

Roma, 17 maggio 2011

Verbale di Accordo tra WIND Retail S.r.l. e le Organizzazioni Sindacali Nazionali SLC-CGIL, FISTEL-CISL e UILCOM-UIL.

In data odierna le parti si sono incontrate al fine di dare attuazione alle previsioni dell'Accordo del 17.3.2010 istitutivo del Premio di Risultato, relative alla definizione dei parametri, delle soglie di accesso e della corrispondenza tra percentuale di conseguimento del target e misura dell'erogazione.

L'accordo del 17.3.2010 prevede che il Premio di Risultato sia articolato in tre quote distinte:

- quota correlata all'indicatore di redditività del Gruppo Wind;
- quota correlata all'indicatore della performance aziendale di Wind Retail S.r.l.;
- quota correlata all'indicatore della Customer Satisfaction.

Ciò premesso, le Parti hanno concordato quanto segue.

Il parametro di misurazione della redditività del Gruppo Wind, assunto ai fini del calcolo del Premio di Risultato, è l'EBITDA di esercizio di WIND Telecomunicazioni (allegato 1), come definito nel Verbale di Accordo del 5.11.2008 sottoscritto da WIND Telecomunicazioni S.p.A. e le Segreterie nazionali di SLC-CGIL, FISTEL-CISL e UILCOM-UIL unitamente al Coordinamento nazionale RSU di WIND.

La performance aziendale di Wind Retail verrà valutata attraverso il valore annuo del seguente indicatore:

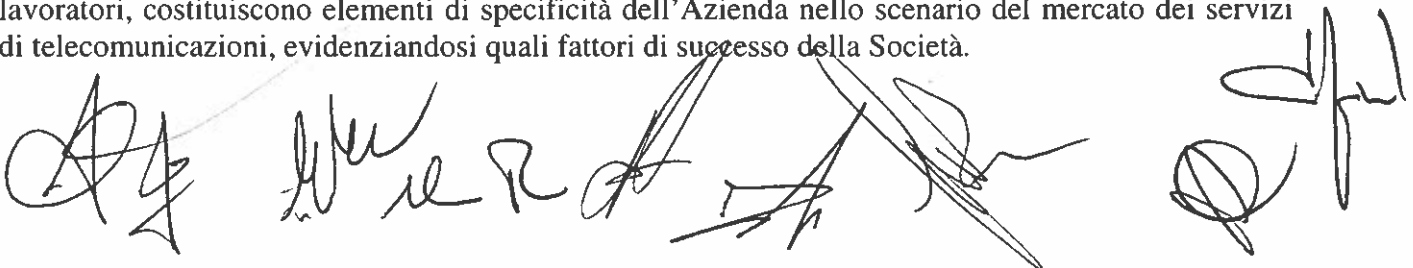
GROSS ADDS x BILL SIZE

laddove si intende per:

- GROSS ADDS: numero di SIM prepagate attivate in un mese solare;
- BILL SIZE: totale di spesa realmente sostenuta dalla SIM prepagata nel mese solare, successivo all'attivazione della scheda, e comprensivo del traffico pagante e delle opzioni attivate.

Il valore relativo all'anno, sulla cui base si procederà alla eventuale determinazione della quota di premio da corrispondere, rappresenterà la media dei valori mensili ottenuti in riferimento all'anno di competenza (il bill size delle SIM attivate a dicembre verrà rilevato nel corso del mese di gennaio dell'anno successivo e consuntivato nel mese di febbraio)

La Customer Satisfaction è uno degli obiettivi prioritari dell'Azienda; orientamento al cliente e qualità del servizio, che si basano significativamente sulla motivazione ed il coinvolgimento dei lavoratori, costituiscono elementi di specificità dell'Azienda nello scenario del mercato dei servizi di telecomunicazioni, evidenziandosi quali fattori di successo della Società.



