

Pernod Ricard Italia

Codice Etico

MODIFICA			
Ed.	Rev.	Descrizione Modifica	
1			
2		Allineamento con CoBC e policy del Gruppo Pernod Ricard	
APPROVAZIONE			
Ed.	Rev.		Data
1		Approvato dal Consiglio di Amministrazione	11ott2012
2		Approvato dal Consiglio di Amministrazione	11ott2021

Indice

1.	<u>Premessa</u>	4
2.	<u>Soggetti destinatari ed ambito di applicazione del Codice Etico</u>	4
3.	<u>Valore contrattuale del Codice Etico</u>	5
4.	<u>Principi generali</u>	5
	4.1 Principi etici	5
	4.2 L'impegno di PR Italia nei confronti dei propri dipendenti	6
	4.3 Obblighi dei dipendenti e dei collaboratori	6
	4.4 Doveri dei soggetti apicali	7
	4.5 Doveri degli Amministratori e dei Sindaci	7
	4.6 Efficienza	8
5.	<u>Norme di comportamento</u>	8
	5.1 Generalità	8
	5.2 Protezione del patrimonio aziendale	8
	5.3 Uso dei sistemi informatici	8
	5.4 Conflitti di interesse e incompatibilità	9
	5.5 Qualità del prodotto	9
	5.6 Rapporti con i clienti e con i consumatori	10
	5.7 Rapporti con i fornitori	10
	5.8 Rapporti con i colleghi	11
	5.9 Rapporti con la Pubblica Amministrazione	11
	5.10 Concorrenza	11
	5.11 Rapporti con i media	12
	5.12 Rapporti economici con i partiti politici e le organizzazioni sindacali	12
	5.13 Contributi e altre sponsorizzazioni	12
	5.14 Doni e altre liberalità	12

6.	<u>Trasparenza nelle operazioni</u>	13
6.1	Generalità	13
6.2	Gestione trasparente dell'attività	13
6.3	Verifica delle operazioni	13
7.	<u>Ambiente, Sicurezza e Riservatezza</u>	13
7.1	Ambiente	13
7.2	Sicurezza	14
7.3	Riservatezza	14
8.	<u>Istituzione dell'Organismo di Vigilanza</u>	14
9.	<u>Diffusione, comunicazione, formazione ed aggiornamento del Codice Etico</u>	15
10.	<u>Attuazione e controllo dei principi</u>	15
11.	<u>Disposizioni sanzionatorie</u>	15

1. Premessa

Pernod Ricard Italia S.p.A. ("PR Italia" o la "Società"), controllata del Gruppo Pernod Ricard, è il risultato dell'evoluzione e trasformazione delle Distillerie Fratelli Ramazzotti, un'azienda fondata nel 1815 e cresciuta costantemente fino a diventare leader sul mercato italiano.

Nel 1985 Distillerie Fratelli Ramazzotti è entrata a far parte del Gruppo Pernod Ricard, cominciando così a registrare un rapido aumento del proprio sviluppo in Italia oltre a portare al successo internazionale alcuni suoi brand come Amaro Ramazzotti (in Germania) e Sambuca Ramazzotti (in Canada).

A seguito di successive acquisizioni da parte del Gruppo Pernod Ricard (Seagram nel 2001, Allied Domecq nel 2005 e Vin & Spirit nel 2008), PR Italia si è ulteriormente rafforzata potendo offrire ai consumatori italiani, oltre all'Amaro Ramazzotti, numerosi ed importanti altri marchi, diventando leader a livello mondiale ed italiano nella produzione e/o distribuzione di alcolici.

La cultura di Pernod Ricard è fondata su tre valori: lo **spirito imprenditoriale**, la **fiducia reciproca** e l'**etica professionale**.

In funzione di questi valori PR Italia ha definito i principi di comportamento che sono contenuti nel presente Codice Etico, che la Società riconosce, accetta e promuove nello svolgimento della propria attività, sia internamente alla compagine aziendale, sia nei rapporti con i soggetti esterni.

In linea con la finalità di prevenzione degli illeciti che il Codice Etico si propone, PR Italia vigila sull'osservanza delle norme ivi contenute, predisponendo adeguati strumenti di formazione e informazione, assicurando una costante efficacia nel controllo delle modalità di svolgimento della propria attività ed intervenendo, quando del caso, con azioni correttive.

Il presente Codice Etico prende inoltre a riferimento le linee guida del Gruppo Pernod Ricard; in particolare le prescrizioni contenute nel "Code of Business Conduct" del Gruppo Pernod Ricard si intendono qui interamente richiamate.

2. Soggetti destinatari ed ambito di applicazione del Codice Etico

Le norme contenute all'interno del Codice Etico si applicano senza alcuna eccezione:

- ❖ ai Soci
- ❖ agli amministratori, ai sindaci;
- ❖ ai dipendenti, anche in posizione dirigenziale;
- ❖ ad ogni altro soggetto, privato o pubblico, che direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, instaura, a qualsiasi titolo, rapporti e relazioni di collaborazione (per es. professionisti...) od opera nell'interesse della Società.

Detti soggetti verranno di seguito definiti come "Destinatari".

