

ALLEGATO A

PARAMETRO GESTIONALE PESO 80%

RAGGIUNGIMENTO	PAGATO
115%	130%
110%	120%
105%	110%
100%	100%
95%	90%
90%	80%
85%	70%
<85%	0

PARAMETRO REDDITIVITA' PESO 20%

RAGGIUNGIMENTO	PAGATO
110%	130%
105%	115%
100%	100%
97,00%-99,99%	95%
95,00%-96,99%	80%
93,00%-94,99%	60%
90,00%-92,99%	35%
<90%	0

Per il Parametro Gestionale si stabilisce che per valori superiore all'85% ad ogni punto % di raggiungimento corrispondano 2 punti % di pagamento fino ad un massimo del 130%.

Per il Parametro Reddittività si stabilisce che per valori superiori al 100% ad ogni punto % di raggiungimento corrispondano tre punti% di pagamento fino ad un massimo di 130%.

[Handwritten signatures and initials]

[Handwritten signatures and initials]

ALLEGATO B

P.V.R. - Aree Commerciali - Nuove fasce 01/01/2022

	2019		2020		2021		2022	
	de 2019 aumento	totale	de 2020 aumento	totale	de 2021 aumento	totale	de 2022 aumento	totale
Fascia 1	62,00	3.029,00	0,00	3.029,00	0,00	3.029,00	74,00	3.103,00
Fascia 2	62,00	2.993,10	0,00	2.993,10	0,00	2.993,10	74,00	3.067,10
Fascia 3	62,00	2.840,00	0,00	2.840,00	0,00	2.840,00	74,00	2.914,00
Fascia 4	62,00	2.815,00	0,00	2.815,00	0,00	2.815,00	74,00	2.889,00
Fascia 5	62,00	2.696,00	0,00	2.696,00	0,00	2.696,00	74,00	2.770,00
Fascia 6	62,00	2.515,00	0,00	2.515,00	0,00	2.515,00	74,00	2.589,00
Fascia 7	62,00	2.396,17	0,00	2.396,17	0,00	2.396,17	74,00	2.470,17
Fascia 8	62,00	2.194,86	0,00	2.194,86	0,00	2.194,86	74,00	2.268,86
Fascia 9	62,00	2.073,80	0,00	2.073,80	0,00	2.073,80	74,00	2.147,80
Fascia 10	62,00	1.864,50	0,00	1.864,50	0,00	1.864,50	90,00	1.954,50
Fascia 11	62,00	1.795,00	0,00	1.795,00	0,00	1.795,00	90,00	1.885,00
Fascia 12	62,00	1.585,00	0,00	1.585,00	0,00	1.585,00	110,00	1.695,00
Fascia 13	62,00	1.348,48	0,00	1.348,48	0,00	1.348,48	110,00	1.458,48
Fascia 14	62,00	1.072,00	0,00	1.072,00	0,00	1.072,00	110,00	1.182,00
Fascia 15	62,00	997,00	0,00	997,00	0,00	997,00	150,00	1.147,00
Fascia 16	62,00	935,00	0,00	935,00	0,00	935,00	150,00	1.085,00

**Allegato C) all'Accordo integrativo aziendale del 16 giugno 2021
(Riservato e destinato esclusivamente alla circolazione interna)**

PREMESSA

Il presente documento ha lo scopo di formalizzare e definire quanto stabilito al capitolo "Premio Variabile di Risultato" dell'Accordo integrativo aziendale del 16 giugno 2021 di cui costituisce parte integrante.

1) PARAMETRI

- a) **"Parametro Redditività"**: come rapporto percentuale tra EBITDA consuntivo ed EBITDA obiettivo di Parmalat e di CLR, per l'anno di riferimento così come risultante dal bilancio aziendale approvato dal Consiglio di Amministrazione della società.

L' "EBITDA Obiettivo" viene definito come media degli "EBITDA a Budget aziendale" dell'anno di riferimento e dei due anni precedenti. Sarà comunicato entro il 31 marzo di ogni anno dalla Direzione Aziendale al Comitato Consultivo.

Entro il 30 settembre di ogni anno il Comitato Consultivo esaminerà l'andamento dell'indice al 30 giugno precedente, in base alle risultanze della semestrale di bilancio.

I risultati saranno comunicati, a consuntivo, entro il 31 marzo successivo all'anno di riferimento, sempre con comunicazione della Direzione Aziendale al Comitato Consultivo.

