

IPOTESI DI ACCORDO

Addì 5 luglio 2007, presso gli uffici di Busto Arsizio dell'Unione degli Industriali della Provincia di Varese

tra

la società Whirlpool Europe Srl presente nelle persone di Albè Walter, Bartolone Gaetano, Cipollaro Pasquale, De Maddallena Piero, Mureddu Adriano, ed i responsabili del personale degli stabilimenti di Cassinetta, Trento, Siena, Napoli, nelle persone di Penazzi Roberto, Radice Alessio, Bicchi Cesare, Pasquale Cuomo, assistita dall'Unione degli Industriali della Provincia di Varese nelle persone di Albini Pierangelo e Rossi Luca

e

la Fim-Cisl rappresentata dai sigg. Andreotti Loris, Fè Gianluca, , Fiom-Cgil, Uilm-Uil rappresentate rispettivamente da, Canepari Maurizio, Marchitelli Renato, presenti la RSU di Cassinetta e la RSU di Comerio

Si è proceduto alla sottoscrizione formale del presente documento che riprende i contenuti dell'ipotesi di accordo sottoscritta in data 15 giugno 2005, divenuta accordo in conseguenza dell'approvazione da parte delle Assemblee dei lavoratori di Whirlpool e del successivo referendum.

Addì, 5 luglio 2007 presso l'Unione degli Industriali della Provincia di Varese fra Whirlpool Europe Srl, rappresentata dai Sigg.ri

assistita dall'Unione degli Industriali della Provincia di Varese e il Coordinamento Nazionale R.S.U. di Whirlpool Europe Srl assistito dalle Segreterie Provinciali di FIM – FIOM – UILM di Varese, Trento, Siena e Napoli si sono convenute le condizioni che regolamenteranno, dal 1 gennaio 2008, la possibilità per i dipendenti di acquistare, prodotti Whirlpool presso i C.V.A.P. presenti nei siti industriali di Trento, Siena, Napoli, Cassinetta.

1. POLITICA INDUSTRIALE

La direzione Whirlpool, in occasione degli incontri ai vari livelli nazionale e locale, ha fornito ampia illustrazione del contesto di riferimento e delle strategie aziendali.

1.1. Contesto di riferimento. Il mercato degli elettrodomestici ha conosciuto, negli ultimi decenni, una significativa riduzione dei players partecipanti alla sfida competitiva europea e globale, ormai ridotti a pochi gruppi di grandi dimensioni.

Nello scenario attuale il mercato si configura in maniera sempre più complessa, attraverso il consolidamento dei canali di distribuzione (trade partner) e la conseguente perdita di potere contrattuale da parte dei produttori.

Inoltre, la progressiva riduzione dei prezzi di vendita impedisce la necessità di trasferire al mercato l'incremento dei costi dei materiali rendendo così indispensabile il costante impegno per la ricerca di competitività a tutti i livelli dell'organizzazione aziendale.

Sul mercato si evidenzia una crescente selettività del consumatore, ormai sempre più attento ed esigente. Tale propensione al consumo rende necessario un costante affinamento dell'approccio al mercato, ed ineludibile una maggiore capacità di sviluppare nuovi prodotti in linea con le aspettative dell'utente finale.

In questa prospettiva, la strategia della "customer loyalty" (fedeltà del consumatore) dispiega i propri effetti nella creazione di rapporti di lunga durata con il consumatore, l'acquisizione di clienti e la loro fidelizzazione attraverso l'offerta di marchi e prodotti affidabili, desiderati e preferiti nel tempo.

L'innovazione, non solo del prodotto e del servizio, rappresenterà sempre di più un fattore decisivo sul quale si misurerà la capacità dell'azienda di rispondere alle sfide del mercato e generare condizioni per il proprio sviluppo. Le parti, nel darsi atto della rilevanza di questa sfida, intendono contribuire fattivamente al perseguimento degli obiettivi strategici ad essa correlati, anche richiamandosi agli accordi già sottoscritti, in particolare al Memorandum d'Intesa del 10 giugno 2004.

In questa prospettiva le parti confermano l'utilità di un sistema di relazioni industriali partecipativo, capace di ricercare, anche attraverso accordi, le condizioni per migliorare la competitività aziendale, per il perseguimento degli obiettivi dell'azienda e da implementare con modalità condivise.

Le parti convengono sulla necessità di perseguire un miglioramento della competitività di Whirlpool quale condizione di consolidamento e sviluppo della azienda anche in una prospettiva occupazionale.

1.2 La strategia Aziendale

Whirlpool ritiene indispensabile, per mantenere ed accrescere nei prossimi anni la capacità competitiva dell'azienda, differenziare la specificità dei prodotti e del servizio, in modo da rendere i marchi, oltre che apprezzati, sempre più richiesti dai clienti per la loro unicità e qualità.

L'innovazione continuerà ad essere il terreno sul quale si misurerà la capacità dell'azienda di rispondere alle sfide del mercato. I prodotti Whirlpool sono sempre stati caratterizzati per un alto tasso di innovazione, facendola diventare la caratteristica principale dei propri prodotti. Testimonia questa propensione il fatto che nel corso del 2007 verranno lanciate 24 importanti novità sul mercato a marchio Whirlpool e Bauknecht. Whirlpool dispone del portafoglio marchi più focalizzato del settore. Il marchio Whirlpool, leader in Europa dal 1996, crescerà ulteriormente con l'obiettivo di essere tra i primi tre marchi in ogni singolo paese. Nel corso del 2007 verranno ulteriormente implementate le azioni per il lancio sul mercato di nuovi prodotti a marchio Kitchen Aid.

Whirlpool intende sviluppare una strategia commerciale caratterizzata da partnership con i principali trade partner volta ad ottimizzare i costi di distribuzione. Una aggressiva strategia di crescita è prevista per i mercati di Russia e Turchia. Whirlpool si pone l'obiettivo di diventare il secondo marchio nel settore incasso entro il 2008.

Disporre di un assetto produttivo globale è sempre più necessario per competere nel mercato globale. Whirlpool è all'avanguardia anche sotto questo aspetto, continuando ad investire nel dispiegamento globale di metodologie avanzate quali "Lean" e "Six Sigma". L'obiettivo di Whirlpool è di essere il punto di riferimento in Europa come qualità, per ogni categoria di prodotto.

1.3. Missione del Centro Direzionale Europeo e degli Insediamenti Industriali in Italia

Whirlpool conferma il ruolo e la missione del centro direzionale e degli stabilimenti italiani consolidando il legame con i propri territori.

Le Organizzazioni sindacali e la Rsu hanno preso atto della volontà di Whirlpool di consolidare la propria presenza industriale in Italia ed il ruolo dei propri insediamenti e del Centro Direzionale di Comerio.

Whirlpool ha discusso con Fim Fiom Uilm ed il coordinamento sindacale di gruppo gli indirizzi in tema di politica industriale, investimenti, ruolo degli stabilimenti ed ha illustrato le seguenti strategie industriali.

1.3.1. Centro Direzionale di Comerio

Whirlpool Europe Srl conferma la propria determinazione di assicurare a Comerio il ruolo di centro direzionale per le sue attività in Europa. In questi anni il Centro Direzionale di Comerio ha operato efficacemente per il perseguimento degli obiettivi strategici della società.

In questa prospettiva, il Centro Direzionale di Comerio, darà continuità ai programmi di semplificazione dei propri processi anche attraverso un più esteso ed efficace utilizzo delle tecnologie informatiche.

Diverse azioni sono state intraprese ed altre ne seguiranno al fine di dare completa attuazione ai programmi di revisione organizzativa, nell'ambito delle diverse funzioni presenti a Comerio, che hanno già condotto alla identificazione di alcuni interventi diretti a ridurre i costi di struttura.

1.3.2. Logistica

L'Azienda conferma il ruolo fondamentale e strategico della funzione Supply Chain – Logistica. Il piano strategico della Supply Chain, coerente e parte integrante della strategia aziendale (ELA), ha come missione quella di servire ogni cliente come desiderato dal cliente stesso, con livelli di eccellenza per costi distributivi e scorte.

Le direzioni strategiche sono:

- fidelizzare il cliente attraverso un'eccellente disponibilità di prodotto
- supportare la crescita in volume e valore creando servizi dedicati per i grandi clienti
- liberare risorse tramite la riduzione dei costi operativi e del capitale investito in scorte.

