



Dichiarazione consolidata di carattere non
finanziario al 31 dicembre 2017
ai sensi del D.Lgs. 254/2016

Indice

Nota Metodologica	5
L'identità aziendale	6
Parmalat in breve	6
Mission	7
I Valori del Gruppo	7
Strategia	7
Modello di business	8
Sostenibilità in Parmalat	8
Struttura di Governance	11
I principali rischi di natura non-finanziaria	11
Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo	12
I principali risultati del 2017	15
Gestione del personale e diritti umani	16
Dipendenti Parmalat – Overview	17
Diversità e pari opportunità	21
Gestione dei Rapporti lavorativi	24
Diritti umani	24
Salute e sicurezza sul lavoro	25
Salute e sicurezza dei dipendenti	27
Salute e sicurezza dei consumatori	29
Salute	29
Sicurezza dei prodotti alimentari	31
Informazione al consumatore	33
Ambiente	35
Utilizzo di energia	36
Emissioni	36
Risorse idriche, acque reflue, sversamenti	36
Rifiuti e imballi primari e secondari	37
Utilizzo di energia	38
Emissioni	39
Gestione delle Risorse Idriche	39
Gestione dei Rifiuti	40
Coinvolgimento delle comunità locali	41
Europa	41
Nord America	42
America Latina	42
Africa	43
Oceania	43
La gestione della catena di fornitura	44
Investimenti sui fornitori locali	45
Lotta alla corruzione attiva e passiva	46
Tabella di correlazione al D. Lgs. 254/16 e al GRI Referenced	48

Relazione della Società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, c. 10, D.lgs. 254/2016 e dell'art. 5 Regolamento Consob n. 20267..... 56

Nota Metodologica

Parmalat S.p.A., in qualità di ente di interesse pubblico (ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 39), società madre di un Gruppo avente limiti dimensionali di dipendenti, stato patrimoniale e ricavi netti superiori alle soglie previste dall'art. 2 comma 1, è soggetto all'applicazione del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito anche Decreto 254) "Attuazione della direttiva 2014/95/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 22 ottobre 2014, recante modifica alla direttiva 2013/34/UE per quanto riguarda la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità da parte di talune imprese e di taluni gruppi di grandi dimensioni".

La presente Dichiarazione Non Finanziaria consolidata (di seguito anche "DNF") del Gruppo Parmalat al 31 dicembre 2017 è predisposta in conformità alle disposizioni del Decreto 254 e costituisce un documento distinto dalla Relazione sulla Gestione, ma parte integrante della documentazione relativa a "Relazioni e Bilancio 2017". La DNF è stata redatta secondo l'opzione *GRI-Referenced* prevista dal *GRI Standards* (2016) del *Global Reporting Initiative* e utilizzando i *Reporting Principles* definiti dal "*GRI Standards: 101 Foundation*". In particolare il documento fa riferimento (*Referenced*) ai "*Topic specific standard*" elencati nella "Tabella di correlazione al D.Lgs 254 e al *GRI-Referenced*".

La DNF comprende i dati della società madre e delle sue società figlie consolidate integralmente, "nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dalla stessa prodotta". Per la definizione del perimetro di consolidamento oggetto di rendicontazione è stata sviluppata una metodologia di selezione delle società controllate "significative" basata sull'utilizzo di alcuni dei parametri quantitativi previsti dal D.Lgs. 254/16 e sulle risultanze di specifiche valutazioni effettuate nell'ambito dell'*Enterprise Risk Management*, dal cui catalogo rischi sono stati estratti, in particolare, quelli maggiormente correlati alle specifiche tematiche previste dal D.Lgs. 254/16. Le informazioni contenute nella DNF fanno riferimento alle società incluse nell'area di consolidamento utilizzata per il bilancio consolidato 2017, fatta eccezione per:

- le società finanziarie, ovvero Dalmata S.p.A., Parmalat Belgium SA, Curcastle Corporation NV;
- le società ritenute non significative ai fini della rendicontazione dei temi previsti dal Decreto, ovvero Sata Srl, Lactalis Export Americas, A.D. Brands S.A., Parmalat Bolivia Srl, Parmalat del Ecuador SA, Lacteosmilk SA, Lacteos Algil Guatemala S.A. de C.V., Parmalat Paraguay SA, Parmalat Perù s.a.c., Parmalat Botswana (Pty) Ltd, Parmalat Produtos Alimentares sarl, Parmalat Swaziland (Pty) Ltd, Parmalat NZ Limited, Parmalat International Pte Ltd, Parmalat Hong Kong Limited e
- le società acquisite nel corso del 2017, ovvero Silac Commerciale Srl, Karoun Dairies LLC, Karoun Dairies Properties LLC, Central Valley Cheese Inc, La Vaquita Holding S.p.A., Immobiliaria Industrial Codigua II S.p.A., Lacteos del Sur S.A., Transportes Codigua S.p.A., Agroindustrial Codigua S.p.A., Agrocomercial Codigua S.p.A., Transportes Kumey S.p.A. e Lacteos Kumey S.p.A. per le quali, avuto riguardo all'orientamento prevalente, quale anche rappresentato dalla Relazione illustrativa di Consob del 19 gennaio 2018, si è ritenuto, alla luce del ridotto arco temporale dall'acquisizione, di avviare il consolidamento delle informazioni di carattere non finanziario a partire dal 1 gennaio 2018.

Eventuali ulteriori limitazioni di tale perimetro sono illustrate nella "Tabella di correlazione al D.Lgs 254 e al *GRI-Referenced*".

La DNF rendiconta sui temi relativi alla gestione del personale e diritti umani, alla salute e sicurezza sul lavoro, all'ambiente, al coinvolgimento delle comunità locali, alla gestione della catena di fornitura e alla lotta alla corruzione come significativi e materiali secondo un processo specifico e consolidato, che tiene conto delle attività specifiche di Parmalat, illustrata di seguito nel documento (Cfr. paragrafo "Sostenibilità in Parmalat").

Al fine di uniformare la rendicontazione delle informazioni e facilitarne il collegamento con i contenuti indicati dalla richiamata normativa, per ciascun ambito tematico viene data evidenza della materialità del tema rispetto alle attività di Parmalat, dei rischi ad esso collegati, delle politiche e degli impegni e dei risultati ottenuti e monitorati attraverso indicatori *ad hoc* in grado di rappresentare i risultati di gestione.

I dati e le informazioni della presente Dichiarazione sono riferibili a eventi accaduti nel corso dell'esercizio di riferimento, derivanti dall'attività di impresa, rilevanti in base all'analisi di materialità effettuata in conformità al Decreto 254.

Il processo di rendicontazione, in linea con quanto previsto dalle procedure di Reporting del Bilancio Consolidato di Gruppo, prevede la definizione di un *Reporting Package* validato centralmente ed inviato ai *key user* identificati in ogni società del Gruppo Parmalat per la raccolta delle informazioni. I Package sono poi raccolti centralmente dalla funzione Bilancio Consolidato e verificati, raccolti e consolidati da parte delle funzioni responsabili, utilizzando estrazioni dai sistemi informativi aziendali e dalla reportistica interna.

I dati relativi all'esercizio 2016 sono riportati solo a fini comparativi, allo scopo di consentire una valutazione sull'andamento dinamico delle attività del Gruppo in un arco temporale di medio periodo. Inoltre, per quanto riguarda le informazioni quantitative riportate nel presente documento per le quali è stato fatto ricorso a delle stime, tale dettaglio è opportunamente segnalato nei diversi capitoli.

Il presente documento è stato sottoposto a *Limited Assurance* secondo quanto previsto da ISAE 3000 Revised, da parte di una società di revisione. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella "Relazione della Società di Revisione Indipendente", riportata in calce al documento.

Il Consiglio di Amministrazione di Parmalat S.p.A. ha approvato la Dichiarazione consolidata Non Finanziaria il 15 marzo 2018.

La DNF è pubblicata sul Sito Internet della Società (www.parmalat.com).

L'identità aziendale¹

Parmalat in breve

Parmalat S.p.A., società quotata sul mercato telematico azionario, è controllata dal Gruppo Lactalis dal 15 luglio 2011 ed ha la sede principale a Collecchio (PR). Il Gruppo Parmalat è tra i leader mondiali nella produzione e distribuzione di alimenti insostituibili per il benessere quotidiano: il **latte**, i suoi **derivati** (yogurt, condimenti a base di panna, dessert e formaggi) e le **bevande a base di frutta**.

Lavorano in Parmalat oltre 26.000 persone tra Europa, Americhe, Africa e Australia. Il Gruppo ha una presenza diretta in 24 Paesi e conta 93 siti produttivi. Parmalat ha una forte tradizione innovativa e sviluppa prodotti ad alto valore aggiunto per migliorare l'alimentazione dei propri consumatori. Il portafoglio prodotti del Gruppo comprende **marchi globali** quali *Parmalat*, per il latte e i suoi derivati, e *Santàl* per le bevande a base di frutta; **marchi internazionali** quali *Zymil* e *Vaalìa*, dedicati a prodotti funzionali ad elevato valore aggiunto; **altri forti marchi locali** quali *Beatrice*, *Lactantia*, *Black Diamond* e *Astro* in Canada; *Pauls*, *Ice Break*, *Oak*, *Breaka*, *Harvey Fresh*, *Tamar Valley* e *Ski* in Australia; *Centrale del Latte di Roma*, *Chef*, *Berna*, *Sole*, *Puro Blu* e *Carnini* in Italia; *Sorrento* negli Stati Uniti d'America; *Balkis*, *Batavo*, *Boa Nata* e *Elegé* in Brasile; *Bonnita*, *Everfresh*, *Steri Stumpie* e *Melrose* in Sud Africa; *Frica* e *La Campiña* in Venezuela; *Esmeralda*, *El Ciervo* e *Mariposa* in Messico; *Galbani* e *Président*, marchi concessi in licenza esclusiva a LAG Group, in tutto il continente americano.

¹I dati e le informazioni contenute all'interno del presente capitolo si riferiscono all'intero perimetro di consolidamento del Bilancio Consolidato di Gruppo al 31.12.2017, per omogeneità con quanto indicato all'interno della Relazione sulla Gestione.

Mission

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.

L'obiettivo del Gruppo è di **affermarsi 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 in alcuni Paesi ad elevato potenziale.

I Valori del Gruppo

Parmalat si impegna a raggiungere i più alti standard di Corporate Governance e di Responsabilità Sociale all'interno del Gruppo e ad osservare i principi di etica del business, onestà e *fair dealing* in assoluto rispetto delle leggi che regolano il settore.

I Valori fondamentali di Parmalat sono:

1. Ambizione

Performance; Miglioramento continuo, Formazione e crescita delle persone.

2. Coinvolgimento

Imprenditorialità, Tenacia, Responsabilità, Lealtà.

3. Con semplicità

Accessibilità, Trasparenza, Pragmatismo.

Strategia

La strategia del Gruppo è rivolta alla creazione di valore per tutti gli azionisti e gli stakeholder e si basa su alcuni pilastri fondamentali:

- **Consolidamento e crescita del business** nelle aree dove il Gruppo è già presente ed **espansione geografica in Paesi emergenti e strategici**, con la finalità di uno sviluppo bilanciato tra Paesi maturi e Paesi emergenti;
- Rafforzamento delle posizioni di leader o co-leader nei mercati in cui opera;
- Presenza in tutte le categorie del *dairy* (latte, formaggi, yogurt, panna, burro, latte in polvere, dessert) e nei succhi di frutta con un **portafoglio di prodotti completo**;
- Valorizzazione del **portafoglio di brand**, sia globali che locali, che occupano posizioni di rilievo nei mercati in cui competono;
- **Innovazione continua** per rispondere al meglio alle esigenze dei consumatori e alle nuove abitudini di consumo;
- Possibilità di **beneficiare del know-how tecnologico** e del portafoglio marchi del Gruppo Lactalis;
- **Garanzia di qualità e sicurezza dei prodotti**, tramite costanti controlli, in tutte le fasi di lavorazione, dalla selezione della materia prima fino ai test sul prodotto finito;
- Miglioramento continuo dei processi operativi e produttivi finalizzato all'**eccellenza industriale**;
- Impegno costante a sviluppare le attività del Gruppo nell'ottica della **sostenibilità** in ogni fase del ciclo di vita del prodotto, "dal campo alla tavola".

Modello di business

Parmalat è una realtà multinazionale che produce e commercializza i propri prodotti con l'obiettivo di soddisfare il benessere dei suoi consumatori nel mondo.

Parmalat si rivolge a differenti mercati, a diverse culture e, necessariamente a diverse esigenze; ciò comporta continue sfide per la soddisfazione di ogni consumatore, agendo sia in via diretta, ovvero all'interno della propria organizzazione, sia in via indiretta, tramite il coinvolgimento attivo degli attori della propria catena del valore, a partire dai fornitori di materia prima, fino ai fornitori di cui si avvale per gli aspetti logistici e distributivi: tutti questi attori sono presenti nelle diverse aree in cui il Gruppo produce e commercializza i propri prodotti.

Per far fronte a tali sfide il Gruppo, già da anni, ha intrapreso azioni nell'ottica di sviluppare un business sostenibile nei confronti dell'ambiente e della società in cui svolge attività d'impresa.

L'obiettivo non è soltanto quello di ridurre i potenziali impatti nei territori in cui il Gruppo è presente, ma anche quello di portare contributi significativi in termini economici e sociali, nella consapevolezza che creare valore in un contesto sempre più competitivo sia la reale sfida del futuro. A tal proposito, uno dei fattori chiave del successo di Parmalat a livello globale è la capacità di innovare, sviluppare, produrre e commercializzare prodotti al passo con le nuove esigenze del mercato e in grado di continuare a costruire un rapporto fiduciario con i propri consumatori.

A tal proposito il Gruppo effettua costantemente investimenti finalizzati sia all'innovazione che all'aumento della capacità produttiva, per soddisfare la domanda dei propri clienti, sia alla garanzia della qualità delle materie prime utilizzate e del prodotto commercializzato. Sono inoltre previsti continui investimenti destinati al miglioramento dell'efficienza energetica, della sostenibilità ambientale e della sicurezza dell'ambiente di lavoro.

Sostenibilità in Parmalat

Il Gruppo Parmalat, pur non essendo ad oggi formalmente dotato di un Piano di Sostenibilità, considera la sostenibilità un fattore chiave nelle proprie operazioni. Pertanto il proprio impegno si estende a tutti gli aspetti delle attività del Gruppo, a partire dall'approvvigionamento delle materie prime, lungo l'intero processo produttivo, fino alla fornitura e alla distribuzione dei prodotti ai consumatori e ai numerosi partner commerciali. Tale impegno viene applicato anche nella gestione del personale (con particolare riferimento al suo sviluppo e alla sicurezza nei luoghi lavoro), nella gestione dell'impatto ambientale e, più in generale, in tutte le comunità in cui il Gruppo opera o le cui attività generano un impatto.

Pur essendo questo il primo esercizio di reporting globale e strutturato redatto in merito a tematiche non economico-finanziarie, il Gruppo è da molti anni impegnato nel monitoraggio di numerosi indicatori afferenti alla qualità del prodotto, alla gestione del personale ed agli aspetti ambientali.

Tale monitoraggio, in ottica di miglioramento continuo, ha costituito il punto di partenza per la pianificazione e per la realizzazione di importanti investimenti operativi negli ultimi anni, finalizzati a garantire la *compliance* con i regolamenti, il miglioramento dell'efficienza produttiva, la riduzione dei rischi (e degli impatti) legati al consumo di materie prime, agli scarichi, a potenziali sversamenti, emissioni e produzione di rifiuti, nonché la riduzione degli incidenti e degli infortuni del Gruppo.

Documento di riferimento è il **Codice Etico** del Gruppo Parmalat, che fornisce un quadro per le attività aziendali, partendo dalla *Mission* e dai valori per i dipendenti. Lo scopo ultimo del Gruppo è creare valore per i propri azionisti aderendo ai principi etici della condotta aziendale, svolgere un'utile funzione sociale promuovendo lo sviluppo professionale dei propri dipendenti e servire le comunità in cui opera contribuendo al loro progresso economico e sociale. I valori aziendali di *ambizione*, *coinvolgimento* e *con semplicità* forniscono una guida per il comportamento di dipendenti e collaboratori.