- b) **"Parametro Gestionale"**

Gli obiettivi saranno proposti dalla Direzione Aziendale alla Commissione Tecnica Paritetica di Stabilimento e successivamente definiti e validati con le RSU di sito e Vendite come da consuetudine consolidata.

Analoghe procedure e modalità saranno utilizzate per la presentazione e la validazione dei risultati da effettuarsi entro il 31 marzo successivo all'anno di riferimento.

Con cadenza bimestrale l'Azienda presenterà alle Commissioni Tecniche Paritetiche di stabilimento ed alla Rsu Vendite l'andamento progressivo dei singoli obiettivi.

b1) Gli Indicatori 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 nel Gruppo; (incidenza 8%);
- **Qualità**, individuata e misurata in base alle reclami lamentate 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 14%);
- **Qualità**, individuata e misurata, internamente al singolo sito produttivo, in base al rapporto tra le produzioni effettuate e prodotto non conforme (incidenza 14%);
- **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 16%);
- **Efficienza**, come "costo industriale" €/tons delle produzioni effettuate nei singoli siti (incidenza 20%);
- **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 8%).

Resta altresì inteso che a livello di sito le Parti potranno destinare, con accordo, una percentuale non superiore al 15% del parametro Gestionale su obiettivi di sicurezza, che saranno individuati con le RSU di sito / vendite. In tal caso, le Parti definiranno anche la diversa incidenza dei parametri restanti.

Analogamente, ove già non esistente, le Parti potranno definire a livello di sito strumenti atti a contrastare il fenomeno del micro assenteismo.

A livello di sito, in occasione della definizione degli obiettivi annuali, Direzione Aziendale ed RSU potranno decidere, con accordo, di escludere un massimo di

due indicatori. In tal caso, le Parti dovranno rimodulare l'incidenza degli altri indicatori del Parametro Gestionale.

Analogamente sempre a livello di sito, le Parti potranno modificare, con accordo, l'incidenza percentuale dei vari indicatori.

b2) I parametri di riferimento per le Vendite sono:

b2a) CANALE MODERNO (Gdo, Discount) - EXPORT

- FATTURATO NETTO NETTO inteso come fatturato al netto di tutti gli sconti in fattura dei canvass promozionali e degli sconti extra fattura (PFA, contributi e investimenti) (incidenza 24%);
- VOLUMI NETTI intesi al netto dei resi (incidenza 24%);
- INCIDENZA PROMO % come indicatore dell'incidenza percentuale del totale sconti promozionali misurati sul fatturato lordo al netto dei resi meno il totale sconti istituzionali (incidenza 16%);
- QUOTA DI MERCATO inteso come quota di mercato a volume di uno o più prodotti ritenuti strategici (incidenza 16%).

b2b) CANALE TRADIZIONALE - (Normal Trade, Latte Fresco e OOH)

- Fatturato netto netto inteso come fatturato al netto di tutti gli sconti in fattura dei canvass promozionali e degli sconti extra fattura (PFA, contributi e investimenti) (incidenza 24%).
- Volumi netti intesi al netto dei resi (incidenza 24%).
- Incidenza % dei resi inteso come indicatore dell'incidenza percentuale dei volumi di reso misurati sul totale dei volumi lordi (incidenza 16%).
- Volumi mirati inteso come indicatore dei quantitativi obiettivo di uno o più prodotti ritenuti strategici. (incidenza 16%).

L'incidenza degli indicatori "fatturato netto netto" e "volumi netti" non potrà essere inferiore al 48%.

La Direzione Aziendale e la RSU Vendite, in sede di assegnazione degli obiettivi, definiranno i pesi dei singoli indicatori nonché il/i prodotto/i interessati dagli indicatori "quote di mercato" e "volumi mirati".



2) TABELLA INDICI / VALORI E DETERMINAZIONE DEL PREMIO

Gli indici di riferimento, agli effetti del calcolo dell'importo del premio, sono quelli risultanti dalla tabella allegata al presente documento (allegato a) di cui costituisce parte integrante.

Per ogni singolo obiettivo sarà consuntivato il risultato e definito il valore economico da pagare. In relazione al valore assunto dagli indici, verranno erogati importi superiori o inferiori rispetto ai valori definiti nominali (= 100), sulla base della tabella di cui sopra. Al dipendente sarà comunicato il risultato conseguito per ogni singolo obiettivo ed il corrispondente valore monetario del Premio.



Per ragioni di semplificazione amministrativa il Premio sarà pagato in cedolino con un'unica voce denominata "Premio Var. di Risultato" il cui valore complessivo è dato dalla somma degli importi conseguiti per ogni singolo obiettivo.