In termini di prestazioni l'obiettivo è di portare il livello di disponibilità in tre anni al 93% complessivo con punte del 98% per gli ordini di aziende produttrici di cucine, di diminuire le scorte del 20% ed i costi operativi del 10% nello stesso periodo.

Le principali attività che l'azienda opererà entro il 2009, per l'ottenimento degli obiettivi fissati, sono:

- la piena implementazione ed utilizzo del Sistema di Pianificazione avanzato (APS-APO)
- la crescita del modello di gestione della domanda con produzione su ordine e consegna diretta al cliente (BTO), che prevede la produzione su ordine con conseguente risparmio di scorte e trasporto;
- investimenti sul centro di competenza centrale di logistica;
- il continuo miglioramento della qualità nelle operazioni di trasporto, movimentazione e stoccaggio.

Più nello specifico, per la riduzione dei costi operativi, addizionali ai risparmi della gestione diretta degli ordini in produzione, le attività principali sono basate su una sempre più stretta cooperazione tra funzione Acquisti e Logistica per la negoziazione dei contratti (Team Prolog) e una continua revisione del posizionamento dei depositi distributivi.

Whirlpool dichiara che, per quanto riguarda le aree interessate le principali implicazioni sono:

- incremento delle competenze logistiche per consentire la gestione e il controllo delle attività operative e dei piani di miglioramento;
- aumento strutturale della flessibilità operativa del sistema logistico per meglio competere in un contesto competitivo caratterizzato da forte variabilità;
- conversione del ruolo dei centri distributivi di fabbrica (FDC) per operare secondo le logiche della gestione della domanda su ordine (BTO) e quindi in contatto diretto con i clienti europei;
- piena attuazione dei Piani Qualità Logistica tramite l'implementazione delle Platform Capabilities e l'utilizzo di sistemi di movimentazione avanzata.

L'Azienda prevede di investire in processi e sistemi di Logistica per il periodo 2006 / 2008, complessivi 1.200.000 Euro.

Per l'area di Varese verrà organizzato un incontro specifico allo scopo di verificare l'utilizzo delle aree di carico (FDC / BTO).

1.3.3. Customer Service

L'Azienda conferma il ruolo fondamentale e strategico della funzione Customer Service, il cui piano strategico, derivato dalla strategia aziendale ELA si basa su:

- crescita delle attività di vendita
- incremento della fidelizzazione del cliente
- ottimizzazione della gestione della qualità percepita direttamente dal cliente finale.

La piattaforma per l'ottenimento degli obiettivi strategici posa su tre elementi fondamentali:

- il Centro distributivo ricambi di Ternate (SPC)
- il network operativo del Service europeo
- i "call centers" nei diversi paesi.

In particolare, per il centro SPC di Ternate, l'Azienda, a partire dal 2001 ha investito circa 2.5 milioni di Euro per sistemi di movimentazione automatizzati (linea Savoye) e circa 1.5 milioni di Euro per la conversione di tutti i sistemi gestionali in ambiente SAP. Incrementi dei livelli di competenza, così come applicazione di innovazione e metodologie avanzate di miglioramento (cc-opex) sono pianificati.

In termini di prestazioni, l'obiettivo è di crescere del 10% all'anno in fatturato e di contribuire a un raddoppio dell'indice di fidelizzazione dei clienti nei prossimi anni.

La crescita del fatturato, considerando la prevista diminuzione della vendita di ricambi tradizionali, logica conseguenza dei miglioramenti qualitativi dei nostri elettrodomestici, verrà ottenuta differenziando l'offerta; incrementi significativi di vendita sono pianificati per accessori (Wpro) ed estensione ad altri prodotti finiti.

Whirlpool dichiara che per quanto riguarda le aree di Comerio e Cassinetta, le principali implicazioni sono:

- incremento delle competenze per consentire la gestione e il controllo delle attività operative, dei piani di crescita di fatturato e di miglioramento
- razionalizzazione del flusso di gestione ricezione e imballaggio dei ricambi con utilizzo di superfici operative addizionali in area Cassinetta/Ternate
- incremento della produttività dello Spare Parts Center.

Le parti confermano gli accordi in essere e da ultimo il Memorandum Competitività, che consentono la flessibilità operativa per la preparazione e spedizione in Europa dei ricambi dallo SPC.

1.3.4. Ricerca & Sviluppo

La missione strategica di queste aree deve tendere alla creazione di una competitività sostenibile attraverso lo sviluppo di soluzioni che assicurino la fedeltà e la lealtà dei consumatori (customer loyalty) nella prospettiva delineata dalla strategia aziendale di creazione del valore del marchio (brand value creation strategy).

Whirlpool ritiene indispensabile valorizzare, in questa strategia, tutte le sinergie esistenti in una realtà che ha diffusione e caratteristiche tali da essere considerata “globale”.

Whirlpool conferma a Cassinetta una leadership a livello europeo per il cooking e la refrigeration, mentre riconferma per la progettazione forni la leadership globale.

Per assicurare questo ruolo di leadership Whirlpool ha dichiarato la propria intenzione di volersi raccordare efficacemente con tutti i centri di ricerca e di eccellenza presenti nell'area europea anche con particolare riferimento al mondo della ricerca universitaria con il quale già esistono consolidati e proficui rapporti di collaborazione.

Whirlpool crede che possano essere pienamente valorizzate e sviluppate le già esistenti forme di collaborazione con le Università italiane ed internazionali ed in particolare con le Università ed i centri di ricerca universitari presenti nei territori sui quali insistono presenze di Whirlpool. Considerando, inoltre, le specificità produttive degli stabilimenti di Cassinetta, Trento, Siena e Napoli, Whirlpool crede opportuno, anche sulla base delle positive esperienze realizzate (es. Innofridge, Genesis...), sviluppare ulteriori forme di collaborazione e consolidare le esistenti.

Le attività legate alla progettazione di prodotto (product plan) sono state presentate nell'ambito delle illustrazioni del piano industriale dove sono state inquadrare nella strategia di marketing aziendale. In questa sede e nelle sedi locali, sono altresì stati esaminati i piani di innovazione che impatteranno sulle tecnologie di prodotto e che ne accompagneranno la realizzazione.

Le parti, nell'ambito di queste presentazioni, hanno potuto considerare le positive ricadute derivanti dalla introduzione di nuovi progetti per nuovi prodotti, che hanno richiesto importanti investimenti analiticamente descritti nella parte del presente accordo dedicata agli investimenti, prodotto-processo, per segmento di business.

Particolare attenzione dovrà essere riservata alle cosiddette attività del Corporate Innovation and Technology (CIT), che rappresenta il centro d'eccellenza per l'innovazione di Whirlpool nell'area di Varese e che si articola in Food Stream Solution (FSS), Food Preparation (FP), Advanced Electronic Application (AEA). La missione del CIT è rivolta alla ricerca di soluzioni tecnologiche innovative per soddisfare bisogni latenti e nuove richieste dei clienti

L'elettronica ha un ruolo centrale nella strategia di prodotto in Whirlpool, il rafforzamento dell'Electronic Development Center (EDC) è volto a sviluppare le capacità e skills adeguati nella progettazione HW e SW, attività in precedenza in outsourcing.

Le parti hanno altresì considerato come, attraverso gli studi sull'organizzazione di Whirlpool e la revisione dei costi del business, dovranno rafforzarsi le competenze presenti in queste aree di progettazione anche valorizzando le sinergie globali. Questa linea di azione presuppone, comunque, grande attenzione ai costi e si accompagnerà, pertanto, ad un attento monitoraggio di tutte le operazioni. Continueranno ad essere implementati programmi di efficienza per la riduzione dei costi; si cercheranno efficienze attraverso soluzioni trasversali ai prodotti, attraverso la condivisione di tecnologie comuni a prodotti diversi. I processi di sviluppo si impronteranno ai principi della Customer Quality così come declinata nei quattro principi fondamentali: durabilità, affidabilità, qualità percepita e prestazioni offerte.

1.3.5. Fabric Care – Lavaggio

Il mercato si caratterizza per la crescente pressione competitiva soprattutto a causa del rapido ingresso di concorrenti capaci di produrre con costi estremamente competitivi. Questo fenomeno determina una progressiva caduta dei prezzi nel segmento, rendendolo sempre meno accessibile ai tradizionali produttori dell'Europa occidentale. La strategia di prodotto è di conseguenza basata su una progressiva focalizzazione sulla parte medio alta dei segmenti.

