

VERBALE DI ACCORDO

Addì, 16 aprile 2008 presso la sede dell'Unione Parmense degli Industriali

tra

- PARMALAT SPA
- CENTRALE DEL LATTE DI ROMA SPA
- LATTE SOLE SPA
- CARNINI SPA

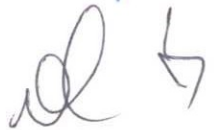
rappresentate da Leonardo Bonanomi, Domenico Massaro, Eleuterio Quagliarini, Alessandro Ielmini, Isabella Parenti, Dedaldo Pezzani, Vincenzo Pellizzeri, Donato Scimone, Massimo Spelta,

assistiti dall'Unione Parmense degli Industriali nella persona del dr. Claudio Robuschi

e

- Le RSU dei siti aziendali assistite dalle OO.SS. nazionali del settore alimentare FAI-CISL - FLAI-CGIL e UILA-UIL nelle persone dei signori: Augusto Cianfoni, Gianni Alviti, Stefania Crogi, Ettore Ronconi, Pasquale Papiccio, Giuseppe Sorino e Oreste Colonna, nonché dalle competenti OO.SS. territoriali

si è stipulato e convenuto quanto segue per il rinnovo del contratto integrativo aziendale.



PREMESSA

L'analisi dello scenario esterno di riferimento per Parmalat evidenzia sempre di più una discontinuità sia sul mercato in Italia, sia in ambito internazionale.

In particolare si osserva:

- l'accentuarsi di una contrazione dei consumi alimentari;
- lo spostamento dei consumi verso prodotti di nicchia a più alta innovazione, dettato dal cambiamento degli stili di vita e di consumo;
- una crescita delle private label, soprattutto nel latte fresco;
- una sempre maggior difficoltà nelle relazioni con il trade moderno a causa della loro richiesta di sconti incrementali ed un'accelerata diminuzione delle vendite del canale tradizionale conseguente alla chiusura di punti vendita, ed alla preferenza dei consumatori verso negozi di maggiori dimensioni;
- una minaccia di importazione di latte Uht dall'estero a prezzi competitivi;
- un forte aumento del prezzo del petrolio con conseguenti ricadute sui costi fra cui mangimi, materia prima, imballaggi, energia e trasporti ecc.
- una difficoltà crescente a trasferire gli aumenti dei costi sui prezzi dei prodotti.

In un contesto così difficile, Parmalat ha difeso le proprie quote di mercato dei prodotti tradizionali e dei marchi locali ed ha promosso l'introduzione sul mercato di prodotti innovativi sia nel latte e derivati che nelle bevande a base di frutta.

Adesso occorre aprire una nuova fase per consolidare il risanamento e puntare allo sviluppo del Gruppo. In primo luogo Parmalat sarà impegnata a mantenere e conquistare una posizione di leadership nei segmenti di mercato in cui opera, attraverso una strategia di sviluppo, nella piena consapevolezza della propria responsabilità sociale, in un'ottica di rispetto e interazione con le persone e con il contesto ambientale in cui è inserita.

Lo sviluppo futuro sarà orientato da una strategia di investimenti in ricerca, innovazione di prodotto e di processo, qualità, sicurezza delle persone e dei prodotti.

La strategia contempla altresì di valutare le possibili opportunità di crescita con l'obiettivo di aumentare i volumi nelle aree di business coerenti con la missione del

Gruppo. Gli obiettivi di crescita, opportunamente sostenuti dalle necessarie risorse, sono finalizzati a costruire un Gruppo agro – alimentare con dimensioni e posizionamento idonei per competere sia in Italia che in ambito internazionale. Tutto il processo di sviluppo e di crescita sarà facilitato e rafforzato da un modello di relazioni industriali di tipo partecipativo, improntato alla soluzione efficace di problemi, attraverso l'introduzione delle best practices e degli strumenti organizzativi idonei, nel reciproco rispetto di ruoli e responsabilità.

PIANO A MEDIO TERMINE

Obiettivo del piano è quello di puntare sulla crescita e sull'innovazione, anche attraverso l'aumento dei volumi sia in Italia che all'estero, per produzioni ad alto valore aggiunto e con possibilità di successo sul mercato.

Viene riconfermata la centralità di Parmalat Italia, quale sede del Gruppo e delle funzioni centrali, tra cui il sistema informatico, le attività di ricerca e sperimentazione.

L'innovazione sarà principalmente focalizzata su prodotti speciali e funzionali di latte, yogurt e succhi, nonché sul rilancio e la creazione di nuovi prodotti per bambini, mantenendo la salvaguardia dei prodotti tradizionali, delle loro quote di mercato, e la valorizzazione dei marchi locali.

Tale strategia persegue l'obiettivo, da una parte di aumentare i volumi, dall'altra di spostare l'equilibrio a favore dei prodotti innovativi per implementare i margini di redditività del Gruppo.

Per il buon esito del piano la risorsa umana rappresenta un fattore determinante di successo nel Gruppo, in termini di coinvolgimento e di motivazione e pertanto verrà posta particolare attenzione agli aspetti occupazionali ed alle eventuali problematiche ad essi connesse.

Il lavoro di squadra e l'orientamento ai risultati verrà stimolato anche attraverso il Premio per Risultati.

Inoltre saranno fondamentali la qualità delle relazioni, la formazione e la riqualificazione professionale, l'apporto e la crescita delle professionalità. Tutto ciò finalizzato alla costruzione di un linguaggio comune e di una cultura di Gruppo ai vari livelli, sia RSU che quadri aziendali.

Ricerca e Sviluppo

Sul versante della innovazione assumerà un ruolo sempre più centrale e strategico la Ricerca e Sviluppo che sarà impegnata in iniziative ed investimenti, sempre maggiori, sia con la struttura interna (centro di ricerca di Castellaro) sia attraverso collaborazioni con il mondo scientifico costituito da Università, istituzioni ospedaliere e centri di ricerca esterni.

I programmi di ricerca si arricchiscono anche di studi di base finalizzati nel medio periodo a innovazioni di prodotto altamente distintivo.

In tale quadro assume particolare importanza il progetto, già avviato, di "probiogenomica", finalizzato a realizzare prodotti ad alto contenuto salutistico e nutrizionale.

Area Commerciale

E' prevista la prosecuzione delle attività dell'ampliamento del mix del portafoglio prodotti con il progressivo ulteriore rafforzamento dei prodotti funzionali. Specificatamente è previsto l' allargamento dei prodotti funzionali allo yogurt e ai succhi e bevande a base di frutta nonché il rilancio dei dessert, il rilancio e la creazione di nuovi prodotti per bambini, lo studio di nuovi prodotti a base latte e frutta.

Lo sviluppo commerciale sarà supportato da investimenti in pubblicità, promo consumer e promozioni al trade, con lo spostamento di risorse dalla promozione a favore della pubblicità, con rilevante incremento rispetto al biennio precedente.

Vendite e distribuzione

Nell'area vendite e distribuzione si renderà necessario proseguire nelle attività già avviate di allineamento delle strutture e delle attività delle reti di vendita alle continue e mutate esigenze del trade, sempre più orientato al canale moderno .

In particolare è prevista l'implementazione di progetti prioritari fra cui politiche espositiva e di assortimento, teatralizzazione del punto vendita, category, trade marketing, partnership con i clienti.

Sul piano organizzativo occorrerà proseguire nelle azioni di adeguamento della struttura e del rafforzamento delle competenze professionali della rete di vendita. A tale scopo saranno attivati specifici incontri con l'apposito coordinamento.

Occorrerà inoltre proseguire nella razionalizzazione del network distributivo, anche attraverso l'ottimizzazione dei punti di stock

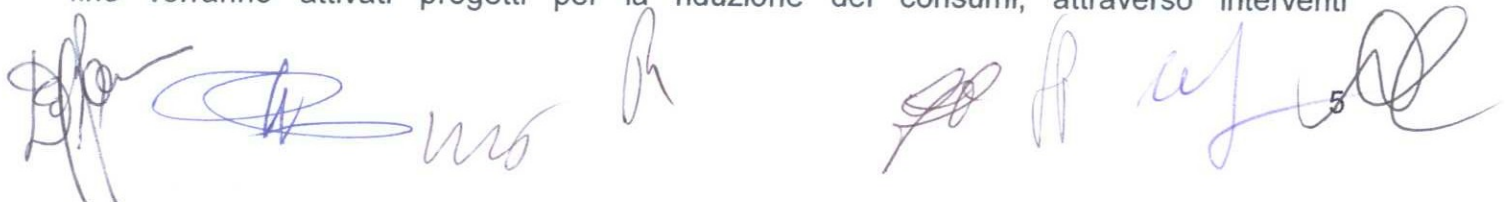
Materia prima

Il mercato della materia prima latte è tuttora interessato da avvenimenti che impattano notevolmente sul posizionamento e sui prezzi. Ciò a causa dei forti aumenti della domanda mondiale da parte di paesi emergenti e in particolare per quanto riguarda l'Italia, tale situazione è acuita a seguito dello sbilanciamento nel rapporto consumi/quote comunitarie.

In tale contesto l'azienda proseguirà nella strategia di ottimizzare gli acquisti, privilegiando quelli contrattualizzati con l'obiettivo di costruire una platea stabile di fornitori con cui sviluppare un sistema di collaborazione; a tal fine viene lanciato il progetto filiera, finalizzato ad incrementare la qualità, sin dalla produzione, della materia prima.

Energia

I continui aumenti del costo del petrolio hanno avuto un effetto devastante sul prezzo delle materie prime, degli imballaggi e dei costi di trasformazione. Lo scenario internazionale non prevede sostanziali miglioramenti e quindi il problema energetico va affrontato con il duplice obiettivo di migliorare l'impatto ambientale e ridurre i costi. A tal fine verranno attivati progetti per la riduzione dei consumi, attraverso interventi



Handwritten signatures and initials in blue ink at the bottom of the page, including a large stylized '6' on the left and a '5' on the right.

impiantistici, gestione degli utilizzi ed eliminazione degli sprechi, ed iniziative di auto-produzione combinata di energia termica ed elettrica a minore impatto ambientale nei singoli siti (cogenerazione).

Verrà effettuata in tutti gli stabilimenti la misurazione delle perdite di aria compressa nei circuiti di distribuzione, utilizzando ditte specializzate per ridurre gli impatti ambientali, con l'obiettivo di eliminare gli sprechi e quindi ridurre i consumi.