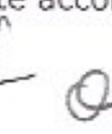
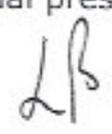
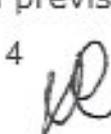
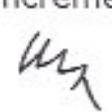
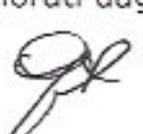
Il valore economico del premio sarà determinato collocando sulla tabella Indici Valori il risultato conseguito. In particolare:

- 
- 
- 
- per il personale delle funzioni non appartenenti ai gruppi di "Area Industriale" e "Area Vendite", in base al risultato di (indice b1 + indice b2) / 2 ponderato in base al numero dei partecipanti. L'indice b1 è inteso come media ponderale in relazione al numero degli addetti delle singole unità organizzative;
 - per il personale di Marketing, Trade Marketing, Logistica Secondaria (controlli operativi, gestione depositi, supporto e pianificazione) e Segreteria Direzione Vendite: media semplice (indici canale moderno + indice tradizionale/2);
 - per il personale di "Qualità Centrale", "Area Tecnica Centrale", "Programmazione e Pianificazione della Produzione", "Analisi e Controllo Performances Industriali" in base alla media ponderata, con riferimento ai volumi dei risultati gestionali dei singoli siti produttivi.
- 
- 

3) VALORI NOMINALI



I valori nominali del Premio, corrispondente alla quota 100% della "Tabella Valori" sono costituiti dai valori previsti dall'Accordo integrativo aziendale del 27 luglio 2016 maggiorati dagli incrementi previsti dal presente accordo.





Il valore nominale del PVR per il personale dell'area vendite di Parmalat S.p.A. mantiene carattere individuale e pertanto i valori attualmente in essere saranno incrementati nelle misure previste dal presente accordo (allegato B)

4) NORME APPLICATIVE DI CARATTERE GENERALE

Il Premio Variabile di risultato ha, come periodo di riferimento, l'anno solare ed il pagamento sarà effettuato unitamente alla retribuzioni del mese di marzo dell'anno successivo a quello di riferimento.

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.

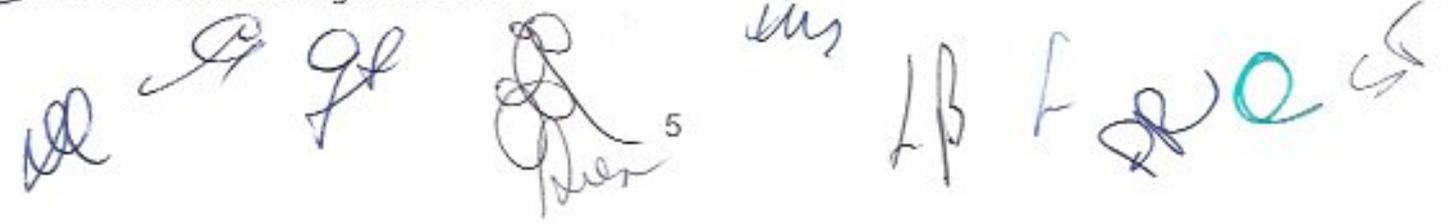
Il Premio verrà calcolato proporzionalmente ai mesi interi di effettiva prestazione svolta nell'anno, computandosi, a tale effetto, anche i periodi di assenza dal lavoro per cause per le quali sia prevista la decorrenza della normale retribuzione. Resta fatto salvo il diritto dell'Azienda di recuperare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

Per il personale a tempo indeterminato il Premio sarà pagato solo se l'interessato risulterà in forza al momento del pagamento e, in caso di assunzione in corso d'anno, in presenza di almeno due mesi interi di effettiva prestazione. Qualora il dipendente abbia risolto il rapporto di lavoro per pensionamento, il Premio verrà corrisposto in misura proporzionale ai mesi di effettiva prestazione.

Per il personale con contratto a tempo determinato, il Premio verrà riconosciuto in relazione ai mesi interi di effettiva prestazione, sempreché abbia svolto la sua attività per almeno due mesi nell'anno di riferimento.

Per il personale a tempo parziale, il Premio sarà rapportato alla quota percentuale oraria prevista dal contratto nei periodi di riferimento.

Nel caso in cui, nell'anno di riferimento, il lavoratore presti la sua opera per almeno tre 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.



SA J R M LB F R E S

As J

Nel caso di assegnazione definitiva ad una nuova unità organizzativa, il valore economico del Premio sarà quello dell'unità di destinazione.