Questo nuovo assetto delle produzioni fra i diversi segmenti del mercato, per avere possibilità di successo, dovrà comunque, a giudizio di Whirlpool, poggiare su un solido piano di competitività globale dello Stabilimento rivolto a tutti i prodotti della gamma e a tutte le componenti di costo. Questo farà dello stabilimento di Napoli uno dei riferimenti principali per la produzione di alta capacità e media-alta gamma.

L'implementazione del piano di innovazione in essere, comprensivo dei programmi di ricerca in esso contenuti, consentirà di arricchire il piano prodotti con soluzioni tecnologiche, volte ad ampliare e rendere più distintiva l'offerta commerciale. Ciò consentirà di rafforzare ulteriormente il marchio e creare, pertanto, nuove opportunità.

Il piano degli investimenti per il sito produttivo di Napoli prevede nel periodo 2006-2008 investimenti per un ammontare complessivo di circa 38.000.000 di euro che includono gli interventi sul prodotto e sul processo e le risorse di sviluppo.

Whirlpool considera il miglioramento della qualità un fattore strategico per la realizzazione di più elevati standard competitivi. In questa prospettiva il piano di miglioramento deve considerarsi fattore strategico e centrale nelle politiche aziendali.

Il piano di miglioramento della qualità poggia, anche in questo caso, su quattro principi fondamentali: la durata del prodotto, l'affidabilità, la qualità percepita e le prestazioni offerte. Sulla qualità offerta al cliente Whirlpool Europe intende costruire, anche per il futuro, il proprio elemento distintivo nei confronti della concorrenza.

Il piano, coerentemente con questo obiettivo, si articola lungo quattro direttrici che ruotano attorno ai quattro principi sopra indicati e presuppone un ulteriore

irrobustimento del sistema qualità, sia dal punto di vista del processo che delle soluzioni tecnologiche adottate.

Il coinvolgimento attivo del personale, in tutte le sue dimensioni, inclusa la formazione, è di capitale importanza.

La Lean Manufacturing costituisce uno degli strumenti fondamentali per il raggiungimento degli obiettivi di competitività e qualità, la sua piena implementazione dovrà far leva su tutte le componenti del costo industriale.

1.3.6. Cooking

Il mercato presenta maggiori prospettive nel settore dei prodotti da incasso. In questo segmento ci sono per Whirlpool Europe interessanti prospettive di sviluppo, nonostante la presenza di nuovi concorrenti e di politiche di prezzo molto aggressive.

Il segmento di mercato che presenta maggiori segnali di vivacità è, però, quello dei prodotti di primo prezzo dove, peraltro, insistono i concorrenti più aggressivi. La missione del cooking dovrà pertanto tenere conto di questa tendenza, concentrandosi sempre più sul mercato di media e alta gamma non rinunciando a cogliere tutte le opportunità offerte dai brand, garantendo un'adeguata competitività sulle gamme di riferimento.

Il piano strategico prevede l'inserimento di nuovi prodotti in tutti i segmenti di gamma. All'interno di questi nuovi progetti è previsto l'inserimento di una nuova piattaforma di prodotto che può considerarsi una base fondamentale per i prodotti "alto di gamma" e sulla quale Whirlpool punta per acquisire un vantaggio competitivo importante. Accanto all'introduzione di nuovi prodotti verranno adottate anche nuove strategie commerciali per entrare efficacemente in nuovi canali distributivi.

Verrà implementato il piano di innovazione in essere che continuerà ad interessare tutti i fattori della produzione, dai materiali, alle tecnologie, ai processi. Il piano da un lato sosterrà il lancio dei nuovi prodotti e dall'altro consentirà, elevandone il livello tecnologico, una maggiore immagine, rafforzando il marchio e creando, pertanto, ulteriori opportunità.

Il piano degli investimenti a supporto delle strategie deliberate presenta valori importanti sia se considerati in assoluto, sia se considerati con riferimento agli anni precedenti. Infatti, a supporto del piano sono previsti nel periodo 2006/2008 investimenti per un ammontare complessivo di circa 19.1 milioni di euro, che includono gli interventi sul prodotto e sul processo e le risorse di sviluppo.

Whirlpool considera il miglioramento della qualità un fattore strategico per la realizzazione di più elevati standard competitivi: in questa prospettiva il piano di miglioramento deve considerarsi fattore strategico e centrale nelle politiche aziendali.

Il piano di miglioramento e di mantenimento di elevati standard di qualità poggia su quattro principi fondamentali: la durata del prodotto, l'affidabilità, la qualità percepita e le prestazioni offerte. Sulla qualità offerta al cliente Whirlpool Europe intende costruire, anche per il futuro, il proprio elemento distintivo nei confronti della concorrenza. Il piano, coerentemente con questo obiettivo, si articola lungo quattro direttrici che ruotano attorno ai quattro principi sopra indicati. Presuppone la piena consapevolezza e il coinvolgimento attivo del personale nell'ambito delle esperienze già condotte con successo nel passato. Prevede altresì, un adeguato piano di investimenti sui processi il quale, peraltro, si pone come obiettivo quello di valorizzare le esperienze del passato orientandole verso le necessità derivanti dalle nuove strategie di mercato.

L'adozione di questo piano e la sua piena implementazione potrà attuarsi realizzando tutte le possibili sinergie prevedendo, con l'estensione della lean manufacturing, l'innovazione dei processi produttivi, l'ottimizzazione dei costi, il miglioramento della prestazione, la riduzione del costo per unità di prodotto e la realizzazione di un piano qualità che dovrà operare nel rispetto dei contenuti del capitolo qualità.

1.3.7. Refrigeration

Il mercato si caratterizza per la crescente pressione competitiva sulla parte da libera installazione (free standing) soprattutto a causa del rapido ingresso di concorrenti capaci di produrre con costi estremamente competitivi.

Questo fenomeno, insieme al consolidamento del settore distributivo, determina una accelerazione nella caduta dei prezzi più elevata nel segmento della libera installazione, rendendolo sempre meno accessibile ai tradizionali produttori dell'Europa occidentale. Il mercato presenta minori pressioni competitive e migliori prospettive nel settore dei prodotti da incasso dove i nuovi concorrenti si sono solo ora affacciati sul mercato. La strategia di prodotto è di conseguenza basata su una progressiva conversione sul segmento dell'incasso (built-in) ed una progressiva focalizzazione sul segmento della gamma medio-alta e alta. In questi segmenti ci sono per il settore della refrigerazione interessanti prospettive di sviluppo, nonostante la presenza di nuovi concorrenti e di politiche di prezzo molto aggressive in alcuni paesi europei. La missione dell'apparato industriale dovrà pertanto riflettere questa strategia di prodotto, concentrandosi sempre più sul segmento dell'incasso e della gamma medio-alta e alta. Questo nuovo assetto delle produzioni fra i diversi segmenti del mercato, per avere possibilità di successo, dovrà comunque poggiare su un piano di competitività globale rivolto a tutti i prodotti della gamma ed a tutte le componenti di costo. Whirlpool ritiene che la realizzazione di questo piano passa attraverso una ottimizzazione sia dei costi di conversione che dei costi del materiale così come del miglioramento del livello di servizio al mercato (ad esempio spedizioni dirette ai clienti) e deve essere accompagnato da un recupero di competitività.

Il piano strategico prevede l'inserimento di nuovi prodotti nei segmenti di gamma indicati nel paragrafo precedente. Questi andranno gradualmente per lo più a sostituire i

tradizionali prodotti di libera installazione di bassa gamma. Questi nuovi progetti comprendono anche l'inserimento di una nuova piattaforma di prodotto e di nuove politiche commerciali che valorizzano ulteriormente la presenza nei segmenti di gamma medio-alta e alta.

L'implementazione del piano di innovazione in essere consentirà di arricchire il piano prodotti con soluzioni tecnologiche, attualmente per lo più non utilizzate, volte ad ampliare e rendere più distintiva l'offerta commerciale. Ciò consentirà di rafforzare ulteriormente il marchio e creare, pertanto, nuove opportunità.

Il piano degli investimenti a supporto delle strategie si articola su due direttrici: il piano prodotti e l'industrializzazione degli stessi. I valori di investimento coinvolti a supporto del piano sono previsti nel periodo 2006/2008 per un ammontare complessivo di circa 40.3 milioni di euro che includono gli interventi sul prodotto e sul processo e le risorse di sviluppo.

Per quanto concerne la missione ed il ruolo dei singoli siti ed il dettaglio degli investimenti previsti per singola location le parti rinviando alla documentazione già illustrata a livello di singolo sito.