Analogamente per il consumo di acqua e per la gestione degli impianti di depurazione verranno effettuati studi per ridurre l'utilizzo e regolarizzare i carichi durante la settimana attraverso una maggiore continuità produttiva.

Sono in corso studi per individuare opportunità di cogenerazione di energia in tutti gli stabilimenti, complementari alla normale fornitura, utilizzando nuove tecnologie per rendere vantaggiosi anche impianti piccoli e discontinui e quindi installabili anche nei siti che lavorano su 1-2 turni/giorno.

In particolare su Collecchio è in fase avanzata lo studio di un impianto di cogenerazione ad alta efficienza che permette la produzione di tutta l'energia termica ed elettrica necessaria, con l'utilizzo regolare e continuativo delle linee.

L'esperienza di Collecchio sarà poi estesa allo stabilimento di Zevio.

Qualità

La qualità rappresenta per Parmalat il vero vantaggio competitivo e, pertanto, nel prossimo biennio occorrerà differenziarsi mettendo a punto procedure ed azioni a garanzia dell' idoneità delle materie prime e del packaging, della sicurezza alimentare dei prodotti e del mantenimento delle caratteristiche dei prodotti in fase di distribuzione e di vendita.

Nel presupposto che la qualità dovrà permeare tutti i processi aziendali dal ricevimento della materia prima sino al consumatore, sarà rafforzato il monitoraggio dei sistemi di trasporto e distribuzione (depositi).

Area industriale,

La complessità e la discontinuità evidenziata sul mercato in Italia richiede un forte orientamento delle attività industriali per cogliere le opportunità che si creano con questi

nuovi scenari. L'ingresso delle private label accentua la competizione sui costi ed accresce la necessità di un evidente vantaggio qualitativo per i prodotti di marca.

La strategia e gli obiettivi da conseguire nell'area industriale vengono riepilogati in:

- aumento della capacità di gestire i cambiamenti del mercato (nicchie, piccoli lotti, cambi frequenti...);
- reattività verso i programmi commerciali incentrati sulle campagne promozionali;
- essere leader di qualità e costo:

In coerenza con quanto sopra è prevista la ridefinizione delle missioni dei singoli siti con l'obiettivo di specializzare e razionalizzare la struttura produttiva. L'assetto impiantistico e l'organizzazione del lavoro dovranno evolversi in coerenza con la missione e gli obiettivi specifici dei vari stabilimenti. Il progetto prevede l'integrazione degli stabilimenti Carnini, Latte Sole e Panna Elena inseriti, a tutti gli effetti, nel network produttivo del Gruppo.

Vengono confermate le missioni dei siti così come indicate nell'accordo del 18 novembre 2005, con la precisazione che per quanto riguarda Carnini spa la mission assegnata è la seguente:

- stab. di Villaguardia: latte e panna pastorizzati, burro;
- stab. di Cilavegna: caseari

e in un'ottica di sviluppo viene oggi prevista la creazione di:

- un polo specializzato nei dessert a Savigliano (entro secondo semestre 2008).
- la concentrazione a Collecchio delle produzioni di latte in brik (entro il primo semestre 2009) e di yogurt (entro secondo semestre 2008).
- l'incremento delle capacità produttive in bottiglie per latte Uht a Zevio (entro il secondo semestre 2009).
- l'incremento a Collecchio della capacità produttiva in PET (entro il primo semestre 2009) e yogurt (entro il secondo semestre 2008).
- l'incremento della capacità produttiva in latte PET ad Albano S. Alessandro (entro il 2010) e Roma (entro il primo semestre 2009).

Di conseguenza saranno progressivamente spostate a Savigliano le produzioni di dessert oggi svolte a Collecchio, mentre a Collecchio saranno trasferite le produzioni di latte uht in brik di Zevio ed Albano S. Alessandro e le produzioni di yogurt di copacker esterni.

Gli interventi sulle strutture produttive di Collecchio saranno affiancati dall'ampliamento dei magazzini prodotti finiti e materiali di confezionamento e dal potenziamento del magazzino automatico. Per favorire la gestione dell'incremento dei flussi di prodotto in uscita sarà aumentato anche il numero delle bocche di carico. Tali interventi verranno realizzati prevedibilmente con gradualità a partire dalla fine del 2008 e per tutto il prossimo triennio.

Per la gestione degli eventuali problemi derivanti dalla specializzazione dei siti , con il conseguente spostamento di produzioni ed impianti , le Parti intendono confermare e praticare il sistema consolidato di relazioni alfine di favorire le soluzioni e la salvaguardia dell'occupazione.

Per queste ragioni le Parti attiveranno appositi incontri nelle aree e nei siti interessati con l'obiettivo di individuare soluzioni equilibrate e non traumatiche quali: ricorso al pensionamento, risoluzioni consensuali, percorsi di valorizzazione e/o riconversione professionale, utilizzando altresì ulteriori strumenti gestionali usualmente attivati nel Gruppo.

Per la gestione delle problematiche dell'unità produttiva di Lodi e per la cessione della società Newlat, viene confermata la ricerca di soluzioni seguendo modalità coerenti con i protocolli di relazioni industriali in essere.

Area Sistemi IT e Processi Amministrativi

Parmalat sarà impegnata a costruire nel prossimo biennio un Sistema IT adeguato alle esigenze del Gruppo ed in linea con le aziende best performer.

IN particolare sono previsti investimenti nell'area informatica e attività per il completamento dell'accentramento dei processi amministrativi con un conseguente sensibile innalzamento dei livelli di efficienza nelle aree centrali ed amministrative di sede.

L'accentramento dei processi amministrativi riguarderà inoltre Carnini e Latte Sole.

Per la gestione delle attività e dei processi, fermo restando quanto previsto al penultimo comma del precedente capitolo "Area Industriale", si procederà prioritariamente con azioni volte all'utilizzo e valorizzazione delle risorse umane interessate.

Investimenti

A sostegno del Piano a medio termine per la b.u. Italia di cui al presente accordo sono previsti investimenti complessivi promo pubblicitari per circa 240 mio/€ ed investimenti tecnici per circa € 60 mio/€ di cui circa 30 mio/€ per sviluppo strategico.

L'elenco e la tipologia degli investimenti più rilevanti, suddivisi per sito, viene consegnato in via strettamente riservata alle Segreterie Nazionali di FAI, FLAI e UILA..

Sistemi di verifica

L'assegnazione di una specifica missione e di ruolo strategico ai siti produttivi del Gruppo, unitamente ai percorsi di specializzazione di cui al presente accordo, costituiscono elementi chiave ed imprescindibili per rispondere adeguatamente alle esigenze di mercato, di prodotto e di servizio.

Ferma restando l'evoluzione del mercato, le Parti convengono sull'opportunità e sulla volontà di ricercare un equilibrio dei volumi complessivi.

A tal proposito si prevede di effettuare, con cadenza semestrale, verifiche appropriate, sia a livello nazionale che territoriale, sull'andamento del Piano e dei volumi, con la finalità di individuare le possibili soluzioni allorquando si dovessero riscontrare situazioni di difficoltà nei vari siti.

RELAZIONI INDUSTRIALI

Le Parti confermano il modello di relazioni in essere basato sul coinvolgimento partecipativo e ne convengono altresì l'estensione alle realtà che sono entrate a far parte del perimetro del Gruppo cui viene applicato il presente accordo.

Le Parti confermano quindi nel modello partecipativo lo strumento per migliorare ed ulteriormente sviluppare:

- a) un sistema di relazioni industriali fondato su trasparenza, credibilità e costruttività;
- b) un sistema di consultazione e confronto che concerne i temi di natura collettiva dei lavoratori.
- c) un sistema di sviluppo organizzativo fondato su coinvolgimento e partecipazione;
- d) un sistema di remunerazione che valorizzi il contributo della risorsa umana ai risultati dell'impresa.

Tale modello, che ha contribuito al risanamento ed al rafforzamento dell'azienda ha come principale obiettivo quello di contribuire in futuro ad affrontare le nuove sfide determinate dai profondi cambiamenti negli scenari competitivi e nelle strategie di business.

In tale quadro, ed in armonia con il sistema partecipativo, le Parti individuano nell'informazione tempestiva e preventiva e nel processo consultivo gli strumenti per favorire la convergenza sui temi di comune interesse, allo scopo di promuovere lo sviluppo come condizione indispensabile per assicurare la crescita aziendale ed il benessere di chi vi lavora. Inoltre individuano nel processo consultivo lo strumento per affrontare processi decisionali che abbiano ricadute sull'organizzazione del lavoro e sulla condizione dei lavoratori.

In tale ambito le Parti convengono di confermare i due livelli negoziali di confronto esistenti:

A) **il livello di Gruppo** come sede di valutazione dell'andamento dell'impresa e di analisi dei programmi predisposti dall'Azienda, affronterà le tematiche connesse alle linee di politica industriale e commerciale; investimenti particolarmente rilevanti, tematiche occupazionali, politiche sulla formazione, la professionalità e l'organizzazione del lavoro; definizione dei parametri generali da adottare per l'applicazione dei Premi di Risultato; analisi dei risultati delle sperimentazioni effettuate nell'ambito della attuazione del "sistema

partecipativo" e definizione degli eventuali adattamenti delle regole e delle procedure adottate.

A tale livello è demandata la competenza esclusiva a trattare materie con diretta valenza economica connesse ad istanze di Gruppo.

Per questo livello, di competenza delle Segreterie Nazionali FAI – FLAI - UILA si conviene di istituire un "**Coordinamento Nazionale delle RSU**" rappresentativo di tutte le realtà aziendali composto di numero di delegati che sarà stabilito in un apposito incontro. I delegati, identificati tra i componenti delle RSU indicati dalle Segreterie Nazionali Fai- Flai e Uila, che ne daranno congiuntamente comunicazione alla Direzione Aziendale entro 30 giorni dalla individuazione del numero di componenti il Coordinamento.

Il Coordinamento si riunisce due volte l'anno per l'informativa nazionale

Al coordinamento nazionale delle R.S.U. è demandato per le materie di sua competenza anche il ruolo di monitoraggio delle problematiche esistenti nelle diverse realtà.

Il Coordinamento Nazionale delle RSU potrà fruire del rimborso delle spese vive effettivamente sostenute, purchè nei limiti della normalità, opportunamente documentate e comunque secondo la procedura aziendale vigente, in occasione degli incontri condivisi con l'azienda.

Per tali occasioni i relativi permessi sindacali retribuiti non saranno computati a carico del monte ore previsti dal vigente CCNL.