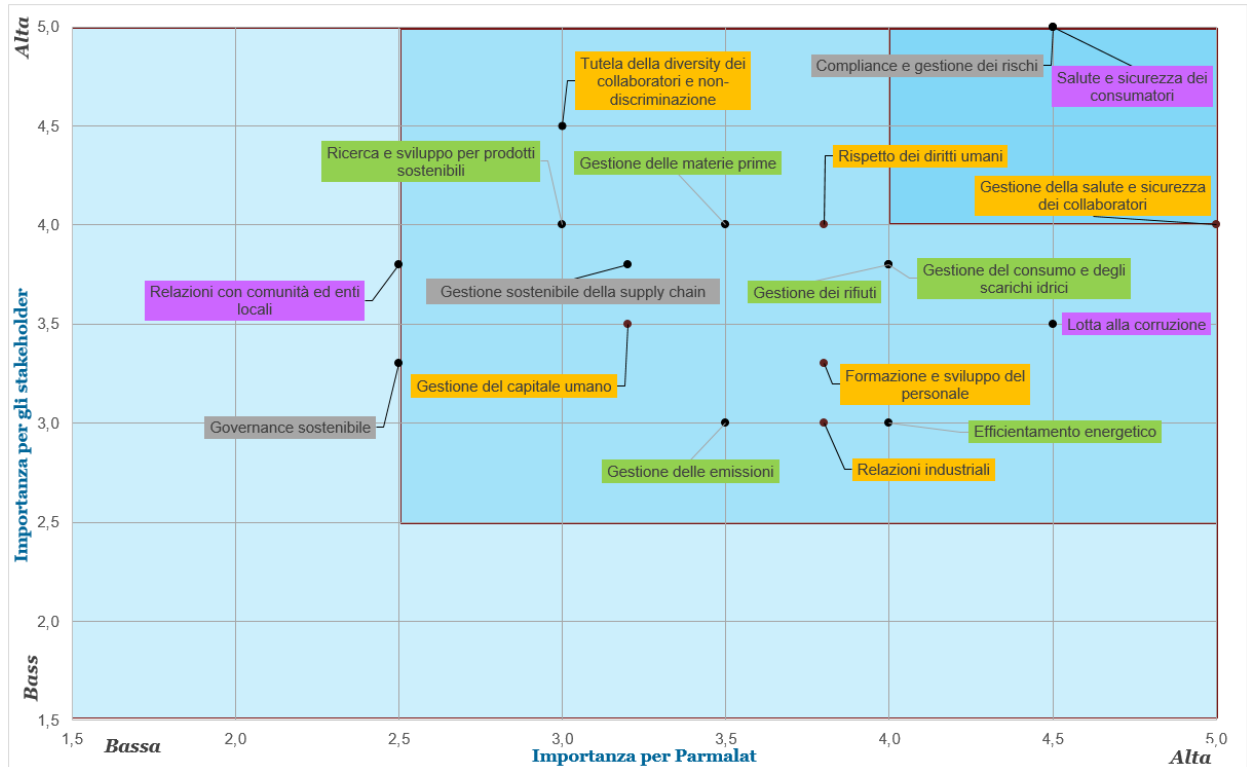
Questo approccio prevede un rapporto di fiducia con i numerosi **stakeholder** che gravitano nella propria sfera di attività. Il Gruppo ha effettuato una mappatura dei propri stakeholder, identificandone il grado di influenza e analizzando la rilevanza che i temi di sostenibilità del settore hanno su di essi. Si riporta qui di seguito la mappa degli stakeholder del Gruppo:



La Dichiarazione Non Finanziaria consolidata del Gruppo Parmalat si focalizza sull'importanza (materialità) dei diversi aspetti relativi alle proprie attività. A tale scopo, il Gruppo ha implementato un processo di analisi di materialità, condotto secondo le linee guida per il reporting di sostenibilità del GRI (*Global Reporting Initiative*), finalizzato ad identificare le tematiche che potrebbero considerevolmente influire sulla capacità del Gruppo di creare valore nel breve, medio e lungo periodo, e che sono maggiormente rilevanti per il Gruppo ed i propri stakeholder: tali tematiche, ritenute in grado di influenzare le decisioni degli stakeholder e di influire sull'impatto economico, ambientale e sociale del Gruppo, sono quindi rendicontate all'interno della presente Dichiarazione Non Finanziaria. Il processo di validazione della matrice di materialità è terminato con l'approvazione dei contenuti da parte del Consiglio di Amministrazione in data 12/09/2017.

I risultati emersi dall'analisi di materialità sono illustrati nella matrice sotto riportata; essa consiste in una rappresentazione grafica dell'importanza attribuita ad ogni tematica dal punto di vista del Management del Gruppo e degli stakeholder da esso individuati. Tali tematiche sono state riorganizzate e aggregate al fine di ottenere una rappresentazione più efficace. Nei capitoli successivi tali temi sono poi collegati a ciascun ambito di applicazione del Decreto 254.

Matrice di materialità¹



LEGENDA	
	Sociale - Comunità locali ed internazionali - Responsabilità di prodotto
	Sociale - Pratiche di lavoro
	Ambientale
	Trasversale

¹ I temi materiali relativi alla creazione di valore per gli stakeholder sono un prerequisito del Modello di Business del Gruppo.

Struttura di Governance

Parmalat S.p.A., società quotata sul Mercato Telematico Azionario (MTA), adotta il sistema tradizionale di amministrazione e controllo che, fermi i compiti dell'Assemblea degli azionisti, attribuisce la gestione aziendale al Consiglio di Amministrazione e le funzioni di vigilanza al Collegio Sindacale. La revisione legale dei conti è affidata a una società di revisione esterna, incaricata dell'Assemblea degli azionisti.

Il modello di *Governance* è completato dal complesso di poteri e deleghe, dalle procedure per il controllo interno, dal Codice di Autodisciplina, dal Codice Etico, dal Codice di comportamento in materia di *Internal Dealing* e dal Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. 231/01, tutti approvati dal Consiglio di Amministrazione, cui devono attenersi: Amministratori, Sindaci, dipendenti e, in alcuni casi, coloro che instaurano rapporti contrattuali con la società.

In conformità alle previsioni statutarie, il Consiglio di Amministrazione ha nominato un Amministratore Delegato, cui ha affidato la gestione della Società, essendo riservata alla sua esclusiva competenza la decisione su talune materie.

Al Presidente, nominato dall'Assemblea degli azionisti, spettano i poteri attribuiti dallo statuto e la legale rappresentanza della Società.

Per disposizione statutaria la carica di Presidente non può essere cumulata con quella di Amministratore delegato.

Il Consiglio ha costituito al suo interno due comitati con funzioni consultive e propositive nei confronti del Consiglio stesso: il Comitato Controllo e Rischi (che svolge anche le funzioni di Comitato per le Operazioni con Parti Correlate) e il Comitato per le Nomine e la Remunerazione.

Il 12 luglio 2016, il Consiglio di Amministrazione di Parmalat S.p.A., ha confermato l'adesione alle raccomandazioni del Codice di Autodisciplina delle società quotate, come aggiornato nel luglio 2015 dal Comitato per la Corporate Governance promosso da Borsa Italiana S.p.A.

Parmalat S.p.A. è soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte di B.S.A. S.A.: il Consiglio ha verificato che la società soddisfa i requisiti di cui all'art. 16 del Regolamento Mercati approvato dalla Consob con delibera 20249/2017.

I principali rischi di natura non-finanziaria

Il Gruppo Parmalat ha adottato da tempo un modello di *Enterprise Risk Management* (ERM). Tale modello, denominato RiSA (*Risk Self Assessment*), permette di identificare, valutare e gestire in maniera trasversale i principali rischi connessi allo svolgimento delle attività aziendali e consente inoltre di monitorare gli stessi definendo dei piani di mitigazione. Tale modello di gestione dei rischi è anche di supporto per le scelte strategiche e decisionali del management e favorisce la creazione di valore per gli stakeholder nel lungo termine.

I rischi e le incertezze sono rilevati a livello di Paese attraverso un processo di *self assessment* che prevede la loro valutazione in base alla probabilità di accadimento e all'impatto. Gli eventi di rischio sono identificati tenendo conto degli obiettivi strategici di Gruppo e sono classificati in relazione alla loro natura in quattro categorie: strategici, operativi, di conformità e di reporting. A seguito delle attività di valutazione, qualora necessario, sono introdotte delle misure di mitigazione del rischio e successivamente definiti dei piani di azione il cui avanzamento viene monitorato dalla funzione *Internal Audit*.

Oltre al processo ERM, il Gruppo Parmalat si avvale di presidi specifici sviluppati all'interno dei sistemi di gestione aziendali. A tal proposito, il Gruppo ha adottato una serie di protocolli/sistemi di gestione posti a tutela dei rischi specifici in relazione a diversi ambiti, tra cui: ambiente, salute e sicurezza dei lavoratori, sicurezza alimentare,

qualità e lotta alla corruzione (a titolo esemplificativo: OHSAS 18001, ISO 14001, ISO 22000, ISO 9000, ISO 22005, IFS, BRC, HACCP e il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01). In ciascun ambito il Gruppo svolge attività di miglioramento continuo che permettono una gestione efficace dei rischi di carattere non finanziario.

I principali rischi di natura non finanziaria identificati nelle attività svolte dal Gruppo Parmalat e riconducibili ai temi espressamente richiamati dal D.Lgs. 254/2016 riguardano le seguenti tematiche:

- rischi connessi alla gestione del personale e diritti umani (ad esempio i rischi collegati alla perdita di attrattività verso i talenti, rischio di non conformità con le normative);
- rischi connessi alla salute e sicurezza sul lavoro;
- rischi connessi alla salute e sicurezza dei consumatori (ad esempio il rischio derivante da un'asserita non conformità sul prodotto);
- rischi connessi all'ambiente;
- rischi legati al coinvolgimento delle comunità locali (ad esempio il rischio reputazionale);
- rischi legati alla gestione della catena di fornitura (ad esempio il rischio di emissioni eccessive causato dai mezzi di trasporto, imprevedibilità del mercato);
- rischi legati alla corruzione attiva e passiva (ad esempio il rischio di frode e corruzione relativo al processo di acquisto e rischio di frode e corruzione relativo al processo di vendita e marketing).

Nei paragrafi successivi sono evidenziati i rischi sopra elencati e le azioni di mitigazione e politiche di gestione delle tematiche corrispondenti.

Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo

Parmalat S.p.A. e le società controllate italiane, ove reputato opportuno, adottano un Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ex D.Lgs. n. 231/2001 (di seguito "Il Modello"), fondato su un processo di *risk assessment* che ha consentito di individuare le attività nel cui ambito possono essere identificati potenziali rischi in relazione alla commissione dei reati indicati dal D.Lgs. 231/2001. Il Modello, che include alcuni degli aspetti del Decreto 254/2016, è in continuo aggiornamento, al fine di mantenere un costante adeguamento alla normativa. Ad oggi in merito a potenziali comportamenti illeciti, il Gruppo ha individuato le principali attività che possono comportare il rischio di commissione dei seguenti reati:

- reati contro la Pubblica Amministrazione;
- reati societari ivi compreso il reato di corruzione tra privati;
- reati e illeciti amministrativi di abuso di mercato;
- omicidio colposo o lesioni gravi o gravissime commesse con violazione delle norme sulla tutela della salute e sicurezza sul lavoro;
- reati di ricettazione, riciclaggio e impiego di denaro, beni o utilità di provenienza illecita, nonché autoriciclaggio;
- delitti contro l'industria e il commercio e reati di falsità in monete, in carte di pubblico credito, in valori di bollo e in strumenti o segni di riconoscimento
- delitti in materia di violazione del diritto d'autore
- reati ambientali;
- impiego di cittadini di Paesi terzi il cui soggiorno è irregolare

Per ciascuna tipologia di reato sopra elencata, sono state identificate le attività sensibili e definiti i principi generali che guidano Parmalat nella individuazione delle regole di organizzazione e gestione delle attività e nella definizione delle procedure di prevenzione.

L'Organismo di Vigilanza (OdV) è l'organo a cui è stato affidato il compito di vigilare, in modo continuativo, sul funzionamento e sull'osservanza del Modello e di curarne l'aggiornamento. La funzione internal audit di Gruppo,

inoltre, svolge attività di verifica del sistema di controllo interno con riferimento agli obiettivi di conformità, alle leggi e alle normative, nonché ai regolamenti e alle procedure aziendali, con particolare riguardo al Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001.

Parmalat promuove la diffusione e la conoscenza effettiva del Modello e condanna qualsiasi comportamento difforme alla legge, alle previsioni del Modello e del Codice Etico. Tutti i destinatari del Modello sono tenuti a collaborare per una piena ed efficace attuazione dello stesso segnalando immediatamente ogni violazione. Parmalat, inoltre, prevede l'attuazione di programmi di formazione obbligatori, con lo scopo di garantire l'effettiva conoscenza del Decreto, del Codice Etico del Gruppo Parmalat e del Modello da parte del personale di Parmalat.

Parmalat promuove l'adozione del Modello, o comunque di principi e regole di organizzazione e controllo conformi a quelle contenute nello stesso, anche da parte delle Società controllate estere che non operano in Italia. A tale proposito Parmalat ha adottato le "Linee Guida ai sensi del D.Lgs. 231/2001 per le Società Controllate Estere di Parmalat S.p.A.", indicando i principi di organizzazione e comportamento a cui le suddette società sono chiamate ad adeguarsi, nel rispetto delle norme applicabili nei paesi in cui queste hanno sede, nonché della struttura organizzativa e delle policy interne in essere.

Politiche adottate in ambito socio-ambientale

Il Gruppo ha adottato Politiche e Linee Guida per favorire un approccio responsabile nella gestione delle attività operative nei diversi contesti aziendali. Tali documenti, che si ispirano ai principi di lealtà, trasparenza, onestà e integrità, definiscono i principi di riferimento in merito alla gestione di tematiche sociali e ambientali previste dal Decreto. L'obiettivo è diffondere la sensibilità su tali tematiche e allo stesso tempo condividere le buone pratiche all'interno del Gruppo. La gestione delle attività operative è spesso caratterizzata da una significativa connotazione locale che si riflette sull'ambito procedurale che tiene conto delle specificità locali, in linea con i principi ispiratori di Gruppo e nel pieno rispetto della normativa di riferimento dei Paesi in cui opera. Di seguito si riporta una sintesi dei principali strumenti di indirizzo del Gruppo relativi ai temi socio-ambientali definiti dal D.lgs. 254/2016. Nei capitoli seguenti è fornita adeguata *disclosure* anche delle politiche praticate dal Gruppo.

Persone, Salute e sicurezza e Diritti umani	Catena di fornitura
<i>Documenti: Codice Etico di Gruppo; Linee Guida Salute e Sicurezza delle Persone del Gruppo</i>	<i>Documenti: Codice Etico di Gruppo; Supplier Quality Management Process</i>
Impegno a:	Impegno a:
<ul style="list-style-type: none"> - promuovere un ambiente di lavoro e comportamenti improntati: <ul style="list-style-type: none"> - al rispetto della dignità di ciascun individuo; - alla crescita professionale dei dipendenti e alla promozione delle pari opportunità; - tutelare la salute e la sicurezza sul lavoro dei propri dipendenti in tutti i luoghi in cui il proprio personale sia chiamato a svolgere l'attività lavorativa, promuovendo comportamenti responsabili da parte di tutti. 	<ul style="list-style-type: none"> - richiedere ai fornitori, nei principali contratti, il rispetto dei principi della Dichiarazione dei Diritti dell'uomo, delle norme nazionali ed internazionali e dei valori espressi nel Codice Etico; - promuovere rapporti di collaborazione 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; - prestare la massima attenzione al rispetto, da parte dei fornitori di beni e/o di alimenti, di elevati standard qualitativi dei processi produttivi.
Qualità e sicurezza dei prodotti	Anti corruzione
<i>Documenti: Codice Etico di Gruppo; Politica della Qualità di Gruppo</i>	<i>Documenti: Modello di organizzazione, gestione e controllo; Linee guida ai sensi del D. Lgs. 231/2001 per le società estere controllate da Parmalat S.p.A.</i>

Impegno a:

- prestare 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;
- fornire informazioni accurate, complete e veritiere in modo da consentire al consumatore una decisione razionale e consapevole;
- incoraggiare l'adozione di standard di elevata responsabilità nella promozione dei propri prodotti e improntare le proprie campagne pubblicitarie alla trasparenza sulle caratteristiche dei beni prodotti e commercializzati, al rispetto della dignità delle persone ed alla tutela dell'infanzia.

Impegno a:

- svolgere ogni attività con lealtà, correttezza, trasparenza e onestà e nel rispetto della legalità;
- avere una condotta corretta e trasparente;
- proibire di dare o promettere, (o ricevere/accettare) direttamente o indirettamente denaro, regali, o benefici di qualsiasi natura a titolo personale, a (da) terzi (Pubblica Amministrazione, associazioni, altre organizzazioni di analoga natura, clienti, fornitori, e terze parti private) allo scopo di trarre indebito vantaggio per sé stessi e per il Gruppo.

Ambiente e Comunità locali

Documenti: Codice Etico di Gruppo;

Impegno a:

- rispettare la normativa vigente relativa alla tutela dell'ambiente e adottare le misure più idonee a preservare l'ambiente;
- rispettare l'ambiente come risorsa da tutelare, a beneficio delle comunità locali e delle generazioni future;
- promuovere il coinvolgimento dei dipendenti nel processo di prevenzione dei rischi e di salvaguardia dell'ambiente;
- considerare le necessità delle comunità locali e contribuire al loro sviluppo economico e sociale.

I principali risultati del 2017

> 300.000 ore di formazione	93% delle nostre persone a tempo indeterminato di cui 31% donne	4.768 nuovi assunti
- 13,4% infortuni sui luoghi di lavoro	- Imballi (-plastica e + carta riciclata) + ambiente	varie iniziative per riduzione consumo energetico
15 centri di ricerca e sviluppo, 140 persone impiegate		88% acquisti da fornitori locali
Impianti di cogenerazione e trigenerazione a Collecchio: efficienza energetica > 82% emissioni di CO2 -15%		93% degli stabilimenti HACCP 45 milioni di controlli sul prodotto 900 persone dedicate

Gestione del personale e diritti umani

Parmalat ha formalmente incorporato il suo impegno al **rispetto dei diritti umani** e ad una **gestione equa delle risorse umane** adottando un **Codice Etico**, che costituisce la base della cultura aziendale. Tale Codice rappresenta l'insieme dei principi che trovano poi necessaria applicazione nelle policy e nelle procedure che regolano le attività dell'azienda. Le policy e le procedure che nello specifico garantiscono il rispetto dei diritti umani e una corretta gestione delle risorse umane a tutti gli stadi della vita aziendale (dalla fase di reclutamento e selezione alla risoluzione del rapporto di lavoro) sono, tra le altre, le seguenti:

- Politica di Gruppo in materia di molestie sessuali sul luogo di lavoro
- Politica di Gruppo in materia di pari opportunità tra uomo e donna sui luoghi di lavoro
- Politica di Gruppo in materia di relazioni parentali sui luoghi di lavoro
- Linee Guida del Gruppo in materia di reclutamento e selezione

Le società del Gruppo Parmalat rispettano pienamente le norme di legge e le disposizioni in materia di diritti e tutela delle diversità. Le relazioni industriali ed i rapporti sindacali sono improntati sul rispetto di quanto stabilito da leggi e contratti.