Whirlpool considera il miglioramento della qualità un fattore strategico per la realizzazione di più elevati standard competitivi. In questa prospettiva il piano di miglioramento deve considerarsi fattore strategico e centrale nelle politiche aziendali.

Il piano di miglioramento della qualità poggia, anche in questo caso, su quattro principi fondamentali: la durata del prodotto, l'affidabilità, la qualità percepita e le prestazioni offerte. Sulla qualità offerta al cliente Whirlpool Europe intende costruire, anche per il futuro, il proprio elemento distintivo nei confronti della concorrenza. Il piano, coerentemente con questo obiettivo, si articola lungo quattro direttrici che ruotano attorno ai quattro principi sopra indicati. Presuppone un ulteriore irrobustimento del sistema qualità, sia dal punto di vista del processo che delle soluzioni tecnologiche adottate. Il coinvolgimento attivo del personale, in tutte le sue dimensioni, inclusa la formazione, è di capitale importanza.

1.3.8.Fabbrica Macchine e Stampi

La Fabbrica Macchine e Stampi - FMS - opera per la progettazione e la realizzazione di stampi per le fabbriche della Whirlpool Europe e, più esattamente, per lo stampaggio plastica e lamiera. Inoltre garantisce, attraverso la propria struttura progettuale e produttiva, la costruzione di linee speciali, assicurando altresì, la manutenzione di stampi e macchine per la funzionalità dei siti produttivi.

Le ragioni strategiche che hanno portato alla realizzazione di questa fabbrica ed alla sua conferma nel tempo, sono da ricercare principalmente nel supporto alle progettazioni dei prodotti nei diversi segmenti di business, alle attività di concettualizzazione, di

disegno esecutivo, di miglioramento di prodotto. Il rapporto di esclusività fra lo stabilimento FMS e gli altri siti produttivi Whirlpool rappresenta un asset strategico importante per la società.

I punti di forza dello stabilimento (la conoscenza del settore, delle fabbriche, delle macchine e dei processi, la professionalità del personale) vanno ulteriormente potenziati attraverso l'affinamento del sistema di preventivazione e il miglioramento del collegamento fra ciclatura e schedulazione dei lavori.

Inoltre, si dovrà sviluppare ed introdurre in sistema integrato di assicurazione della qualità i cui effetti potranno impattare positivamente sia sui tempi che sui costi di consegna.

Il piano della competitività dello stabilimento dovrà giocare su più fattori:

- sulla progettazione (sviluppo integrato di prodotto e processo, innovazione);
- sul lavoro macchine/banchi/istallazioni;
- sulle macchine (funzionamento in automatico)

Il piano degli investimenti a supporto delle strategie deliberate presenta valori che si attestano, nel periodo 2006/2008, attorno a 590.000 Euro, cui vanno ad aggiungersi gli investimenti realizzati negli anni scorsi, in sistemi informativi per la schedulazione ed il controllo delle attività e del loro avanzamento, in macchine a controllo numero di ultima generazione e presse per la prova stampi e produzioni iniziali

1.3.9. Investimenti a supporto dei Piani Industriali

Nell'allegato 1. vengono riepilogate le previsioni di investimenti a supporto dell'attuazione dei piani industriali per lo sviluppo dei nuovi prodotti e l'industrializzazione degli stessi.

2. ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO E OCCUPAZIONE

2.1. Organizzazione del lavoro

Le parti ritengono che l'organizzazione del lavoro rappresenti uno strumento necessario per rispondere alle sfide ed ai cambiamenti imposti dalla continua evoluzione del mercato.

Le parti confermano, al fine di costruire la più ampia condivisione e partecipazione, la piena validità dei momenti di confronto esistenti in azienda e li ritengono uno strumento utile per rendere le rappresentanze sindacali partecipi dei mutamenti che man mano intervengono all'interno delle metodologie di organizzazione del lavoro. Si conferma, anche in questa sede, l'attenzione a tenere le rsu ed i lavoratori pienamente e

consapevolmente partecipi dei cambiamenti che verranno introdotti nell'organizzazione del lavoro.

Le parti confermano, altresì, che ogni intervento comportante un impatto sulle modalità di organizzazione del lavoro continuerà ad avvenire nel pieno rispetto della salute e della sicurezza dei lavoratori. A tal fine potranno essere realizzate iniziative condivise volte a rendere i lavoratori edotti in merito ai mutamenti che saranno introdotti e che comportino un impatto sulle concrete modalità di esecuzione della prestazione lavorativa, anche attraverso le opportunità formative oggi consentite dall'intervento di Fondimpresa, che a livello di singolo sito verranno identificate e definite.

Whirlpool ritiene che il ricorso alla Lean Manufacturing rappresenti una risposta efficace agli obiettivi condivisi sopra enunciati e contribuisca in maniera determinante all'acquisizione della competitività e della flessibilità necessarie per rendere i nostri prodotti Whirlpool concorrenziali sul mercato. In questa prospettiva l'approccio lean focused effort si identifica come strumento di miglioramento simultaneo degli aspetti legati alla qualità, ergonomia, produttività, attraverso interventi di tipo tecnico e produttivo, orientati in una logica di value stream (flusso di valore). Questa logica (value stream) rappresenta la risposta più efficace alla domanda di efficienza del modello organizzativo che deriva dalla necessità di disporre di un assetto industriale altamente competitivo.

Viene in questa sede confermato il ricorso alla "Lean Manufacturing", e l'implementazione della stessa in tutti i siti di Whirlpool, da realizzare attraverso il coinvolgimento delle RSU di sito e la partecipazione attiva dei lavoratori interessati.

In tali sedi previo confronto tra le parti (sito per sito) si procederà alla identificazione ed implementazione di un nuovo approccio per flusso del valore (value stream).

Sull'organizzazione del lavoro le parti considerano opportuno salvaguardare i momenti di confronto esistenti a livello locale, anche con attenzione alla condizione di lavoro e particolare riferimento alla professionalità dei lavoratori .

2.2. Contratti, flessibilità e formazione professionale

Le parti considerano le persone il più importante valore della propria organizzazione aziendale. La motivazione delle persone rappresenta uno dei principali fattori che permette all'azienda di mantenere la propria posizione di leadership sul mercato e di essere considerata un'azienda moderna e all'avanguardia.

Il sempre maggiore coinvolgimento delle persone all'interno della vita aziendale rappresenta un elemento importante per la valorizzazione delle professionalità esistenti. A tal fine Whirlpool considera prioritario continuare ad investire nella crescita professionale dei propri dipendenti, a tutti i livelli, nella consapevolezza che l'azienda può crescere e migliorare solo se crescono e migliorano gli skills professionali dei propri dipendenti.

In quest'ottica il valore delle persone rappresenta un fattore determinante per consentire a Whirlpool di competere sul mercato e di essere in grado di adattare la propria organizzazione alle continue sfide che il mercato pone ogni giorno.

Le parti, condividendo questo presupposto, si sono sempre impegnate per ricercare, nell'ambito degli strumenti contrattuali esistenti, tutte le soluzioni che apparivano di volta in volta possibili per cogliere compiutamente tutte le opportunità di sviluppo.

Le parti confermano l'impegno a ricercare elementi di flessibilità utili a rispondere alle oscillazioni del mercato, che comportino variazioni dei livelli o dei mix produttivi, per dare, in ragione delle necessità specifiche di ciascun sito, soluzioni capaci di mantenere od acquisire margini di competitività, anche con riferimento alla puntualità del servizio al cliente finale.

Nel riconoscere il rapporto di lavoro a tempo indeterminato quale forma contrattuale di riferimento per l'azienda, si riconferma, anche sulla base dell'esperienza degli ultimi anni, il ricorso ai contratti a termine ed alla somministrazione a termine, come funzionali alla gestione flessibile dell'attività produttiva per soddisfare le esigenze derivanti dalla domanda di mercato, in termini di variazioni produttive (volume e/o mix) a livello di singolo stabilimento.

Le parti confermano gli accordi sindacali in essere ai vari livelli aziendali i cui contenuti, anche con riferimento alle percentuali massime di utilizzo degli istituti a livello di singolo sito sono da intendersi confermati, salva la possibilità di incrementare dette percentuali, previo accordo a livello locale.