I Destinatari, nel già dovuto rispetto della legge e delle normative vigenti, adegueranno le proprie azioni ed i propri comportamenti ai principi, agli obiettivi ed agli impegni previsti dal Codice Etico nonché al modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.Lgs. n. 231/2001 ("MOG 231") adottato dalla Società, alle linee guida, procedure e policies come di volta in volta adottate dal Gruppo Pernod Ricard e da PR Italia anche ove qui non espressamente richiamate.

3. Valore Contrattuale del Codice Etico

Tutti i dipendenti di PR Italia sono tenuti al rispetto delle leggi e delle normative vigenti in Italia e nei Paesi in cui operano, del Codice Etico e delle norme interne aziendali, e ad applicarle con rettitudine ed equità.

L'osservanza delle norme del Codice Etico deve considerarsi parte essenziale degli obblighi propri agli Amministratori e ai Sindaci, nonché di quelli contrattuali dei dipendenti della Società e di coloro che abbiano comunque con essa rapporti di collaborazione.

La violazione delle norme del presente Codice Etico lede il rapporto di fiducia instaurato con la Società e può portare ad azioni disciplinari o legali e, nelle ipotesi più gravi, alla risoluzione del rapporto di lavoro se posta in essere dal dipendente, all'interruzione del rapporto se posta in essere da un soggetto terzo ed infine alla revoca dell'incarico e alle azioni di responsabilità previste dalla legge nel caso di Amministratori e Sindaci.

4. Principi generali

4.1 Principi Etici

L'attività di PR Italia è interamente improntata ai principi di:

- ❖ Responsabilità - fondamentale per raggiungere il massimo livello di comportamento etico.
- ❖ Lealtà - che implica il dovere di perseguire in ogni situazione gli interessi della Società.
- ❖ Fiducia - che implica un rapporto reciproco di fiducia e fedeltà
- ❖ Imparzialità e rispetto della persona
- ❖ Trasparenza - che implica l'impegno di tutti a fornire le dovute informazioni, sia all'interno che all'esterno della Società, in modo chiaro, veritiero e completo.

In generale, ogni attività messa in atto per il raggiungimento dello scopo societario deve essere svolta nel pieno rispetto della normativa vigente.

La Società applica i suddetti principi ad ogni stadio e livello della propria attività, dalla selezione e organizzazione del personale fino alla gestione dei rapporti con i clienti e i fornitori, la Pubblica Amministrazione e le autorità.

In particolare PR Italia:

- ❖ condivide gli obiettivi ed i valori aziendali con i propri dipendenti, collaboratori e clienti, fondando i rapporti professionali sulla lealtà e sulla fiducia;
- ❖ evita ogni discriminazione basata sull'età, sul sesso, sull'identità di genere, sullo stato di salute, sull'etnia, sulla lingua, sull'orientamento sessuale, sulle convinzioni personali, sulla nazionalità, sulle opinioni politiche, sul credo religioso dei propri interlocutori, sull'eventuale adesione o non adesione ad un'associazione sindacale ovvero sull'eventuale cessazione della stessa, nonché ogni discriminazione basata sulla condizione delle persone disabili;
- ❖ guida i propri dipendenti e collaboratori nell'utilizzo conforme ai limiti di legge ed etico degli strumenti informatici, delle email e di internet;
- ❖ svolge la propria attività all'insegna della trasparenza, sia nella gestione interna dell'attività aziendale e nell'attribuzione di compiti e responsabilità, sia nei rapporti con clienti, fornitori e collaboratori esterni;
- ❖ condanna e rifiuta ogni azione non fondata sull'onestà, integrità ed equità;
- ❖ si oppone fermamente e si adopera attivamente per evitare lo sfruttamento dei minori sia direttamente che per il tramite dei propri business partner;
- ❖ promuove il rispetto della normativa vigente come presupposto e linea guida per ogni attività;

- ❖ si adopera per la valorizzazione delle risorse umane come elemento indispensabile per l'esistenza e lo sviluppo dell'impresa;
- ❖ nell'ottica di uno sviluppo sostenibile, opera nel rispetto degli equilibri sociali e ambientali e contribuisce allo sviluppo delle autonomie locali ricorrendo preferibilmente a personale e fornitori locali.

4.2 L'impegno di PR Italia nei confronti dei propri dipendenti

PR Italia riconosce la centralità delle proprie risorse umane, riconoscendone la centralità 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. In tale ottica, PR Italia si impegna ad offrire, in base alle proprie necessità, pari opportunità di lavoro senza operare distinzioni di sesso, di identità di genere, di orientamento sessuale, di razza o etnia, di religione, opinioni politiche, nazionalità, età ed altre condizioni personali o sociali. Inoltre coinvolge attivamente le proprie risorse umane nel progetto aziendale, anche decisionale, al fine di consentire l'espressione delle capacità personali e la realizzazione professionale.

Le funzioni si impegnano ad adottare criteri di merito e di competenza, e comunque strettamente professionali, per qualunque decisione relativa ad un dipendente e ad assicurare un ambiente di lavoro nel quale le caratteristiche individuali non possano dare luogo a discriminazioni di alcun tipo.

PR Italia si impegna ad adottare un sistema di valutazione delle prestazioni del personale fondato su criteri di valutazione oggettivi.