In considerazione della fase di start-up dell'Azienda e della necessità che la Customer Satisfaction sia misurata e certificata da Società esterne specializzate, le parti convengono di utilizzare anche per WIND Retail il Customer Satisfaction Index relativo al segmento di mercato Wireless, previsto dal Verbale di Accordo del 5.11.2008 per il calcolo del Premio di Risultato di WIND Telecomunicazioni S.p.A., confermando le modalità di verifica in ordine al raggiungimento delle percentuali di target.

Ai fini dell'incidenza sul Premio di Risultato per i parametri sopra indicati verranno utilizzate le seguenti ponderazioni:

- parametro di redditività: 50%
- parametro di performance aziendale; 25%
- parametro di Customer Satisfaction. 25%

In considerazione della specificità del business aziendale e della fase di start-up dell'Azienda, gli indicatori come di seguito definiti, vengono individuati in via sperimentale dalle parti ai fini della determinazione del Premio di Risultato di competenza per il solo 2011, da corrispondere con le competenze del mese di maggio 2012.

Avuto riguardo delle caratteristiche del Premio di Risultato in relazione ad altri istituti retributivi aziendali, come definite dal Verbale di Accordo del 17.3.2010, l'Azienda comunicherà alle OO.SS. firmatarie del presente accordo, nel mese di settembre 2011, i dati medi relativi agli altri istituti ed iniziative di cui al citato accordo in relazione al primo semestre.

Viene altresì confermato quanto previsto dal Verbale di Accordo del 17.3.2010, per cui tale importo è comprensivo dell'incidenza sugli istituti di legge e di contratto a liquidazione indiretta ed è utile ai fini del computo del TFR.

Successivamente alla consuntivazione di tali importi, le Parti procederanno ad una verifica in ordine alla coerenza dei parametri utilizzati con le finalità del Premio di Risultato di Wind Retail.

In ordine alle soglie di accesso, l'Accordo istitutivo del PdR prevede che il raggiungimento della condizione di erogazione dell'indicatore reddituale costituirà anche la soglia di accesso per la quota di premio legata all'indicatore della performance aziendale di Wind Retail S.r.l. e per la quota di premio riferita all'indicatore di Customer Satisfaction.

Sulla base di quanto sopra, le Parti concordano che il valore soglia del parametro di redditività (EBITDA di esercizio di WIND Telecomunicazioni) sia pari al 95% del target definito per l'anno di competenza; sulla base di quanto previsto al punto precedente, in caso di consuntivazione di un valore inferiore a tale soglia non si darà luogo a nessuna erogazione.

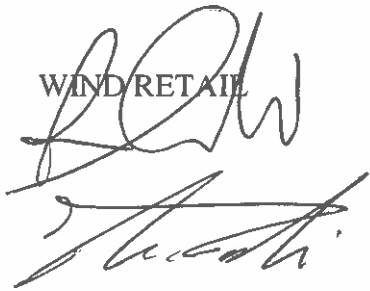
Per i valori intermedi fino all'occorrenza del 100% si adatterà il criterio di interpolazione lineare.



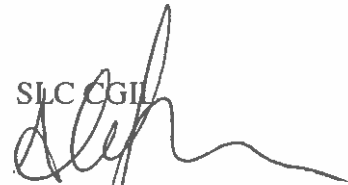
Fermo restando quanto specificato sopra in ordine al raggiungimento della condizione di erogazione dell'indicatore reddituale, ai fini dell'erogazione della quota correlata all'indicatore di performance aziendale e della quota correlata all'indicatore di customer satisfaction è necessario anche il raggiungimento dei target di cui al punto successivo relativi agli altri indicatori in una misura pari al 95%; anche in questa ipotesi, per i valori intermedi fino all'occorrenza del 100% si adotterà il criterio di interpolazione lineare, mentre nel caso in cui il valore consuntivo di un parametro risulti inferiore a tale soglia, non si darà luogo a nessuna erogazione per la parte di premio collegata a tale indicatore.

Nella tabella dell'Allegato 2 sono indicati gli importi lordi del Premio di Risultato espressi su base annua e corrispondenti al 100% del premio relativo al 2011.