Le parti manifestano concordemente l'impegno a valutare la possibilità di considerare l'apprendistato professionalizzante una tipologia contrattuale per l'inserimento di giovani in azienda all'interno delle aree professionali. Il ricorso a tale strumento contrattuale -in quanto finalizzato all'acquisizione di una qualifica professionale attraverso una formazione sul lavoro e l'acquisizione di competenze di base, trasversali e tecnico professionali- può costituire un fattore strategico di concorso allo sviluppo della competitività di Whirlpool e nel contempo, grazie ai suoi contenuti formativi, un istituto capace di favorire un'occupazione stabile e di qualità.

2.3. Valorizzazione delle competenze professionali

La realizzazione degli obiettivi definiti nel presente accordo passa attraverso l'introduzione di nuovi progetti e di nuovi prodotti e ciò rende necessario fornire ai dipendenti un costante aggiornamento delle competenze professionali. Tutto ciò determina l'esigenza di sviluppare un progetto di largo respiro per lo sviluppo e l'aggiornamento delle competenze del personale operante in Whirlpool.

Il progetto sopra citato, denominato "Skills & Competencies", viene ritenuto dall'Azienda un elemento essenziale per la realizzazione della strategia industriale di Whirlpool finalizzata alla creazione di una "competitività sostenibile" all'interno di uno scenario sfidante ed in costante cambiamento. "Skills & Competencies" ha l'obiettivo di valorizzare le competenze professionali istituendo una serie di percorsi/interventi formativi mirati alle esigenze aziendali ed individuali, con particolare attenzione a quelle figure professionali ritenute fondamentali per il mantenimento delle conoscenze e capacità tecnico-gestionali che costituiscono l'asse portante nelle strategie Whirlpool.

Sulle ricadute nei singoli siti del progetto "Skills & Competencies" verranno effettuate presentazioni e verifiche con le OOSS e le RSU locali.

Condividendo quanto sopra le parti ritengono necessario supportare le attività aziendali attraverso tale progetto di valorizzazione delle competenze professionali. In questa prospettiva le parti si attiveranno, anche nei confronti delle istituzioni del territorio e degli enti preposti alla formazione finanziata e non, per individuare modalità e percorsi formativi che permetteranno la piena realizzazione delle opportune iniziative formative.

Le parti confermano la strategicità della formazione intesa come leva per il miglioramento della competitività. In questa prospettiva saranno identificati i gap conoscitivi ed individuati i percorsi formativi utili ad adeguare i livelli di competenza rispetto ai target di business. Pertanto, verranno dimensionati adeguati piani di formazione che saranno, in occasione di un apposito incontro annuale, illustrati ed esaminati in sede aziendale.

Sul tema professionalità le parti confermano i contenuti delle intese in essere e richiamano quanto previsto nel precedente paragrafo "organizzazione del lavoro".

Le parti concordano di istituire una commissione specifica di studio sulle fasce retributive delle 5^e categorie operai con il compito di analizzare i contenuti professionali in rapporto alle dinamiche organizzative e tecnologiche intervenute. La commissione terminerà la suddetta analisi entro dicembre 2008 individuando percorsi da attuare per eventuali opportuni aggiornamenti di tale istituto, tenendo conto anche delle possibili nuove evoluzioni che saranno definite dal CCNL.

3. QUALITA'

La Qualità è componente essenziale della competitività aziendale.

Le iniziative derivanti dall'accordo di Gain Sharing sono finalizzate a garantire i benefici auspicati al momento della stipula e i risultati espressi dagli indicatori di qualità dovranno essere confermati, sia alla fine del processo produttivo che presso il cliente finale.

La Qualità intesa come dimensione della competitività, è un elemento chiave per sostenere la strategia aziendale di fidelizzazione del consumatore.

Tale strategia, denominata “Customer Loyalty”, ossia “Fedeltà del Consumatore” consiste nella creazione di rapporti di lunga durata con il consumatore, l’acquisizione di clienti e la loro fidelizzazione ottenuta mediante l’offerta di un marchio e di un prodotto che siano affidabili, desiderati e preferiti con continuità nel tempo.

Certamente la fedeltà dei consumatori, che si manifesta attraverso la loro reiterata scelta dei nostri prodotti, rappresenta il primo elemento strategico per garantire nuove quote di mercato e quindi una crescita profittevole.

In questa prospettiva, la qualità è uno degli elementi fondamentali per la creazione di un vantaggio competitivo all’interno della strategia che il settore industriale ha messo a punto a sostegno della “Brand Value Creation Strategy”.

I principali fattori che concorrono alla Customer Loyalty sono: il prodotto, le relazioni con il consumatore, l’esperienza di acquisto, la comunicazione, il servizio pre e post vendita.

Per ciò che attiene il prodotto, la Customer Loyalty viene declinata nelle quattro dimensioni fondamentali della Qualità: qualità percepita, prestazioni, durabilità e affidabilità.

Pertanto vengono intraprese iniziative rivolte a soddisfare quegli aspetti che comprendono la qualità percepita (nel senso di disegno, materiale e qualità nell’assieme), la conformità delle prestazioni, l’affidabilità del prodotto presso il cliente, e la sua durabilità, cioè la capacità del prodotto di mantenere nel tempo la sua qualità percepita e le sue prestazioni.

1. La riduzione del TCQ (definito come costo di garanzia per unità venduta) e del numero di interventi sui prodotti in garanzia (primi 2 anni), avviene attraverso l’implementazione di piani d’azione derivanti dall’analisi degli indicatori di mercato, dalla tipologia di difetti riscontrati e dai feedback da parte di: Customer Service, Trade Partner, E.W.M. (Early Warning Messages), relazione tra Customer Service e Fabbrica, CSQ, e dai Laboratori (prove di vita). I piani d’azione vengono definiti, pianificati e coordinati all’interno dei QDT (Quality Delivery Team), organismi interdisciplinari costituiti da tecnici provenienti da Progettazione, Fabbrica, Acquisti, Logistica, Marketing, Customer Service.
2. La riduzione dei difetti A, B, C rilevati in fabbrica e il conseguente miglioramento dell’indice “Q” si realizza attraverso l’implementazione di azioni/piani costruiti sulla base dei dati rilevati dal CSQ (Controllo Statistico della Qualità) e dalla Produzione (FOR).

Viene di seguito riportata la definizione per classi dei difetti:

Difetti A: sono quei difetti che riducono le condizioni di funzionamento ed uso tanto da rendere il prodotto inaccettabile dal cliente (mal funzionamento, danneggiamento, ammaccature e grossi problemi estetici, discordanza delle norme di sicurezza e specifiche di commercializzazione)

Difetti B: sono quei difetti che riducono le condizioni di funzionamento ed uso tanto da rendere il prodotto inaccettabile dal cliente critico (mal funzionamento, danneggiamento, ammaccature e problemi estetici)

Difetti C: sono quei difetti di trascurabile influenza sull'uso, che tuttavia possono essere rilevati dal cliente critico (lievi difetti estetici, difettosità dell'imballaggio pulizia del prodotto, difficoltà d'uso del componente)

I parametri di valutazione della difettosità sono dinamici, aggiornati periodicamente in funzione della continua evoluzione delle esigenze di mercato e del cliente. Tali parametri sono declinati secondo le dimensioni della Customer Loyalty sopra citate: qualità percepita, prestazioni, durabilità e affidabilità. Il CSQ adotta immediatamente i nuovi criteri di valutazione per garantire la consegna di prodotti finiti conformi alle esigenze dei Clienti. Parallelamente si procede all'adeguamento ai nuovi criteri dei progetti e/o dei processi produttivi con comunicazione e training alle persone coinvolte.

I criteri di valutazione della Qualità sono comuni a tutti i prodotti della stessa famiglia, indipendentemente da marca o destinazione, e sempre allineati al cliente più esigente.

I piani di miglioramento della qualità per i prodotti consolidati in produzione saranno presentati, preliminarmente all'anno di esercizio, alle RSU ed al personale. Il lancio di nuovi prodotti sarà oggetto di piani di Qualità separati e costantemente aggiornati in funzione delle problematiche riscontrate. Si procederà, di norma trimestralmente, a verifiche periodiche circa l'andamento dei risultati e l'avanzamento dei piani. Saranno individuate le cause delle eventuali deviazioni degli indicatori, l'impatto sul mercato e le azioni correttive da intraprendere con il coinvolgimento di tutto il personale.