Al di là degli standard e dei principi stabiliti dalla normativa applicabile in materia di diritto del lavoro, è interesse primario di PR Italia favorire lo sviluppo del potenziale di ciascuna risorsa e la sua crescita professionale attraverso:

- ❖ il rispetto, anche in sede di selezione, della personalità e della dignità di ciascun individuo, evitando la creazione di situazioni in cui le persone si possano trovare in condizione di disagio;
- ❖ la prevenzione di abusi e di comportamenti che abbiano un contenuto discriminatorio;
- ❖ una formazione adeguata alla posizione di ciascuno;
- ❖ la definizione di ruoli, responsabilità, deleghe e disponibilità di informazioni tali da consentire a ciascuno di assumere le decisioni che gli competono nell'interesse della Società;
- ❖ un esercizio prudente, equilibrato ed obiettivo da parte dei responsabili di specifiche attività o unità organizzative, dei poteri connessi alla delega ricevuta;
- ❖ una comunicazione interna chiara, precisa e veritiera sulle politiche e le strategie della Società;
- ❖ un uso corretto e riservato dei dati personali;
- ❖ luoghi di lavoro adeguati alla sicurezza e alla salute di chi li utilizza.

I Destinatari sono, altresì, tenuti ad osservare le ulteriori prescrizioni contenute nel "Code of Business Conduct" del Gruppo Pernod Ricard in materia di integrità nella condotta aziendale.

4.3 Obblighi dei dipendenti e dei collaboratori

I lavoratori dipendenti ed i collaboratori esterni si obbligano ad osservare le disposizioni del presente Codice Etico.

Tutti i dipendenti / collaboratori sono tenuti a conoscere il contenuto delle norme contenute nel Codice Etico e, in particolare, hanno il dovere di:

- ❖ astenersi da ogni comportamento contrario a tali norme o alla legislazione vigente;
- ❖ astenersi dall'assumere occupazioni alle dipendenze di terzi, incarichi di consulenza o altre

- responsabilità per conto dei terzi, senza la preventiva autorizzazione scritta della Società;
- ❖ astenersi dallo svolgere, in qualsiasi forma, attività contrarie agli interessi della Società o comunque incompatibili con i doveri e le mansioni a cui il dipendente/collaboratore è adibito;
- ❖ rivolgersi ai propri superiori o alle funzioni competenti in caso di necessità di chiarimenti sulle modalità di applicazione delle stesse;
- ;
- ❖ collaborare con le strutture deputate a verificare le possibili violazioni, mantenendo la riservatezza richiesta.

Tutti i lavoratori dipendenti e collaboratori esterni potranno riferire - oltre che ad altri sistemi di reporting del Gruppo Pernod Ricard quali ad esempio l'attuale "Speak up" - alle funzioni competenti e all'Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. 231/2001 (di seguito anche "OdV") qualsiasi notizia, di diretta rilevazione o riportata da altri, in merito a possibili violazioni delle norme del Codice Etico, nonché qualsiasi richiesta di violazione delle norme che sia stata loro rivolta.

4.4 Doveri dei soggetti apicali

Oltre agli obblighi validi per tutto il personale dipendente di cui al paragrafo precedente, coloro che hanno funzioni di direzione e/o di responsabilità nei confronti di personale sottoposto alla loro vigilanza e direzione devono evitare ogni abuso della propria posizione.

In particolare, coloro che hanno funzioni di direzione e/o di responsabilità devono:

- ❖ essere imparziali e non indulgere in trattamenti di favore;
- ❖ prendere le decisioni nella massima trasparenza ed essere in grado di poterne in ogni momento giustificare le ragioni;
- ❖ respingere e/o non esercitare indebite pressioni sui propri collaboratori (per esempio volte a indurre il personale a non rendere dichiarazioni o a rendere dichiarazioni mendaci all'autorità giudiziaria);
- ❖ non determinare, né concorrere a determinare, situazioni di privilegio;
- ❖ non utilizzare indebitamente il proprio potere decisionale e gestionale e/o le informazioni ottenute grazie al proprio ruolo, allo scopo di conseguire vantaggi per sé o per altri, in contrasto con gli interessi aziendali.

I soggetti apicali devono vigilare sull'operato dei propri collaboratori e devono informare l'OdV di ogni possibile violazione delle norme aziendali.

4.5 Doveri degli Amministratori e dei Sindaci

Gli Amministratori ed i Sindaci si obbligano ad osservare le disposizioni del presente Codice Etico.

Gli Amministratori ed i Sindaci in particolare devono:

- ❖ astenersi da ogni comportamento contrario alle disposizioni del presente Codice Etico e alla legislazione in vigore;
- ❖ riferire tempestivamente all'OdV qualsiasi notizia in merito a ogni possibile violazione del Codice Etico;
- ❖ collaborare con le strutture deputate a verificare le possibili violazioni, mantenendo la riservatezza richiesta;
- ❖ essere imparziali e non indulgere in trattamenti di favore;
- ❖ prendere le decisioni nella massima trasparenza ed essere in grado di poterne in ogni momento giustificare le ragioni;
- ❖ respingere indebite pressioni;

- ❖ non determinare, né concorrere a determinare, situazioni di privilegio;
- ❖ non utilizzare indebitamente il proprio potere decisionale e gestionale e/o le informazioni ottenute grazie al proprio ruolo, allo scopo di conseguire vantaggi per sé o per altri.