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 di risultato.

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, il Premio non avrà incidenza su alcun istituto contrattuale e di legge, ivi compreso il T.F.R., in quanto per la sua natura di erogazione totalmente variabile, è da intendersi totalmente autonomo e comunque già comprensivo delle incidenze stesse.

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

5) SCHEMA DI RIFERIMENTO PARAMETRI - UNITA'/AREE AZIENDALI

Il personale viene "assegnato", ai fini del Premio Variabile di Risultato, alle diverse unità/aree aziendali in base alla Direzione ed al centro di costo di appartenenza.

A) Aree Produttive

A1) Parmalat S.p.A. stabilimenti di:

- Albano S. Alessandro (BG);
- Campoformido (UD)
- Collecchio (PR)
- Catania
- Piana di Monte Verna (CE)
- Ragusa
- Savigliano (CN)
- Zevio (VR).

A2) Centrale del Latte di Roma stabilimento di:

- Roma.
- MS J B L O R

A3) Manufacturing

- Qualità Centrale
- Area Tecnica Centrale
- Area industriale staff

B) Area Vendite

GDO, Discount, Normal Trade e Latte Fresco, PL & Export, Marketing e Trade Marketing, Out of Home/Prodotti Professionali, Logistica Secondaria (Controlli Operativi, Gestioni Depositi, Supporto e Pianificazione), Segreterie Direzioni Vendite.

C) Altre funzioni

Tutte le aree Funzioni diverse da quelle indicate ai precedenti punti A) e B) e comunque a titolo esemplificativo:

- a) Direzione Generale
- b) Amministrazione e Finanza
- c) Acquisti
- d) Affari Legali e Societari
- e) Internal Audit
- f) Supply Chain (esclusa Logistica Secondaria) e Customer Service;
- g) Risorse Umane;
- h) Ricerca & Sviluppo;
- i) Sistemi Informativi;
- l) Ambiente Salute e Sicurezza Centrale.
- m) Management Control
- n) Milk Purchasing
- o) Comunicazione e regulatory

La suddivisione di cui sopra viene aggiornata, d'intesa tra Direzione Aziendale ed RSU competente (o Coordinamento Vendite) per rappresentanza, in tempo utile per la assegnazione degli obiettivi e sulla base dei cambiamenti organizzativi nel frattempo intervenuti.

6) FORMULE DI CALCOLO E MODALITA' OPERATIVE

Le formule di calcolo sono di seguito indicate:

A) PARAMETRO REDDITIVITA'

[Handwritten notes and signatures]

Viene misurato sull' EBITDA realizzato da Parmalat S.p.A. e CLR S.p.A. nell'anno di riferimento, così come risulta dai bilanci aziendali redatti secondo i criteri IAS/FRS, secondo le formula:

$$\text{indice} = \frac{\text{Ebitda consuntivo}}{\text{Ebitda obiettivo}} \times 100$$

I documenti di riferimento sono disponibili presso la sede legale dell'Azienda e sono corredati dalle relazioni della società di revisione contabile.

B) PARAMETRO GESTIONALE

B1) PARAMETRI GESTIONALI AREE PRODUTTIVE

B1a) QUALITA' - co-auditing

L'auditing, sostanzialmente, è la verifica che, nel ciclo produttivo, vengano rispettate tutte le norme interne che investono gli aspetti igienico-sanitari, gli aspetti antinfortunistici, gli aspetti tecnologici.

Il sistema è basato su una serie di domande relative alla presenza di anomalie, alle quali si può rispondere solo in modo affermativo o negativo; a ciascuna di queste domande, viene conferito preventivamente un punteggio. Il calcolo viene eseguito sottraendo dal punteggio disponibile il totale risultante dalla somma dei punteggi relativi alle risposte affermative, dividendo il risultato così ottenuto per il punteggio disponibile e moltiplicando tutto per 100.

Le schede di rilevazione tengono conto delle peculiarità dei singoli siti produttivi e delle produzioni attive nei medesimi e della necessità di assicurare uniformità nei comportamenti e finalità comuni nei vari siti. Le schede di ogni singolo sito conterranno lo schema generale, una serie di punti da esaminare, i punteggi per ciascuna domanda ed i punteggi totali disponibili per i singoli reparti che verranno poi sommati fra loro per ottenere il risultato finale. Le stesse saranno trasmesse alle Commissioni Tecniche Paritetiche di Stabilimento, al fine di renderle concretamente operative.