Anche in questo contesto la Lean Manufacturing costituisce uno strumento di risposta integrata alle problematiche di competitività. Vengono fissati gli standard operativi (Work Instruction, Cell Design, Visual Management/5S, Mistake Proof...) e i comportamenti operativi individuali dovranno essere in linea con le istruzioni ricevute e tali da garantire la standardizzazione e la conformità del processo qualitativo.

Strumentali per il successo di questo approccio sono il coinvolgimento e la partecipazione attiva, previa formazione, di tutte le componenti aziendali

4. AMBIENTE E SICUREZZA

Whirlpool crede possibile sviluppare una cultura aziendale volta a conciliare, in un ambiente di lavoro più rispondente alle necessità della persona, il rispetto dell'uomo con gli obiettivi di competitività. In questa prospettiva, la progettazione, il miglioramento delle postazioni di lavoro, nonché lo studio di piani preventivi, sono attività volte a prevenire l'insorgenza di fenomeni di potenziale rischio. In questa prospettiva, Whirlpool intende l'ergonomia come strumento diretto a promuovere la salute intesa come benessere psicofisico.

Nell'intento di ricercare condizioni per una più estesa salvaguardia della salute e della sicurezza dei dipendenti attraverso l'identificazione ed il miglioramento delle situazioni di rischio che possono presentarsi nell'attività lavorativa, Whirlpool conferma la strategia per garantire che le attività industriali siano conformi ai requisiti di legge ed agli standard della Corporation ricercando il continuo miglioramento delle prestazioni in materia di Ambiente, Salute e Sicurezza sul lavoro.

Coerentemente con questa finalità l'Azienda ha definito un approccio operativo che si articola attraverso l'identificazione delle seguenti fasi :

- Mappatura dei processi industriali
- Identificazione delle operazioni critiche
- Valutazione dei rischi nei posti di lavoro
- Identificazione delle azioni correttive sia tecniche che organizzative
- Attuazione delle attività di addestramento, formazione ed informazione.

Whirlpool ha assunto da tempo iniziative rivolte al miglioramento delle condizioni lavorative occupandosi di problematiche riguardanti la postura. In tale prospettiva Whirlpool ha identificato e dato ampia diffusione all'utilizzo della metodologia OCRA , il sistema di monitoraggio dei rischi da sovraccarico biomeccanico degli arti superiori.

Con l'ausilio della lean manufacturing intesa come risposta integrata non solo alle tematiche di miglioramento di competitività ma anche a quelle afferenti l'ergonomia, Whirlpool ha identificato e dato ampia diffusione all'utilizzo delle metodologie OCRA e NIOSH intese rispettivamente come sistemi di valutazione e monitoraggio dei rischi da sovraccarico biomeccanico agli arti superiori e da movimentazione manuale dei carichi. In questa attività Whirlpool si avvale della collaborazione dei più autorevoli esperti del settore.

Il potenziamento delle attività di formazione ed informazione sono finalizzate sia ad un aggiornamento delle competenze professionali, sia ad una maggiore sensibilizzazione sulla necessità di un rispetto delle norme, al fine di migliorare la sicurezza sul posto di lavoro.

In questo quadro si confermano l'impegno di continuare a dare piena e completa attuazione alle disposizioni delle leggi vigenti, con particolare riferimento al ruolo che il D.Lgs. 626/1994 definisce per i diversi soggetti preposti al rispetto delle normative.

La cultura della sicurezza ha sempre permesso di garantire un corretto inserimento o un riposizionamento in azienda del personale con ridotte capacità lavorative. A tal proposito, le parti si sono date atto dei risultati ottenuti attraverso i processi avviati per garantire il perseguimento di questo importante obiettivo. In particolare le parti confermano l'utilità di percorsi condivisi, realizzati con il concorso ed il supporto del medico competente, dell'industrial engineering e del RSPP.

Nelle azioni finalizzate a migliorare la sicurezza in azienda, le parti annoverano anche il monitoraggio degli eventi infortunistici, nonché delle dinamiche che li hanno determinati. A tale scopo verrà predisposta una scheda informativa relativa agli eventi infortunistici, con una analitica strutturazione delle informazioni. Whirlpool ritiene che il coinvolgimento degli RLS aziendali possa favorire, come per il passato, un miglioramento del processo di prevenzione verso un significativo obiettivo di riduzione degli eventi e dei relativi costi, anche con attenzione alle finalità del presente accordo.

Nell'ambito degli incontri già definiti a livello di singolo sito verranno puntualmente illustrati gli investimenti relativi ad ambiente e sicurezza.

Le parti convengono di avviare un confronto finalizzato alla ricerca di misure volte a realizzare un risparmio energetico nei singoli siti.

Si confermano, come definito nel capitolo "relazioni industriali", diritti e agibilità sindacali di rsu e rls, come da regolamenti aziendali e leggi vigenti.

5. RELAZIONI INDUSTRIALI

Modello di relazioni industriali

I rapporti sindacali all'interno di Whirlpool sono stati in questi anni caratterizzati da trasparenza e partecipazione, e si sono sempre svolti nel pieno rispetto delle regole stabilite nel corso degli anni.

La definizione di tali regole è avvenuta attraverso la sottoscrizione di accordi sindacali quali quelli del 21 ottobre 1992 e del 6 dicembre 1994, con i quali sono stati previsti strumenti e modalità di confronto "regolare e continuativo". Da ultimo le Parti hanno ridisegnato il quadro complessivo delle relazioni industriali con l'accordo del 10 giugno

1998 con il quale il precedente sistema di regole e strumenti è stato reso più organico e partecipato.

Le parti intendono altresì confermare la perdurante validità ed utilità del vigente modello di relazioni industriali, come da ultimo fissato nell'accordo 10 giugno 1998.

Le Parti ribadiscono, quindi, il proprio impegno a prevenire situazioni di conflittualità anche attraverso la ricerca di strumenti di partecipazione.

Le Parti confermano il ruolo e le funzioni del Coordinamento Nazionale Whirlpool, così come disciplinato e definito nell'accordo del 10 giugno 1998 e nel Memorandum sulla competitività.

Le Parti, innovando quanto precedentemente convenuto, definiscono il numero dei componenti del Coordinamento nazionale Whirlpool Europe in numero massimo complessivo di 24 componenti (composto esclusivamente da RSU, e precisamente n. 10 per Cassinetta, n. 2 per Comerio, n. 4 per Trento, n. 4 per Siena, n. 4 per Napoli). I nominativi dei componenti il coordinamento (effettivi) saranno comunicati all'azienda. L'azienda si farà carico, per un massimo di cinque riunioni l'anno, delle spese di viaggio, pasti, e di un pernottamento per ogni riunione.

Eventuali impedimenti oggettivi alla partecipazione ai lavori del Coordinamento da parte dei membri titolari, potranno dare luogo a sostituzioni previa comunicazione alla Direzione aziendale.

I componenti del coordinamento saranno dotati di idonei strumenti tecnici/informatici per agevolare, tra gli stessi, il processo di comunicazione. In questa prospettiva sarà data la possibilità di utilizzare strumenti quali internet, posta elettronica, web cam, phone conference.

Whirlpool conferma il proprio impegno a fornire informazioni riguardanti gli assetti industriali dei siti presenti in Italia. Tali informazioni verranno fornite nel corso di incontri che si terranno, di norma, alla fine di ogni anno ed avranno la finalità di illustrare le attività condotte nell'anno di esercizio nonché di fornire indicazioni previsionali relative all'esercizio successivo.

6. Premio di Risultato

A) Disposizioni generali

Si definisce l'istituzione di un premio di risultato per gli anni 2008, 2009, 2010. Tale istituto viene disciplinato, salvo quanto diversamente disposto nel presente accordo,

dall'art. 9, disciplina generale sezione terza, del vigente CCNL per l'industria metalmeccanica.

L'erogazione avverrà, in un'unica soluzione con le competenze del mese di aprile di ciascun anno, in favore dei soli lavoratori in forza al momento della liquidazione e che siano stati alle dipendenze di Whirlpool Europe nel periodo di maturazione del diritto.

Le parti confermano che il PEP continuerà a costituire il premio di risultato per gli impiegati 7Q e per tutti i dipendenti ai quali tale piano verrà applicato. Nel corso della vigenza del presente accordo, Whirlpool ipotizza di estendere il PEP anche ai dipendenti con qualifica di 7° categoria.

Nei confronti dei lavoratori che siano stati assunti a tempo indeterminato nel corso dell'anno di maturazione del premio lo stesso verrà erogato in proporzione ai mesi di lavoro prestati.

