Aziendali, senza alcuna eccezione, e tutti coloro che, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, instaurano rapporti o relazioni con Barilla ed operano per perseguirne gli obiettivi.

Ogni Esponente Aziendale, collaboratore esterno, consulente, fornitore, cliente è obbligato al rispetto del presente Codice Etico e dovrà accettarlo in forma esplicita.

Barilla richiede inoltre ai principali fornitori e partner una condotta in linea con i principi generali del presente Codice, ritenendo questo aspetto di fondamentale importanza per perseguire un modello di produzione eticamente responsabile.

Gli Esponenti Aziendali di Barilla hanno l'obbligo di conoscere le norme, astenersi da comportamenti contrari ad esse, rivolgersi al superiore o all'Organismo di Vigilanza o il Comitato Etico e di Compliance di Gruppo preposti per chiarimenti o denunce, collaborare con le strutture deputate a verificare le violazioni e non nascondere alle controparti l'esistenza di un Codice. Nei rapporti d'affari, le controparti devono essere informate dell'esistenza di norme di comportamento e devono rispettarle.

L'osservanza delle norme del Codice è parte essenziale delle obbligazioni contrattuali di

tutti i dipendenti ai sensi dell'art. 2104 del Codice Civile Italiano<sup>5</sup>.

Barilla, attraverso i suoi Esponenti Aziendali, si impegna a collaborare con ogni Autorità Pubblica, a favorire una cultura aziendale caratterizzata dalla consapevolezza di controlli esistenti e dalla mentalità orientata all'esercizio del controllo.

Cercherà, inoltre, di approfondire e aggiornare il Codice Etico al fine di adeguarlo all'evoluzione della sensibilità civile e delle normative di rilevanza per il Codice Etico stesso.

In particolare, il management è tenuto ad osservare il Codice nel proporre e realizzare i progetti, le azioni e gli investimenti della società e i componenti del Consiglio di Amministrazione, nel fissare gli obiettivi di impresa, devono ispirarsi ai principi del Codice.

Coloro che occupano posizioni di responsabilità in Barilla (i soggetti apicali) sono infatti tenuti ad essere d'esempio per i propri dipendenti, a indirizzarli all'osservanza del Codice e a favorire il rispetto delle norme. Devono inoltre riferire all'Organismo preposto tutte le informazioni utili circa eventuali carenze nei controlli, comportamenti sospetti ecc., e modificare i sistemi di controllo della propria funzione su indicazione dell'Organismo stesso.

# 5.2

## ISTITUZIONE DEI COMITATI PREPOSTI AL MONITORAGGIO

Barilla si impegna a far rispettare le norme attraverso l'istituzione di un Comitato Etico e di Compliance di Gruppo (con competenza estesa all'intero Gruppo Barilla) e di un Organismo di Vigilanza (con competenza specifica per le società del Gruppo con sede legale e principale attività in Italia), nel seguito collettivamente "Comitati", al quale demandare i compiti di vigilanza e monitoraggio in materia di attuazione del Codice Etico, secondo le rispettive competenze ed ambito geografico di operatività.

Tali Comitati si occuperanno in particolare di:

- monitorare costantemente l'applicazione del Codice Etico da parte dei soggetti interessati;

- gestire eventuali segnalazioni concernenti violazioni del Codice di significativa rilevanza;
- esprimere pareri vincolanti in merito all'eventuale revisione del Codice Etico o delle più rilevanti politiche e procedure aziendali, allo scopo di garantirne la coerenza con il Codice stesso;
- riportare eventuali violazioni al Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale le violazioni commesse dai dirigenti della Società.



<sup>5</sup> "Art. 2104: Diligenza del prestatore di lavoro. Il prestatore di lavoro deve usare la diligenza richiesta dalla natura della prestazione dovuta, dall'interesse dell'impresa e di quello superiore della produzione nazionale. Deve inoltre osservare le disposizioni per l'esecuzione e per la disciplina del lavoro, impartite dall'imprenditore e dai collaboratori di questo dai quali gerarchicamente dipende".



# 5.3

## SEGNALAZIONE DELLE VIOLAZIONI DEL CODICE ETICO

È compito dei Comitati sopra citati di segnalare, ai soggetti aziendali deputati all'irrogazione delle sanzioni, le violazioni commesse dagli Esponenti Aziendali o dai collaboratori esterni della società ai relativi responsabili, proponendo l'adozione di adeguate misure disciplinari.

Barilla ha attivato adeguati canali di comunicazione, consistenti in specifici indirizzi di posta elettronica e in una piattaforma online, attraverso i quali i soggetti cointeressati possano rivolgere le proprie segnalazioni in merito all'applicazione o alle violazioni del Codice. In alternativa, tutti i soggetti cointeressati possono segnalare, per iscritto e in forma anonima, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico ai Comitati preposti alla vigilanza in materia di attuazione del Codice stesso.