Il Capitale Umano è per il Gruppo Parmalat uno dei *driver* imprescindibili per uno sviluppo costante e sostenibile del *business*, e la corretta gestione dello stesso permette di gestire potenziali rischi collegati alla perdita di attrattività verso i talenti, siano essi presenti nel Gruppo o intenzionati ad esserne parte. La gestione delle risorse umane si articola in iniziative per lo sviluppo di carriera e benefit aziendali, nel rispetto costante e continuo dei diritti delle persone. Le politiche in essere, specifiche per singolo Paese, coprono i seguenti argomenti: dallo stadio iniziale di ricerca e selezione del personale, alla identificazione dei talenti, alla formazione, a percorsi di sviluppo di carriera. Politiche più strettamente attinenti all'area dei diritti umani, invece, sono quelle che riguardano pari opportunità, molestie, discriminazione e violenza.

In merito al tema delle pari opportunità, Parmalat assicura il loro rispetto a partire dai processi di selezione ed assunzione del personale e durante tutto il periodo lavorativo del dipendente, senza fare distinzione di genere, orientamento sessuale, età, stato civile, aspetto fisico, nazionalità, disabilità, credo politico o religioso. Alcune società del Gruppo (in particolare quelle Australiana, Rumena, Sudafricana e Statunitense) redigono un report/plan annuale di sostenibilità per sottolineare ulteriormente l'attenzione e l'impegno di Parmalat ai temi della sicurezza sul lavoro, del rispetto dell'ambiente e del rispetto dei diritti umani. Molto importante, per evitare l'insorgere di episodi di discriminazione sul posto di lavoro, è anche il *training* periodico rivolto a tutti i dipendenti che copre in senso più ampio i temi di molestie, bullismo e diversità. Inoltre ogni lavoratore può rivolgersi in totale libertà e riservatezza al Gruppo tramite un canale dedicato (e-mail o contatto telefonico), oppure direttamente alla Direzione delle Risorse Umane, nel caso in cui tali episodi dovessero verificarsi. Per la società italiana, è stato nominato come destinatario delle comunicazioni relative a sospette violazioni del Codice Etico l'Organismo di Vigilanza, incaricato di adottare i conseguenti provvedimenti ritenuti idonei.

La formazione è uno degli strumenti fondamentali con cui Parmalat supporta la crescita e lo sviluppo delle proprie risorse. A seconda delle esigenze, Parmalat organizza percorsi formativi rivolti ai diversi livelli e alle diverse funzioni dell'organizzazione, per accrescere le competenze delle proprie risorse e sostenerle nella crescita professionale. L'offerta formativa di Parmalat si può suddividere nelle seguenti categorie:

- percorsi di sviluppo manageriale;
- formazione tecnica;
- formazione linguistica (Inglese, Francese, Italiano per stranieri ecc.);
- formazione in materia di sicurezza sul lavoro.

A supporto della gestione e dello sviluppo delle risorse umane, Parmalat ha adottato un sistema di *performance management* (PLUS) comune a tutto il Gruppo, grazie al quale i dipendenti vengono periodicamente valutati su obiettivi, competenze tecniche, competenze manageriali e comportamenti; la valutazione delle performance non

costituisce soltanto un momento valutativo, ma anche e soprattutto l'occasione per definire i piani di sviluppo delle risorse coinvolte nel processo, analizzare eventuali elementi di rischio e mettere a punto i relativi piani di azione. I dipendenti inclusi in PLUS a livello di Gruppo sono più di 4.500.

Il Gruppo offre regolarmente opportunità di stage formativi, rivolti a studenti e neolaureati universitari provenienti da diverse facoltà; nella società italiana si offrono tirocini formativi anche a studenti di Scuole Secondarie Superiori nelle modalità di Alternanza Scuola-Lavoro. Lo stage rappresenta il principale canale di ingresso in azienda per risorse junior senza esperienza lavorativa alle spalle.

I rischi rilevati da ogni Paese afferiscono alla potenziale non conformità con le normative, alla perdita di personale altamente qualificato, all'inefficiente allocazione di personale in funzioni critiche. Vi sono poi alcuni rischi più specifici che dipendono dalla condizione in cui versa ogni singolo Paese. Ad esempio per le società con sede in Sudafrica e Venezuela vi è un costante rischio di instabilità politica che può portare ad una mancanza di servizi di base e a situazioni finanziarie critiche. A mitigazione dei suddetti rischi, il Gruppo ha intrapreso alcune azioni, volte a rafforzare l'organico, a migliorare il sistema di controllo in fase di selezione e mantenimento del rapporto di lavoro con il personale, alla formazione continua delle risorse già presenti ed all'implementazione di piani di emergenza in caso di eventi straordinari.

Parmalat infine promuove numerose iniziative volte a garantire il benessere dei propri lavoratori e un adeguato equilibrio tra vita personale e professionale. In particolare, in funzione dei Paesi (quindi del contesto normativo e dello stato sociale, dei livelli ed accordi collettivi), sono previste alcune forme di agevolazione, quali:

- misure di *work-life balance*: fanno parte di questo Gruppo, ad esempio, la possibilità di part time per rientro dalla maternità o altre condizioni di necessità, forme di lavoro agile e orario flessibile;
- assicurazione medica e contro gli infortuni;
- piani pensionistici;
- rimborso spese scolastiche rivolte ai figli dei dipendenti e ai dipendenti stessi;
- iniziative in tema salute e benessere.

Indicatori di performance

Dipendenti Parmalat – Overview

L'organico complessivo del Gruppo al 31 dicembre 2017 è di 26.234 persone (26.180 nel 2016). Facendo riferimento al perimetro oggetto di rendicontazione l'organico del Gruppo al 31.12.2017 è pari a 24.661 (25.892 nel 2016). La diminuzione dell'organico nel 2017 rispetto all'esercizio precedente è dovuta principalmente ad una riorganizzazione in Brasile.

L'impegno del Gruppo per una collaborazione a lungo termine con i propri dipendenti è evidenziato dall'elevata percentuale di dipendenti assunti con contratto a tempo indeterminato, che si attestano al 93% dell'organico complessivo, in linea con quanto registrato nel 2016. Il restante 7% ha un contratto a tempo determinato.

Dipendenti per tipologia contrattuale (durata indeterminata/determinata) per genere						
<i>n.</i>	2017			2016		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Europa						
Totale Dipendenti	1.086	2.174	3.260	1.107	2.166	3.273
Contratto tempo indeterminato	968	2.069	3.037	995	2.044	3.039
Contratto tempo determinato	118	105	223	112	122	234
Nord America¹						
Totale Dipendenti	1.414	3.295	4.709	1.404	3.286	4.690
Contratto tempo indeterminato	1.393	3.250	4.643	1.379	3.217	4.596
Contratto tempo determinato	21	45	66	25	69	94
America Latina						
Totale Dipendenti	4.525	7.029	11.554	5.131	7.745	12.876
Contratto tempo indeterminato	4.050	6.368	10.418	4.683	7.087	11.770
Contratto tempo determinato	475	661	1.136	448	658	1.106
Africa						
Totale Dipendenti	732	2.008	2.740	705	1.988	2.693
Contratto tempo indeterminato	714	1.974	2.688	662	1.925	2.587
Contratto tempo determinato	18	34	52	43	63	106
Australia						
Totale Dipendenti	605	1.793	2.398	575	1.785	2.360
Contratto tempo indeterminato	536	1.547	2.083	510	1.565	2.075
Contratto tempo determinato	69	246	315	65	220	285
Totale Dipendenti	8.362	16.299	24.661	8.922	16.970	25.892
Contratto tempo indeterminato	7.661	15.208	22.869	8.229	15.838	24.067
Contratto tempo determinato	701	1.091	1.792	693	1.132	1.825

Dipendenti per tipologia contrattuale (part time/full time) per genere						
<i>n.</i>	2017			2016		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Full time	8.010	15.899	23.909	8.587	16.641	25.228
Part time	352	400	752	335	329	664
Totale	8.362	16.299	24.661	8.922	16.970	25.892

Il 97% del personale è assunto con contratto full time, in linea con quanto registrato nel 2016; il restante 3% usufruisce del contratto part time.

¹ La definizione di tempo determinato non è applicabile negli USA in quanto i collaboratori sono categorizzati secondo la legislazione nazionale vigente ("At-will employment") secondo cui entrambe le parti possono recedere dal rapporto di lavoro in qualsiasi momento. Le persone Parmalat negli Stati Uniti sono state considerate ai fini del presente documento assunte con contratto a tempo indeterminato.

Turnover entrata per fascia d'età e genere							
	Udm	2017			2016		
		Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Europa							
Totale dipendenti assunti	n°	177	302	479	258	348	606
≤ 29 anni	n°	80	134	214	90	132	222
30 - 50 anni	n°	86	152	238	147	192	339
≥ 51 anni	n°	11	16	27	21	24	45
Turnover entrata	%	16%	14%	15%	23%	16%	20%
Nord America							
Totale dipendenti assunti	n°	260	593	853	308	644	952
≤ 29 anni	n°	124	287	411	139	310	449
30 - 50 anni	n°	107	239	346	127	257	384
≥ 51 anni	n°	29	67	96	42	77	119
Turnover entrata	%	18%	18%	18%	22%	20%	20%
America Latina							
Totale dipendenti assunti	n°	1.256	1.455	2.711	1.154	1.228	2.382
≤ 29 anni	n°	686	878	1.564	620	687	1.307
30 - 50 anni	n°	539	544	1.083	514	524	1.038
≥ 51 anni	n°	31	33	64	20	17	37
Turnover entrata	%	28%	21%	24%	22%	16%	18%
Africa							
Totale dipendenti assunti	n°	150	249	399	71	138	209
≤ 29 anni	n°	72	101	173	41	48	89
30 - 50 anni	n°	76	137	213	30	82	112
≥ 51 anni	n°	2	11	13	-	8	8
Turnover entrata	%	21%	12%	14%	10%	7%	8%
Australia							
Totale dipendenti assunti	n°	87	239	326	81	295	376
≤ 29 anni	n°	14	89	103	23	104	127
30 - 50 anni	n°	61	123	184	51	172	223
≥ 51 anni	n°	12	27	39	7	19	26
Turnover entrata	%	14%	13%	14%	14%	17%	16%
Totale							
Totale dipendenti assunti	n°	1.930	2.838	4.768	1.872	2.653	4.525
≤ 29 anni	n°	976	1.489	2.465	913	1.281	2.194
30 - 50 anni	n°	869	1.195	2.064	869	1.227	2.096
≥ 51 anni	n°	85	154	239	90	145	235
Turnover entrata	%	23%	17%	19%	21%	16%	17%

Nel 2017, sono entrate a far parte di Parmalat 4.768 persone (+5% rispetto al 2016). Il Gruppo ha registrato quindi il 19% di turnover in entrata.

Turnover uscita per fascia d'età e genere							
	Udm	2017			2016		
		Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Europa							
Totale dipendenti cessati	n°	170	297	467	240	350	590
≤ 29 anni	n°	52	111	163	74	111	185
30 - 50 anni	n°	88	143	231	128	174	302
≥ 51 anni	n°	30	43	73	38	65	103
Turnover uscita	%	16%	14%	14%	22%	16%	18%
Percentuale di uscite volontarie	%	9%	10%	9%	13%	10%	11%
Nord America							
Totale dipendenti cessati	n°	245	592	837	289	570	859
≤ 29 anni	n°	97	219	316	102	224	326
30 - 50 anni	n°	85	229	314	117	186	303
≥ 51 anni	n°	63	144	207	70	160	230
Turnover uscita	%	17%	18%	18%	21%	17%	18%
Percentuale di uscite volontarie	%	10%	10%	10%	12%	9%	10%
America Latina							
Totale dipendenti cessati	n°	1.472	1.971	3.443	1.446	1.651	3.097
≤ 29 anni	n°	683	919	1.602	708	833	1.541
30 - 50 anni	n°	736	915	1.651	700	736	1.436
≥ 51 anni	n°	53	137	190	38	82	120
Turnover uscita	%	33%	28%	30%	28%	21%	24%
Percentuale di uscite volontarie	%	21%	13%	16%	16%	9%	11%
Africa							
Totale dipendenti cessati	n°	71	160	231	111	238	349
≤ 29 anni	n°	26	36	62	33	73	106
30 - 50 anni	n°	41	93	134	58	120	178
≥ 51 anni	n°	4	31	35	20	45	65
Turnover uscita	%	10%	8%	8%	16%	12%	13%
Percentuale di uscite volontarie	%	6%	3%	4%	4%	2%	3%
Australia							
Totale dipendenti cessati	n°	84	322	406	94	321	415
≤ 29 anni	n°	21	95	116	19	103	122
30 - 50 anni	n°	45	168	213	54	154	208
≥ 51 anni	n°	18	59	77	21	64	85
Turnover uscita	%	14%	18%	17%	16%	18%	18%
Percentuale di uscite volontarie	%	10%	12%	12%	11%	10%	10%
Totale							
Totale dipendenti cessati	n°	2.042	3.342	5.384	2.180	3.130	5.310
≤ 29 anni	n°	879	1.380	2.259	936	1.344	2.280
30 - 50 anni	n°	995	1.548	2.543	1.057	1.370	2.427
≥ 51 anni	n°	168	414	582	187	416	603
Turnover uscita	%	24%	21%	22%	24%	18%	21%
Percentuale di uscite volontarie	%	15%	11%	12%	14%	8%	10%

Nel 2017 sono uscite dal Gruppo 5.384 persone (+1% rispetto al 2016). Il turnover totale in uscita del Gruppo nel 2017 è pari al 22% (21% nel 2016), di cui il 12% (10% nel 2016) dovuto ad uscite volontarie. L'area che ha registrato il maggior turnover in uscita è stata l'America Latina; tale dato è riconducibile ai progetti di riorganizzazione precedentemente menzionati.

Tasso di rientro dopo il congedo parentale						
%	2017			2016		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Totale dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	318	132	450	320	156	476
Totale dipendenti rientrati in Parmalat dopo un congedo parentale	247	131	378	267	159	426
Totale dipendenti rientrati in Parmalat dopo un congedo parentale ed ancora in forza dopo 12 mesi dal loro rientro	204	138	342	214	139	353
Tasso di rientro al lavoro	78%	99%	84%	83%	102% ¹	89%
<i>Retention rate</i>	76%	87% ²	80%	n.a.	n.a.	n.a.

Diversità e pari opportunità

Il 72% di dipendenti appartiene alla categoria professionale degli operai, contro il restante 20% appartenente alla categoria degli impiegati, il 7% dei quadri e l'1% di dirigenti (in linea con quanto registrato nell'anno precedente).

Il Gruppo nel 2017 non ha registrato differenze significative rispetto al 2016 per quanto riguarda la suddivisione dei dipendenti per categoria professionale, genere e per fasce d'età.

Dipendenti per categoria professionale suddivisi per genere						
N°	2017			2016		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	64	239	303	62	252	314
Quadri	507	1.184	1.691	460	1.182	1.642
Impiegati	2.284	2.738	5.022	2.410	2.853	5.263
Operai	5.499	12.146	17.645	5.981	12.692	18.673

Dipendenti per categoria professionale suddivisi per genere						
%	2017			2016		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Quadri	6%	7%	7%	5%	7%	6%
Impiegati	27%	17%	20%	27%	17%	21%
Operai	66%	75%	72%	67%	75%	72%

¹ Il tasso di rientro al lavoro in seguito al congedo è calcolato come (soggetti rientrati nell'anno/ soggetti usciti nell'anno precedente), pertanto eventuali dati oltre il 100% rappresentano casistiche di congedo iniziato in anni precedenti e terminato nell'anno in esame.

² Il tasso di "retention" è calcolato come e (soggetti rientrati ed ancora in forza dopo 12 mesi/ soggetti rientrati da *parental leave* nell'anno precedente). Per il 2016, pertanto, non è possibile calcolare il tasso di *retention* in quanto i dati relativi al 2015 non sono disponibili.

Dipendenti per categoria professionale suddivisi per età								
%	2017				2016			
	≤ 29 anni	30 – 50 anni	≥ 51 anni	Totale	≤ 29 anni	30 – 50 anni	≥ 51 anni	Totale
Dirigenti	0%	1%	2%	1%	0%	1%	3%	1%
Quadri	2%	7%	9%	7%	1%	6%	9%	6%
Impiegati	18%	20%	26%	20%	18%	22%	22%	21%
Operai	80%	72%	63%	72%	81%	71%	66%	72%

Componenti degli Organi di Governo						
%	2017			2016		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
≤ 29 anni	-	-	-	-	-	-
30 - 50 anni	17%	28%	28%	25%	27%	27%
≥ 51 anni	83%	72%	72%	75%	73%	73%
Totale	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Si riepiloga di seguito il rapporto dello stipendio medio e della remunerazione media per categoria professionale¹ donna/uomo:

%	Rapporto dello stipendio medio (<i>basic salary</i>) per categoria professionale donna/uomo		Rapporto della remunerazione media (<i>remuneration</i>) per categoria professionale donna/uomo	
	2017	2016	2017	2016
Europa				
Dirigenti	92%	86%	85%	66%
Quadri	85%	87%	84%	82%
Impiegati	89%	88%	79%	81%
Operai	83%	84%	77%	80%
Nord America				
Dirigenti	93%	93%	89%	94%
Quadri	101%	99%	100%	99%
Impiegati	89%	89%	88%	88%
Operai	88%	88%	88%	88%
America Latina				
Dirigenti	67%	51%	50%	58%
Quadri	110%	98%	102%	115%
Impiegati	96%	89%	85%	88%
Operai	87%	81%	81%	85%
Africa				
Dirigenti	102%	156%	94%	154%
Quadri	82%	77%	76%	73%
Impiegati	78%	61%	73%	57%
Operai	80%	82%	81%	76%
Australia				
Dirigenti	66%	67%	67%	63%
Quadri	89%	96%	89%	94%
Impiegati	84%	84%	83%	82%
Operai	85%	86%	79%	75%

Parmalat promuove la rimozione di ogni comportamento che sia discriminatorio per sesso e di ogni altro ostacolo che limiti l'uguaglianza nell'accesso al lavoro, alla formazione, alla promozione e sviluppo professionale, assicurandosi che i criteri di scelta siano legati esclusivamente alla prestazione professionale. Si possono tuttavia presentare differenze nel rapporto dello stipendio medio (*basic salary*) tra donna e uomo che possono essere ricondotte a una differenziazione delle mansioni con impatto diretto sulla retribuzione, ad un maggior peso del part-time e all'anzianità aziendale.