Viene altresì costituito un **Comitato Consultivo** composto da tre componenti le Segreterie Nazionali delle Organizzazioni Sindacali di FAI-CISL, FLAI-CGIL e UILA-UIL e da tre. membri designati nell'ambito dei componenti del Coordinamento Nazionale delle R.S.U. che incontrerà, in specifiche sessioni riservate, i manager designati dall'azienda per approfondire assetti e strategie industriali del Gruppo (entità, localizzazione e finalità degli investimenti) con particolare riferimento agli aspetti ed alle ricadute occupazionali nonché politiche su salute e sicurezza.

Resta inteso che la partecipazione di Parte sindacale avrà caratteristiche di continuità ed i suoi rappresentanti saranno vincolati dall'obbligo di riservatezza per tutte le informazioni definite "riservate" dalla Direzione Aziendale e tutelate a norma di legge.

B) Il livello di **Stabilimento**, nell'ambito delle titolarità contrattuali proprie delle **Rappresentanze Sindacali Unitarie o al loro Comitato Esecutivo**, affronterà in via

esemplificativa le tematiche relative a: orari di lavoro e calendari annui, ambienti di lavoro, salute e sicurezza dei lavoratori, organizzazione del lavoro, flessibilità, inquadramento del personale; formazione professionale, contratti a tempo determinato, problematiche connesse al Premio di Risultato.

Nell'espletamento delle titolarità contrattuali di loro competenza, le R.S.U. potranno essere assistite dalle strutture territoriali di FAI, FLAI e UILA.

Le singole RSU per lo svolgimento delle loro attività, usufruiranno dei permessi sindacali retribuiti di cui ai monte ore previsti dal CCNL e comunque secondo le prassi in essere nei diversi siti. Resta inteso che a livello di sito potrà essere avviato uno specifico confronto per la regolamentazione della materia.

Attese le specificità delle problematiche connesse alla rete vendita, Le Parti convengono di istituire un apposito COORDINAMENTO DELLA RETE DI VENDITA composto di un numero di delegati che sarà stabilito in un apposito incontro. I delegati saranno identificati tra i componenti del personale di vendita in forza all'azienda.

Per la designazione dei componenti, agibilità sindacali e rimborsi spese si rimanda a quanto già stabilito a proposito del Coordinamento delle RSU.

I due livelli di confronto - così come sopra delineati - affronteranno materie e questioni tra loro distinte e non ripetitive

Le Parti nel confermare l'obiettivo del consolidamento e del miglioramento del confronto fra azienda ed RSU convengono sulla necessità di prevedere momenti mirati di formazione dei componenti delle RSU, che congiuntamente verranno individuati, nella logica di accrescere la conoscenza del funzionamento del sistema industriale e la consapevolezza delle sfide competitive e di mercato, e degli strumenti aziendali a disposizione per rispondervi

Commissioni Tecniche Paritetiche

Le Parti confermano altresì il ruolo delle Commissioni Tecniche Paritetiche che in quanto sede tecnica e non negoziale, mantengono il compito di approfondire la reciproca conoscenza degli argomenti sotto il profilo operativo anche al fine di fornire elementi conoscitivi e/o valutativi e/o propositivi.

Nell'espletamento delle loro attività, programmate di concerto con la Direzione Aziendale, i componenti fruiranno di permessi retribuiti che non saranno computati a carico dei monte ore previsti dal vigente CCNL.

Conseguentemente le Parti convengono che:

- A) **la Commissione Tecnica Paritetica di Gruppo** ha il compito di: analisi dell'andamento degli obiettivi generali, cui è correlata l'erogazione dei Premi di Risultato; verifica della congruità e della coerenza sistemica dei progetti relativi ai "percorsi formativi di crescita" di cui al capitolo "Sviluppo Organizzativo", approfondimento della materia delle pari opportunità ed eventuale predisposizione dei relativi progetti; evidenziazione dei fabbisogni formativi utili ad adeguare la professionalità delle risorse umane ai mutamenti organizzativi, sicurezza ed ambiente di lavoro.

Resta confermato che la Commissione Tecnica Paritetica di Gruppo sarà costituita da sei rappresentanti per parte.

- B) **Le Commissioni Tecniche Paritetiche di Stabilimento**, composte da un numero di rappresentanti da definirsi a livello di sito, avranno il compito di analizzare: l'andamento degli obiettivi generali di sito, l'avanzamento dei programmi di investimento; l'innovazione tecnico-organizzativa, per l'esame di eventuali ricadute in termini di organizzazione del lavoro e occupazione; ambiente e sicurezza; la verifica dell'efficacia dei programmi formativi; l'espletamento dei compiti ad essa espressamente demandati in ordine ai "percorsi formativi di crescita" di cui al capitolo "Sviluppo Organizzativo".

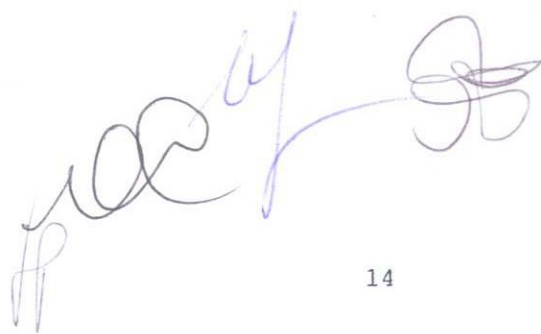
Gli Esperti che compongono le predette Commissioni – designati nell'ambito del personale dipendente la cui attività sarà vincolata all'obbligo di riservatezza ed al segreto d'ufficio, a norma di legge, fatta comunque salva la rimozione dall'incarico, potranno farsi affiancare, di volta in volta, in relazione alla complessità delle tematiche trattate, da due Specialisti, uno per parte, purchè dipendenti ed anch'essi sottoposti al vincolo della riservatezza e del segreto d'ufficio. Di ogni riunione della Commissione sarà dato resoconto attraverso la redazione di apposito verbale.

Le Parti assegnano alle relazioni industriali la necessaria centralità per affrontare i cambiamenti dettati dallo scenario competitivo, riconoscono reciprocamente il loro ruolo nella regolazione efficace dei fenomeni connessi al suddetto scenario ed in particolare concordano sull'esigenza di assicurare certezze ed esigibilità delle intese aziendali raggiunte.

Pertanto le Parti convengono che in caso di controversie che dovessero sorgere nell'interpretazione e nell'applicazione di accordi aziendali o di gruppo verrà attivato un confronto con le strutture sindacali competenti per livello.

Coordinamento Europeo

Le Parti si danno atto che la dimensione del Gruppo Parmalat implica programmi di sviluppo e strategie in un'ottica internazionale. Ritengono pertanto che, in riferimento alla specifica normativa comunitaria in materia, il livello di informazione e confronto sindacale adeguato sia l'organismo di coordinamento europeo all'uopo costituito. Resta inteso che la composizione di detto organismo sarà adeguata al nuovo perimetro del Gruppo.



SVILUPPO ORGANIZZATIVO

Le Parti confermano che il rafforzamento del sistema partecipativo ha determinato positive ricadute anche sul versante dello sviluppo organizzativo aziendale.

L'esperienza dimostra come la partecipazione associata a processi formativi ed allo sviluppo di polivalenza e multifunzionalità hanno determinato un aumento della competitività aziendale e della crescita professionale, in principal modo presso l'unità produttiva di Collecchio ove, da tempo ed in modo diffuso, sono stati adottati Processi Formativi di Crescita e dei Sentieri di Carriera.

Lo "Sviluppo Organizzativo" aziendale è dunque elemento fondamentale del modello partecipativo, basato sulla centralità' della risorsa umana e sulla sua costante crescita professionale.

Tale modello viene ritenuto strumento utile per favorire il raggiungimento degli obiettivi che derivano dalla specializzazione dei siti produttivi e dalle esigenze di recupero dei costi , di efficienza e miglioramento della qualità indicati dall'azienda in sede di presentazione del Piano Industriale a medio termine.

In tale ottica le Parti convengono di confermare la validità dei principi contenuti nel capitolo "Sviluppo Organizzativo" di cui al Ccal del 1999 e di favorirne l'implementazione in tutte realtà del gruppo, adattando alle diverse peculiarità organizzative e produttive dei siti le esperienze già sviluppate presso le unità di Collecchio (accordi 14/1/1997 e 8/2/2007, Zevio (accordi 31/1/1998, 18/1/2002 e 8/3/2002) e Centrale del Latte di Roma (accordo del 24/4/ 2007), nonché con l'accordo relativo alla rete vendita del 28 novembre 2003, che costituiscono parte integrante del presente accordo.

Ciò avverrà secondo quanto previsto nei paragrafi "Presupposti costitutivi" e "Principi e Regole per l'attuazione" indicati nell' allegato n.1) al Ccal del 1999, che viene qui integralmente richiamato, con la precisazione che a livello di sito saranno individuati, con le RSU, strumenti e modalità relativi a programmi formativi e modalità di valutazione delle professionalità acquisite e che nelle realtà con organico più ridotto dovrà essere privilegiata la semplificazione delle attività collegate allo sviluppo organizzativo.

Nelle realtà in cui sono già operativi accordi, l'esperienza andrà ulteriormente sviluppata ed implementata con particolare riferimento alle figure con professionalità polivalente.

Lo Sviluppo organizzativo ed il sistema formativo ad esso conseguente, funzionale come più sopra precisato al raggiungimento di importanti obiettivi di miglioramento richiede la diffusione di una cultura e di una conoscenza sempre maggiore sui contenuti e sulle metodologie del progetto. Conseguentemente risultano fondamentali l'apporto concreto da parte del management e l'impegno responsabile, fattivo e concludente di tutti i lavoratori interessati, nonché apporti aziendali sia in termini organizzativi che finanziari.

L'obiettivo aziendale di implementare progressivamente in tutti i siti produttivi, i processi formativi di crescita e dei sentieri di carriera, richiede prioritariamente di predisporre progetti di formazione finalizzati ad affermare e radicare lo sviluppo ed il miglioramento.

Le attività formative, allineate ed univoche nei contenuti, coinvolgeranno sia le Rsu che i Quadri aziendali, saranno effettuate prevedibilmente entro il primo semestre 2009 ed avranno ad oggetto finalità e contenuti dei progetti, modalità e strumenti ed esperienze, affinché l'attività risulti costantemente in sintonia con le regole ed i principi dichiarati nei dettati contrattuali. Entro i tempi di vigenza del Piano a medio termine, a conclusione dell'attività formativa, verrà dato corso ai percorsi di crescita professionale ed ai relativi sentieri di carriera nei siti in cui si saranno determinate le necessarie condizioni.