Per i lavoratori con contratto a tempo indeterminato, in caso di risoluzione del rapporto di lavoro precedentemente all'erogazione del premio, si darà corso ad un'erogazione pari a tanti dodicesimi dell'ultimo premio di risultato al parametro 100, per quanti sono i mesi di lavoro prestati nell'anno di maturazione del premio.

Ai lavoratori che prestano la propria attività sulla base di un contratto di lavoro a tempo parziale il premio sarà erogato in ragione della prestazione effettivamente svolta nell'arco dell'anno.

In ordine alle modalità di erogazione del P.d.R. ai lavoratori assunti con contratto di lavoro a tempo determinato si rimanda a quanto stabilito nel relativo paragrafo del contratto integrativo aziendale del 9 settembre 1995 e all'accordo del 29 marzo 1996. In base a tale ultimo accordo per quei lavoratori assunti con contratto a tempo determinato della durata non inferiore a 6 mesi ai quali il contratto fosse prorogato in maniera tale da aversi un rapporto continuativo uguale o superiore a 12 mesi, l'erogazione del premio maturato durante la prima parte del rapporto di lavoro avverrà con il primo saldo utile dopo la proroga del contratto.

Per i lavoratori con contratto di somministrazione di lavoro verranno comunicate alle agenzie di fornitura le modalità di corresponsione del premio che faranno riferimento all'ultimo premio di risultato effettivamente erogato *al parametro 100*, ed alle mensilità di lavoro da prestarsi in Whirlpool Europe, per la cui determinazione non si terrà conto delle prestazioni di durata inferiore a due mesi nell'anno.

Il premio di cui di seguito si intende di ammontare lordo ed omnicomprensivo e, pertanto, non avrà alcuna incidenza sugli istituti contrattuali e di legge, ivi compreso il trattamento di fine rapporto.

Il premio di risultato si caratterizza per il suo legame al conseguimento di risultati rilevanti per l'impresa e la sua competitività. La sua erogazione sarà determinata oltre che dal grado di conseguimento di obiettivi collettivi anche dall'applicazione di moltiplicatori individuali.

B) Criteri di determinazione del PdR per il personale degli stabilimenti produttivi.

Per tutti i dipendenti degli stabilimenti produttivi (fatto salvo quanto previsto al terzo comma del precedente paragrafo) il premio sarà determinato in ragione dell'andamento degli indicatori di ICW e Qualità, applicando successivamente il moltiplicatore IOP.

Per ogni anno di vigenza del presente accordo, a fronte di quanto previsto ai paragrafi B1 lettera C e B2, 5^a capoverso, il premio, anche in considerazione delle precedenti pattuizioni relative al periodo 1995-2006 e dei risultati raggiunti, assumerà come riferimento del Valore Base (V.B.), il valore di euro 1.000,00.

B1) Indice di Competitività Whirlpool (I.C.W.)

Tale indicatore misura quanto realizzato in termini di produttività e flessibilità, nel corso dell'anno di riferimento, nell'ambito delle aree di recupero dell'indice di competitività come meglio definite al capitolo "Aree di recupero ICW".

I risultati conseguiti saranno economicamente valorizzati applicando la curva di remunerazione riportata nelle seguenti rappresentazioni grafiche.

I risultati conseguiti, validi per il gain-sharing, saranno tutti trasformati in ore equivalenti ai fini della loro valorizzazione.

Ogni anno, conformemente alle indicazioni contenute nel presente accordo, si procederà alla misurazione dei risultati conseguiti nelle diverse aree di recupero attraverso la loro trasformazione in ore equivalenti.

La curva di remunerazione dei risultati di ICW conseguiti è costruita sulla base dei seguenti principi:

- 1) La curva di cui al grafico n. 1 indica i valori del premio correlati al miglioramento della produttività conseguito nel corso del 1° anno di vigenza del contratto.
- 2) La curva definita nel grafico n. 2 definisce la progressione di crescita della quota annua del premio per il periodo 2008/2010

Stante quanto precede, la determinazione della quota del premio collegata all'indice ICW, avverrà nel rispetto delle seguenti regole:

- A. La produttività realizzata nel corso dell'anno di esercizio sarà integralmente riconosciuta ai fini della determinazione dell'ICW e, conseguentemente, verrà interamente liquidata.
- B. Il principio del "carry over" (riporto all'anno successivo dei benefici) troverà applicazione solo nel caso in cui si misuri un eventuale scostamento tra valore puntuale e valore ponderato nel corso dell'anno di riferimento.
- C. A fronte del raggiungimento di un valore minimo di ICW pari ad un punto percentuale ogni anno, sarà riconosciuta la quota di premio di cui alla tabella grafico 2.

Nel caso di ultrattività, di cui alle disposizioni finali del presente accordo, le parti, per quanto concerne l'indice ICW da utilizzare per il futuro, concordano che lo stesso sarà determinato, sia per gli obiettivi che per i valori della quota del premio, con le stesse regole, criteri, valori e modalità della curva di cui al grafico n. 2.

B2) Indici di Qualità

In conformità con il grafico n. 3, i miglioramenti di Qualità saranno misurati e pagati utilizzando due diversi indici.

Il primo fa riferimento al miglioramento percentuale del cosiddetto Q Loss (Complemento a 100 dell'indice di Qualità misurato nel CSQ delle singole Fabbriche)

Il secondo fa riferimento al miglioramento del valore FPY (First Pass Yield) ovvero il rapporto fra i pezzi buoni (al netto dalle riparazioni effettuate fuori linea) che attraverseranno un flusso e la produzione teorica tabellata dello stesso.

La base di calcolo del miglioramento del Q Loss farà riferimento al valore migliore fra quello dell'anno precedente e quello assunto come base del primo anno del presente accordo. Per il primo anno di vigenza dell'accordo la base di partenza sarà il dato consuntivato per l'anno 2007 se superiore al miglior risultato consuntivato in vigenza del precedente accordo.

La base di calcolo del miglioramento per l'FPY, invece, essendo questo indice adottato per la prima volta, sarà determinata sul valore raggiunto a fine del 2007.

Le parti effettueranno, da qui a quella data, un attento monitoraggio dell'andamento e dei relativi piani di miglioramento di questo indicatore

Dalla produzione teorica verranno detratti solo i prodotti soggetti a riparazione fuori linea e non quelli che dovessero uscire da questa area a titolo diverso (es.: mancanza materiale, attese, problemi di efficienza, etc).

Ai miglioramenti dei singoli indici di qualità distinti tra loro (Q Loss o FPY) saranno collegate le erogazioni dei rispettivi premi, che si aggiungeranno a quanto previsto in relazione all'Indice di Competitività Whirlpool (ICW).

A fronte dei miglioramenti degli indici di qualità distinti "Q Loss" ed "FPY" di fabbrica del 1% ogni anno, sarà riconosciuta le erogazioni di cui al grafico n. 3 relativamente alla qualità.

Nelle modalità di definizione dei piani per il miglioramento dei suddetti indicatori, si terrà conto delle variabili correlate all'introduzione di nuovi prodotti.

La cifra di qualità "Q" è così definita:

$$100 - \frac{10[(\sum \text{Difetti A} \times 10) + (\sum \text{Difetti B} \times 5) + (\sum \text{Difetti C})]}{\text{Numero prodotti controllati CSQ}}$$

L'indice FPY (FIRST PASS YIELD) è così definito:

$$\frac{\text{Numero di pezzi buoni realizzati sulla linea}}{\text{Produzione teorica della linea}}$$

Nel caso di ultrattività, di cui alle disposizioni finali del presente accordo, le parti, per quanto concerne gli indicatori del presente punto B2 da utilizzare per il futuro, concordano che gli stessi saranno determinati, sia per gli obiettivi che per i valori della quota del premio, con le stesse regole, criteri, valori e modalità della curva di cui al grafico n. 3

B3) Il moltiplicatore IOP

Una volta determinato il valore del premio come risultante dalla sommatoria dei premi legati all'indice ICW e agli indici Q Loss e FPY, troverà applicazione il moltiplicatore legato all'IOP (Internal Operating Profit).

Tale moltiplicatore avrà un valore compreso tra 95% e 110% in funzione del risultato dell'IOP di Whirlpool Europe.

L'azienda illustrerà alle RSU i valori corrispondenti al minimo e al massimo (95% e 110%) entro gennaio di ogni anno ed il valore preso a riferimento al 100% che corrisponderà agli obiettivi di IOP del Profit Plan dell'anno stesso. Inoltre, trimestralmente, l'Azienda illustrerà alle RSU l'andamento dell'IOP.