Le variazioni che si osservano tra i due esercizi riportati nella tabella sono prevalentemente riconducibili da un lato dall'entrata e uscita dall'organico di risorse di genere diverso, dall'altro da erogazioni di maggiorazioni, premi e incentivi che possono variare in maniera significativa di anno in anno.

¹ Le categorie contrattuali dirigenti, quadri, impiegati e operai variano a seconda delle normative e prassi locali.

Nel corso del 2017 il Gruppo ha erogato corsi di formazioni per un totale di ore stimato superiore a 300.000¹, con un trend in leggera crescita rispetto all'anno precedente. Il dato conferma lo sforzo del Gruppo a supportare lo sviluppo delle proprie risorse in un percorso di crescita professionale continua, mettendo a disposizione dei dipendenti percorsi formativi sia tecnici che manageriali. In particolare si segnala che nel 2017, soprattutto in area Nord America, Africa, Australia e in Italia, ci si è dedicati allo sviluppo delle competenze manageriali per sviluppare la nuova generazione di leader e garantire la crescita del *talent pool* interno.

Comune a tutto il Gruppo è stata l'attenzione dedicata alla formazione tecnica e a quella relativa alla salute e alla sicurezza sul lavoro. In particolare ci si è focalizzati sui corsi di *Dairy Technology*, per supportare al meglio le risorse coinvolte nello sviluppo di competenze tecniche tipiche del settore in cui Parmalat opera.

Gestione dei Rapporti lavorativi

Il Gruppo ha costruito un dialogo costruttivo con le rappresentanze sindacali dei diversi Paesi in cui opera al fine di trovare le migliori soluzioni per conciliare le richieste dei dipendenti con le esigenze aziendali. I rapporti e le negoziazioni con i sindacati sono infatti gestiti nel rispetto dei più elevati principi di trasparenza e correttezza e in stretta osservanza delle leggi vigenti, promuovendo il confronto costruttivo, che mira al coinvolgimento delle rappresentanze dei lavoratori e al mantenimento di un buon clima aziendale. Le società del Gruppo hanno perseguito, anche nel corso del 2017, una politica di dialogo e confronto aperto con le Organizzazioni Sindacali negoziando e siglando accordi collettivi in linea con la strategia del Gruppo. Le negoziazioni sono state portate avanti in un clima di generale distensione e non si sono registrati episodi di protesta o incidenti, fatta eccezione per lo stabilimento di Echuca in Australia, dove l'accordo collettivo è stato finalizzato e siglato ad aprile a seguito di un lungo sciopero.

L'applicazione dei Contratti Collettivi viene di seguito riportata:

%	Dipendenti aderenti ai Contratti Collettivi	
	2017	2016
Totale Dipendenti Aderenti	14.856	16.004
Totale Dipendenti	24.661	25.892
Proporzione di dipendenti aderenti ai Contratti collettivi	60%	62%

Diritti umani

Il tema dei diritti umani è declinato dal Gruppo nella gestione dei rapporti con il personale nel rispetto dei principi e valori richiamati dal Codice Etico di Gruppo, che stabilisce la tutela dell'integrità morale e garantisce pari opportunità per ciascun individuo. Comportamenti discriminatori basati sull'opinione politica, attività sindacali, religione, razza, nazionalità, età, sesso, orientamento sessuale, salute o basati su qualsiasi altra caratteristica umana non sono permessi in nessuna relazione interna o esterna al Gruppo. Il Gruppo si impegna altresì a garantire che le norme stabilite nella Dichiarazione Universale dei diritti Umani vengano rispettate nei diversi paesi in cui opera. Il Gruppo rifiuta ogni forma di lavoro forzato o obbligatorio, lavoro minorile e irregolare.

Nel 2016 si segnala un caso di presunta violazione che, dopo una completa investigazione, si è concluso avanti all'Autorità competente con parere favorevole al Gruppo.

¹ Dato riferito al 52% del totale dei dipendenti facenti parte del perimetro di rendicontazione.

Salute e sicurezza sul lavoro

Nel testo della “Mission” di Parmalat, si afferma che l’obiettivo finale è creare valore aggiunto per tutti gli azionisti nel rispetto sia dell’etica degli affari che nell’assolvimento di una funzione sociale. A tal fine il Gruppo, nell’ottica di prevenzione e protezione, si impegna a creare per i propri dipendenti luoghi di lavoro sicuri, non solo conformi con i requisiti di legge applicabili ma tesi ai più elevati standard di salute e sicurezza.

Come menzionato nella Policy della Sicurezza di Gruppo, l’impegno di tutta l’organizzazione è pertanto mirato a:

- 1) osservare e rispettare le normative vigenti, nei contenuti e nei principi, applicabili alle singole realtà produttive e di servizio, adottando volontariamente tutte le azioni ritenute necessarie anche in assenza di obblighi legislativi;
- 2) attivare tutte le azioni necessarie per evitare infortuni o incidenti che possono compromettere l’incolumità delle persone e quella dell’ambiente esterno;
- 3) sensibilizzare tutti gli attori interni (dipendenti) ed esterni (appaltatori), sulla necessità di rispettare le norme di sicurezza ed igiene applicabili alla singola unità produttiva e di servizio;
- 4) perseguire il miglioramento continuo della gestione della sicurezza del sito e degli impatti
- 5) ambientali, lavorando sia sulla formazione che nell’individuazione dei rischi collegati alle attività svolte, alla loro rimozione o contenimento in accordo con le linee di sviluppo aziendali;
- 6) promuovere un rapporto trasparente e collaborativo con gli Enti pubblici, i soggetti privati e le comunità locali con i quali veniamo a contatto a seguito dell’attività che svolgiamo.

Il Gruppo Parmalat adotta un sistema di gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro in linea con quanto descritto nel Manuale del Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro. Ogni paese ha una propria policy interna di gestione della sicurezza e salute sul lavoro ed un relativo manuale da seguire coerente con la policy di Gruppo e conforme alla legislazione locale.

Per le Società del Gruppo comprese nel perimetro di rendicontazione vengono eseguiti audit interni per monitorare la salute e sicurezza sul lavoro. In tutti gli stabilimenti di Parmalat Italia sono presenti le certificazioni OHSAS 18001 e ISO 14001.

Un ulteriore aspetto di miglioramento continuo dell’azienda sono gli audit periodici che vengono effettuati, sia da enti terzi (in ottica di certificazione del sistema di gestione), sia tramite personale interno, per il monitoraggio continuo delle prestazioni e dell’adeguatezza del sistema di gestione. Per i siti italiani, ad esempio, il Gruppo ha attivato una specifica collaborazione con una società terza per lo svolgimento di tutti i controlli obbligatori previsti dalla normativa su tali impianti.

L’organizzazione della Salute e Sicurezza sul Lavoro all’interno del Gruppo è la seguente: il General Manager è responsabile del paese; il Direttore Industriale che riporta al General Manager è responsabile tra l’altro della Salute e Sicurezza sul Lavoro nei limiti delle deleghe ricevute dal General Manager o dal Consiglio di Amministrazione. Il direttore di Stabilimento è tra l’altro responsabile della Salute e Sicurezza sul Lavoro nei limiti delle deleghe ricevute dal Direttore Industriale.

Alle figure sopramenzionate, nei limiti delle responsabilità definite dalle deleghe, spetta l’onere dell’implementazione e del corretto funzionamento del sistema di gestione della sicurezza. Nelle loro attività si avvalgono del supporto di specifici collaboratori e consulenti.

Con specifico riferimento alle realtà del contesto italiano due delle figure professionali che collaborano con il datore di lavoro sono il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione – RSPP e il medico competente.

Il funzionamento del sistema di salute e sicurezza sul lavoro si fonda su due principi cardine:

1) Prevenzione e Protezione

La prevenzione si attua attraverso la valutazione del rischio; infatti, sono molti e variegati i rischi che possono presentarsi nello svolgimento delle attività produttive e che, se non correttamente gestiti e monitorati, potrebbero potenzialmente mettere a repentaglio la salute e la sicurezza del lavoratore.

I rischi più importanti individuati nel processo di valutazione nelle varie aziende del Gruppo sono i seguenti:

- Rischio derivante dal maneggiare sostanze chimiche (esempio: detersivi, reagenti da laboratorio, ...)
- Rischio biologico (esempio: intossicazione da sostanze inquinanti, ...)
- Rischio derivante dall'utilizzo di macchinari
- Rischio derivante da eccessivo inquinamento acustico
- Rischi derivanti da guida di automezzi/uso di attrezzature da lavoro
- Rischi derivanti da lavoro ad altezze elevate
- Rischi derivanti da strumenti di lavoro non sicuri o non a norma
- Rischio ergonomico relativo all'inadeguatezza dell'ambiente di lavoro
- Rischio derivante dall'utilizzo dei dispositivi elettrici
- Rischio di rilascio di fonti energetiche non controllato
- Rischio di maneggiare attrezzature sotto pressione
- Rischio di emergenze non gestite in modo tempestivo ed appropriato
- Rischio di scivolata, caduta, eccessivo sforzo o urti involontari
- Rischio di incendio ed esplosione

Una volta valutato il rischio si procede all'analisi per individuare le cause che lo generano, per poi mettere in atto le azioni che eliminano/riducono la causa stessa nell'intento di minimizzare la ripetibilità del rischio. Queste azioni possono richiedere interventi di prevenzione, protezione collettiva e/o la dotazione di dispositivi di protezione individuale per il lavoratori di cui sono responsabili il *General Manager*, il Direttore Industriale ed il Direttore di Stabilimento. In caso di rischio immediato e grave vige una procedura che prevede che il Direttore Industriale possa avviare le azioni correttive necessarie senza attendere alcuna autorizzazione dai superiori.

2) Il miglioramento continuo

Il Gruppo esplicita il suo impegno al miglioramento continuo per la tutela della salute e sicurezza attraverso una accurata analisi degli infortuni, che si verificano nonostante le più attente precauzioni.

Nel caso si verifichi un infortunio si interviene prontamente per individuare l'origine che lo ha causato e si attuano tutte le iniziative possibili ad evitare che l'evento si possa ripetere. Il miglioramento continuo prevede il monitoraggio delle attività produttive attraverso l'*Analysis Plan Do Check Approach*.

Un ulteriore aspetto di miglioramento dell'azienda sono i feedback degli audit che vengono effettuati, sia dall'Internal Audit di Gruppo sia in autocontrollo tramite personale interno.

Nel Gruppo è implementata un'attività di controllo e valutazione continua degli infortuni attraverso l'adozione di alcuni *KPI*: in particolar modo si fa riferimento al numero di infortuni, numero di giorni persi, numero di giorni senza infortuni ed agli indici di frequenza.

Indicatori di performance

Salute e sicurezza dei dipendenti

Infortuni registrati che hanno portato ad assenza dal luogo di lavoro*		
<i>n.</i>	2017	2016
Europa		
Totale degli infortuni registrati che hanno portato ad assenza dal luogo di lavoro	62	61
- In itinere	6	9
- Durante lo svolgimento dell'attività lavorativa	56	52
Nord America		
Totale degli infortuni registrati che hanno portato ad assenza dal luogo di lavoro	56	50
- In itinere	34	38
- Durante lo svolgimento dell'attività lavorativa	22	12
America Latina		
Totale degli infortuni registrati che hanno portato ad assenza dal luogo di lavoro	169	226
- In itinere	5	-
- Durante lo svolgimento dell'attività lavorativa	164	226
Africa		
Totale degli infortuni registrati che hanno portato ad assenza dal luogo di lavoro	40	33
- In itinere	-	-
- Durante lo svolgimento dell'attività lavorativa	40	33
Australia		
Totale degli infortuni registrati che hanno portato ad assenza dal luogo di lavoro	16	26
- In itinere	-	-
- Durante lo svolgimento dell'attività lavorativa	16	26
Totale degli infortuni registrati che hanno portato ad assenza dal luogo di lavoro		
- In itinere	45	47
- Durante lo svolgimento dell'attività lavorativa	298	349

*Il 77% del totale dei dipendenti è incluso nel perimetro definito.

L'area America Latina presenta una rilevante riduzione del numero di infortuni rispetto al 2016 che passano da 226 infortuni a 169, l'ottimo risultato dell'area è confermato anche dalle riduzioni dell'indice di frequenza e dell'indice di gravità.

L'Australia migliora fortemente le sue prestazioni in quanto il numero di infortuni passa da 26 (2016) a 16 (2017), anche gli indici di frequenza e gravità si riducono il che significa che nell'area si sono verificati meno infortuni e che mediamente gli infortuni sono stati meno gravi.

L'Europa presenta un numero di infortuni sostanzialmente stabile rispetto l'anno precedente, tuttavia l'aumento dell'indice di gravità che passa da 0,66 (2016) a 0,87 (2017) indica un aumento medio della gravità degli infortuni.

Il Nord America peggiora leggermente le prestazioni in quanto il numero totale di infortuni aumenta da 50 (2016) a 56 (2017).

Incidenti fatali ¹		
n.	2017	2016
	Totale	Totale
Incidenti fatali		
Europa	-	-
Nord America	-	1
America Latina	1	-
Africa	-	-
Australia	-	-

Nel 2016 si è verificato un incidente mortale in un magazzino del Nord America che ha comportato la perdita di un collaboratore del Gruppo, mentre nel 2017 si è verificato un incidente stradale che ha causato la morte di un collaboratore in America Latina.

Ratio di salute e sicurezza sul lavoro		
n.	2017	2016
Europa		
Tasso di infortuni ²	12	12
Tasso di giorni persi ³	0,87	0,66
Nord America		
Tasso di infortuni	7	6
Tasso di giorni persi	0,07	0,10
America Latina		
Tasso di infortuni	15	17
Tasso di giorni persi	0,62	0,8
Africa		
Tasso di infortuni	7	4
Tasso di giorni persi	0,09	0,02
Australia		
Tasso di infortuni	4	6
Tasso di giorni persi	0,17	0,25
Tasso di infortuni	10	10
Tasso di giorni persi	0,39	0,42

¹ Definizione di incidente fatale lavoro-correlato: morte di un lavoratore derivante da malattia professionale contratta o infortunio subito durante lo svolgimento di un lavoro controllato dall'organizzazione o svolto in luoghi di lavoro che l'organizzazione controlla.

² N° infortuni*1.000.000/N° ore lavorate

³ N° giorni persi*1.000/N° ore lavorate

Salute e sicurezza dei consumatori

Salute

La salute e il benessere dei consumatori sono gli obiettivi a cui il Gruppo Parmalat rivolge tutta la sua attenzione ed i suoi sforzi. Assicurare salute e benessere significa:

- rispondere alle aspettative del consumatore in termini di nutrizione, soddisfazione organolettica, accessibilità (prodotti reperibili sugli scaffali a costi accessibili), contenuto di servizio (prodotti semplici da conservare e da utilizzare);
- essere consapevoli della necessità di soddisfare i bisogni di determinate categorie di consumatori, con diverse esigenze nutrizionali e di salute;
- rispondere a problemi di salute pubblica (obesità, malattie non comunicabili come ipertensione e diabete), partecipare alla attività per la promozione di diete equilibrate e dell'attività fisica;
- focalizzare i bisogni principali dei Paesi emergenti e sviluppare prodotti per consumatori con basso potere di acquisto.

Tutti questi aspetti possono essere sintetizzati nella “consapevolezza della necessità di produrre, per tutti, prodotti sicuri, di alta qualità nutrizionale e utili per la salute, nel rispetto della natura e delle persone”.

Il consumatore del nostro tempo sta vivendo anni di grandi cambiamenti sociali, economici e culturali che si riflettono anche sulle sue esigenze alimentari. I prodotti “*low, free and healthy*”, da un lato e gli imballi innovativi e sostenibili, dall'altro, sono esempi delle nuove esigenze e richieste.

Grazie alla presenza di centri R&D in Australia, Canada, Italia, Sud Africa, USA e Brasile con circa 115 ricercatori, il Gruppo ha la capacità di sviluppare prodotti innovativi, pur continuando a valorizzare i prodotti della tradizione locale.

Il numero totale di laboratori e di dipendenti del Gruppo dedicati ad attività di R&D è di seguito riportato:

N.	Indicatori di ricerca e sviluppo	
	2017	2016
Laboratori dedicati ad attività di ricerca e sviluppo	15	14
Dipendenti dedicati ad attività di ricerca e sviluppo	140	132
Brevetti depositati	1	0

Seguendo i trend “*low, free and healthy*”, la gamma dei prodotti *lactose free Zymil* è stata ampliata in molti Paesi, quale risposta del Gruppo all'aumentata attenzione del consumatore alle reazioni dell'organismo (sintomi) nei confronti dei diversi alimenti che più frequentemente si collegano ad intolleranze alimentari.

In Italia, in particolare, sono stati introdotti nuovi prodotti *Zymil*: panna da cucina UHT (2015), latte fresco pastorizzato (2015), latte UHT in bottiglia da 250 ml (2015), panna pastorizzata da montare (2016), yogurt alla greca (2016), basi per gelato (2017), latte biologico UHT e alto pastorizzato (2017), latte microfiltrato scremato (2017).

In Canada sono stati introdotti diversi prodotti *lactose free* anche sulla linea dei formaggi *Black Diamond* (ad esempio *Cheestrings Ficello*) e sulla linea burro (*Lactantia*).

Parmalat Australia ha lanciato una gamma di lattini aromatizzati per gli sportivi, in accordo con le crescenti evidenze scientifiche relative alla capacità del latte di rispondere alle tre esigenze nutrizionali delle persone attive:

- Reidratarsi con fluidi e minerali (il latte è costituito dall'88% di acqua e contiene minerali);
- Recuperare il danno muscolare e stimolarne la crescita (il latte contiene proteine di elevata qualità);
- Recuperare energia (il latte contiene 5% di lattosio)

Parmalat ha ridotto la quantità di zucchero e calorie in molti prodotti tra cui bevande, yogurt e alimenti destinati ai bambini per rispondere alla comunità scientifica internazionale che ha evidenziato la correlazione tra elevata assunzione di zucchero e di calorie ed insorgenza di un gran numero di patologie.