In relazione a ciò le Parti si ritengono reciprocamente impegnate ad attivarsi, tramite le loro strutture competenti, in tutte le sedi, nazionali e comunitarie, per l'ottenimento dei sostegni finanziari previsti dalle normative vigenti in tema di formazione professionale e di innovazione tecnologica e organizzativa, quali Fondimpresa.

Le Parti si danno atto che rimangono vigenti, ad ogni effetto contrattuale e di legge gli accordi oggi in essere nei diversi siti produttivi.

Resta altresì inteso che il sistema di sviluppo organizzativo dovrà coinvolgere anche il personale con contratto a termine "ricorrente" o di "lunga durata". Modalità e soggetti interessati saranno individuati a livello di sito.



RETE DI VENDITA

Anche in considerazione degli approfondimenti effettuati in sede di Commissione Tecnica Paritetica, viene riconosciuto come necessario e prioritario il proseguimento del progetto di integrazione delle reti vendite, in particolare l'allineamento organizzativo delle strutture di vendita presenti sul territorio, portando a compimento l'attività già iniziata con la costituzione di Parmalat spa nel 2005.

Il nuovo modello organizzativo verrà implementato anche alle società controllate.

La rete vendite si basa su una struttura in linea con le mutate e mutevoli esigenze del mercato, che prevede figure professionali univocamente riconosciute su tutto il territorio nazionale, superando le peculiarità locali, ed un differente presidio del territorio e dei punti vendita.

Le figure professionali, di seguito indicate da una sintetica job description, e che rispondono appieno alle nuove esigenze aziendali, sono le seguenti:

NATIONAL ACCOUNT MANAGER

Sviluppare rapporti commerciali con i clienti della GDO assegnati al fine di raggiungere gli obiettivi aziendali in termini di volumi, fatturato, distribuzione ponderata di tutto il portafoglio prodotti, nel rispetto dei budget assegnati, a titolo esemplificativo e non esaustivo si cita:

- Assicurare la stipula degli accordi commerciali nazionali e periferici per la centrale di acquisto assegnata
- Definizione e negoziazione dei piani promozionali
- Assistenza alla clientela e rapporto con RAM e Capi Area

CAPO AREA (AREA MANAGER)

Garantire, tramite l'indirizzo e il coordinamento della struttura sia interna che esterna, il raggiungimento degli obiettivi assegnati nel territorio di competenza. Assicurare un costante monitoraggio del mercato relativamente all'andamento della domanda e dell'offerta e dell'evoluzione della struttura distributiva.

Gestione dei budget assegnati, da negoziare con clienti e concessionari per il buon esito del risultato aziendale sia quantitativo che qualitativo (ponderata e numerica). In particolare a titolo esemplificativo e non esaustivo si cita:

- Definizione dei volumi di vendita e delle previsioni di sviluppo dell'area
- Coordinamento attività RAM e Territory
- Implementazione delle leve commerciali definendo i piani cliente, attività volantino, fuori banco e presidio cliente
- Assicurare la correttezza e la puntualità degli incassi e verifica insoluti, contenziosi, coordinamento azioni di recupero della forza vendita
- Garantire il necessario supporto ed affiancamento alla struttura vendita interna ed esterna (agenti), assumendo decisioni in merito di politica di vendita.

REGIONAL ACCOUNT MANAGER

Definisce e chiude le eventuali parti del contratto lasciate alla gestione periferica, garantisce il raggiungimento degli obiettivi di vendita e di qualità di servizio assegnati nel territorio di competenza, assicurando un costante monitoraggio del mercato relativamente all'andamento della domanda e dell'offerta e dell'evoluzione della struttura distributiva. Le attività del RAM prevedono un costante contatto con la clientela del Canale Moderno, pertanto deve essere dotato di ottime capacità relazionali, negoziali ed organizzative. In particolare a titolo esemplificativo e non esaustivo si cita:

- Collabora con il Capo Area nella definizione dei volumi di vendita per la propria area, assicurandone il raggiungimento mediante monitoraggio dell'andamento delle vendite a volume e a valore, controllo incidenza promozionale (ponderata e numerica), sviluppo strategie di vendita e monitoraggio competitors
- Realizzazione dei piani promozionali attraverso la pianificazione delle strategie promozionali con la distribuzione, il coordinamento di eventi, operazioni in-store, co-marketing e controllo dei risultati
- Inserimento (listing) di tutti i prodotti presso i PdV di competenza
- Assicurare la pianificazione delle attività della struttura dei Local

TERRITORY MANAGER

Responsabile di tutti i clienti Normal Trade ubicati nella propria area di competenza, garantisce, per l'area di competenza, la qualità del servizio della rete vendita ed il raggiungimento dei obiettivi quantitativi (resi, volumi, fatturato e numero clienti), nel rispetto del budget assegnato e delle politiche commerciali definite dal Capo Area.

Il Territory Manager gestisce la forza vendita esterna (agenti e concessionari) che insiste nella propria area di competenza (o distretto): gli agenti e concessionari, organizzati con il metodo della tentata vendita o prevendita, visitano i clienti e/o i punti vendita ubicati nella propria area. In particolare a titolo esemplificativo e non esaustivo si cita:

- Ricerca, formazione e affiancamento degli agenti per garantire un omogeneo ed efficiente livello di vendite nella zona di competenza nonché presidio della clientela
- Supervisione della distribuzione, ottimizzazione giri agenti, supporto al Depositario
- Gestione punti vendita sul territorio, verifica del livello di servizio degli agenti, gestione contrattuale, verifica dell'attività promozionale e presidio delle instore promotion

LOCAL ACCOUNT MANAGER

Il LAM ha come principale responsabilità il presidio dei punti vendita assegnati per l'area GDO di competenza, curando in particolar modo il rispetto degli assortimenti, implementazione attività promozionali all'interno del PdV (fuori banco, teatralizzazione, ...) e in generale della contrattualistica.

Collabora inoltre al raggiungimento degli obiettivi quantitativi e di qualità del servizio per l'area di competenza, attraverso il presidio delle attività in store e la gestione delle problematiche operative. in particolare a titolo esemplificativo e non esaustivo si cita:

- Collabora al rispetto degli accordi contrattuali, attraverso la verifica degli assortimenti presso i PdV assegnati, verifica rotture di stock, verifica referenze inserite e monitoraggio delle consegne
- Garantire la massima visibilità in termini di esposizione.
- Sviluppare le relazioni con i clienti, capo settore/reparto.

In relazione delle specificità del canale Ho.Re.Ca. l'organizzazione prevede una struttura con posizioni dedicate individuate nel National Account, Regional Account e Capo Area, di seguito indicate da una sintetica job description,

NATIONAL ACCOUNT MANAGER HO.RE.CA

Consorzi

Gestione dei consorzi horeca, 15 entità che raggruppano circa 800 associati a livello nazionale.

Per i consorzi, il NAM realizza i contratti annuali, pianifica gli investimenti di co marketing, le attività di canvass, le attività di PR, presenta i nuovi prodotti e le attività di marketing messe a punto dall'azienda..

Tiene monitorate le vendite mensilmente e attua durante l'anno attività necessarie per il miglioramento delle vendite, andando ad organizzare attività promozionali in collaborazione con la funzione Marketing.

Si preoccupa dell'acquisizione di nuova clientela fra gli associati ai consorzi che periodicamente riunisce in meeting plenari dove vengono presentate le peculiarità dell'offerta Parmalat nel canale horeca.

Grandi clienti

Gestisce in collaborazione con gli area manager e/o con gli agenti di vendita i grandi clienti associati ai consorzi, ai quali applica attività specifiche.

AREA MANAGER HO.RE.CA

Opera per il conseguimento degli obiettivi quantitativi e qualitativi inerenti il servizio al cliente per l'area di competenza, attraverso il presidio delle attività in store e la gestione delle problematiche emergenti, per assicurare all'azienda i migliori profitti possibili.

- Condivide con il Superiore la definizione dei volumi di vendita per l'area gestita, sulla base dei dati storici, delle previsioni di sviluppo e delle informazioni raccolte dai funzionari di vendita.
- Assicura il raggiungimento degli obiettivi di vendita e di servizio al cliente nell'area di competenza mediante l'indirizzo, il trasferimento linee guida ed il coordinamento delle attività degli Agenti, attivando, in caso di scostamento dagli obiettivi prefissati, i necessari interventi correttivi, nel rispetto degli obiettivi annuali e infrannuali assegnati dal Superiore.

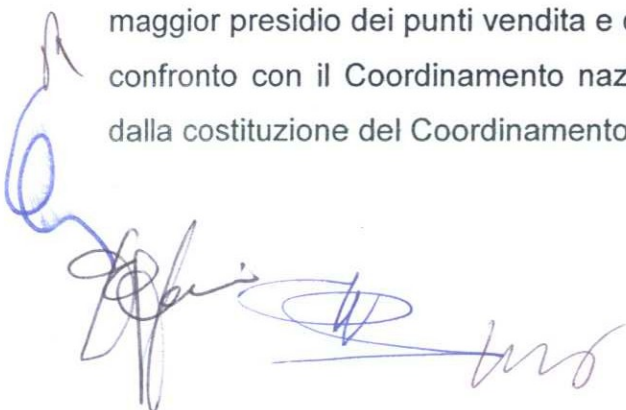
- Collabora alla corretta e tempestiva consegna dei prodotti ai clienti, attraverso l'invio d'ordine all'ufficio ordini centralizzato degli ordinativi, ed il controllo dell'avvenuta consegna.
- Assicura la correttezza e puntualità degli incassi nell'area assegnata, attraverso la verifica dei pagamenti insoluti e contenziosi clienti/concessionari, il coordinamento delle azioni di recupero da parte della forza vendita, sulla base degli input forniti dall'amministrazione ed in accordo con le politiche di credito aziendali.

Con la rete vendita collaborano attivamente figure di staff come gli addetti ai servizi commerciali, gestione ordini, gestione magazzini, gestione automezzi.

Per le figure sopra descritte, l'allineamento professionale alle esigenze organizzative aziendali, continuerà ad essere realizzato attraverso la dotazione di strumenti e mezzi di lavoro propri di ciascuna figura professionale, nonché attraverso percorsi di formazione e sviluppo che si attestano essere strumenti fondamentali per rafforzare le competenze professionali richieste dalla continua evoluzione del mercato e nel rispetto del vigente CCNL.