WIND/RETAIL



SLC CGIL



FISTe/CISL



UILCOM/UIL



Allegato 1

Il parametro di misurazione EBITDA, come definito in sede di Relazione sulla Gestione, allegato al Bilancio di Gruppo dell'Azienda, non contiene le seguenti nature di oneri e proventi:

- Ammortamenti
- Svalutazioni
- Saldo proventi e oneri finanziari
- Rettifiche di attività finanziarie
- Imposte sul reddito (IRES e IRAP)

Si costruisce nel seguente modo:

Ricavi:

- Ricavi delle vendite e delle prestazioni
- Altri ricavi e proventi (inclusi straordinari)

Totale ricavi

a

Costi operativi:

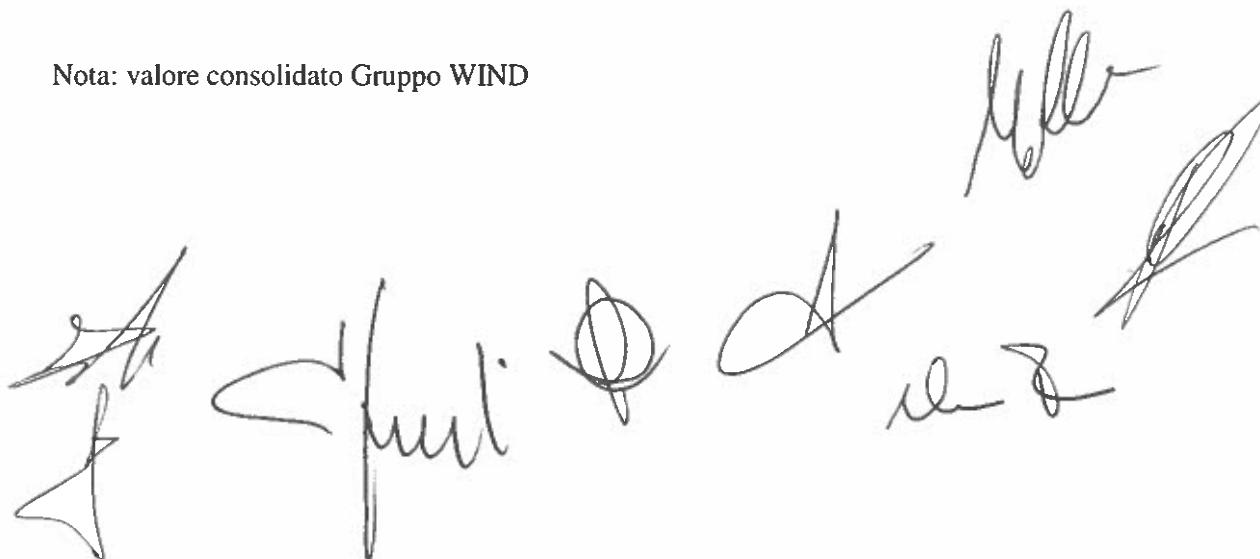
- Materiali e variazione rimanenze
- Prest.ni di sevizi e godim. Beni di terzi (al netto dei costi per l'utilizzo impianti tecnologici non di proprietà)
- Costo del lavoro
- Oneri diversi di gestione
- Altri costi (inclusi straordinari)

Totale costi operativi

b

EBITDA	c = a-b
---------------	----------------

Nota: valore consolidato Gruppo WIND

The bottom of the page features several handwritten signatures and initials in black ink. On the left, there is a large, stylized signature. In the center, the word 'fanti' is written in a cursive script. To the right, there are several smaller, more compact signatures and initials, including one that appears to be 'M. L.' and another that looks like 'S. S.'.

Allegato 2

Importi lordi del Premio di Risultato 2011 su base annua al 100%

Liv.	Importi su base annua 2011
Q	1.166,56
7	1.026,95
6	933,44
5	781,90
4	700,00
3	644,00
2	567,00