Molti prodotti sono poi stati riformulati in termini di contenuto di grasso, ad esempio: Yogurt Parmalat Magro Più (2016), una linea di yogurt senza grassi e con una pienezza simile allo yogurt intero e la panna Chef leggera (2016), un prodotto con 50% di grassi in meno rispetto a quella da cucina.

Il Gruppo sta ponendo molta attenzione anche alla *consumer size* con due importanti finalità:

1. ridurre l'apporto di zucchero, grassi e calorie per ogni atto di consumo, per favorire la riduzione dell'apporto calorico complessivo nell'arco della giornata;
2. rispondere al cambiamento del tessuto sociale (con un numero più elevato di singoli e di famiglie poco numerose) e all'aumentata sensibilità alla riduzione degli sprechi.

A tal fine varie tipologie di prodotti vengono offerti in formati di dimensioni ridotte.

Per rispondere proattivamente ai nuovi trend di mercato Parmalat sta lanciando nei Paesi in cui opera prodotti *dairy* biologici, come latte pastorizzato, latte UHT e yogurt.

Parmalat è consapevole che la qualità dei prodotti è il risultato di una intensa attività di ricerca sia nell'ambito dell'innovazione che della qualità. Crede pertanto nel valore della collaborazione tra industria e mondo scientifico, in un continuo interscambio che incrementa competenze e conoscenze.

Relativamente alle iniziative legate al latte, al centro dell'attenzione ci sono due grandi temi:

1. il continuo miglioramento delle tecnologie applicate nel processo di trasformazione per ottimizzare l'equilibrio tra la delicatezza del trattamento termico, la sicurezza alimentare del prodotto trattato, il rispetto del contenuto nutrizionale e delle sue caratteristiche organolettiche;
2. il valore nutrizionale e salutistico dell'alimento, che deve essere continuamente divulgato sia alla classe medica che ai consumatori, in termini di aggiornamento dei nuovi dati della letteratura.

Da sempre Parmalat collabora con molte Università e Istituti di ricerca in tutto il mondo. Ad esempio: in Canada ci sono collaborazioni con l'Università di Guelph, di Carleton, di Laval, di McGill Food Science e con McGill Centre for Convergence Innovation & Economics; negli Stati Uniti con la California Polytechnic State University; in Italia con la maggior parte degli Atenei presenti sul territorio e con Wageningen (NL), che ha una riconosciuta expertise sul dairy.

Molti progetti sono in essere per lo studio di nuove tecnologie.

Relativamente all'Italia, sono stati diversi i progetti e le attività svolti nel corso degli ultimi anni:

- nel 2015 è stato avviato un progetto, tuttora in corso, per predire il mantenimento della qualità del latte UHT nel tempo, in collaborazione con le Università di Parma, Milano, Cattolica del Sacro Cuore sede di Piacenza, Brescia e con l'Istituto di scienze delle produzioni alimentari ISPRA-CNR, sede di Milano;
- nel 2017 si è concluso il progetto "Parmalat e l'Università per la Qualità" partito nel 2010. Un progetto unico nel panorama italiano, realizzato con la collaborazione di ben cinque Università (Catania, Milano, Federico II di Napoli, Parma, Sapienza Università di Roma). Parmalat ha aperto le porte dei suoi stabilimenti alle Università, alle quali è stato affidato il controllo sistematico delle tabelle nutrizionali di uno o più brand per assicurare ulteriormente i consumatori sulla qualità del proprio latte. Il logo dell'Ateneo sulla confezione attestava l'attività. Nell'ambito di questo progetto, su migliaia di campioni, sono poi state condotte indagini per valutare l'andamento stagionale e le variazioni geografiche delle proteine e del profilo degli acidi grassi. È stata inoltre confermata la bontà (efficacia/rispetto dei nutrienti) dei trattamenti effettuati dal Gruppo, attraverso la valutazione dei parametri di danno termico. Sono poi state condotte analisi sul contenuto di alcune vitamine (A, E, B1, B2 B6) e sfatati i miti secondo i quali il trattamento termico le distrugge tutte: la pastorizzazione non degrada le vitamine, il trattamento UHT degrada soltanto il 10-30% di quelle più termolabili. Questi risultati, sono in accordo con

i dati di letteratura e sono stati presentati nel convegno "Il latte oggi: salute tra ricerca e innovazione" (Roma, Sapienza 2011).

- Al fine di promuovere il ruolo del latte nella dieta, Parmalat, in qualità di socio di NFI (*Nutrition Foundation of Italy*) sostiene i suoi progetti per la realizzazione e la divulgazione di "documenti di consenso", ovvero di review della letteratura approvati dalle più importanti Società medico-scientifiche italiane. Nel 2016 NFI ha realizzato quello sul latte, destinato alla classe medica e sottoscritto da oltre 20 Società (di nutrizione, pediatria, cardiologia, oncologia).
- Parmalat nel 2015 ha contribuito alla realizzazione di una indagine epidemiologica sulle abitudini alimentari di 17.000 atleti di ogni età condotta dalla Federazione medico sportiva italiana (FMSI). I risultati e i consigli nutrizionali per chi pratica attività fisica sono stati sintetizzati in un *leaflet* che è stato distribuito negli ambulatori dei medici afferenti alla Federazione su tutto il territorio nazionale.

Sicurezza dei prodotti alimentari

La sicurezza dei prodotti alimentari ricopre un ruolo di primo piano per il Gruppo. Garantire un prodotto finito di qualità, sicuro e salutare per i consumatori comporta:

- la consapevolezza che valore nutrizionale e sicurezza igienico-sanitaria sono fattori imprescindibili della qualità del prodotto;
- l'impegno di produrre alimenti sicuri con il minor impatto ambientale.

Il Gruppo Parmalat si ispira a sei punti fondamentali:

1. Garanzia di sicurezza alimentare
2. Compliance normativa
3. Preferenze dei consumatori
4. Soddisfazione dei consumatori
5. Affidabilità dei fornitori
6. Qualità al miglior prezzo

La sicurezza alimentare è inoltre una priorità anche nell'ottica della tutela della reputazione del brand.

Questi obiettivi sono declinati nel concreto nei seguenti impegni:

- impegno documentato del management circa l'implementazione della politica sulla qualità in tutti i Paesi e su tutti i mercati;
- impegno annuale di revisione della politica con proposte di miglioramento tramite indicatori di performance specifici e misurabili;
- coinvolgimento di tutti i collaboratori aziendali sul tema della qualità affinché gli obiettivi siano condivisi da tutti i dipartimenti;
- verifica e monitoraggio attraverso processi di validazione della qualità per assicurare un continuo miglioramento.

La politica della qualità Parmalat si attua in ogni Paese attraverso un Sistema qualità, applicato in tutta la filiera e rispettoso delle tradizioni, delle caratteristiche e delle condizioni socio-economiche locali.

Il sistema qualità è un insieme di procedure che descrivono l'organizzazione, le responsabilità e le attività per gestire correttamente la qualità dei prodotti e promuoverne il miglioramento continuo. Tale sistema lavora sulla prevenzione ed è fondato su concetti quali conoscenza, formazione, competenza, collaborazione, responsabilità e tracciabilità.

I rischi che sono stati individuati dalle varie aziende del Gruppo come più immediati sono essenzialmente due.

Il primo è quello di prodotti fuori standard, si tratta di quei prodotti che, durante l'intero processo di lavorazione, comprese le fasi di logistica e distribuzione, possono andare incontro a problemi che li rendono non conformi ai

parametri standard (principalmente microbiologici, nutrizionali, chimici). Il secondo rischio è invece l'impatto sulla reputazione aziendale e del brand a causa di un'asserita non conformità.

Tali rischi vengono tenuti sotto controllo attraverso l'applicazione di un sistema di gestione per la Sicurezza Alimentare secondo le logiche del protocollo internazionale HACCP, in accordo con quanto previsto dal Codex. Ogni Paese del Gruppo integra poi il proprio Sistema Qualità con certificazioni volontarie, come per esempio la ISO 22000, ISO 9000, ISO 22005, IFS e BRC, consapevole che tale attività contribuisce a consolidare un metodo di lavoro per valutare in modo attento e critico ogni situazione e ad attestare ufficialmente metodologia ed efficacia del sistema.

Il 93% degli stabilimenti del Gruppo è dotato di un protocollo HACCP; mentre il 61% ha almeno una certificazione sulla sicurezza alimentare.

Nella seguente tabella è riportata la sintesi delle certificazioni per le società del Gruppo comprese nel perimetro di rendicontazione:

CERTIFICAZIONI		SISTEMA QUALITÀ		SICUREZZA ALIMENTARE								AMBIENTE, SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI	
PAESE	N. Plants	Protocollo HACCP	CERT. ISO 9000	N. plants con almeno 1 certificazione sulla sicurezza alimentare	Totale certificazioni Sicurezza alimentare	ISO 22000	ISO 22005	IFS	BRC	FSSC 22000	SFQ	ISO 14001	BS OHASAS 18001
AUSTRALIA	13	13		13	21	8			10	1	2		
CANADA	16	16		12	12	11					1		
LAG	4	4	2	4	4	4							
ITALIA	9	9	2	9	13	2	1	9	1			13 ¹	14 ¹
PORTOGALLO	1	1	1	1	1			1				1	
ROMANIA	1	1	1	1	2	1		1					
SUD AFRICA	7	7		7	7					7			
ZAMBIA	2	2		2	2	2							
RUSSIA	2	1		1	1	1							
LATAM	27	22			0								
TOTALE	82	76	6	50	63	29	1	11	11	8	3	14	14

LEGENDA:

HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)

ISO 9000: normative e linee guida sviluppate da ISO (International Organization for Standardization), che definiscono i requisiti per la realizzazione di un sistema di gestione della qualità

ISO 22000: sistemi di gestione per la sicurezza alimentare, standard applicato su base volontaria con il fine di armonizzare gli standard preesistenti in materia di HACCP

IFS: International Food standard e BRC: (British Retail Consortium) sono standard specifici per i sistemi di sicurezza alimentare finalizzati a garantire la conformità dei fornitori e dimostrare la capacità dei rivenditori GDO nell'assicurare la qualità e la sicurezza dei prodotti alimentari

ISO 14000: sono una serie di standard internazionali relativi alla gestione ambientale. Lo standard **14001** fissa i requisiti di un «sistema di gestione ambientale» di una qualsiasi organizzazione

¹ Sono certificati anche: R&D Castellaro, Magazzino Scodoncello, Deposito di Villa Guardia, Deposito di Torviscosa e sede di via Nazioni Unite. Centrale del Latte di Roma non ha ISO14001.

Standard BS OHSAS 18001: specifica i requisiti per un Sistema di Gestione della Salute e della Sicurezza del Lavoro (SGSSL), per consentire ad una Organizzazione di controllare i suoi rischi di SSL e a migliorare le sue performance. Ogni unità produttiva lavora secondo le *Good Manufacturing Practices* e stila piani di controllo accurati e modulati per ogni categoria di prodotto (in termini di numero, tipi di controlli e frequenza).

Il Gruppo destina alle attività di qualità circa 900 persone ed esegue internamente oltre 45 milioni di controlli sul prodotto e circa 1,7 milioni sull'ambiente. Controlli puntuali sono pianificati lungo tutta la catena distributiva.

L'aderenza dell'operatività quotidiana al sistema qualità è sistematicamente monitorata attraverso audit:

- interni, condotti da personale qualificato;
- esterni, a cura di eventuali Enti certificatori e dei Clienti;
- internal audit di processo del Gruppo Parmalat.

Circa 130 persone nel Gruppo effettuano audit sui fornitori: oltre 5.000 ispezioni all'anno sono condotte su fornitori di latte e più di 200 sugli altri fornitori.

Una procedura particolare è dedicata alla gestione dei *Copackers*, non essendo il processo produttivo di questi sotto il controllo diretto di Parmalat. Tale procedura è già operativa in alcuni Paesi del Gruppo mentre in altri è in fase di implementazione. Richiede un audit di referenziamento del *Copacker* prima del primo ordine e un audit di monitoraggio ogni 2 anni. Prevede anche visite tecniche non necessariamente programmate dovute per esempio a prodotto non in standard o altro.

I risultati di tutti questi interventi sono valutati e gestiti al fine di promuovere il miglioramento continuo.

In Italia è stata lanciata nel 2015 la *Food Safety Governance*, il programma di miglioramento continuo che rappresenta la linea guida operativa per migliorare la sicurezza alimentare negli stabilimenti. *Food Safety Governance* è nata dalla consapevolezza che la qualità nasce dal coinvolgimento e dalla responsabilizzazione di ogni singola persona dell'organizzazione industriale.

Informazione al consumatore

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

In particolare, il Gruppo conscio 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.

Indicatori di performance

Il Gruppo è consapevole del rischio che un prodotto fuori standard possa arrivare sul mercato e che possa essere oggetto di contestazione o reclami. Il Gruppo si impegna a gestire tali problematiche assistendo sempre il consumatore nel migliore dei modi, con l'obiettivo di garantire la sua sicurezza attraverso la gestione della qualità dei propri prodotti secondo le seguenti modalità:

1. La funzione R&D per ogni prodotto sviluppato e lanciato sul mercato individua dei capitolati di processo e i parametri quantificabili, fissandone i limiti, che caratterizzano il prodotto stesso per struttura, composizione e caratteristiche organolettiche.

2. Ogni stabilimento ha l'obbligo di effettuare analisi e controlli per verificare la conformità ai parametri imposti dalla funzione R&D per decidere il rilascio dei prodotti sul mercato.

3. Nella maggior parte degli stabilimenti, attraverso specifico addestramento, è stata implementata l'analisi sensoriale come essenziale strumento di verifica del prodotto finito. Giornalmente gli assaggiatori testano i prodotti del giorno prima per valutarne la rispondenza allo standard e confermarne il rilascio sul mercato.

4. Il consumatore che sceglie i brand di Parmalat, con un rapporto di fiducia quotidiano, è al contempo il più profondo conoscitore dei prodotti del Gruppo e può risultare il più attento degli analisti. Per questo, in un'ottica di un continuo miglioramento, ogni singola lamentela pervenuta dal consumatore o cliente viene analizzata per capirne la causa e decidere le opportune azioni indirizzate ad evitare che l'evento si ripeta. Le lamentele dei consumatori, espresse come rate (numero di lamentele sul numero di unità di prodotto vendute), rappresentano un fondamentale indicatore di qualità. Il trend di riduzione del rate di *consumer complaint* è in continuo miglioramento pur mostrando trend differenti a seconda del cluster. Il cluster Parmalat, con i Paesi a più lunga appartenenza nel Gruppo, ha raggiunto un rate di 4,6 con un miglioramento del 7%, Latam che ha molti Paesi di recente acquisizione ha un rate di 7,3 con un miglioramento rispetto all'anno precedente del 27% e in fine LAG ha registrato con un rate di 7,9 con un miglioramento del 21% rispetto all'anno precedente.

Questo tipo di analisi permette al Gruppo di capire se le procedure messe in atto sono efficaci per garantire il continuo miglioramento. Servono inoltre per focalizzare determinati e specifici interventi.

Il Gruppo è consapevole anche del rischio che un prodotto con un potenziale impatto per la salute e sicurezza dei consumatori possa arrivare sul mercato. Per questo ogni Paese ha una procedura di richiamo e ritiro prodotti che, definendo responsabilità ed azioni da intraprendere, garantisce efficacia e rapidità di intervento.

Nel dicembre 2017 i Paesi del Gruppo Parmalat che avevano acquistato latte in polvere (*infant* e *adult*) prodotto dalla controllante Lactalis nello stabilimento di Craon (Francia) hanno ricevuto comunicazione della necessità di avviare il richiamo dei prodotti.

Le quantità oggetto di richiamo comprendono anche lotti di produzione non scaduti con date precedenti al 2017 per assicurare che nessun tipo di confezione potesse rimanere erroneamente sul mercato.

Le quantità di prodotto effettivamente ritirate sul mercato rappresentano lo 0,008% dei volumi dell'intero Gruppo negli anni 2015 – 2017 per un valore indicativo di 1,7 milioni di euro.

Fatta eccezione per una ancor più modesta quantità di prodotti distribuiti in Zambia, i preparati oggetto di richiamo recano marchi non riferibili al Gruppo Parmalat.

Le fabbriche del Gruppo Lactalis dispongono di presidi sulla qualità e sicurezza alimentare analoghi a quelli del Gruppo Parmalat.

In considerazione di tale episodio è in corso di predisposizione una procedura che dovrà in linea di principio prevedere che la singola società del Gruppo Parmalat che procede all'acquisto, distribuzione e commercializzazione di prodotti del Gruppo Lactalis acquisisca le certificazioni e le procedure di qualità e sicurezza in essere negli stabilimenti produttivi coinvolti e, in presenza di eventi particolari o situazioni anomale, attivi controlli da eseguirsi da parte di Parmalat stessa.

Si segnalano infine due richiami di prodotti di ammontare marginale, avvenuti in Canada a febbraio 2016 (per possibile presenza di parti plastiche nel primo caso e di residui chimici pulenti nel secondo) e un richiamo precauzionale in Australia in agosto 2017, per difettosità del tappo dei *pouch* yoghurt (70g).

Successivamente alla chiusura dell'esercizio, si segnala un richiamo di taluni lotti di entità del pari marginale di yogurt *Kyr* prodotto nello stabilimento di Laval dal Gruppo Lactalis per possibile presenza di corpi estranei.

Ambiente

La tutela dell'ambiente è un obiettivo primario per il Gruppo Parmalat. Nasce dalla consapevolezza che la produzione di ogni alimento ha un impatto sul territorio e che è necessario mettere in campo scelte, strategie ed energie per salvaguardare e ridurre al minimo le ricadute ambientali.