Per quanto sopra, specificatamente per i profili e le job descritte, sarà attivato con il costituendo Coordinamento della rete Vendita un incontro finalizzato a riscontare valenza ed applicazione pratica delle attività. In tale incontro, da tenersi entro 30 gg. dalla costituzione del Coordinamento, saranno affrontati anche i temi relativi a strumenti ed i mezzi di lavoro propri di ogni figura professionale nonché la problematica relativa al rischio patente e la titolarità dei ricorsi avverso provvedimenti sanzionatori,

Inoltre, attese le imprescindibili necessità di adeguare la struttura di vendita alle esigenze del mercato, occorrerà da un lato proseguire con le attività formative e dall'altro agire sull'organizzazione. Specificatamente al fine di raggiungere gli obiettivi commerciali si ritiene ormai ineludibile dotarsi di una diversa organizzazione del lavoro, attraverso un maggior presidio dei punti vendita e dei depositi. Quanto sopra sarà oggetto di specifico confronto con il Coordinamento nazionale della rete vendita, da attivarsi entro 30 giorni dalla costituzione del Coordinamento.



AMBIENTE, SALUTE E SICUREZZA

Nel corso degli ultimi tre anni (2005 – 2007) è stata effettuata, in sinergia con gli stabilimenti, una forte integrazione delle attività in merito ad Ambiente, Salute e Sicurezza nelle singole realtà produttive.

E' stata fatta la Valutazione dei Rischi e sono state svolte attività di formazione specifiche sui rischi presenti, mirate alla gestione della prevenzione incendi, evacuazione dei lavoratori e delle emergenze (pronto soccorso).

I Rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (Rls) sono stati costantemente consultati sia nell'ambito della riunione annuale che in altri momenti legati a specifiche situazioni. Il loro apporto è stato sempre importante e costruttivo e verrà ulteriormente sviluppato in futuro.

Anche la figura del Medico Competente è stata al centro dell'attività di sorveglianza sanitaria, del processo di valutazione del rischio e degli aspetti formativi e organizzativi nella gestione delle attività legate al pronto soccorso aziendale.

Particolare attenzione è stata data al processo di valutazione del rischio che ha coinvolto tutti gli ambiti produttivi, logistici e di servizio presenti negli stabilimenti, con la conseguente individuazione di specifici interventi di miglioramento.

La Funzione centrale di Ambiente, Salute e Sicurezza, in costante sinergia con gli RSPP (che sono stati recentemente al centro di una importante azione formativa) e i Responsabili di stabilimento, svolge un'attività di raccolta delle informazioni, di formazione e di gestione delle attività relative.

Regolarmente vengono monitorati il numero e la dinamica degli infortuni avvenuti, gli indici di andamento infortunistico, quantità di acqua utilizzata e valore del COD allo scarico, con la stesura di una relazione sintetica sia per l'ambito sicurezza che per quello ambientale.

Annualmente ogni RSPP in sinergia con il Responsabile di sito compila la relazione annuale. Questo documento raccoglie tutte le attività effettuate durante l'anno nelle tematiche di ambiente, salute e sicurezza. E' poi oggetto di analisi tra il Datore di Lavoro, il Responsabile di sito, l'RSPP e la Funzione centrale Ambiente, Salute e Sicurezza.

Vengono organizzati incontri periodici di informazione e formazione sulle nuove normative uscite a tutti i vari responsabili degli stabilimenti, uffici e depositi del Gruppo.

Particolare attenzione è stata posta nella fase di predisposizione e applicazione dei protocolli 231 che hanno interessato l'attività degli stabilimenti: gestione, raccolta e smaltimento dei rifiuti e la gestione delle visite ispettive.

In particolare per quanto riguarda la gestione dei rifiuti è stato realizzato un corso di formazione mirato ad una maggiore conoscenza della normativa e delle corrette prassi gestionali, rivolto a tutti i soggetti operativi coinvolti.

Si utilizzerà lo stesso metodo di lavoro anche in futuro in funzione degli sviluppi che l'organizzazione, la gestione ed il controllo richiederanno nel corso del tempo.

In attuazione alle modifiche apportate al D.Lgs. 231/2001 dalla L. 123/2007, nel gennaio scorso, è partito un progetto di estensione del modello di organizzazione, gestione e controllo anche al campo della salute e sicurezza sul lavoro.

E' stata ottenuta l'Autorizzazione Integrata Ambientale per i siti di Collecchio e Albano Sant'Alessandro, mentre è in fase conclusiva l'Autorizzazione per Roma, Piana di Monte Verna e Zevio.

Le azioni previste nei prossimi due anni sono riassunte nei seguenti punti:

- 1) attivazione del "Progetto infortuni zero", che contempla una serie di azioni finalizzate alla drastica riduzione del numero di infortuni ivi compresi quelli in itinere;
 - a) procedura rilevazione e gestione infortuni ed incidenti,

b) attivazione di un gruppo di lavoro per il "miglioramento delle procedure in materia di Ambiente, Salute, Sicurezza sul lavoro, sicurezza alimentare, attribuzione ed esercizio delle responsabilità" propedeutico alla definizione di un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro

c) piano di formazione sia per ogni singolo sito che generale;

d) sistema di audit e controlli;

e) attivare azioni mirate finalizzate ad un "cambio culturale" nell'approccio a queste tematiche da parte di tutti i lavoratori;

2) effettuazione del piano di controllo e monitoraggio di macchine e impianti rispetto alla verifica della conformità normativa (direttiva macchine e impianti a pressione);

3) azioni finalizzate ad una migliore ed uniforme gestione degli appalti, anche attraverso la selezione dei fornitori e la predisposizione del documento di valutazione del rischio interferenziale (DUVRI);

4) potenziamento degli uffici centrali della Funzione Ambiente, Salute e Sicurezza;

5) realizzazione del sistema di monitoraggio previsto dall'Autorizzazione Integrata Ambientale nei siti che rientrano nell'ambito di applicazione della normativa.

6) formazione e gestione dell'aggiornamento del Documento di Valutazione dei Rischi presenti in ciascun sito;

7) attivazione di un processo di audit interna, da svolgere con la collaborazione del RLS e del RSPP, in materia di ambiente, salute e sicurezza finalizzato alla verifica della conformità normativa e delle presenza delle prassi di buona tecnica.

8) In attuazione della Direttiva comunitaria 2003/18/CE recepita in Italia con il D.lgs. n. 257 del 25 luglio 2006 ed a completamento delle azioni già intraprese negli ultimi anni, saranno attuati interventi di rimozione nell'indirizzo di quanto indicato nell'articolo 3 comma 1 lettere c) e d) del D.lgs. 626/94 in merito di riduzione del rischio alla fonte.

Si ritiene che la sfida più complessa da affrontare sia legata alla necessità di continuare a lavorare affinché i concetti di "salute" e "sicurezza" diventino sempre di più un patrimonio formativo acquisito per ciascun lavoratore, in tutti i settori aziendali, in modo da creare una cultura della sicurezza che diventi un modo di vivere, di agire e pensare da parte di tutti.

Per cogliere questi obiettivi, unitamente ad un maggior presidio di tutti fattori di rischio presenti, si studierà la realizzazione di un sistema di gestione coerente con le linee guida UNI – INAIL oppure OHSAS 18001:2007.

Anche in questa direzione l'apporto sia del rappresentante dei lavoratori per la sicurezza che del medico competenti sono ritenuti fondamentali.

In particolare i rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza sono considerati dei protagonisti alla pari del datore di lavoro, del servizio di prevenzione e protezione ed al suo responsabile, del medico competente, dei dirigenti e dei preposti per costruire assieme una maggiore "cultura della sicurezza".

In questa direzione, in aggiunta a tutte le iniziative e attività normalmente effettuate si pensa di indire per ogni stabilimento, annualmente, la "settimana della sicurezza", che consiste nella creazione di più momenti da dedicare alla salute e sicurezza con la realizzazione di molteplici iniziative da inserire in questo programma, possibilmente comune per tutti gli stabilimenti.

Il programma di interventi, da progettare assieme ai rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza, sarà dedicato alla formazione, alle esercitazioni delle squadre di emergenza, alla riunione annuale di prevenzione e protezione dai rischi, ad una revisione comune del documento di valutazione dei rischi, ad attività mirate di informazione al personale sulle problematiche di sicurezza del sito, sulle misure di prevenzione e su ogni altro elemento ritenuto utile allo scopo.

In questa logica, ad integrazione delle iniziative sopra indicate, sarà istituita in ogni stabilimento una "bacheca della sicurezza" utilizzata dal servizio di prevenzione e protezione in accordo con il rappresentante dei lavoratori per la sicurezza ed il medico competente per:

- a) presentare messaggi chiave sulla sicurezza;
- b) informare su casi specifici accaduti nel sito oppure in altri stabilimenti;
- c) comunicare l'organizzare di momenti formativi;
- d) comunicare l'intervento della squadra di pronto soccorso o antincendio;
- e) informare su eventi significativi avvenuti anche fuori dal gruppo Parmalat al fine di attirare una forma di attenzione formativa;
- f) illustrare le caratteristiche e l'utilizzo dei dispositivi di protezione individuale

sarà importante lo sviluppo ulteriore della consapevolezza che la cultura della sicurezza si crea anche con il confronto con esperienze diverse.

In questa direzione si ritiene importante estendere buone prassi e una corretta informazione sugli infortuni avvenuti in un sito anche negli altri, come elemento qualificante e necessario del percorso di crescita comune, unitamente ad una approfondita ricostruzione della dinamica di infortunio che coinvolga tutti i soggetti interessati per evitare che si ripetano .

QUALITÀ

L'Azienda è fortemente impegnata nella tutela dell'elevato livello qualitativo dei propri prodotti.

Alla base di questa ricerca di eccellenza qualitativa si posiziona la garanzia assoluta della salute dei consumatori che ogni giorno rinnovano la loro preferenza ai Marchi Aziendali.

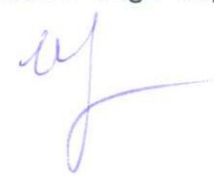
In questo contesto, Parmalat pone in atto una continua revisione delle procedure di autocontrollo, adeguandole alle novità normative, alle problematiche emergenti e implementando in misura adeguata i relativi piani di monitoraggio.

Un passaggio ulteriore sarà rappresentato dalla verifica da parte di enti certificatori esterni, accreditati a livello internazionale, del sistema di "sicurezza alimentare" dei prodotti, nell'ambito di un progetto di ampio respiro che coinvolgerà progressivamente tutta l'Azienda nel prossimo triennio.