4.6 Efficienza

Il principio della efficienza richiede che in ogni attività lavorativa venga realizzata l'economicità della gestione delle risorse impiegate nell'erogazione dei servizi garantendo l'impegno di offrire un servizio adeguato rispetto alle esigenze del cliente e secondo gli standard più avanzati.

5. Norme di comportamento

5.1 Generalità

Tutti coloro che prestano attività professionale in favore di PR Italia devono astenersi dal mettere in pratica o dal favorire in qualsiasi modo la messa in pratica di:

- ❖ atti di corruzione;
- ❖ atti diretti a truffare lo Stato, gli Enti Pubblici o l'Unione Europea;
- ❖ atti diretti a turbare la libertà del mercato e a compiere frodi nell'esercizio del commercio;
- ❖ atti diretti a indurre a non rendere dichiarazioni o a rendere dichiarazioni mendaci alla Autorità Giudiziaria;
- ❖ favori illegittimi di qualsiasi natura ai colleghi o a soggetti esterni alla Società;
- ❖ sollecitazioni dirette o indirette di vantaggi personali e di carriera per sé o per altri;
- ❖ svolgimento dell'attività professionale sotto l'effetto di sostanze alcoliche e/o stupefacenti;
- ❖ comportamenti ingiuriosi, diffamatori, minacciosi o violenti;
- ❖ comportamenti integranti forme di costrizione fisica o morale di altre persone, tali da impedire l'esercizio della volontà personale, salvo il caso di legittima difesa;
- ❖ diffusione di informazioni riservate riguardanti l'attività della Società.
- ❖ comportamenti in violazione della norme sul diritto d'autore.

5.2 Protezione del patrimonio aziendale

I locali, le attrezzature ed i beni di PR Italia possono essere utilizzati esclusivamente per lo svolgimento dell'attività aziendale.

E' responsabilità di ciascuno proteggere i beni che gli sono stati affidati da furto, danneggiamento o uso improprio degli stessi.

E' vietato utilizzare i sistemi informatici in modo tale da interferire con la produttività propria o di altri o per accedere a siti Internet aventi contenuto in contrasto con i principi del Gruppo Pernod Ricard.

E' vietato - senza autorizzazione - esportare o riprodurre in copia ogni informazione concernente l'attività della Società che, come tale, costituisce asset della stessa, attraverso qualsiasi strumento e/o dispositivo, anche informatico.

Tali usi sono da considerarsi appropriazione illegittima dei beni di PR Italia.

5.3 Uso dei sistemi informatici

Rispetto all'utilizzo dei sistemi informatici, così come definito dal Regolamento dei sistemi informatici, ogni dipendente (o collaboratore esterno che utilizza sistemi informatici di PR Italia) è responsabile

della sicurezza dei sistemi utilizzati ed è soggetto alle disposizioni normative in vigore e alle condizioni dei contratti di licenza.

Salvo quanto previsto dalle leggi civili e penali, rientra nell'uso improprio dei beni e delle risorse aziendali l'utilizzo dei collegamenti in rete per fini diversi da quelli inerenti al rapporto di lavoro o per inviare messaggi offensivi o che possano arrecare danno all'immagine della Società.

In particolare ogni dipendente o collaboratore non deve visitare / accedere a siti web che possono danneggiare PR Italia in qualunque modo.

Ogni dipendente (o collaboratore esterno) è altresì tenuto a prestare il necessario impegno al fine di prevenire la possibile commissione di reati mediante l'uso degli strumenti informatici.

E' a tal proposito vietato alterare in qualsiasi modo il funzionamento di un sistema informatico o telematico o intervenire illegalmente con qualsiasi modalità sui dati, informazioni e programmi in esso contenuti o ad esso pertinenti, al fine di conseguire un ingiusto profitto con altrui danno. Il divieto è rafforzato se ad essere danneggiato è lo Stato o un Ente pubblico.

5.4 Conflitti di interesse e incompatibilità

Dipendenti e collaboratori non devono svolgere attività in conflitto di interessi con l'attività della Società né svolgere ruoli tra loro incompatibili.

Per conflitto di interessi si intendono i casi in cui viene perseguito un interesse diverso da quello di PR Italia.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, si trova in conflitto di interessi chi - anche attraverso i propri familiari - condivide interessi economici con clienti, fornitori o concorrenti della Società.

Nel caso di conflitto di interessi - anche solo potenziale - è fatto obbligo di informare tempestivamente il proprio Responsabile e, se necessario, il Direttore di riferimento.

Per incompatibilità ci si riferisce alla corrispondenza sulla stessa persona di incarichi in contrasto tra loro. A titolo di esempio un consulente fiscale di PR Italia non può essere membro del Collegio Sindacale della Società.

Nel caso di incompatibilità di membri del Collegio Sindacale, il Consiglio di Amministrazione deve avvisare l'assemblea dei Soci. In tutti i casi è fatto obbligo di informare l'OdV.

I Destinatari sono, altresì, tenuti ad osservare le prescrizioni contenute nel "Code of Business Conduct" del Gruppo Pernod Ricard in materia di conflitto d'interessi.