Tra i principali rischi identificati relativi al rapporto con l'ambiente esterno si possono citare:

- la mancata/incompleta osservanza della legislazione ambientale in vigore che può comportare sanzioni o fermo produzione in attesa di adeguamento degli impianti;
- le passività e *class action* correlate ai potenziali impatti derivanti dalle attività produttive degli stabilimenti, in particolare:
 - o inquinamento provocato dagli smaltimenti di acque reflue industriali derivanti dall'attività produttiva;
 - o sversamenti di sostanze inquinanti;
 - o emissioni di cattivi odori;
 - o emissioni in atmosfera di sostanze lesive dello strato di ozono;
 - o inquinamento acustico.

Con particolare riferimento agli impatti ambientali, i più significativi sono collegati alle attività produttive degli stabilimenti.

Ogni Paese del Gruppo gestisce i temi e i rischi ambientali nello stretto rispetto delle normative locali vigenti, attraverso procedure, istruzioni operative, moduli. Un Responsabile dell'Ambiente garantisce l'uniformità delle attività in ogni sito, in linea con le leggi, i regolamenti, le licenze ambientali. Viene di prassi istituito un sistema di deleghe e di responsabilità per assicurare la corretta applicazione, l'efficacia e la rapidità degli interventi. In Italia, ad esempio, è in vigore la "Politica del Sistema di Gestione per il governo delle tematiche di Ambiente, Salute e Sicurezza sul Lavoro".

Risorse sono state messe in campo in tutti i Paesi del Gruppo per sensibilizzare i lavoratori su questi temi attraverso adeguate campagne di formazione, informazione e addestramento, focalizzando anche il valore dei piccoli gesti quotidiani (dal banale chiudere i rubinetti, a spegnere luci, differenziare i rifiuti) ad una più attenta programmazione dell'utilizzo delle linee produttive.

Ogni Paese si impegna a monitorare e cercare di minimizzare gli impatti sull'ambiente, attraverso iniziative che riguardano, in particolare, l'utilizzo di energie e materie prime, le risorse idriche, le emissioni in atmosfera e la gestione responsabile dei rifiuti.

Parmalat Australia pubblica un report annuale ambientale in cui vengono riportati i principali progetti e risultati, relativi al risparmio energetico e idrico e all'ottimizzazione dei processi produttivi.

Focalizzando il processo produttivo e la distribuzione, le principali aree di intervento riguardano:

- l'utilizzo dell'energia;
- la gestione delle risorse idriche, delle acque reflue e dei potenziali sversamenti;
- la gestione dei rifiuti e degli imballi primari e secondari;
- la gestione delle emissioni in atmosfera di sostanze nocive, di cattivi odori;
- l'inquinamento acustico.

Tutti i consumi e le emissioni vengono sistematicamente monitorate al fine di verificare lo *status* e l'efficacia degli interventi.

Il Gruppo sta innanzitutto incrementando gli investimenti correlati a tematiche ambientali; tali investimenti, infatti, sono passati dal 2,9% del 2016 al 4,9% del 2017 sul totale investimenti effettuati.

Utilizzo di energia

In tutti i Paesi è stata promossa la riduzione del consumo di energia attraverso investimenti per l'installazione di lampade LED (illuminazione a basso consumo), motori a basso consumo, variatori di frequenza.

È in continua valutazione l'utilizzo di fonti energetiche alternative.

In Italia, nei siti produttivi di Collecchio (PR) e Zevio (VR) è stato avviato un programma di riduzione dei consumi energetici tramite l'installazione di sistemi di cogenerazione e trigenerazione che permettono di autoprodurre energia elettrica riutilizzando l'energia termica generata dal processo. Il sistema di cogenerazione di Collecchio brucia metano per produrre energia elettrica e riutilizza il gas di scarico per produrre il vapore necessario allo stabilimento. L'efficienza energetica complessiva del sistema, è superiore all'82% rispetto al precedente 45% circa. Dal punto di vista strettamente ambientale il nuovo impianto è dotato di idonee sezioni catalitiche per ridurre al minimo le emissioni nocive nell'ambiente e la quantità di CO2 prodotta è ridotta del 15%. L'impianto è dotato anche di apposite protezioni e insonorizzazioni al fine di limitare al minimo l'inquinamento acustico. L'impianto di Zevio utilizza una tecnologia più tradizionale e serve anche per produrre acqua fredda necessaria allo stabilimento. Anche in questo caso l'efficienza energetica complessiva è circa al 78% e consente di produrre l'80% circa dell'energia elettrica e il 70% del vapore necessari.

Emissioni

Parmalat promuove in tutti i Paesi investimenti per ridurre le emissioni inquinanti in atmosfera nonché i gas con effetto serra.

In Italia, in accordo con le normative vigenti, nazionali e comunitarie (Regolamento UE n. 517/201 e n. 1005/2009), che regolano l'utilizzo dei gas con impatto sull'effetto serra e sullo strato di ozono, si è provveduto a dotare tutti gli impianti di produzione del freddo con propellenti ecologici.

In tutti i Paesi i controlli sulle emissioni sono gestiti secondo la procedura di Sistema e regolarmente eseguiti in accordo con la legislazione locale vigente.

Anche l'ottimizzazione della Logistica, ovvero della distribuzione attraverso il trasporto su strada, porta alla riduzione delle emissioni di inquinanti in atmosfera, oltre che ad una riduzione dei consumi energetici. Un esempio è dato dall'introduzione di un software che elabora la miglior rotta dei camion per la distribuzione dei prodotti consentendo la riduzione di consumo carburante.

Risorse idriche, acque reflue, sversamenti

L'industria lattiero-casearia consuma significative quantità di acqua per produrre in sicurezza i suoi prodotti. Parmalat è consapevole che l'acqua è una risorsa preziosa che deve essere costantemente gestita con assoluta responsabilità. Ha posto in essere in tutti i Paesi misure per migliorare l'efficienza tra cui il riutilizzo, l'ottimizzazione degli impianti e dei cicli di trattamento (produzione e di lavaggio per avere perdite zero da serbatoi, linee di trasferimento, sversamenti, ecc.).

Continui investimenti vengono promossi in ogni stabilimento del Gruppo per il miglioramento della rete idrica interna. Inoltre ove possibili vengono installate torri evaporative per ridurre il consumo di acque di raffreddamento.

Un capitolo importante è la gestione delle acque reflue. In tutti gli stabilimenti viene eseguito il monitoraggio sistematico in termini di quantità e di qualità. La qualità degli scarichi è valutata come contenuto di residui organici (es. latte) e residui di lavaggio (detergenti), in quanto le acque reflue di un impianto di lavorazione del latte possono avere un impatto per l'ambiente.

La riduzione del carico organico ha come conseguenza la riduzione dei detergenti (inquinanti chimici) e il tutto si traduce in un circolo virtuoso di miglioramento.

Il carico organico viene valutato attraverso l'analisi del COD (*Chemical Oxygen Demand*, misurato in mgO₂/L), un'analisi che fornisce un'indicazione sulla quantità di sostanza organica (latte e altro) presente in un campione di acqua: fornisce quindi indicazioni sulla quantità di "sostanza scaricata" e sulla qualità delle acque reflue.

In Russia, in entrambi gli stabilimenti è stata eseguita un'ottimizzazione dei processi produttivi per ridurre le perdite che ha portato ad una significativa riduzione del valore di COD: 35% circa a Belgorod e 28% circa a Ekaterinburg. Per migliorare la qualità dei reflui in uscita è stato fatto un investimento sull'impianto di trattamento di questi.

In Australia a Lidcombe nel 2015 è stato installato un serbatoio da 500.000 litri "di equalizzazione per neutralizzare il pH delle acque di scarico" con l'obiettivo di ridurre COD, BOD e il rischio di odori sgradevoli.

Gli sversamenti rappresentano il pericolo immediato di inquinamento dell'ambiente circostante che si ha nel caso di perdite gravi per qualità e concentrazione dei componenti o per quantità. Tali evenienze vengono gestite da rigorose procedure che prevedono tra l'altro l'immediata notifica interna e alle autorità di competenza.

Rifiuti e imballi primari e secondari

Parmalat lavora per incrementare la percentuale di rifiuti riciclati e si impegna a cedere tali materiali solo ad aziende specializzate nel processo di riciclaggio.

Un'attenzione particolare è dedicata in tutti i Paesi agli imballi attraverso una attività continua di ottimizzazione del materiale (riduzione del quantitativo di plastica per bottiglie, tappi, vasetti, film per fasciatura,) e l'utilizzo di carta riciclata per imballi secondari (cluster e cartoni).

In Italia, dal 2013 ad oggi, è in atto un importante processo di riduzione della quantità di resina negli imballi primari che ha portato a riduzioni del 7% circa della materia prima. Nel 2016 gli imballi secondari dello yogurt (*cluster* per il formato 2x125/115 g) sono passati dal 100% cellulosa vergine a 100% cartone riciclato. Nel 2017 l'acquisto di cartone riciclato è stato pari a 89,7% del totale.

Parmalat Australia ha rinnovato la sua adesione alle linee guida *Australian Packaging Covenant (APC)* per altri 5 anni, con l'obiettivo e l'impegno di continuare l'ottimizzare dei packaging esistenti e nuovi, riducendo l'impatto ambientale senza compromettere la qualità e la sicurezza del prodotto. Parmalat Australia collabora con i fornitori che aderiscono a APC e con stakeholders per individuare soluzioni sostenibili per soddisfare le aspettative dei clienti.

In particolare il progetto *lightweight* ha portato una riduzione del peso degli imballi primari in plastica in media tra 1,9-2,8 grammi. Questa riduzione equivale a circa 95,63 tonnellate di risparmio di plastica che equivale a produrre altri 3,2 milioni di imballi primari.

Il progetto Lewis della bottiglia di plastica trasparente della linea *FARMHOUSE gold* ha permesso di ridurre il peso della bottiglia da 750 ml da 50 grammi a 35 grammi e della bottiglia da 1,5 litri da 70 grammi a 60 grammi. Il progetto complessivo ha consentito di risparmiare circa 1500 tonnellate di plastica.

Parmalat Australia è diventato anche membro attivo di *Australian Dairy Industry Sustainability Framework*.

Indicatori di performance

Utilizzo di energia

La principale fonte di energia termica consumata dal Gruppo è il gas naturale.

L'energia termica nelle fabbriche è utilizzata prevalentemente per la produzione di vapore e acqua calda necessari per i processi industriali e per il riscaldamento degli edifici.

I consumi di energia termica presentano rispetto all'anno precedente un andamento stabile in quanto l'aumento di consumi legato a nuove produzioni che richiedono un utilizzo maggiore di energia termica (formaggi) è stato compensato dagli interventi di risparmio energetico realizzati nelle fabbriche (coibentazione dei tubi delle valvole e del vapore, recupero delle condense, utilizzo delle energie di "scarto" provenienti dagli impianti di cogenerazione installati nel Gruppo).

L'energia elettrica nel Gruppo è utilizzata prevalentemente per la produzione di "freddo" (frigorie) e di aria compressa. Le frigorie servono nei processi industriali e nei magazzini di stoccaggio a portare semilavorati e prodotto finito alle temperature necessarie per la loro conservazione. L'aria compressa viene utilizzata per il controllo e il comando delle apparecchiature di processo. Anche per l'energia elettrica i consumi sono stabili tra il 2016 e 2017, in quanto gli aumenti di consumo legati alle maggiori complessità produttive (aumento del numero delle Sku's, riduzione della durata dei cicli produttivi) sono stati compensati da interventi di risparmio energetico quali il *freecooling*, l'installazione di lampade a led, inverter sui motori elettrici.

		Consumi di energia all'interno del Gruppo	
		2017	2016
Gas Naturale per riscaldamento / Attività di Produzione	GJ	4.566.533	4.510.295
Combustibili pesanti (t) per riscaldamento / Attività di Produzione	GJ	162.618	180.588
Combustibili leggeri (t) per riscaldamento / Attività di Produzione	GJ	403.923	471.655
Energia elettrica	MWh	832.649	831.879
Da cui comprata	MWh	776.424	782.854
Da cui auto-generata ed utilizzata	MWh	58.243	50.657
Da cui auto-generata e venduta	MWh	2.018	1.632
LPG	GJ	4.420	4.337
Benzina	GJ	13.316	37.208
Diesel	GJ	35.936	20.476
Carbone ¹	GJ	828.331	744.052
Legna (fonte rinnovabile) ²	GJ	3.746.250	4.162.500

¹ Il carbone viene utilizzato quasi esclusivamente in Sud Africa dove alcuni stabilimenti non sono raggiunti dal gas metano ed il carbone risulta quindi la fonte di combustione più semplice da reperire.

² La legna è utilizzata esclusivamente in Brasile dove alcuni stabilimenti non sono raggiunti dal gas metano. Si ricorda che la combustione del legno, essendo quest'ultimo una biomassa, può essere considerata "CO2 neutra", cioè considerando un intero ciclo annuale l'emissione di CO2 è pari a zero.

Azioni per minimizzare i consumi energetici e l'impatto ambientale:

	Iniziative per la riduzione dei consumi di energia	
	2017	2016
Europa	17	24
Nord America	3	3
America Latina	4	2
Africa	0	3
Australia	1	1
Totale Progetti conclusi	25	33

Emissioni¹

Emissioni di CO2 (t) ²	2017	2016
Scope 1	387.149	380.974
Scope 2	297.410	289.474

Gestione delle Risorse Idriche

	Gestione delle risorse idriche		
	UdM	2017	2016
Acqua consumata	m ³		
Totale acqua consumata	m³	20.917.595	20.548.758
Acque superficiali	m ³	2.441.989	1.879.432
Acqua di pozzo	m ³	8.891.541	8.843.934
Acque delle riserve idriche comunali	m ³	9.584.065	9.825.392

Data l'aumentata complessità delle fabbriche legata al maggiore numero di Sku's prodotte e alla minore durata dei cicli di lavoro, i consumi totali di risorse idriche nel 2017 sono aumentate dell'1,8% rispetto l'anno precedente. Si segnala, tuttavia, che nel corso dell'anno sono stati effettuati interventi di recupero delle acque nei circuiti di lavaggio e delle condense nei circuiti di distribuzione del vapore.

	Scarico delle acque reflue		
	UdM	2017	2016
Volume totale di acque reflue	m³	17.286.586	16.358.085
In acque superficiali	m ³	4.323.832	3.783.388
In strutture di trattamento delle acque reflue	m ³	11.920.223	11.445.582
In scarichi e fogne collegati a corsi d'acqua	m ³	1.042.531	1.129.115
Qualità delle acque			
Chemical Oxygen Demand (COD) all'uscita dalla fabbrica	mg/l	1.416	1.236

¹ Fonti: tabelle nazionali ETS anno 2017; GHG Protocol_Stationary Combustion Tool_versione 4.1 per HFO e LFO; TERNA - Fattori di emissione atmosferica di CO2 per produzione lorda totale per l'energia elettrica.

² Scope 1 riguarda le emissioni dirette dell'azienda derivanti ad esempio da combustibili per climatizzazione e per produzione di energia, combustibili per veicoli aziendali, combustibili per processo di produzione; mentre Scope 2 riguarda le emissioni indirette, in quanto la loro produzione fisica avviene da terzi all'esterno dell'azienda e non è sotto il suo controllo.

Gestione dei Rifiuti

T	Rifiuti derivanti dalle attività di produzione ¹					
	2017			2016		
	Hazardous	Non-hazardous	Total	Hazardous	Non-hazardous	Total
Riuso	1	35.422	35.423	1	33.192	33.193
Riciclo	61	86.008	86.069	47	62.043	62.089
Compostaggio	-	46.341	46.341	-	69.256	69.256
Recuperato, compreso recupero energetico	19	28.790	28.809	7	1.455	1.462
Inceneritore	12	1.056	1.068	39	49	88
Discarica	9.119	36.724	45.843	10.049	33.339	43.388
Sito di stoccaggio	5	4.029	4.035	7	3.764	3.772
Altro	19	33.177	33.195	35	31.760	31.794
Totale Rifiuti	9.236	271.547	280.783	10.185	234.858	245.042

I rifiuti totali generati dal Gruppo sono in aumento del 14,6% fra il 2017 e 2016; merita attenzione l'aumento dei rifiuti riciclati, l'aumento del recupero energetico e la riduzione dei rifiuti pericolosi. Si segnala che i rifiuti non pericolosi rappresentano circa il 97% del totale.

L'incremento della quantità di rifiuti prodotta nel 2017 rispetto all'esercizio precedente è principalmente dovuto al Canada dove, a seguito di una modifica normativa, la società ha dovuto cambiare la tecnologia di produzione del formaggio che ha comportato un incremento della quantità scartata di permeato rispetto al passato.

	Incidenti risultanti in sversamenti		
	Udm	2017	2016
Totale eventi rilevati	n°	2	-
Volume totale degli sversamenti	m ³	5,5	-
Di cui			
"Material of spill" - "Location of spill"	m ³	Diesel – Bonnievale (Sud Africa)	
"Material of spill" - "Location of spill"	m ³	Acido nitrico – Impianto di Ravenna (Brasile)	

¹ Volume prodotti durante il periodo di riferimento.

Coinvolgimento delle comunità locali

Il Gruppo Parmalat si impegna nel rispetto dei principi di Responsabilità Sociale e contribuisce allo sviluppo economico, culturale e civile delle realtà in cui opera promuovendo i valori di vicinanza al territorio e di impegno verso le comunità locali.

Coerentemente con la *Mission*, il Gruppo è partner dei propri stakeholder, migliorando la qualità della vita dei dipendenti, delle loro famiglie e delle comunità locali prossime alle unità produttive con l'intento di costruire relazioni fiduciarie di lungo periodo. Si impegna ad ascoltare i bisogni delle comunità, interagendo con le amministrazioni e con la collettività, per lo sviluppo di progetti condivisi.

Per le comunità locali in cui il Gruppo Parmalat svolge attività d'impresa, i principali rischi sono quelli ambientali e reputazionali.

Gli **impatti ambientali** più significativi sono collegati alle attività produttive degli stabilimenti, in particolare si tratta dei medesimi citati in precedenza nel capitolo di riferimento: inquinamento dato da scarichi delle acque reflue, emissioni in atmosfera di sostanze nocive, emissioni di cattivi odori ed inquinamento acustico. L'azienda s'impegna costantemente a monitorare e cercare di ridurre suddetti impatti secondo le modalità precedentemente descritte all'interno del capitolo dedicato all'Ambiente.