Nella consapevolezza che sulla qualità del prodotto incide fortemente l'adeguatezza della materia prima, la Parmalat continua a percorrere la strada dei programmi di miglioramento, monitorandone gli effetti attraverso un sistema originale e sintetico di indici di prestazione, messo a punto internamente all'Azienda. La progettualità trova terreno fertile per la sua realizzazione grazie ad un sempre migliore rapporto di partnership con allevatori e fornitori, dall'approfondita conoscenza della filiera produttiva e delle problematiche ad essa connesse.

L'Azienda è impegnata in uno sforzo corale per conseguire un ulteriore miglioramento della qualità percepita. Tenendo conto dell'aumentata sensibilità dei consumatori, supportata da strumenti di monitoraggio e di aggregazione statistica dei dati sempre più puntuali e ricchi di informazioni, focalizza ulteriormente l'attenzione sugli aspetti gestionali, comportamentali e strutturali che hanno riflessi diretti sul livello di soddisfazione dei consumatori (progetto "difetti zero").

Seguendo questa impostazione, la Parmalat tiene sotto controllo ciò che avviene all'interno dei propri siti produttivi, comprese le attività date in appalto e assegna grande importanza alla catena distributiva. Per questo motivo verrà avviato un progetto di verifica sistematica in tale ambito, focalizzando in modo particolare l'attenzione sugli aspetti



igienico-sanitari e sul rispetto degli standard qualitativi dei depositi e dei punti di distribuzione.

Le parti convengono che il rispetto delle norme di legge e di contratto vigenti a tutela dei lavoratori coinvolti lungo tutta la filiera è di fondamentale importanza per l'attuazione di coerenti politiche di qualità e di sicurezza alimentare.

Parmalat è da tempo consapevole delle necessità di conseguire obiettivi di saving che possono trovare realizzazione anche attraverso interventi sul packaging.

Questi interventi, che richiedono sforzi progettuali e di ricerca, pur mantenendo un elevato livello di servizio e di protezione del prodotto, portano anche ad effetti positivi relativamente all'impatto ambientale.

Con queste premesse, sono in corso progetti specifici ed altri ne verranno messi in campo con le stesse finalità, che saranno oggetto di approfondimento e confronto in sede di Comitato Consultivo.



OCCUPAZIONE ED ORGANIZZAZIONE

Il mercato dei prodotti alimentari, ed in particolare il settore in cui opera il Gruppo, è oggi fortemente diversificato e concorrenziale, con una gamma di prodotti molto variegata, di cui alcuni di nicchia, e fortemente condizionato dalla stagionalità non solo della materia prima ma anche dei consumi. Le esigenze del consumatore – sempre più attento alla qualità e freschezza del prodotto - sono sempre più mutevoli e specifiche così come il rapporto con il trade diviene ogni giorno più complesso ed articolato.

Per fronteggiare le sfide competitive in atto sul mercato e per sostenere i percorsi di crescita interna, il Gruppo ha presentato un piano di importanti investimenti, così come indicato nel paragrafo "Investimenti" del capitolo "Piano a medio termine", finalizzati al miglioramento della qualità, allo sviluppo della propria capacità produttiva ed al rafforzamento della competitività la cui realizzazione necessita di una conseguente capacità di risposta dei modelli organizzativi e produttivi.

In tale ottica quindi le Parti concordano sulla necessità di individuare strumenti organizzativi idonei in grado di assicurare l'ottimale utilizzo degli impianti e azioni mirate al costante aumento dei livelli di produttività. Tale processo avverrà con particolare attenzione ai programmi ed ai carichi di lavoro che saranno oggetto di confronto con le RSU. Ciò potrà favorire, in presenza delle necessarie convenienze economiche e produttive, l'internalizzazione di produzioni oggi svolte presso copackers.

Dovranno quindi essere individuati modelli organizzativi che favoriscano nel contempo partecipazione e professionalità dei dipendenti nonché un'articolazione dei calendari che colgano appieno le richieste produttive nel rispetto delle esigenze e delle condizioni dei lavoratori. Tali modelli devono essere tradotti in una pianificazione per periodi temporali congrui in rapporto alle attività programmate, e capaci di rispondere tempestivamente alle variazioni di mercato, attraverso specifico accordo con le Rsu di sito.

La struttura organizzativa di base e la taratura degli organici, dovranno tener conto della discontinuità degli andamenti produttivi al fine di evitare uno sbilanciamento nell'utilizzo del lavoro e per favorire una maggior stabilizzazione dell' occupazione.

Per l'applicazione del normale turn over le Parti concordano di dare precedenza ai lavoratori occupati a tempo determinato, ferma restando la fungibilità professionale.

Più in generale si conviene di implementare iniziative e percorsi che, in equilibrio con le esigenze produttive, tendano a promuovere forme di stabilizzazione dei rapporti di lavoro, in particolare in quei siti ove sono presenti contratti a tempo determinato o somministrato ripetitivi e di durata ampia nell'arco dell'anno.

La distribuzione dei riposi nei calendari annui di lavoro avverrà in sintonia con i periodi di minor attività produttiva ed in base a concetti di programmazione flessibile che consentano gli opportuni adattamenti alle esigenze del mercato previo accordo con le Rsu.

In particolare le Parti confermano che alle esigenze stagionali e/o temporanee di un più esteso utilizzo degli impianti si farà fronte, preferibilmente e per quanto possibile senza prolungamenti dei tempi individuali complessivi di lavoro nell'arco settimanale, con il ricorso a contratti a tempo determinato e, solo in situazioni particolari, al lavoro somministrato, in conformità alle norme di legge, al CCNL ed agli accordi vigenti.

Le Parti individuano nel rapporto di lavoro a tempo parziale (part-time) un possibile strumento di flessibilità organizzativa in grado di coniugare giustificate esigenze individuali, anche di carattere temporaneo, con l'organizzazione del lavoro.

Pertanto l'azienda ribadiscono, fermi restando i limiti quantitativi previsti dal vigente CCNL e dai vigenti accordi aziendali, la disponibilità verso i rapporti di lavoro a tempo parziale compatibilmente con le esigenze tecniche, organizzative e produttive.

Conformemente alla necessità condivisa di privilegiare le fasce di lavoratori in difficoltà individuate dal CCNL, resta inteso che i contratti part time attualmente in essere con scadenza predefinita saranno prorogati, a richiesta dell'interessato/a, per un periodo pari alla durata dell'ultimo contratto stipulato e comunque non inferiore a sei mesi. Prima di tale scadenza sarà attivato un confronto a livello di sito per un esame complessivo della situazione, stabilendo sin d'ora che le eventuali domande di rinnovo saranno soggette ai criteri di precedenza previsti dal vigente CCNL.

PARI OPPORTUNITA'

Le Parti ribadiscono il comune impegno ad evitare discriminazioni di orientamento sessuale, razza, religione , orientamento politico in qualsiasi ambito e livello professionale in modo da offrire a tutti le stesse opportunità, anche in termini di percorsi formativi e conseguente accesso a percorsi di crescita professionale.

L'azienda nel rispetto della legge 125/91 e successive modifiche ed integrazioni, invierà alle RSU alle strutture territoriali e nazionali Fai, Flai e Uila copia del rapporto sulle Parti Opportunità che potrà divenire argomento di discussione, a livello di sito e nel corso del successivo incontro del Coordinamento nazionale, al fine di definire la situazione aziendale ed il superamento di eventuali criticità riscontrate.

Per favorire la concreta attuazione di quanto definito durante tali incontri, l'azienda individua il Responsabile Sviluppo Risorse Umane quale Responsabile della Conciliazione, interlocutore delle Rsu per tutte le problematiche e le iniziative aziendali inerenti le Pari Opportunità offerte ai lavoratori.



RESPONSABILITÀ SOCIALE DI IMPRESA

Con due delibere del Consiglio di Amministrazione del settembre e novembre 2006, Parmalat ha adottato il proprio Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (il Modello) e il Codice di Condotta (il Codice), che formano l'insieme delle norme interne e dei principi diretti alla diffusione di una cultura dell'etica, della correttezza e della legalità.

In particolare mentre il Modello, rispondendo al D.lgs 231/01, detta specifiche prescrizioni finalizzate a prevenire particolari tipologie di reati, il Codice costituisce la carta dei valori e dei principi, che deve ispirare la condotta della Società nel perseguimento di obiettivi sociali; tale Codice è applicato a tutte le società del Gruppo, in Italia e all'estero, con riguardo alle diverse realtà culturali, politiche e sociali.

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

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

Le norme del Codice, infatti, si configurano come strumento posto a tutela dell'affidabilità, del patrimonio e della reputazione aziendale, nel rispetto di tutti gli interlocutori di riferimento.

In nessun modo il perseguimento dell'interesse del Gruppo può prescindere il rispetto dei Valori e dei principi definiti nel Codice.

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

Il Codice, in conformità ai Valori ed alla Missione cui si ispira, indica i comportamenti da osservare nello svolgimento delle varie attività aziendali per tutti i

soggetti con i quali il Gruppo Parmalat si relaziona, siano essi collaboratori, soci e azionisti, consumatori, fornitori, partner, istituti finanziari, concorrenti, pubblica amministrazione, etc.

In particolare il Gruppo Parmalat riconosce la centralità delle risorse umane, nella convinzione che il principale fattore di successo di ogni impresa sia costituito dal contributo professionale delle persone che vi operano, in un quadro di lealtà fiducia reciproca e nella garanzia delle pari opportunità.

Tutti i collaboratori sono chiamati ad osservare una condotta corretta e trasparente nello svolgimento della propria funzione, garantendo in tal modo la tutela dei Valori e della Missione del Gruppo.

Prendere decisioni nell'interesse del Gruppo, comunicando gli eventuali conflitti di interesse, avere un etico comportamento nei confronti di regalie e benefici, gestire con trasparenza ogni operazione ed attività garantendo il corretto trattamento delle informazioni, sono la base delle regole di condotta richieste a tutti coloro che collaborano con il Gruppo.

Parmalat presta la massima attenzione alla qualità, alla sicurezza ed all'igiene dei propri processi produttivi e dei propri alimenti, perseguendo la strada di una continua innovazione, attraverso significativi e costanti investimenti nella ricerca e sviluppo, al fine di migliorare costantemente la qualità e la competitività dei prodotti offerti ai consumatori, tanto a livello nutrizionale quanto nel gusto.