5.5 Qualità del prodotto

PR Italia ha come scopo primario della propria attività la massima soddisfazione possibile e la tutela dei propri clienti, anche prestando attenzione alle richieste che possono favorire un miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi.

PR Italia s'impegna pertanto ad essere attenta alle mutevoli esigenze del mercato e a migliorare costantemente la qualità dei prodotti e servizi offerti a tutti i clienti.

A tal fine le attività di ricerca, sviluppo, produzione e commercializzazione sono improntate a standard di qualità di assoluta eccellenza.

Nell'ambito del rispetto della qualità del prodotto PR Italia adotta una posizione contraria all'utilizzo

di OGM nei propri prodotti. In particolare PR Italia ottiene ingredienti solamente da fonti convenzionali e può richiedere ai propri fornitori la verifica che i prodotti che PR Italia acquisisce non contengano OGM e non siano prodotti tramite altri prodotti contenenti OGM.

5.6 Rapporti con i clienti e con i consumatori

Nei rapporti con i clienti attuali o potenziali è fatto obbligo di osservare scrupolosamente le policy e le procedure interne.

Il cliente deve essere adeguatamente informato circa i prodotti offerti e deve essere messo nelle condizioni di operare scelte consapevoli e basate su elementi reali e riscontrabili.

E' vietata qualsiasi forma di pubblicità ingannevole o fuorviante dei prodotti, di informazione tendente a non consentire al cliente una valutazione basata su elementi oggettivi e trasparenti.

E' inoltre vietato modificare le condizioni contrattuali o le modalità di prestazione del servizio in modo arbitrario e senza preventiva autorizzazione scritta da parte dei Responsabili in tal senso designati.

PR Italia ha definito che le campagne marketing e i materiali promozionali rivolte al consumatore finale:

- ❖ devono essere condotte all'insegna del buon gusto;
- ❖ devono essere conformi alla legislazione italiana, ai codici etici di promozione dell'associazione di categoria alle regole di marketing del Gruppo Pernod Ricard e, in particolare, le prescrizioni contenute nel "Code of Business Conduct" e nel "Code for Commercial Communications" ;
- ❖ devono essere oggetto di verifiche di conformità locali e, se rilevanti, sottoposte anche ai rispettivi *brand owner*.

PR Italia promuove inoltre la moderazione e la responsabilità nel consumo dei propri prodotti, andando oltre al semplice rispetto della legge e applicando severi controlli interni:

- ❖ Incoraggiando la moderazione
- ❖ Evitando espressamente il binomio drink-driving
- ❖ Rendendo i giovani consapevoli dei rischi
- ❖ Sensibilizzando il consumo delle future mamme
- ❖ Dandosi un proprio codice di autoregolamentazione più restrittivo delle leggi locali.

5.7 Rapporti con i fornitori

Nei rapporti con i fornitori è fatto obbligo di osservare scrupolosamente le procedure interne per la selezione e la gestione della relazione commerciale.

E' vietato precludere ad una azienda fornitrice in possesso dei requisiti richiesti la possibilità di competere per aggiudicarsi una fornitura, adottando criteri di valutazione oggettivi e trasparenti.

In questo senso i responsabili degli acquisti devono:

- ❖ fornire le stesse informazioni e istruzioni a tutti i fornitori in competizione per la stessa gara di fornitura e garantire che nessun competitore sia svantaggiato nel corso di tutta l'operazione;
- ❖ garantire che la protezione di tutte le informazioni riservate che sono comunicate dai fornitori e di loro proprietà, a meno che non sia chiaramente stabilito in sede contrattuale che le informazioni diventano proprietà di Pernod Ricard Italia;
- ❖ accogliere i fornitori con cortesia, qualunque sia la situazione, anche se Pernod Ricard Italia

non è soddisfatta dei servizi e/o dei prodotti forniti.

Infine è vietato imporre reciprocità nel rapporto d'affari, condizionando la scelta del fornitore solo alla sua accettazione o meno di acquistare, a sua volta, servizi di PR Italia.

5.8 Rapporti con i colleghi

I rapporti con i colleghi sono improntati alla correttezza, alla collaborazione, al rispetto reciproco e alla professionalità.

E' vietato dare luogo a molestie di qualsiasi tipo e a comportamenti che tendano ad offendere o ad isolare mediante atteggiamenti ostili ed intimidatori singoli lavoratori o gruppi di essi.

5.9 Rapporti con la Pubblica Amministrazione

I rapporti con la Pubblica Amministrazione Centrale (Ministeri, Organi di Controllo, Autorità Giudiziaria, Autorità Garanti, ecc.), locale (Regioni, Province, Comuni) o sovranazionale (Unione Europea) o di altre organizzazioni pubbliche internazionali e di qualsiasi Stato estero, devono essere improntati alla trasparenza, all'etica dei comportamenti nonché al rigido rispetto di leggi e regolamenti.

E' vietato:

- ❖ corrispondere o offrire, sia direttamente sia indirettamente, pagamenti o benefici materiali di qualsiasi natura ed entità o opportunità di impiego a pubblici ufficiali, a rappresentanti della Pubblica Amministrazione o a loro parenti per influenzare o compensare un atto del loro ufficio; tranne nei casi previsti al punto 5.14;
- ❖ fornire alla Pubblica Amministrazione informazioni non veritiere, documenti falsi o attestanti dati non veri allo scopo di trarne beneficio diretto od indiretto.