Il **rischio reputazionale** è legato, invece, alle relazioni con le comunità e i territori e deriva dalla reputazione negativa verso terzi (comunità locali, clienti, partner, azionisti, investitori, autorità) che può influenzare negativamente l'immagine dell'azienda.

Parmalat promuove nei principali Paesi dove opera diverse iniziative quali **raccolte fondi, donazioni per le classi meno abbienti, donazioni di prodotti e partnership con associazioni benefiche**.

Più in dettaglio, nel 2017 il Gruppo ha effettuato **erogazioni liberali** in denaro per un ammontare complessivo di 1,6 milioni di euro ed erogazioni in natura attraverso la donazione di prodotti. Un esempio emblematico è rappresentato dalla donazione di oltre 2 milioni di pasti in Australia con un "ritorno sociale", calcolato da *Foodbank*, in quasi 20 milioni di euro.

Qui di seguito alcuni esempi delle principali attività svolte con le comunità locali.

Europa

In Italia nel 2017 con l'obiettivo di sostenere le fasce più deboli della popolazione, Parmalat prosegue la collaborazione, attraverso la donazione continuativa di prodotti, con *Fondazione Banco Alimentare Onlus*, *Fondazione San Vito Onlus* in Sicilia e *Associazione Amici della Sierra Leone Onlus* che opera nel paese africano favorendo la costruzione di scuole, pozzi e strutture sanitarie.

Prosegue, inoltre, la collaborazione con l'azienda *Pedemontana Sociale* che si occupa di servizi alla persona nel territorio pedemontano nella provincia di Parma e con *Fondazione Renato Piatti Onlus*, che si dedica a persone con patologie psichiche e intellettive, a cui Parmalat ha donato 3 defibrillatori nel 2017.

Parmalat ha poi donato una automedica nel 2015 all'*Assistenza Volontaria di Collecchio, Sala Baganza, Felino (PR) Onlus* e contribuito alla donazione di un automezzo per il trasporto disabili nel 2017.

Nel 2016 l'azienda ha sostenuto il progetto "Nessuna Riserva" del Centro Sportivo Universitario di Parma – sezione triathlon - che ha previsto l'inclusione durante gli allenamenti di alcuni giovani con disabilità psichica con l'obiettivo di renderli partecipi al gruppo e aumentare la loro indipendenza e autostima.

In caso di calamità naturali, come accaduto per l'alluvione di Livorno nel 2017 e per il terremoto nelle zone di Umbria, Marche e Lazio nel 2016, Parmalat offre poi il proprio contributo, tramite l'invio di prodotti, alle popolazioni colpite.

Inoltre, l'azienda si impegna anche a favore della cultura, con un'erogazione di denaro a favore della *Fondazione Teatro Regio di Parma*.

In ambito scientifico Parmalat fornisce un sostegno concreto e costruttivo alla ricerca in Italia: è in essere una partnership con *Fondazione Umberto Veronesi*, finalizzata a promuovere dal 2016 il progetto *Gold for Kids*, che sostiene ricerche nell'ambito dell'oncologia pediatrica anche attraverso il finanziamento di 5 borse di studio destinate a giovani talenti italiani impegnati a migliorare le cure per i bambini.

Inoltre, sponsorizza annualmente il Master in *Marketing Digital Communication, Sales Management* di Publitalia '80.

Prosegue il progetto *Educational*, un percorso didattico formativo sul tema della corretta educazione alimentare rivolto alle scuole dell'obbligo sul territorio nazionale (materne, primarie e secondarie di primo grado) con l'obiettivo di promuovere comportamenti alimentari corretti ed equilibrati dal punto di vista nutrizionale. Il progetto nasce nel 2008 e, ad oggi, ha coinvolto oltre 480.000 studenti.

Infine, nel 2017 Parmalat è stata promotrice di una campagna, promossa da Fondazione Italiana per il Cuore, di sensibilizzazione per la salute del cuore "Cuoriamoci, piccoli gesti per la salute del cuore" ed ha supportato in qualità di partner il progetto "Nutrizione è Salute", la campagna di educazione alimentare promossa da FIGC-LND Lega Nazionale Dilettanti in collaborazione con FMSI - Federazione Medico Sportiva Italiana.

In Portogallo, Parmalat dona prodotti a diversi enti, tra cui il *Banco Alimentar contra a Fome*, scuole, *Santa Casa da Misericórdia* (che aiuta per le persone bisognose), ed altre istituzioni locali che supportano la comunità locale.

In Russia partecipa, attraverso donazioni, agli eventi di *Ronald McDonald House*.

Nord America

In Canada, Parmalat sostiene numerose iniziative con *Kids Help Phone* (telefono amico per i bambini), *Toonies for Tummies*, *The Breakfast Club*, *Night for Nurture*. In particolare, Parmalat Canada da anni è sostenitrice del *Kids Help Phone Foundation (KHP)* ed è sponsor nazionale della "Walk so kids can talk", evento di raccolta fondi che si svolge ogni anno e a cui partecipano anche i dipendenti.

Negli Stati Uniti d'America, LAG supporta diverse iniziative locali; presso il sito di Buffalo vengono donati prodotti alle comunità locali nell'ottica dell'obiettivo di "lotta alla fame" e l'azienda partecipa ad eventi e attività organizzati da *Foodbank of New York*. Inoltre, sono stati creati programmi con *Idaho Food Bank* nel sito di Nampa e *Second Harvest Food Bank a Medison (Wisconsin)*. Infine, vengono organizzate dai dipendenti campagne di raccolta fondi (ad esempio per la *United Way*).

America Latina

In **Venezuela**, Parmalat sostiene il progetto "*Alianza Mirandina para el Deporte*" per la promozione dello sviluppo locale con un'enfasi su educazione, sport e salute. Inoltre, supporta organizzazioni ed enti caritatevoli attraverso le diverse camere professionali ed industriali esistenti nel Paese e attraverso il programma di sviluppo "OptiLeche Parmalat" organizza progetti che sostengono i produttori di latte e le comunità locali.

In **Colombia** è impegnata in donazioni di prodotto a favore di organizzazioni senza scopo di lucro.

Africa

In Sud Africa, a livello nazionale, Parmalat è impegnata nel programma alimentare “*FoodForward South Africa*” e in progetti nell’ambito dell’educazione a favore della comunità. Finanzia borse di studio per studenti universitari disagiati (4 nel 2017) e nella cittadina di Bonnievale, sede di un importante sito produttivo, dona prodotti ad alcune associazioni benefiche che si occupano del sostegno all’infanzia, oltre ad aver contribuito allo sviluppo della nuova scuola superiore. Inoltre, i vari siti prendono parte annualmente all’International Nelson Mandela Day dando il proprio contributo alle comunità locali e i dipendenti partecipano al *Casual Day*, una campagna nazionale di raccolta fondi a favore delle persone con disabilità.

Parmalat Zambia lavora con oltre 100 scuole in una campagna di promozione del consumo di latte e contribuisce per diverse iniziative a favore della comunità. Inoltre, l’azienda è sponsor della “*Futsal league in Zambia*” che sviluppa giovani talenti (dagli 8 ai 25 anni) del calcio contribuendo a dare prospettive ai ragazzi togliendoli dalle strade.

Oceania

In Australia, Parmalat è partner ufficiale di *Foodbank*, *Ronald McDonald House* e *Saint Vincent de Paul*. Più in dettaglio, nel corso dell’anno sono stati donati a *Foodbank* prodotti per l’equivalente di oltre 2 milioni di pasti con un “ritorno sociale” calcolato da *Foodbank* in quasi 20 milioni di euro; negli ultimi 5 anni sono stati raccolti fondi, anche con il coinvolgimento dei dipendenti, e alimenti a favore della *Ronald McDonald House* per supportare le famiglie con bambini malati. Inoltre, in occasione dell’annuale evento *Charity Gold Day*, Parmalat raccoglie fondi e nel 2017 ha donato 20 frigoriferi per l’apertura di una nuova *Ronald McDonald House* a South Brisbane.

Infine, l’azienda raccoglie fondi in favore della *Saint Vincent de Paul*, che si occupa di persone senza fissa dimora. Parmalat poi ha partecipato al programma di accreditamento di *White Ribbon Australia*, la campagna nazionale guidata da uomini che riconosce il ruolo positivo che questi possono avere nella lotta alla violenza sulle donne.

La gestione della catena di fornitura

Il Gruppo, per garantire la qualità dei propri prodotti a costi competitivi in ciascun paese in cui opera, ha definito procedure e controlli che coinvolgono tutto l'ambito produttivo, dall'approvvigionamento delle materie prime alla distribuzione del prodotto finito. La catena di fornitura di Parmalat, difatti, comprende tutti i componenti necessari per gestire un'attività che congiunge tutte le principali funzioni aziendali: la gestione del rapporto con gli agricoltori, la logistica in entrata e in uscita, la produzione, l'approvvigionamento, le vendite, il marketing, il controllo qualità, lo sviluppo del prodotto e la pianificazione, permettendo così di fornire servizi di qualità ai clienti.

In Parmalat, nel processo di selezione dei fornitori, si utilizzano essenzialmente 5 criteri:

1. **Qualità:** i beni e i servizi acquistati devono soddisfare gli standard di qualità richiesti dal Gruppo;
2. **Prezzo:** occorre assicurarsi di raggiungere le più competitive condizioni finanziarie ed economiche disponibili per la Società;
3. **Logistica:** assicurarsi che i prodotti siano consegnati nei tempi previsti;
4. **Livello di servizio:** il supporto da parte del fornitore deve garantire dei livelli minimi di qualità;
5. Capacità di **innovazione**.

Per quanto concerne i rischi relativi alla catena di fornitura, i principali sono i seguenti:

- L'imprevedibilità del mercato: aumenti imprevisti dei volumi di acquisto o diminuzioni repentine delle vendite possono portare a rotture di stock o ad uno stoccaggio eccessivo con conseguente perdita di valore della merce causata dalla deperibilità del bene.
- Il malfunzionamento della catena di fornitura: negativi impatti sulla capacità produttiva dell'azienda dovuti a ritardi o inefficienze nell'approvvigionamento (malfunzionamento che può essere dovuto ad una pianificazione non corretta, ordini di acquisto non emessi in modo tempestivo, attrezzature soggette a frequenti rotture, problemi di produzione del fornitore e, più in generale, inaffidabilità dello stesso);
- La fornitura di materie e prodotti di qualità inferiore rispetto agli standard richiesti da Parmalat;
- Eccessive emissioni di CO₂ nell'atmosfera causato dai mezzi di trasporto.

Al fine di garantire prodotti conformi e sicuri in modo tempestivo ed efficiente, Parmalat si impegna ad inviare regolarmente personale nei punti in cui i fornitori operano, con l'obiettivo di verificare la qualità del lavoro e la conformità a tutte le normative. Con riferimento alla gestione della logistica in particolare, viene appurata la qualità dei veicoli utilizzati, le condizioni igieniche, la tempestività delle consegne nonché il monitoraggio della temperatura.

Sebbene il Gruppo non preveda specifiche clausole sui diritti umani nei contratti con i propri fornitori, stipula tuttavia con essi contratti in linea con i principi di correttezza e buona fede: in quelli rilevanti, difatti, si impegna a richiedere ai fornitori di rispettare i principi della Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, delle leggi nazionali e internazionali e dei valori dichiarati all'interno del Codice Etico, specificando che, qualsiasi violazione, comporterà l'annullamento del contratto e la conseguente richiesta di risarcimento del danno.

Sebbene non siano previste specifiche clausole di natura ambientale nel processo di selezione dei fornitori, il Gruppo si occupa del tema in altri modi: ad esempio, in Italia viene effettuato un processo di qualifica che include anche la condivisione della politica aziendale su ambiente, salute e sicurezza, mentre in Colombia vengono eseguiti dei check sull'efficienza dei mezzi di trasporto e sull'efficientamento delle tratte per la diminuzione dell'uso del carburante.

Nonostante l'Italia sia un Paese importatore di latte, per carenza di materia prima, Parmalat Italia utilizza latte di provenienza locale in misura superiore al 70%. Le altre società del Gruppo si riforniscono di latte di provenienza locale¹. Indipendentemente dalla provenienza, il Gruppo si impegna a sottoporre a stringenti controlli la materia prima, con l'obiettivo di garantire i massimi livelli di qualità possibili.

¹ Per locale si intende il medesimo paese in cui risiede lo stabilimento.

Indicatori di performance

Investimenti sui fornitori locali

		Acquisti presso fornitori locali	
	Udm	2017	2016
Totale	%	88%	88%

Lotta alla corruzione attiva e passiva

Il Gruppo Parmalat dimostra il proprio impegno nel mantenere un comportamento etico nei confronti dei propri stakeholder attraverso la diffusione delle informazioni relative al rispetto del Codice Etico, nonché prendendo attivamente parte ad iniziative volte al rispetto dei principi in esso contenuti.

Il Codice Etico include la *Mission*, i principi etici e le regole di condotta; tali regole, con specifico riferimento alla lotta alla corruzione, richiamano:

- 1) una condotta corretta e trasparente;
- 2) l'agire nell'interesse del Gruppo e portare all'attenzione ogni potenziale conflitto d'interesse rilevato;
- 3) il non dare, promettere, ricevere o accettare denaro, regali o benefit di qualsiasi tipo a titolo personale da una terza parte;
- 4) la trasparenza e la tracciabilità in tutte le transazioni e in tutte le attività.

A tal riguardo, i principali rischi riconosciuti dal Gruppo rispetto alla tematiche della lotta alla corruzione sono:

- rischio di frode e corruzione relativo al processo di acquisto;
- rischio di frode e corruzione relativo alle vendite ed al processo di marketing;
- rischio di frode nelle operazioni di fatturazione.

Le azioni implementate per mitigare suddetti rischi implicano l'adozione, da parte di tutti i dipendenti, di comportamenti morali, ovvero attività volte a rispettare le leggi e le normative in vigore, il Codice Etico di Parmalat e le politiche e pratiche aziendali che si orientano all'onestà, alla lealtà ed all'integrità.

I principi e i valori di riferimento sono comunicati a tutti i dipendenti e sono accessibili attraverso il portale dell'azienda. Ai dipendenti del Gruppo e alle parti che intrattengono rapporti commerciali con esso, inoltre, viene data l'opportunità di segnalare, in assoluta riservatezza ed in modo del tutto anonimo, la non conformità effettiva o ipotizzata, ovvero quei comportamenti e quelle attività che potrebbero risultare dannose per le regole di condotta.

In Italia, con effetto sulle società Parmalat S.p.A e Centrale del Latte di Roma S.p.A, il reato di corruzione è opportunamente trattato all'interno del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs 231/01 (la normativa in materia di responsabilità amministrativa degli enti), che prevede l'identificazione delle attività a rischio e dei relativi presidi di controllo per la fattispecie di reato in questione, nonché il correlato sistema sanzionatorio. Il reato di corruzione è considerato sia nei confronti di pubblico ufficiale, che verso privati.

L'approccio definito centralmente dalla Capogruppo è poi declinato all'interno di Linee Guida distribuite da Parmalat S.p.A. a tutte le società estere del Gruppo. Il recepimento di tali principi da parte di queste avviene nel rispetto delle norme applicabili nei Paesi in cui le società estere hanno sede, nonché della struttura organizzativa e delle policy interne in essere. Parmalat Australia e Lactalis American Group, ad integrazione di quanto reso disponibile dalla Capogruppo, hanno formalizzato specifiche politiche in materia di frode e anticorruzione nell'ambito del quadro regolamentare nazionale.

L'Organismo di Vigilanza è formalmente incaricato di monitorare costantemente il rispetto di quanto previsto dal Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo; inoltre a tutte le risorse coperte dal Modello è richiesta la cooperazione per un'efficace operatività di questo, tramite segnalazioni tempestive all'Organismo di Vigilanza di ogni potenziale violazione.

Inoltre, sempre al fine di prevenire il rischio di corruzione all'interno dell'organizzazione:

- il Codice Etico del Gruppo Parmalat viene tempestivamente inviato ai dipendenti a seguito di eventuali aggiornamenti;
- in alcuni Paesi vengono tenuti corsi di formazione sulla conformità normativa in materia di concorrenza/antitrust;
- sono stati definiti livelli di approvazione per spese e contratti.

Indicatori di performance

Nel 2017 non sono stati registrati casi di corruzione.