In tal senso Parmalat, conscia dell'importanza di un corretto uso dei mezzi pubblicitari, fornisce informazioni accurate, complete e veritiere ai consumatori, incoraggiando l'adozione di standard di elevata responsabilità, improntando le proprie campagne alla trasparenza, al rispetto della dignità delle persone ed alla tutela dell'infanzia.

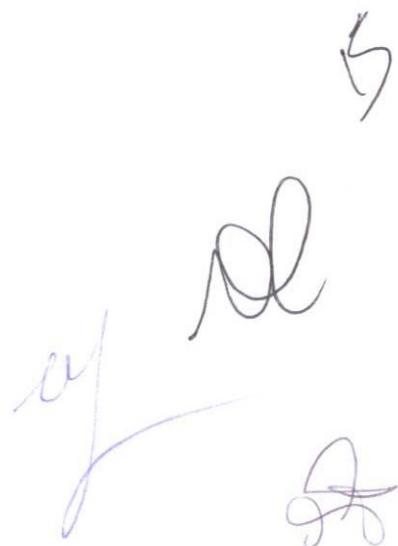
Parmalat inoltre definisce con i propri fornitori rapporti di collaborazione, nel rispetto delle normative vigenti e dei principi contenuti nel Codice, avendo sempre attenzione al miglioramento degli standard professionali ed alle migliori pratiche in materia di etica, tutela della salute e della sicurezza e del rispetto dell'ambiente, delle norme contrattuali e di legge di riferimento.

La scelta dei partner viene effettuata sulla base di criteri dichiarati, trasparenti e verificabili, definendo contratti nel rispetto della correttezza e della buona fede,

richiedendo, nei principali contratti, l'impegno dei fornitori al rispetto dei principi della Dichiarazione dei Diritti dell'Uomo e dei Valori espressi nel Codice aziendale.

Nel rapporto con la Pubblica Amministrazione, il Gruppo Parmalat ispira ed adegua la propria condotta ai principi di correttezza ed onestà, dichiarando in modo forte ed incontrovertibile il divieto, da parte dei propri funzionari incaricati di avere rapporti con la P.A., di tenere comportamenti illeciti (offerte di denaro o altre utilità) che possano alterare l'imparzialità di giudizio del rappresentante della P.A..

Il Gruppo Parmalat rispetta l'ambiente come risorsa da tutelare, a beneficio della collettività e delle generazioni future, adottando le misure più idonee per la sua preservazione, promuovendo e programmando lo sviluppo delle attività in coerenza con tale obiettivo e promuovendo iniziative di sensibilizzazione.



PREMIO VARIABILE DI RISULTATO

Le Parti intendono proseguire nella positiva esperienza di un sistema premiante basato sulla logica della gestione per obiettivi, introdotta a livello aziendale dal 1989 e quindi sviluppata con i successivi accordi di gruppo nonché con ulteriori specifici accordi di sito.

Ritengono infatti tale sistema idoneo a cogliere nel modo migliore ed a remunerare nel modo più appropriato, il contributo partecipativo dei dipendenti al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

In tale ottica hanno inteso adottare un nuovo Premio Variabile per Obiettivi che si sviluppa comunque nell'ambito dei concetti e delle regole fondanti del Protocollo 23 luglio 1993 e del relativo Accordo di Settore 13 gennaio 1994. Si correla inoltre direttamente ed espressamente alle premesse ispiratrici del punto 4) del sopracitato Accordo di Settore e più specificamente si riconosce nelle caratteristiche che definiscono le remunerazioni riconducibili alla contrattazione aziendale stabilite alle lettere a), b) e c) del richiamato punto 4).

Più specificamente le Parti si danno reciprocamente atto che il Premio Variabile per Obiettivi introdotto con il presente accordo:

- trae le mosse dal presupposto conoscitivo di cui al punto 5 del succitato Accordo di Settore 13 gennaio 1994;
- correla direttamente e sistematicamente le relative erogazioni ai risultati conseguiti;
- soddisfa appieno, riconnettendosi geneticamente alla redditività aziendale, ai requisiti previsti per il riconoscimento del particolare trattamento contributivo stabilito dal Protocollo 23 luglio 1993;
- prevede erogazioni di carattere totalmente variabile e non aprioristicamente determinabili.

Il Premio Variabile per Obiettivi, introdotto con il presente accordo si sviluppa e si struttura su requisiti di chiarezza, misurabilità e ragionevole raggiungibilità e quindi di sostanziale condivisibilità e gli Obiettivi vengono assegnati anno per anno dalla Direzione Aziendale sui parametri di seguito indicati:



A) **PARAMETRO "REDDITIVITA"**: da valere per la generalità dei dipendenti della BU Italia ed è legato all' EBITDA della BU Italia, con incidenza corrispondente al 20% del valore nominale.

B) **PARAMETRO "GESTIONALE"**: la parte restante del Premio, corrispondente al 80% del valore nominale, viene collocata su obiettivi di qualità ed efficienza i cui parametri vengono già definiti con il presente accordo, mentre gli obiettivi saranno individuati anno per anno dalla Direzione Aziendale e saranno oggetto di confronto con le RSU seguendo le modalità indicate nel Protocollo del 03 febbraio 1999.

Sono previsti obiettivi gestionali differenziati per:

b1 – personale dei singoli siti produttivi, sulla base di parametri specifici dell'area produttiva;

b2 – personale di vendita sulla base di parametri specifici dell'area vendite;

b3 – personale delle aree centrali ed amministrative. Per il solo 2008, in attesa di poter definire parametri specifici, il risultato di questa quota del Premio sarà dato dalla media degli indici sub. b1) e b2).

Più in particolare i parametri di riferimento saranno i seguenti:

A) PARAMETRO "REDDITIVITA" (incidenza 20%)

Viene calcolato prendendo a riferimento il valore dell' EBITDA della BU Italia, risultante dal bilancio aziendale approvato dal Consiglio di Amministrazione.

B) PARAMETRO "GESTIONALE" (incidenza 80%)

B1) I parametri di riferimento per le **aree produttive** sono i seguenti:

- **Qualità**, come applicazione nel ciclo produttivo delle regole tecnologiche, igienico sanitarie, antinfortunistiche e della certificazione in uso nella prassi aziendale attraverso sistemi di "co-audit" già oggi attuati in alcune realtà del Gruppo; (incidenza 20%)

- **Qualità**, individuata e misurata in base alle lamentele provenienti dal consumatore e/o dalla rete distributiva. Il riferimento si basa sulle segnalazioni di non soddisfazione del "cliente" intermedio o finale in coerenza con la procedura reclami; (incidenza 20%)
- **Efficienza**, come ottimale risultato delle prestazioni lavorative, che viene individuata e misurata sulla base del rapporto tra la quantità di prestazione lavorativa diretta impiegata e la corrispondente quantità di produzione "buona" effettuata; (incidenza 13,33%)
- **Efficienza**, come ottimale risultato delle prestazioni lavorative, che viene individuata e misurata sulla base del rapporto tra la quantità di prestazione lavorativa indiretta impiegata e la corrispondente quantità di produzione "buona" effettuata; (incidenza 13,33%)
- **Efficienza**, come ottimale impiego dei materiali di consumo e/o delle materie prime e/o imballi, che viene individuata e misurata sulla base del rapporto tra gli utilizzi e la quantità complessiva di prodotto "buono" versata a magazzino. (incidenza 13,33%)

Il risultato del "Parametro Gestionale" Aree Produttive sarà determinato dalla media ponderale dei parametri di riferimento sopradescritti.

B2) I parametri di riferimento per le **Vendite** sono :

- Fatturato netto contabile complessivo derivante dalla sommatoria di fatturati netti contabili di Retail+Catering+Horeca+C.L.Roma. (Incidenza 30%)
- Volumi di vendita di tutta la famiglia del latte fresco al netto dei resi, che comprendono sia il latte fresco tradizionale che il latte fresco nelle tipologie di microfiltrato ed Alta Pastorizzazione. (incidenza 25%)
- Volumi complessivi dei prodotti speciali e di quelli caratterizzati da elevato valore aggiunto (latte speciali uht, panna uht Chef, besciamella Chef, yogurt funzionali e totale Santal) al netto del latte fresco di cui al punto precedente. (incidenza 25%).

Il risultato del "Parametro Gestionale" Aree Vendite sarà determinato dalla media ponderale dei parametri di riferimento sopradescritti.

Limitatamente a Latte Sole spa e Carnini spa si conviene che i parametri di riferimento per il parametro "Gestionale" – Area Vendite, saranno individuati con successivo e specifico accordo.

Resta inteso che i Parametri sopraindicati vengono adottati a titolo sperimentale e potranno essere variati, nel corso del quadriennio, previo accordo nelle sedi competenti previste dal presente accordo, sia per quanto attiene l'incidenza sia per quanto attiene i contenuti.

Resta altresì inteso che a livello di sito le Parti potranno destinare una percentuale non superiore al 15% del parametro Gestionale su obiettivi di sicurezza, che saranno individuati con le RSU di sito.

Gli indici di riferimento, agli effetti del calcolo dei valori del premio, sono quelli risultanti dalla tabella di seguito indicata:

Tabella Indici / Valori

>102.00	130%
100.00 / 101.99	100%
99.00 / 99.99	90%
98.00 / 98.99	80%
96.00 / 97.99	70%
95,00 / 95,99	40%
< 95	0

Al verificarsi delle diverse correlazioni degli indici, fatto 100 quello dell'obiettivo, verranno corrisposti importi superiori od inferiori (compreso l'eventuale azzeramento) rispetto a quelli definiti nominali, sulla base delle percentuali risultanti dalla tabella di cui sopra.

Il Premio Variabile per Obiettivi avrà come periodo di riferimento l'anno solare.

Il Parametro indicato al punto A) avrà valore per tutto il personale dipendente, in forza alle società, (Parmalat SpA – C.L.R. Spa – Latte Sole SpA – Carnini SpA) firmatarie del presente Accordo.

I parametri indicati al punto B) avranno valore per il personale appartenente alle Aree Produttive, alle Aree di Vendita ed alle aree Centrali ed Amministrative secondo la suddivisione che verrà definita in un apposito incontro e riportata in allegato, che farà parte integrante del presente accordo.