Attenzione e cura deve essere quindi posta nei rapporti con i soggetti sopra indicati, in particolare nelle operazioni relative a autorizzazioni, licenze, concessioni, richieste e/o gestione ed utilizzazione di finanziamenti comunque denominati di provenienza pubblica (nazionale, provinciale o comunitaria), rapporti con autorità di controllo o altre autorità indipendenti, enti previdenziali, enti addetti alla riscossione dei tributi, organi di procedure fallimentari, procedimenti civili, penali o amministrativi, ecc.

A puro titolo di esempio non esaustivo, sono quindi censurate:

- ❖ false attestazioni per ottenere concessioni, licenze o autorizzazioni
- ❖ false attestazioni per l'ottenimento di contributi, finanziamenti e sovvenzioni
- ❖ omissioni di informazioni o documenti dovuti
- ❖ comportamenti fraudolenti atti ad influenzare positivamente il giudizio delle Autorità pubbliche
- ❖ dichiarazioni false o solo parzialmente veritiere agli Organi di Controllo e all'Autorità Giudiziaria in sede di accessi, ispezioni, verifiche, interrogatori e processi.

I Destinatari sono, altresì, tenuti ad osservare le ulteriori prescrizioni contenute nel "Code of Business Conduct" ovvero le altre procedure o *policies* del Gruppo Pernod Ricard applicabili in materia.

5.10 Concorrenza

E' vietato compiere o partecipare a qualsiasi iniziativa contraria alla normativa vigente in materia di

libera concorrenza, antitrust e monopolio.

E' vietato stipulare accordi, anche di natura informale, al fine di alterare il principio della libera concorrenza sul mercato.

I Destinatari sono, altresì, tenuti ad osservare le ulteriori prescrizioni contenute nel "Code of Business Conduct" ovvero le altre procedure o *policies* del Gruppo Pernod Ricard applicabili in materia.

5.11 Rapporti con i media

Il personale non intrattiene rapporti con organi di stampa o con altri mezzi di comunicazione di massa relativamente all'attività della Società, salvo che tale attività costituisca mandato specifico oppure sia stata espressamente autorizzata secondo le procedure interne vigenti.

5.12 Rapporti economici con partiti politici e organizzazioni sindacali

PR Italia si astiene dall'effettuare finanziamenti a partiti politici in Italia e all'estero, movimenti, comitati e organizzazioni politiche e sindacali, a loro rappresentanti e candidati.

La Società in ogni caso si astiene inoltre dall'assumere iniziative che possano costituire direttamente o indirettamente forme di pressione indebite nei confronti di esponenti politici o sindacali ovvero di organizzazioni politiche o sindacali.

5.13 Contributi ed altre sponsorizzazioni

PR Italia può aderire alle richieste di contributi, limitatamente alle proposte provenienti da enti e associazioni con regolari statuti e atti costitutivi che non abbiano fini di lucro e il cui oggetto sia di elevato valore culturale o benefico.

Le attività di sponsorizzazione, che possono riguardare i temi del sociale, dell'ambiente, dello sport, dello spettacolo e dell'arte, sono destinate solo a eventi o ad organismi che offrano garanzia di qualità e nei cui confronti possa escludersi ogni possibile conflitto di interessi di ordine personale o aziendale.

5.14 Doni e altre liberalità

Nessun dipendente, né direttamente, né attraverso membri della propria famiglia, può sollecitare o accettare denaro o altri doni da un cliente o da un fornitore, se questi possono influenzare o anche solo dare l'impressione di influenzare il normale corso degli affari di PR Italia, salvo in casi in cui si tratti di doni tradizionalmente offerti a tutti coloro che intrattengono lo stesso tipo di rapporto con quel cliente o fornitore.

Fatta eccezione per i casi sopra menzionati, nel caso in cui un dipendente riceva un dono è fatto obbligo di informare tempestivamente il proprio superiore e l'OdV qualora il dono superi il normale concetto di "modico valore".

Il personale di PR Italia può fare regali ai propri clienti, fornitori e funzionari e/o offrire rinfreschi, pranzi o cene di lavoro purché ciò non porti a sollevare dubbi rispetto all'integrità ed etica dei comportamenti.

I doni possono essere rappresentati da prodotti Pernod Ricard purché si tenga conto dell'età dei destinatari e dei vigenti limiti di età previsti dalla legge per il consumo degli alcolici.

I Destinatari sono tenuti, altresì, ad osservare le ulteriori prescrizioni in materia di omaggi e inviti contenute nel "Code of Business Conduct" del Gruppo Pernod Ricard e nella "Procedura su omaggi e ospitalità" di PR Italia.

6. Trasparenza nelle operazioni

6.1 Generalità

L'attività di PR Italia è fondata sul rispetto delle regole e sulla consapevolezza dell'esistenza di normative e procedure interne.

6.2 Gestione trasparente dell'attività

PR Italia si impegna a mantenere un sistema organizzativo formalizzato, che prevede la chiara indicazione dell'attribuzione delle responsabilità, delle linee di dipendenza gerarchica e della definizione delle funzioni.