Il Comitato competente per la gestione della segnalazione conseguentemente:

- provvede a un'analisi della segnalazione, fornendo un riscontro all'autore della

segnalazione e ascoltando, quando necessario, il responsabile della presunta violazione;

- agisce in modo da garantire i segnalanti contro qualsiasi tipo di ritorsione, intesa come atto che possa dar adito anche al solo sospetto di essere una forma di discriminazione o penalizzazione;
- assicura la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge;
- in caso di accertata violazione del Codice Etico, riporta la segnalazione e gli eventuali suggerimenti ritenuti necessari al vertice aziendale o alle funzioni interessate, secondo la gravità delle violazioni;
- questi definiscono i provvedimenti da adottare secondo le normative in vigore e secondo il sistema disciplinare adottato dalla Società; ne curano l'attuazione e riferiscono l'esito al Comitato preposto al monitoraggio del Codice Etico.



# 5.4

## COMUNICAZIONE E DIFFUSIONE DEL CODICE ETICO

Barilla si impegna a favorire e garantire adeguata conoscenza del Codice Etico divulgandolo presso i soggetti cointeressati mediante apposite ed adeguate attività di comunicazione.

Affinché chiunque possa uniformare i suoi comportamenti a quelli qui descritti, Barilla assicurerà un adeguato programma di formazione e una continua sensibilizzazione dei valori e delle norme etiche contenuti nel Codice.



An aerial photograph of a forest with a mix of green, yellow, and brown trees. A semi-transparent white rectangular area is overlaid on the right side of the image, containing the title text. The text is in a bold, dark blue font. There are white arrow icons on the left and right edges of the image, pointing towards the center.

**APPENDICE  
DI DETTAGLIO  
AI FINI DEL  
D.LGS. 231/2001**

—





Il richiamo che viene fatto di seguito ad articoli di legge o norme specifiche dell'ordinamento giuridico italiano è conseguenza dell'inserimento del Codice Etico quale elemento dell'ambiente generale di controllo definito e formalmente esplicitato ai sensi del Decreto Legislativo 231/01, ai sensi del quale è anche individuato uno specifico Organismo di Vigilanza (§ 5.2.).

A tal riguardo Barilla è consapevole del fatto che l'integrità e i valori etici sono elementi essenziali dell'ambiente di controllo della propria organizzazione e che essi incidono significativamente sulla progettazione, sull'amministrazione e sull'operatività quotidiana del proprio business. Affinché non vi siano incertezze o fraintendimenti su ciò che Barilla richiede agli

Esponenti Aziendali rispetto a tali aspetti, il presente Codice e il modo in cui esso è inserito nella struttura di controllo dell'organizzazione saranno oggetto di ricorrenti azioni di formazione e comunicazione affinché lo stesso entri sempre più a far parte di una cultura aziendale consapevole, diventando così patrimonio comune condiviso a tutti i livelli.

## 6.1 TUTELA DEL CAPITALE SOCIALE, DEI CREDITORI E DEL MERCATO

Uno degli aspetti centrali che qualificano la condotta di Barilla è costituito dal rispetto dei principi di comportamento intesi a garantire l'integrità del capitale sociale, la tutela dei creditori e dei terzi che instaurano rapporti con la Società (Azienda o Gruppo).

Tali valori sono tutelati anche da norme penali che in Italia, ai sensi del D.Lgs. 231/01, possono costituire fonte di responsabilità per Barilla ove le fattispecie di reato siano realizzate nell'interesse della Società (Azienda o Gruppo) stessa<sup>6</sup>.

A tal fine è posto l'espreso divieto a carico degli Esponenti Aziendali di porre in essere, collaborare o dare causa alla realizzazione di comportamenti tali da integrare le fatti-

specie di reato previste dall'art. 25 ter del D.Lgs. 231/01 e porre in essere, collaborare o dare causa alla realizzazione di comportamenti che, sebbene risultino tali da non costituire di per sé fattispecie di reato rientranti tra quelle sopra considerate, possano potenzialmente diventarlo, ovvero comportamenti che possano favorire la commissione dei predetti reati.

Tutti gli Esponenti Aziendali, nell'ambito delle funzioni e attività svolte, sono responsabili della definizione e del corretto funzionamento del sistema di controllo e sono tenuti a comunicare in forma scritta, al superiore e all'Organismo di Vigilanza, le eventuali omissioni, falsificazioni o irregolarità contabili delle quali fossero venuti a conoscenza.