Il risultato del premio sarà composto nel modo seguente:

- I. per il personale delle Aree Produttive dalla somma degli indici a) + b1) (inteso come media ponderale dei sottopunti);
- II. per il personale delle Rete Vendita dalla somma degli indici a) + b2) (inteso come media ponderale dei sottopunti);
- III. per il personale delle funzioni Centrali ed Amministrative e comunque non appartenente ai gruppi di cui ai precedenti punti, dalla somma dell'indice a) + il risultato di (indice b1 + indice b2)/2;

Valori Nominali del Premio di Risultato

Il valore nominale dei premi, corrispondente alla quota 100% della "Tabella Valori" viene stabilito come segue per ciascuno degli anni di riferimento sottoindicati:

PARMALAT S.P.A.

Siti Collecchio e Zevio

LIVELLI	2008	2009	2010	2011
1°S-1°-2°	2.421,10	2.421,10	2.421,10	2.421,10
3°-3°A	2.118,05	2.118,05	2.118,05	2.118,05
4°-5°-6°	1.812,39	1.812,39	1.812,39	1.812,39

Sito Genova

LIVELLI	2008	2009	2010	2011
1°S-1°-2°	2.232,60	2.232,60	2.232,60	2.232,60
3°-3°A	1.924,37	1.924,37	1.924,37	1.924,37
4°-5°-6°	1.616,14	1.616,14	1.616,14	1.616,14

Siti Roma Uffici, Piana di Monte Verna e Napoli Uffici

LIVELLI	2008	2009	2010	2011
Tutti	1.185,00	1.185,00	1.185,00	1.185,00

Sito Albano S. Alessandro

LIVELLI	2008	2009	2010	2011
Tutti	1.176,40	1.176,40	1.176,40	1.176,40

Sito Torviscosa

LIVELLI	2008	2009	2010	2011
Tutti	725,00	725,00	725,00	725,00

Sito Lodi

LIVELLI	2008	2009	2010	2011
Tutti	584,00	584,00	584,00	584,00

Sito Savigliano

LIVELLI	2008	2009	2010	2011
Tutti	325,00	325,00	325,00	325,00

LATTE SOLE S.P.A.

LIVELLI	2008	2009	2010	2011
Tutti	1.175,00	1.175,00	1.175,00	1.175,00

CENTRALE LATTE ROMA S.P.A.

LIVELLI	2008	2009	2010	2011
Tutti	1.185,00	1.185,00	1.185,00	1.185,00

Al personale di **Carnini spa** verrà erogato, complessivamente nel quadriennio un incremento di € 1.300,00 ripartito in parti uguali (€ 325,00 per anno).

Resta inteso che per i componenti della rete vendite, vengono confermati gli importi dei premi in vigore e percepiti nel 2007 da ogni singolo dipendente. Complessivamente nel quadriennio l'incremento sarà di € 1.300,00 lordi, ripartito in parti uguali (€ 325,00 per anno). Limitatamente al personale ex Parmalat (Collecchio e Genova) l'incremento complessivo nel quadriennio sarà di € 1.300,00 lordi per la fascia (liv. 4 - 5 - 6), 1.500,00 (liv. 3A - 3°) e 1.700,00 lordi (fascia 1S -1 - 2) con le stesse modalità di ripartizione di cui al punto precedente.

Le Parti convengono, al fine di uniformare ed armonizzare per tutto il personale della BU Italia la quota parte di Premio Variabile per Obiettivi riferita al "Parametro Redditività", assumendo, come riferimento il valore corrispondente alla fascia prevista per i livelli 4-5-6 di Collecchio (€ 1487,39 + 325= 1812,39), che al personale dei siti e delle società diversi da Parmalat Collecchio - Zevio e Genova, verrà riconosciuto un importo aggiuntivo pari a € 37,48 lordi annui da aggiungere all'incremento definito. Resta quindi inteso che i Premi già in vigore nei siti diversi da Collecchio, Zevio e Genova saranno indirizzati interamente sui parametri gestionali.

Conseguentemente in tali siti la suddivisione prevista alla Parte Generale (Parametro Redditività 20% - Parametro Gestionale 80%) viene modificata nel modo sopradescritto.

Inoltre per consentire al personale del sito di Savigliano un allineamento al Gruppo nella partecipazione al "Parametro Redditività" e di partecipare agli obiettivi fissati per il "Parametro Gestionale" si conviene di integrare di € 175,00 lordi annui (anziché € 37,48) il previsto importo di € 325,00 lordi annui portando il valore complessivo del Premio ad € 500,00 lordi annui.

Norme applicative di carattere generale

Per stabilire il rapporto tra gli obiettivi assegnati ed i risultati effettivi, i consuntivi - in sede di esame da parte delle Commissioni Tecniche Paritetiche interessate - saranno "depurati" degli effetti distorsivi imputabili a fatti di carattere esterno non ricompresi negli elementi assunti a riferimento per la definizione degli obiettivi.

In coerenza con lo spirito e la logica del sistema partecipativo, i lavoratori delle singole Unità Operative e le relative RSU, verranno adeguatamente informati, con cadenza almeno bimestrale, sull'andamento degli Indici Gestionali.

Procedure, metodi e formule per il calcolo degli Indici e dei Premi, nonché la scala parametrica "Indici /valori" relativa al "Parametro Redditività" saranno definiti in specifici incontri con le Segreterie Nazionali di Fai, Flai e Uila e verranno formalizzati in appositi Documenti i quali, pur facendo parte integrante del presente accordo, saranno destinati all'esclusiva circolazione interna.

Le regole e le procedure stabilite in detti Documenti, vengono assunte in fase sperimentale e sottoposte alla verifica prevista all'ultimo alinea delle tematiche di competenza del **Livello di Gruppo**, di cui al capitolo "Relazioni Industriali" del presente Accordo.

Il raggiungimento degli obiettivi, farà luogo alla corresponsione dei Premi secondo le gradualità e le quantità previste nella "Tabella Indici / Valori".

I relativi importi saranno erogati al personale con contratto a tempo indeterminato in forza al momento del pagamento, unitamente alle altre competenze retributive afferenti al mese di marzo dell'anno successivo a quello di riferimento.

Così come già previsto dall'Accordo 4 novembre 1989 (ed ivi denominato "Premio di Partecipazione"), il Premio sarà ad ogni effetto di competenza dell'anno di erogazione, in quanto il riferimento ai risultati conseguiti è assunto dalle Parti quale parametro di definizione per individuarne l'ammontare.

Inoltre, così come già previsto per il Premio istituito dall'Accordo 4 novembre 1989 (ed ivi denominato "Premio di Partecipazione"), il Premio non avrà incidenza su alcun istituto contrattuale e di legge, ivi compreso il T.F.R., in quanto per la loro natura di erogazioni totalmente variabili, sono da intendersi totalmente autonomi e comunque già comprensivi delle incidenze stesse.

Il Premio verrà calcolato proporzionalmente ai mesi interi di effettiva prestazione svolta nell'anno, computandosi, a tale effetto, anche i periodi di assenza dal lavoro per cause per le quali sia prevista la decorrenza della normale retribuzione. Resta fatto salvo il diritto dell'Azienda di recuperare le eventuali quote a carico degli Istituti Previdenziali ed Assicurativi.



Per i dipendenti con contratto a tempo parziale, il Premio verrà calcolato in proporzione all'entità della effettiva prestazione lavorativa nei periodi di riferimento.

Per il personale assunto con contratto a tempo indeterminato nel corso dei periodi di riferimento, che sia in forza al momento dell'erogazione e che abbia svolto in detti periodi almeno sei mesi di effettiva prestazione, il Premio, verrà calcolato proporzionalmente per ogni mese intero di effettiva prestazione nel periodo di riferimento.

Per il personale assunto con contratto a tempo indeterminato, che abbia risolto per pensionamento il rapporto di lavoro nel corso dei periodi di riferimento, il Premio, verrà corrisposto proporzionalmente per ogni mese intero di effettiva prestazione nel periodo di riferimento.

Ai lavoratori assunti con contratto a tempo determinato, il Premio, verrà riconosciuto in relazione ai mesi interi di effettiva prestazione svolta nei periodi di riferimento, semprechè abbiano svolto la loro attività, nel corso di detti periodi, per un arco temporale complessivamente non inferiore a due mesi di effettiva prestazione.

Nel caso in cui il lavoratore presti la sua opera, in via definitiva o in via temporanea (per durata superiore a 3 mesi) in unità organizzative diverse da quella originaria, il Premio, verrà calcolato in maniera ponderata rispetto ai singoli periodi di competenza delle varie Unità Organizzative.

Nel caso in cui il lavoratore fruisca di trattamenti remunerativi complessivamente più favorevoli e presti la sua opera in regime di "distacco" presso Società diverse da quelle stipulanti il presente Accordo, i relativi periodi non saranno computati agli effetti del Premio Variabile per Obiettivi.

Le Parti si danno atto che mantengono piena validità gli accordi attualmente in essere a livello di sito, che definiscono l'erogazione del Premio.

Resta inteso che quanto definito al presente capitolo sostituisce integralmente quanto convenuto nella precedente contrattazione di secondo livello allo stesso titolo.

ASSENTEISMO

Il fenomeno dell'assenteismo sarà oggetto di esame e monitoraggio. Qualora, il relativo tasso, in talune realtà del Gruppo, dovesse far registrare andamenti anomali



rispetto alle medie di settore, questo sarà oggetto di confronto con le RSU al fine di individuare idonee soluzioni del problema.

SERVIZIO MENSA

Nell'ottica di un'armonizzazione degli istituti presenti nei siti, l'azienda si è detta disponibile a valutare l'istituzione di un servizio di mensa aziendale nei siti di Albano S. Alessandro e di Zevio, sostitutivi degli attuali trattamenti ed indennità oggi previsti allo stesso titolo, attivando a tale fine specifici confronti con le RSU.

Nella stessa direzione, verrà attivato un confronto presso il sito di Catania.

FONDO INTEGRATIVO SANITARIO

Le parti hanno convenuto sull'opportunità, a decorrere dal 2011, di costituire un Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa e/o strumento equivalente, destinata alla copertura ed integrazione delle spese sanitarie a beneficio del personale dipendente.

Entro tale data saranno attivati i necessari approfondimenti per definire forme di contribuzione paritetiche azienda/dipendente, modalità di funzionamento e cessazione del fondo di solidarietà dipendenti (cassa interna), presso il sito di Collecchio.

DECORRENZA E DURATA

Il presente accordo ha validità e durata dal 01/01/2008 al 31/12/2011

Letto confermato e sottoscritto

p. GRUPPO PARMALAT



p. UNIONE PARMENSE DEGLI INDUSTRIALI



RSU

FAI - CISL

FLAI - CGIL

UILA - UIL