Ogni operazione o segmento di processo dell'attività aziendale deve essere registrato, autorizzato, verificabile, legittimo, coerente e congruo.

Tutte le operazioni di PR Italia devono poter essere verificate nel loro processo di decisione, autorizzazione e svolgimento.

La Società stabilisce in via preventiva e precisa, assegnandoli in coerenza con le responsabilità organizzative e gestionali definite, i poteri autorizzativi e di firma.

Ogni dipendente o collaboratore esterno deve essere informato in modo preciso dei propri compiti e, nello svolgimento delle proprie mansioni, deve rispettare le regole stabilite dalla procedura interna, informando tempestivamente il proprio referente e, se necessario, il Direttore di riferimento ogni qualvolta ciò non sia, per qualsiasi ragione, possibile.

6.3 Verifica delle operazioni

Per ogni operazione è conservata un'adeguata documentazione, in modo da consentire la precisa ricostruzione dell'operazione stessa e l'individuazione esatta delle responsabilità.

Il sistema garantisce l'applicazione del principio della separazione delle funzioni, in modo tale che l'autorizzazione di un'operazione debba pervenire da persona o organo differente rispetto a quello che contabilizza, esegue operativamente o controlla l'operazione.

Tutti i dipendenti sono partecipi del sistema di controllo aziendale e sono tenuti a riferire di ogni omissione, falsificazione, trascuratezza nella contabilità o nella documentazione di supporto.

Nel fruire di beni e servizi a disposizione per lo svolgimento del lavoro, il personale deve essere in grado di giustificare l'uso conforme all'esercizio della propria attività professionale, evitando sprechi e impieghi inefficienti e garantendo una corretta conservazione del valore del bene o del servizio affidato.

7. Ambiente, Sicurezza e Riservatezza

7.1 Ambiente

PR Italia si impegna, direttamente e per tramite dei propri business partner, a contribuire allo sviluppo ed al benessere delle comunità in cui opera, perseguendo l'obiettivo, nello svolgimento della propria attività, di ridurre l'impatto ambientale. La ricerca e l'innovazione tecnologica devono essere dedicate, in particolare, alla promozione dell'utilizzo di prodotti e processi sempre più compatibili con l'ambiente.

La Società si impegna a sensibilizzare i vari livelli del personale, perseguendo la crescita della consapevolezza e del senso di responsabilità di tutta l'organizzazione per la salvaguardia dell'ambiente. Il senso di responsabilità, il comportamento e gli atteggiamenti assunti nei confronti degli aspetti relativi alla corretta gestione delle problematiche ambientali costituiscono parte integrante della mansione di ciascun dipendente e collaboratore e sono, pertanto, elemento significativo di giudizio sulle prestazioni di ciascun dipendente e sulla qualità di quelle rese da terzi.

I dipendenti coinvolti in processi operativi che possono avere ripercussioni ambientali devono svolgere il proprio lavoro in modo coscienzioso e nel rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti.

A testimonianza del proprio impegno, PR Italia ha intrapreso un percorso che ha portato all'ottenimento della certificazione di gestione ambientale ISO 14001 per il proprio sito produttivo di Canelli.

7.2 Sicurezza

La Società si impegna inoltre a tutelare l'integrità morale e fisica dei propri dipendenti, dei consulenti, dei collaboratori, degli appaltatori e dei propri clienti oltre che a gestire le proprie attività nel pieno rispetto della normativa vigente in materia di prevenzione e protezione attraverso l'attività continuativa di funzioni aziendali a ciò specificatamente preposte.

La gestione operativa deve fare riferimento a criteri avanzati di salvaguardia, perseguendo il miglioramento delle condizioni di salute e di sicurezza sul lavoro.

Si impegna altresì a promuovere e diffondere tra i propri dipendenti comportamenti responsabili, mettendo in atto le necessarie azioni preventive, al fine di preservare la salute, la sicurezza e l'incolumità di tutto il personale nonché dei terzi che frequentano i propri locali ed aree lavorative.

A testimonianza del proprio impegno, PR Italia ha intrapreso un percorso che ha portato all'ottenimento della certificazione di gestione della salute e sicurezza dei lavoratori ISO 45001 per il proprio sito produttivo di Canelli e per la sede di Milano.

7.3 Riservatezza

Chiunque intrattenga relazioni con PR Italia è tenuto al rigoroso rispetto dell'obbligo di riservatezza relativamente alle informazioni relative all'attività dell'azienda apprese nello svolgimento della propria mansione o collaborazione, salvo quanto diversamente stabilito dal regolamento interno e dalle procedure aziendali.

Al personale non è consentito l'accesso a dati e documenti interni della Società, sia formalizzati sia in fase di redazione, se non nei casi previsti dalla normativa e dalle procedure interne vigenti.

Il trattamento dei dati personali avviene nel rispetto delle disposizioni di cui al Reg. (UE) 679/2016 ("GDPR") e al D. Lgs. 196/03 (Codice Privacy) e successive modifiche e integrazioni. Al riguardo, i

Destinatari sono tenuti ad osservare le “Data Privacy Guidelines” e le misure adottate dal Gruppo Pernod Ricard e da PR Italia in materia di protezione e trattamento dei dati personali.