<sup>6</sup> A titolo esemplificativo si riportano alcuni tra i più significativi riferimenti legislativi sui Reati Societari:

- False comunicazioni sociali (art. 2621 c.c.)
- False comunicazioni sociali in danno dei soci o dei creditori (art. 2622 commi 1 e 3 c.c.)
- Falso in prospetto (art. 2623, commi 1 e 2 c.c.)
- Impedito controllo (art. 2625, comma 2 c.c.)
- Formazione fittizia del capitale (art. 2632 c.c.)
- Indebita restituzione dei conferimenti (art. 2626 c.c.)
- Illegale ripartizione degli utili e delle riserve (art. 2627 c.c.)
- Illecite operazioni sulle azioni o quote della società controllante (art. 2628 c.c.)
- Operazioni in pregiudizio dei creditori (art. 2629 c.c.)
- Illecita influenza sull'assemblea (art. 2636 c.c.)
- Aggiotaggio (art. 2637 c.c.)
- Ostacolo all'esercizio delle funzioni delle Autorità Pubbliche di vigilanza (art. 2638, commi 1 e 2 c.c.).



# 6.2

## PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

L'assunzione di impegni con le Istituzioni Pubbliche Locali, Statali, Comunitarie e Internazionali è riservata esclusivamente alle funzioni preposte e autorizzate. Per questo motivo è opportuno che venga raccolta e conservata la documentazione che riassume le modalità attraverso le quali Barilla è entrata in contatto con le Istituzioni. Ogni rapporto con le Istituzioni Locali, Nazionali, Internazionali o Comunitarie è riconducibile esclusivamente a forme di comunicazione volte a esplicitare l'attività di Barilla, a rispondere a richieste informali o ad atti di sindacato ispettivo (interrogazioni, interpellanze), o comunque a rendere nota la posizione dell'Azienda su temi rilevanti.

È fatto assoluto divieto di:

- esaminare o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare dipendenti della Pubblica Amministrazione a titolo personale;

- offrire o in alcun modo fornire omaggi, regalie e altre forme di benefici;
- sollecitare od ottenere informazioni riservate.

Inoltre, è fatto divieto agli Esponenti Aziendali, ai collaboratori esterni e ai consulenti delle Società del Gruppo e ai terzi di:

- falsificare e/o alterare i rendiconti al fine di ottenere un indebito vantaggio o qualsiasi altro beneficio per la Società o per il Gruppo;
- falsificare e/o alterare i dati documentali al fine di ottenere il favore o l'approvazione di un progetto non conforme alle normative vigenti in materia;
- destinare fondi pubblici a finalità diverse da quelle per cui si sono ottenuti.



# 6.3

## CONFLITTO D'INTERESSI

Per garantire la massima trasparenza, Barilla e i propri dipendenti si impegnano a non trovarsi in situazioni di conflitto di interessi con dipendenti di qualsiasi Authority e loro familiari.

Ciascun Esponente Aziendale che ritenga di trovarsi in una situazione di conflitto tra il proprio interesse personale, per suo conto o per conto di terzi, e gli interessi della Società, deve darne comunicazione immediata secondo l'opportunità, al proprio superiore gerarchico, al Consiglio di Amministrazione,

al Collegio Sindacale e/o all'Organismo di Vigilanza/Comitato Etico, restando valide le norme specifiche previste dal Codice Civile.

In particolare, gli Esponenti Aziendali e le altre persone o entità con possibilità oggettiva di influenzare le scelte della Società, devono evitare assolutamente di utilizzare, anche solo implicitamente, la propria posizione per influenzare decisioni a proprio favore o a favore di parenti, amici e conoscenti per fini prettamente personali di qualunque natura essi siano.

# 6.4

## OMAGGI, REGALIE E ALTRE FORME DI BENEFICI

Gli Esponenti Aziendali di Barilla non devono accettare, neanche in occasione di festività, regali e altre utilità correlati alle loro attività professionali e che non siano di modico valore<sup>7</sup>.

Ogni Esponente Aziendale che riceva, direttamente o indirettamente, richieste o offerte di omaggi o benefici eccedenti l'importo di riferimento, deve essere autorizzato dal responsabile di direzione o dal superiore diretto, se dipendente, e deve darne

comunicazione all'Organismo di Vigilanza. Gli Esponenti Aziendali non chiedono per sé o per gli altri, né accettano regali o altre utilità da un subordinato o da suoi parenti. Il dipendente non offre regali o altre utilità a un sovraordinato o ai suoi parenti o conviventi, salvo quelli d'uso di modico valore. In ogni caso, gli Esponenti Aziendali di Barilla si astengono da pratiche non consentite dalla legge, dagli usi commerciali o dagli eventuali codici etici delle aziende o degli enti con i quali si hanno rapporti.

<sup>7</sup> Come valore di riferimento: 50,00 Euro.





**A cura di**

Barilla Group  
Legal Compliance  
and Communication  
Department

**Progetto Grafico**

Visualmade, Milano

**Fotografie**

Archivio Barilla

**Pubblicato**

Gennaio 2024

**Elenco immagini:**

*iStock*: Pagg. 7, 24, 28  
*Unsplash*: Pagg. 5, 10, 11

Barilla è a disposizione per eventuali segnalazioni di fonti iconografiche non citate.

**GRUPPO BARILLA**

[www.barillagroup.com](http://www.barillagroup.com)

**Barilla**  
The Italian Food Company. Since 1877.