Le singole Commissioni Tecniche Paritetiche di stabilimento potranno suggerire alla Direzione Aziendale e Qualità Centrale le modifiche che riterranno necessarie per un migliore adattamento alle singole realtà produttive.

Le modalità e la frequenza con cui si effettueranno sono:

9 GP ML⁸ LP L R G

- co-auditing esterno = 1 volta/quadrimestre
- co-auditing interno = 1 volta/trimestre

Incaricati dell'effettuazione saranno:

- co-auditing esterno: un Addetto dell'area produttiva + un Addetto della qualità di Stabilimento + un Addetto della Qualità Centrale o componente di un team audit di altro stabilimento
- co-auditing interno: un Addetto dell'area produttiva + un Addetto della qualità di Stabilimento

Le due persone incaricate del co-auditing verranno designate secondo le seguenti modalità: periodicamente la commissione paritetica designerà due gruppi di 6/12 persone (a seconda delle singole realtà produttive), costituiti uno da personale appartenente alle funzioni di gestione produzione e laboratorio/controllo qualità, l'altro da personale appartenente allo stabilimento. Ai componenti del gruppo degli auditors saranno riservati percorsi formativi specifici.

Al momento dell'effettuazione del co-audit si provvederà al sorteggio delle due persone incaricate, uno per ognuno dei suddetti gruppi, tra i presenti in stabilimento.

Il momento di effettuazione dei co-auditing verrà stabilito dalla Qualità Centrale per conto della Direzione Industriale e comunicato allo stabilimento a mezzo mail.

L'unità produttiva interessata dovrà, entro 1 ora dal ricevimento della comunicazione, iniziare la procedura di co-auditing.

La formula di calcolo sarà la seguente :

$$\text{cons} = (\text{media co-audit int.} + \text{media co-audit est.}) / 2$$

$$\text{indice} = \frac{\text{cons.}}{\text{ob.}} \times 100$$

B1b) QUALITA' - segnalazioni di "non soddisfazione"

Per la valutazione di questo parametro, si prenderanno in considerazione le segnalazioni giunte al numero verde e le segnalazioni provenienti dalla rete vendita e logistica che siano state "certificate", ovvero riconosciute come "vere" dal servizio assicurazione qualità. Il calcolo verrà effettuato considerando il numero di segnalazioni percentualmente riferite al numero di item (unità di vendita) prodotte nel periodo di riferimento. Il calcolo del numero delle segnalazioni avverrà attribuendo valore 0,5 alle segnalazioni definite "occasionalmente" e valore unitario alle restanti.

B1c) QUALITA' - QUALITA' INTERNA

L'indice viene calcolato sul rapporto tra prodotto non conforme e produzioni effettuate (per i siti di Collecchio, Zevio e Savigliano) e sul rapporto tra prodotto non conforme a termine shelf life e produzioni effettuate, per i Siti restanti.

$$\text{Indice} = \frac{\text{Consuntivo}}{\text{Obiettivo}} \times 100$$

B1d) EFFICIENZA - manodopera diretta

L'indice tiene conto della manodopera diretta del singolo stabilimento. Per il calcolo si prenderanno a riferimento i pezzi prodotti (unità vendita)/ ore uomo effettivamente lavorate; l'indice si calcolerà secondo la seguente formula :

$$\text{Indice} = \left(\frac{\text{pz / h cons}}{\text{pz / h ob}} \times 100 - 100 \right) + 100$$

Gli obiettivi saranno assegnati per reparto/linea produttiva.

B1e) EFFICIENZA costo industriale

L'indice viene calcolato valutando lo scostamento tra costo Euro/tons obiettivo/consuntivo.

Per il calcolo si farà riferimento ai costi previsti, per ciascun sito produttivo dal sistema "Anages Plant - Cost" per i seguenti gruppi di voci: "Utilities", "Costi Esterni", "Costo del Lavoro" e "Rifatturazione"

In presenza di una variazione dei Volumi previsti a Budget, l'obiettivo sarà rimodulato tenendo conto del 50% dello scostamento.

Handwritten notes and signatures at the bottom of the page.

$$\text{Indice} = \frac{\text{Costi Consuntivo}}{\text{Costi Obiettivo}} \times 100$$

B1f) EFFICIENZA scarti

L'indice viene calcolato valutando lo scostamento in valore dei consumi rispetto agli standard previsti di due tra i seguenti indici: sfrido materia prima/ingredienti, sfrido imballi, perdita di magazzino, surplus di produzione rispetto all'ordine:

$$\text{indice} = \left(\frac{\text{sfrido ob.}}{\text{sfrido cons.}} \times 100 - 100 \right) + 100$$

note :

- perdita di magazzino = quantità a valore del versato a magazzino - quantità a valore della produzione "bollettata",
- surplus di produzione rispetto all'ordine = quantità a valore della produzione ordinata - quantità a valore della produzione versata a magazzino.