Tabella di correlazione al D. Lgs. 254/16 e al GRI Referenced

La Dichiarazione consolidata non finanziaria fa riferimento (*Referenced claim*) ai seguenti “*Topic specific standard*”:

TEMA DEL D.LGS. 254/2016	TEMA MATERIALE	GRI-REFERENCED TOPIC-SPECIFIC STANDARD E DISCLOSURE		CAPITOLO /PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE	OMISSIONI
Ambientali	Compliance e gestione dei rischi	GRI 102-15 2016	Impatti, rischi ed opportunità	Cap. I principali rischi di natura non finanziaria pag. 11 Cap. Ambiente pag. 35	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Ambientali	Politiche	GRI 103: Management Approach 2016	103-1, 103-2 e 103-3 del Management Approach	Cap. Politiche adottate in ambito socio-ambientale pag. 13 Cap. Ambiente pag. 35	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Ambientali	Gestione delle emissioni	GRI 305: Emissioni 2016	GRI 305-1 2016 Emissioni dirette	Paragrafo Emissioni pag. 36 e pag. 39	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione delle società con sede in Argentina ed Uruguay.	-
Ambientali	Gestione delle emissioni	GRI 305: Emissioni 2016	GRI 305-2 2016 Emissioni indirette	Paragrafo Emissioni pag. 36 e pag. 39	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione delle società con sede in Argentina ed Uruguay.	-
Ambientali	Efficientamento energetico	GRI 302: Energia 2016	GRI 302-1 2016 Consumi di energia all'interno dell'organizzazione e	Paragrafo Utilizzo di energia pag. 36 e pag. 38	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione delle società con sede in Argentina ed Uruguay.	-

TEMA DEL D.LGS. 254/2016	TEMA MATERIALE	GRI-REFERENCED TOPIC-SPECIFIC STANDARD E DISCLOSURE		CAPITOLO /PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE	OMISSIONI
Ambientali	Gestione del consumo e degli scarichi idrici	GRI 303: Acqua 2016	GRI 303-1 2016 Acqua totale prelevata per fonte di approvvigionamento	Paragrafo Risorse idriche, acque reflue, sversamenti pag. 36 e Paragrafo Gestione delle risorse idriche pag.39	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione delle società con sede in Argentina ed Uruguay.	-
Ambientali	Gestione del consumo e degli scarichi idrici	GRI 306: Scarichi e rifiuti 2016	GRI 306-1 2016 Scarichi totali di acqua per qualità e destinazione	Paragrafo Risorse idriche, acque reflue, sversamenti pag. 36 e Paragrafo Gestione delle risorse idriche pag.39	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione delle società con sede in Messico, Argentina ed Uruguay.	-
Ambientali	Gestione dei rifiuti	GRI 306: Scarichi e rifiuti 2016	GRI 306-2 2016 Peso totale dei rifiuti per tipo e modalità di smaltimento	Paragrafo Rifiuti e imballi primari e secondari pag. 37 e Paragrafo Gestione dei rifiuti pag. 40	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione delle società con sede in Argentina e Uruguay.	I dati dei rifiuti non includono quelli gestiti direttamente da parte di enti municipalizzati locali in quanto il dato non è al momento disponibile.
Ambientali	Gestione del consumo e degli scarichi idrici	GRI 306: Scarichi e rifiuti 2016	GRI 306-3 2016 Numero totale, volume e impatti di sversamenti significativi per tipologia e locazione	Paragrafo Risorse idriche, acque reflue, sversamenti pag. 36 e Paragrafo Gestione dei rifiuti pag. 40	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione delle società con sede in Argentina, Venezuela, Zambia ed Uruguay.	-
Ambientali	Gestione delle materie prime	GRI 301: Materiali 2016	GRI 301-2 2016 Percentuale di materiali riciclati utilizzati	Paragrafo Rifiuti e imballi primari e secondari pag. 37	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica.	Il Gruppo si è ispirato a questo indicatore tuttavia non ha rendicontato la percentuale di materiali riciclati utilizzati nel processo produttivo in quanto non dispone di dati completi ed accurati per tutte le società. Il Gruppo si impegna tuttavia a raccogliere le informazioni necessarie ai fini di una completa rendicontazione nelle prossime Dichiarazioni Non Finanziarie.

TEMA DEL D.LGS. 254/2016	TEMA MATERIALE	GRI-REFERENCED TOPIC-SPECIFIC STANDARD E DISCLOSURE		CAPITOLO /PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE	OMISSIONI
Sociali	Compliance e gestione dei rischi	GRI 102-15 2016	Impatti, rischi ed opportunità	Cap. I principali rischi di natura non finanziaria pag. 11 Cap. Salute e sicurezza dei consumatori pag. 29 Cap. Coinvolgimento delle comunità locali pag. 41	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Sociali	Politiche	GRI 103: Management Approach 2016	103-1, 103-2 e 103-3 del Management Approach	Cap. Politiche adottate in ambito socio-ambientale pag. 13 Cap. Salute e sicurezza dei consumatori pag. 29	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Sociali	Salute e sicurezza dei consumatori	GRI 416: Salute e sicurezza dei consumatori 2016	GRI 416-1 2016 Percentuale di categorie di prodotti e servizi per i quali sono valutati gli impatti sulla salute e sicurezza dei clienti	Paragrafo Sicurezza dei prodotti alimentari pag. 31	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Sociali	Relazioni con comunità ed enti locali	GRI 203: Impatti economici Indiretti 2016	GRI 203-1 2016 Investimenti in infrastrutture e servizi di supporto	Cap. Coinvolgimento delle comunità locali pag. 41	-	-
Attinenti al personale	Compliance e gestione dei rischi	GRI 102-15 2016	Impatti, rischi ed opportunità	Cap. I principali rischi di natura non finanziaria pag. 13 Cap. Gestione del personale e diritti umani pag. 16 Cap. Salute e sicurezza sul lavoro pag. 25	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-

TEMA DEL D.LGS. 254/2016	TEMA MATERIALE	GRI-REFERENCED TOPIC-SPECIFIC STANDARD E DISCLOSURE		CAPITOLO /PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE	OMISSIONI
Attinenti al personale	Politiche	GRI 103: Management Approach 2016	103-1, 103-2 e 103-3 del Management Approach	Cap. Politiche adottate in ambito socio-ambientale pag. 13 Cap. salute e sicurezza sul lavoro pag. 25	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Attinenti al personale	Gestione della salute e sicurezza dei collaboratori	GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2016	GRI 403-2 2016 Tipologie di infortuni, tasso di infortuni, malattie professionali, giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi	Paragrafo Salute e sicurezza dei dipendenti pag. 27	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione delle società con sede in Argentina, Brasile, Uruguay.	Il Gruppo non rendiconta il tasso di malattie professionali, il tasso di assenteismo e non sono suddivisi gli indicatori presentati per genere. Inoltre non sono rendicontate le informazioni relative ai lavoratori esterni (somministrati). Il Gruppo si impegna tuttavia a raccogliere le informazioni necessarie ai fini di una completa rendicontazione nelle prossime Dichiarazioni Non Finanziarie. La suddivisione per genere invece non è rendicontata a causa di limitazioni normative presenti in alcuni Paesi che non ne consentono la diffusione.
Attinenti al personale	Gestione del capitale umano	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-8 2016 Dipendenti per tipologia di contratto, regione e genere	Cap. Gestione del personale e diritti umani pag.16 Paragrafo Dipendenti Parmalat – Overview pag. 17	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	Il Gruppo non rendiconta il dato sulla forza lavoro che include i lavoratori che operano sotto la sua supervisione (fornitori di servizi esterni). Il Gruppo si impegna tuttavia a raccogliere le informazioni necessarie ai fini di una completa rendicontazione nelle prossime Dichiarazioni Non Finanziarie.

TEMA DEL D.LGS. 254/2016	TEMA MATERIALE	GRI-REFERENCED TOPIC-SPECIFIC STANDARD E DISCLOSURE		CAPITOLO /PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE	OMISSIONI
Attinenti al personale	Gestione del capitale umano	GRI 401: Occupazione 2016	GRI 401-1 2016 Nuovi assunti e turnover del personale per età, genere e area geografica	Cap. Gestione del personale e diritti umani pag.16 Paragrafo Dipendenti Parmalat – Overview pag. 17	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione delle società con sede in Argentina ed Uruguay.	-
Attinenti al personale	Gestione del capitale umano	GRI 401: Occupazione 2016	GRI 401-3 2016 Dipendenti aventi diritto al congedo parentale e tassi di rientro dopo congedo parentale per genere	Cap. Gestione del personale e diritti umani pag. 16 Paragrafo Dipendenti Parmalat – Overview pag. 17	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione delle società con sede in Argentina, USA ed Uruguay.	Non rendicontato il numero di dipendenti aventi diritto al <i>parental leave</i> in quanto tale diritto dipende dalle normative locali che possono essere disomogenee all'interno del Gruppo.
Attinenti al personale	Tutela della <i>diversity</i> dei collaboratori e non-discriminazione	GRI 405: Diversità e pari opportunità 1 2016	GRI 405-1 2016 Composizione degli organi di governo e suddivisione dei dipendenti	Paragrafo Diversità e pari opportunità pag. 21	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica per i componenti degli Organi di Controllo.	-
Attinenti al personale	Tutela della <i>diversity</i> dei collaboratori e non-discriminazione	GRI 405: Diversità e pari opportunità 1 2016	GRI 405-2 2016 Rapporto dello stipendio base e della remunerazione delle donne rispetto a quello degli uomini	Paragrafo Diversità e pari opportunità pag. 21	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione delle società con sede in Argentina, Uruguay e Colombia (solo <i>remuneration</i>).	-
Attinenti al personale	Tutela della <i>diversity</i> dei collaboratori e non-discriminazione	GRI 406: Non discriminazione 2016	GRI 406-1 2016 Episodi di discriminazione e azioni intraprese	Paragrafo Diritti umani pag. 24	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione delle società con sede in Colombia.	-
Attinenti al personale	Relazioni industriali	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-41 2016 Percentuale di dipendenti coperti da contrattazione collettiva	Paragrafo Gestione dei rapporti lavorativi pag. 24	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione delle società con sede in Argentina, Uruguay e Colombia.	-

TEMA DEL D.LGS. 254/2016	TEMA MATERIALE	GRI-REFERENCED TOPIC-SPECIFIC STANDARD E DISCLOSURE		CAPITOLO /PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE	OMISSIONI
Attinenti al personale	Formazione e sviluppo del personale	GRI 404: Educazione e formazione 2016	GRI 404-1 2016 Ore di formazione medie per dipendente per genere e per categoria di dipendente	Paragrafo Diversità e pari opportunità pag. 21	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica ad eccezione dell'America Latina e Zambia.	Il Gruppo reputa il tema della formazione e sviluppo del personale fondamentale per il raggiungimento di continue innovazioni di prodotti e ricerca di qualità. In particolare l'indicatore viene rendicontato complessivamente a livello di Gruppo in quanto le informazioni relative alla formazione media pro capite per genere e categoria di dipendenti non sono disponibili. Il Gruppo si impegna tuttavia a raccogliere le informazioni necessarie ai fini di una completa rendicontazione nelle prossime Dichiarazioni Non Finanziarie. La suddivisione per genere invece non è rendicontata a causa di limitazioni normative presenti in alcuni Paesi che non ne consentono la diffusione.
Rispetto dei diritti umani	Compliance e gestione dei rischi	GRI 102-15 2016	Impatti, rischi ed opportunità	Cap. I principali rischi di natura non-finanziaria pag. 11 Cap. Gestione del personale e diritti umani pag. 16	-	-
Rispetto dei diritti umani	Politiche	GRI 103: Management Approach 2016	103-1, 103-2 e 103-3 del Management Approach	Cap. Gestione del personale e diritti umani pag. 16 Cap. Coinvolgimento delle comunità locali pag. 41 Cap. Gestione della catena di fornitura pag. 44 Codice Etico	-	-

TEMA DEL D.LGS. 254/2016	TEMA MATERIALE	GRI-REFERENCED TOPIC-SPECIFIC STANDARD E DISCLOSURE		CAPITOLO /PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE	OMISSIONI
Rispetto dei diritti umani	Rispetto dei diritti umani	GRI 412: Valutazione dei diritti umani 2016	GRI 412-1 2016 Aree di operatività soggette ad analisi sui diritti umani	Cap. Gestione del personale e diritti umani pag. 16	-	Nonostante il Gruppo non rendiconti indicatori specifici ad eccezione dei casi di discriminazione e i casi di violazione dei diritti umani, tale tematica è considerata materiale e ogni Paese assicura la corretta applicazione del Codice Etico, delle prassi operative e il rispetto delle normative. Il Gruppo si impegna tuttavia ad affinare il processo di monitoraggio relativo agli impatti sui diritti umani nelle prossime Dichiarazioni Non Finanziarie.
Lotta alla corruzione	<i>Compliance</i> e gestione dei rischi	GRI 102-15 2016	Impatti, rischi ed opportunità	Cap. I principali rischi di natura non finanziaria pag. 11 Cap. Lotta alla corruzione attiva e passiva pag. 46	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Lotta alla corruzione	Politiche	GRI 103: Management Approach 2016	103-1, 103-2 e 103-3 del Management Approach	Cap. Politiche adottate in ambito socio-ambientale pag. 13 Cap. lotta alla corruzione attive e passiva pag. 46		-
Lotta alla corruzione	<i>Compliance</i> e gestione dei rischi	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-17 2016 Meccanismi per segnalazioni di carattere etico	Cap. Lotta alla corruzione attiva e passiva pag. 46	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Lotta alla corruzione	Lotta alla corruzione	GRI 205: Corruzione 2016	GRI 205-3 2016 Incidenti di corruzione ed azioni intraprese	Cap. Lotta alla corruzione attiva e passiva pag. 46	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Trasversale	Gestione sostenibile della <i>Supply chain</i>	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-9 2016 <i>Supply chain</i>	Cap. La gestione della catena di fornitura pag. 44	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Trasversale	<i>Governance</i> sostenibile	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-18 2016 Struttura di <i>governance</i>	Cap. Sostenibilità in Parmalat pag. 8	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Trasversale	Trasversale	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-2 2016 Attività, brand, prodotti e servizi	Cap. L'identità aziendale pag. 6	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-

TEMA DEL D.LGS. 254/2016	TEMA MATERIALE	GRI-REFERENCED TOPIC-SPECIFIC STANDARD E DISCLOSURE		CAPITOLO /PARAGRAFO DI RIFERIMENTO	PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE	OMISSIONI
Trasversale	Trasversale	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-4 2016 Sedi in cui il gruppo opera	Cap. L'identità aziendale pag. 6	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Trasversale	Trasversale	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-5 2016 Proprietà e forma giuridica	Cap. L'identità aziendale pag. 6	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Trasversale	Trasversale	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-6 2016 Mercati serviti ¹	Cap. L'identità aziendale pag. 6	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Trasversale	Trasversale	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-7 2016 Dimensioni del Gruppo ²	Cap. L'identità aziendale pag. 6	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Trasversale	Trasversale	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-40 2016 Elenco Stakeholder	Cap. Sostenibilità in Parmalat pag. 8	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Trasversale	Trasversale	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-46 2016 Contenuti report e perimetro	Cap. Nota Metodologica pag. 5	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Trasversale	Trasversale	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-47 2016 Elenco temi materiali	Cap. Sostenibilità in Parmalat pag. 8	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-
Trasversale	Trasversale	GRI 102 General Disclosure 2016	GRI 102-56 2016 Assurance esterna	Cap. Nota Metodologica pag. 5	Il Gruppo Parmalat, tutte le società consolidate come definito in Nota Metodologica	-

¹ Per maggiori informazioni in merito a "Mercati serviti" si faccia riferimento al documento "Relazioni e Bilanci 2017", sezione Relazione sulla gestione.

² Per maggiori informazioni in merito a "Dimensioni del Gruppo" si faccia riferimento al documento "Relazioni e Bilanci 2017", sezione Relazione sulla gestione.

Relazione della Società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, c. 10, D.lgs. 254/2016 e dell'art. 5 Regolamento Consob n. 20267



KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Via Vittor Pisani, 25
20124 MILANO MI
Telefono +39 02 6763.1
Email it-fmauditaly@kpmg.it
PEC kpmgspa@pec.kpmg.it

Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, comma 10, del D.Lgs. 30 dicembre 2016 n. 254 e dell'art. 5 del Regolamento Consob n. 20267

*Al Consiglio di Amministrazione di
Parmalat S.p.A.*

Ai sensi dell'art. 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito anche il "Decreto") e dell'art. 5 del Regolamento Consob n. 20267, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Parmalat (di seguito anche il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017 predisposta ai sensi dell'art. 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 15 marzo 2018 (di seguito anche la "DNF").

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale di Parmalat S.p.A. per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli artt. 3 e 4 del Decreto e ai "*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*" definiti nel 2016 dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards"), selezionati come specificato nella "Nota metodologica" ("GRI – Referenced").

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'art. 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

KPMG S.p.A. è una società per azioni di diritto italiano e fa parte del network KPMG di entità indipendenti affiliate a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), entità di diritto svizzero.

Società per azioni
Capitale sociale
Euro 10.150.950,00 i.v.
Registro Imprese Milano e
Codice Fiscale N. 00739600159
R.E.A. Milano N. 512867
Partita IVA 00798600159
VAT number IT007098600159
Sede legale: Via Vittor Pisani, 25
20124 Milano MI ITALIA



Parmalat S.p.A.
Relazione della società di revisione
31 dicembre 2017

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

E' nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards"), selezionati come specificato nella Nota metodologica ("GRI – Referenced"). Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" (di seguito anche "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* per gli incarichi *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sulla DNF si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale di Parmalat S.p.A. responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli e altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1 Analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività e alle caratteristiche dell'impresa rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato.



- 2 Analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto.
- 3 Comprensione dei seguenti aspetti:
 - modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
 - politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
 - principali rischi, generati o subiti connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF ed effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 4, lettera a).

- 4 Comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Parmalat S.p.A. e con il personale di Lactalis American Group Inc., Parmalat Canada Inc., Lactalis Do Brasil Comercio Importacao e Exportacao de Laticinos Ltda., Parmalat South Africa Pty Ltd. e Parmalat Australia Ltd. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di capogruppo e società controllate:
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, alle politiche praticate e ai principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili,
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati;
- per le società Parmalat S.p.A., Lactalis American Group Inc., Parmalat Canada Inc., Lactalis Do Brasil Comercio Importacao e Exportacao de Laticinos Ltda., Parmalat South Africa Pty Ltd. e Parmalat Australia Ltd., che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.



Parmalat S.p.A.
Relazione della società di revisione
31 dicembre 2017

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Parmalat relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli artt. 3 e 4 del Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards"), selezionati come specificato nella Nota metodologica ("GRI – Referenced").

Altri aspetti

I dati comparativi presentati nella dichiarazione consolidata di carattere non finanziario in relazione all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 non sono stati sottoposti a verifica.

Milano, 20 marzo 2018

KPMG S.p.A.

Stefano Azzolari
Socio

Parmalat S.p.A.

Società soggetta a direzione e coordinamento di B.S.A. S.A.

Sede Legale: Via Guglielmo Silva, 9 20149 Milano

Sede Amministrativa: Via delle Nazioni Unite 4

43044 Collecchio (Parma) - Italia

Tel. +39.0521.808.1

www.parmalat.com

Cap. Soc.: 1.855.149.677 euro i.v.

R.E.A. Milano n. 1790186

Cod. Fisc. e P. IVA n. 04030970968