8. Istituzione dell'Organismo di Vigilanza

L'Organismo di Vigilanza è un organo della Società dotato dei requisiti di indipendenza, autonomia, professionalità e continuità d'azione.

Esso è posto in una posizione apicale all'interno della gerarchia aziendale ed in rapporto diretto con il Consiglio di Amministrazione al quale riferisce di eventuali violazioni del presente Codice Etico e del MOG 231 della Società.

All'Organismo di Vigilanza viene garantita una adeguata autonomia finanziaria tramite l'attribuzione di risorse da parte della azienda e non sono assegnate funzioni di tipo operativo al fine di garantirne la maggiore obiettività di azione possibile.

L'OdV della Società può essere contatto al seguente indirizzo e-mail: ITA-ODV@pernod-ricard.com.

9. Diffusione, comunicazione, formazione ed aggiornamento del Codice Etico

PR Italia provvederà, a:

- ❖ consegnare ad ogni nuovo assunto il Codice Etico illustrandone le finalità;
- ❖ informare le terze parti contrattuali dell'adozione del Codice Etico mediante specifico riferimento nei relativi contratti;
- ❖ predisporre e realizzare un piano di formazione, volto a divulgare i principi e le norme etiche su cui si basa l'intera attività della Società;
- ❖ mettere a disposizione di ogni interessato gli strumenti necessari al chiarimento circa l'attuazione delle norme contenute nel Codice Etico, mediante la possibilità di rivolgersi al proprio referente;
- ❖ aggiornare tempestivamente il contenuto del Codice Etico al fine di adeguarlo alle evoluzioni normative eventualmente rilevanti, dandone diffusione come sopra specificato.

Tutti i soggetti interessati devono confermare formalmente e per iscritto di aver ricevuto il Codice Etico e di essere a conoscenza delle disposizioni in esso contenute.

10. Attuazione e controllo dei principi

PR Italia provvede a compiere adeguate verifiche in ordine ad ogni notizia di violazione delle norme del Codice Etico, attraverso l'OdV. Lo stesso vigila comunque costantemente sul rispetto dei principi definiti nel presente Codice Etico.

11. Disposizioni sanzionatorie

L'osservanza delle norme del presente Codice Etico deve considerarsi parte integrante ed essenziale degli obblighi facenti capo ai dipendenti in virtù del rapporto di lavoro in essere. La violazione delle norme del Codice Etico costituisce inadempimento ai predetti obblighi e, in quanto tale, ha rilievo disciplinare e potrà dar corso ad una procedura disciplinare nei confronti dei responsabili, con applicazione delle seguenti sanzioni disciplinari seguendo il criterio della proporzionalità così come meglio definito nel CCNL Industria Alimentare:

- ❖ rimprovero verbale
- ❖ rimprovero scritto
- ❖ multa (consiste in una trattenuta dalla retribuzione netta di un importo non superiore al valore

- massimo previsto dal CCNL applicabile)
- ❖ sospensione (può variare dal minimo al massimo dei giorni di lavoro non retribuiti secondo quanto previsto dal CCNL applicabile). Il periodo della sospensione è deciso discrezionalmente dalla società e può anche essere frazionato nella sua applicazione)
- ❖ licenziamento

L'osservanza delle norme del presente Codice Etico deve inoltre considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali assunte dai collaboratori e/o dai soggetti aventi relazioni d'affari con la Società.

La violazione delle norme del Codice Etico potrà costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali, con ogni conseguenza di legge, anche in ordine alla risoluzione del contratto e/o dell'incarico e potrà comportare il risarcimento dei danni dalla stessa derivanti.

In caso di violazione delle disposizioni previste dal presente Codice Etico, si provvederà ad applicare nei confronti dei dirigenti le misure più idonee in conformità a quanto previsto dal CCNL applicabile ai dirigenti.

Inoltre, in caso di violazione del Codice Etico:

- ❖ da parte degli Amministratori della Società, l'Organismo di Vigilanza informerà il Collegio Sindacale che provvederà ad assumere le opportune iniziative quali la convocazione dell'Assemblea dei Soci;
- ❖ da parte dei Sindaci, l'Organismo di Vigilanza informerà, per tramite del Consiglio di Amministrazione, l'Assemblea dei Soci la quale prenderà gli opportuni provvedimenti in merito, come ad esempio la convocazione di un'assemblea straordinaria dei soci al fine di definire le misure più idonee da adottare; posto in essere dai Collaboratori esterni in contrasto con le linee di condotta indicate dal Codice Etico, determinerà la risoluzione del rapporto contrattuale, fatta salva l'eventuale richiesta di risarcimento qualora da tale comportamento derivino danni concreti alla Società. Nei documenti contrattuali per i collaboratori esterni e comunque per i fornitori sono definite clausole risolutive a tale riguardo.

Eventuali segnalazioni circa eventuali violazioni del presente Codice Etico potranno essere effettuate utilizzando i canali descritti nel paragrafo "Flussi informativi nei confronti dell'Organismo di Vigilanza" del MOG 231 della Società, con applicazione delle previsioni ivi previste, anche con riferimento all'uso improprio di tali sistemi di segnalazione.