All'interno dello stesso stabilimento potranno essere assegnati obiettivi distinti per le singole aree/reparti. In questo caso il risultato sarà comunque unico e dato dalla media degli indici dei singoli obiettivi.

B2) PARAMETRI GESTIONALI AREA VENDITE

CANALE MODERNO (Gdo, PL & Export, Discount)

B2a) FATTURATO NETTO NETTO: il risultato sarà ottenuto sommando i valori del fatturato netto netto (ovvero al netto di tutti gli sconti in fattura, dei cannessi promozionali e degli sconti extra fattura, quali PFA, contributi e investimenti) di PARMALAT S.p.A. e di CENTRALE DEL LATTE DI ROMA S.p.A.: totale prodotti eccetto "Freschissimi".

$$\text{Indice} = \frac{\text{Fatturato netto netto consuntivo}}{\text{Fatturato netto netto obiettivo}} \times 100$$

B2b) VOLUMI NETTI intesi al netto dei resi: il risultato sarà ottenuto sommando i volumi netti realizzati da PARMALAT S.p.A. e di CENTRALE DEL LATTE DI ROMA S.p.A.: totale prodotti eccetto "Freschissimi".

$$\text{Indice} = \frac{\text{Volumi netti consuntivo}}{\text{Volumi netti obiettivo}} \times 100$$

B2c) INCIDENZA PROMO%: il risultato sarà ottenuto in base all'incidenza % degli sconti promozionali sui prodotti di PARMALAT S.p.A. e di CENTRALE DEL LATTE DI ROMA S.p.A. riferito al totale prodotti eccetto "Freschissimi".

$$\text{Indice} = \frac{\% \text{ totale sconti promozionali}}{\text{Fatturato lordo netto resi meno sconti istituzionali}} \times 100$$

B2d) QUOTA DI MERCATO: il risultato sarà ottenuto in base al rapporto della quota di mercato obiettivo/consuntivo riferita ai volumi di uno o più prodotti strategici per l'Azienda

$$\text{Indice} = \frac{\text{Quota di mercato consuntivo}}{\text{Quota di mercato obiettivo}} \times 100$$

1. CANALE TRADIZIONALE - (Normal Trade - Latte Fresco e Afh)

B2e) FATTURATO NETTO NETTO: il risultato sarà ottenuto sommando i valori del fatturato netto netto ovvero al netto di tutti gli sconti in fattura, dei canvass promozionali e degli sconti extra fattura quali PFA, contribuzioni e investimenti di PARMALAT S.p.A. e di CENTRALE DEL LATTE DI ROMA S.p.A.: totale prodotti, Moderno, Freschissimi e Marchi Locali.

$$\text{Indice} = \frac{\text{Fatturato netto netto consuntivo}}{\text{Fatturato netto netto obiettivo}} \times 100$$

B2f) VOLUMI NETTI (al netto dei resi): il risultato sarà ottenuto sommando i volumi di PARMALAT S.p.A. e di CENTRALE DEL LATTE DI ROMA S.p.A.: totale prodotti + Moderno Freschissimi e Marchi Locali .

$$\text{Indice} = \frac{\text{Volumi netti consuntivo}}{\text{Volumi netti obiettivo}} \times 100$$

grun¹² LP LEO

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

B2g) INCIDENZA % DEI RESI: il risultato sarà ottenuto in base all'incidenza % dei resi sul totale dei volumi lordi realizzati da PARMALAT S.p.A. e di CENTRALE DEL LATTE DI ROMA S.p.A.: totale prodotti + Moderno Freschissimi e Marchi Locali.

$$\text{Indice} = \frac{\% \text{ resi consuntivo}}{\% \text{ resi obiettivo}} \times 100$$

B2h) VOLUMI MIRATI Il risultato sarà ottenuto in base ai volumi realizzati nell'anno da uno o più prodotti di Parmalat spa e/o Centrale del Latte di Roma spa strategici per l'azienda.

$$\text{Indice} = \frac{\text{Volumi mirati consuntivo}}{\text{Volumi mirati obiettivo}} \times 100$$

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]