B4) Moltiplicatori individuali

Il premio verrà calcolato in funzione dell'andamento individuale come esposto di seguito:

Personale di cui alla disciplina speciale, parte prima, del vigente ccnl per l'industria metalmeccanica.

La liquidazione del premio avverrà previa applicazione di un coefficiente di moltiplicazione determinato dalla presenza individuale sul posto di lavoro rilevata nel corso dell'anno di riferimento sulla base della formula prevista negli accordi vigenti.

Agli importi lordi determinati in virtù di quanto disposto dal presente accordo si applicheranno i seguenti moltiplicatori:

Classi	Molt. Ind.	Eventi
<i>0 -0,10</i>	<i>1,40</i>	
<i>0,11 – 1</i>	<i>1,30</i>	
<i>1,01 – 2</i>	<i>1,20</i>	
<i>2,01 –4</i>	<i>1,10</i>	
<i>4,01 - 4,50</i>	<i>1</i>	
<i>4,51 – 6</i>	<i>0,90</i>	<i>2</i>
<i>6,01 –7</i>	<i>0,80</i>	<i>4</i>
<i>7,01 –8</i>	<i>0,75</i>	<i>5</i>
<i>8,01 – 9</i>	<i>0,70</i>	<i>6</i>
<i>9,01 – 11</i>	<i>0,65</i>	<i>7</i>
<i>11,01 – 13</i>	<i>0,60</i>	<i>7</i>
<i>> 13</i>	<i>0,50</i>	

Al fine del calcolo dell'assenteismo per la liquidazione del premio di risultato, saranno considerate le seguenti voci: permessi non retribuiti, ritardi, assenze ingiustificate, sospensioni disciplinari, carenze di malattia e malattia (esclusi i periodi di ricovero ospedaliero e conseguente convalescenza anche a seguito di day hospital se in conseguenza di intervento chirurgico non estetico).

Inoltre, non potrà trovare applicazione un moltiplicatore individuale inferiore a 1 per le patologie riguardanti il morbo di cooley, neoplasie, emodialisi, epatite B e C, gravi malattie cardiovascolari o altre gravi patologie che richiedono terapie salvavita.

Determinata la fascia di assenteismo individuale si dovranno altresì, considerare, limitatamente alle fasce individuate dalla tabella sopra esposta, il numero di eventi occorsi. Al superamento del numero di eventi esposto nella tabella si applicherà il parametro moltiplicatore previsto per la fascia di assenteismo immediatamente più alta.

Personale di cui alla disciplina speciale, parte seconda e terza, del vigente ccnl per l'industria metalmeccanica.

La liquidazione del premio avverrà con l'applicazione di un moltiplicatore determinato sulla base del risultato della scheda Performance Management Process (PMP).

I moltiplicatori individuali, per impiegati ed intermedi, saranno desunti dall'attuale sistema di valutazione delle prestazioni, secondo il seguente schema:

- <i>Livello1: Risultati straordinari (extraordinary results)</i>	<i>1,40</i>
- <i>Livello2: Risultati molto consistenti (very strong results):</i>	<i>1,20;1.30</i>
- <i>Livello 3: Risultati consistenti (strong results)</i>	<i>1; 1,10;</i>
- <i>Livello 4: Risultati da migliorare(results need to be improved):</i>	<i>0,8;0.9</i>
- <i>Livello 5 : Risultati inaccettabili (unacceptable results):</i>	<i>0.50; 0,6; 0,7</i>

Nota a verbale

La scheda di valutazione PMP dovrà essere predisposta entro febbraio di ogni anno.

E' lo strumento di misurazione della "performance" individuale che prevede, fra responsabile e lavoratore, la definizione annuale di obiettivi misurabili.

L'andamento dei risultati ad essi collegati, dovrà essere verificato a metà anno ed il lavoratore potrà in quella sede fare, con il proprio responsabile precisazioni circa i risultati attesi nel periodo. I risultati conseguiti, annualmente, sui diversi obiettivi, saranno la base sulla quale provvedere alla valutazione della prestazione.

Le parti confermano l'esperienza della commissione paritetica istituita a livello di singolo sito, con competenza nel dirimere eventuali contestazioni circa il rispetto del processo PMP.

B5) Formula di Calcolo e modalità di erogazione

Considerato quanto sopra la determinazione dell'ammontare del premio seguirà in sintesi la seguente formula:

$$[(V.B.+risultato ICW + risultato Q + risultato FPY) M.C.] M.I.$$

Legenda :

V.B. – Importo economico di cui al punto B

M.C. - Moltiplicatore IOP

M.I. - Moltiplicatore Individuale

Per il premio di risultato, si definirà, in sede locale e previa condivisione tra le parti sito per sito, un nuovo approccio ed una conseguente nuova modalità di erogazione del PdR per flusso del valore.

B6) Aree di recupero dell'indice ICW e Qualità

Secondo la prassi in atto e le disposizioni vigenti, entro il mese di dicembre di ogni anno, verranno presentati alle RSU di stabilimento i piani di recupero dell'indice ICW da raggiungere per l'anno successivo ed i relativi strumenti, identificati fra quelli a disposizione, in modo da condividere e concordare tale piano di miglioramento. Allo stesso modo e con gli stessi tempi saranno predisposti piani di azione per il miglioramento della qualità.

L'avanzamento dei piani verrà monitorato, per singolo sito, attraverso appositi incontri di verifica trimestrali.

Ai fini del computo del recupero dell'indice ICW non si terrà conto dei benefici derivanti da investimenti per nuovi prodotti, nuovi processi e da investimenti significativi finalizzati al miglioramento di singole fasi di processo.

Si stabilisce che nel computare i risultati di miglioramento dell'indice ICW, si farà esclusivo riferimento ai nuovi piani ed alle future intese espressamente concordate per il perseguimento degli obiettivi del presente accordo.

Nel rispetto del principio “un'azione, un beneficio”, le parti hanno concordato di considerare utili per il perseguimento degli obiettivi concordati dell'indice ICW, anche istituti e strumenti derivanti da contratti e/o accordi collettivi vigenti, nella sola ipotesi in cui non siano già applicati nell'unità produttiva di riferimento.

In ogni caso, le parti determineranno i reali benefici per l'indice ICW, calcolati ed espressi sempre in ore equivalenti, al netto dei costi già sostenuti.

7. Produttività, Flessibilità, Lean Manufacturing

Al fine di consentire un'esatta definizione degli incrementi di produttività che saranno considerati e misurati vengono elencate, a mero titolo esemplificativo, le voci utili per la determinazione degli stessi.

7.1. Produttività:

Rientrano fra i risultati relativi alla produttività i miglioramenti su:

- tempi di lavoro
- efficienza dell'attività manutentiva
- riduzione dei tempi di avviamento
- efficienza dell'attività di rifornimento alle linee di montaggio e la riduzione delle altre inefficienze
- riduzione degli scarti definitivi di produzione ed i costi di rilavorazione incompleti e danneggiati, considerando il solo valore aggiunto.

In particolare fra le opportunità di recupero della produttività rientrano:

- Riparazioni
- cambi di produzione
- Scarti
- Insaturazioni
- pulizia del prodotto e del posto di lavoro
- guasti e fermate ad impianti e macchinari
- movimentazione materiali
- eccetera.

Altre aree di opportunità riguardanti il lavoro non misurato analiticamente a tempo sono relative all'attività di:

- Recupero in saturazioni (ribilanciamenti linee e impianti)
- Miglioramenti metodi / Microlayout
- Cadenze e miglioramento performance
- Gestione materiali
- Razionalizzazione di attività indirette correlate strettamente all'attività produttiva
- Controlli, ispezioni, verifiche dati e conformità di qualità evitabili/eliminabili.
- Riduzione spese

7.2. Lean Manufacturing:

- Lean focus effort
- Cell design (recupero produttività attraverso disegno del posto di lavoro, ri-layout)
- Kanban / pull system
- 5 s / visual management
- Tpm / oee (miglioramento efficienza attrezzature)
- Smed - quick changeover (miglioramento tempi di set-up)

7.3. Flessibilità

La flessibilità è intesa come la possibilità di spostare il tempo lavorato da un periodo ad un altro, incrementando o diminuendo la capacità produttiva in maniera idonea a soddisfare meglio le esigenze del cliente finale.

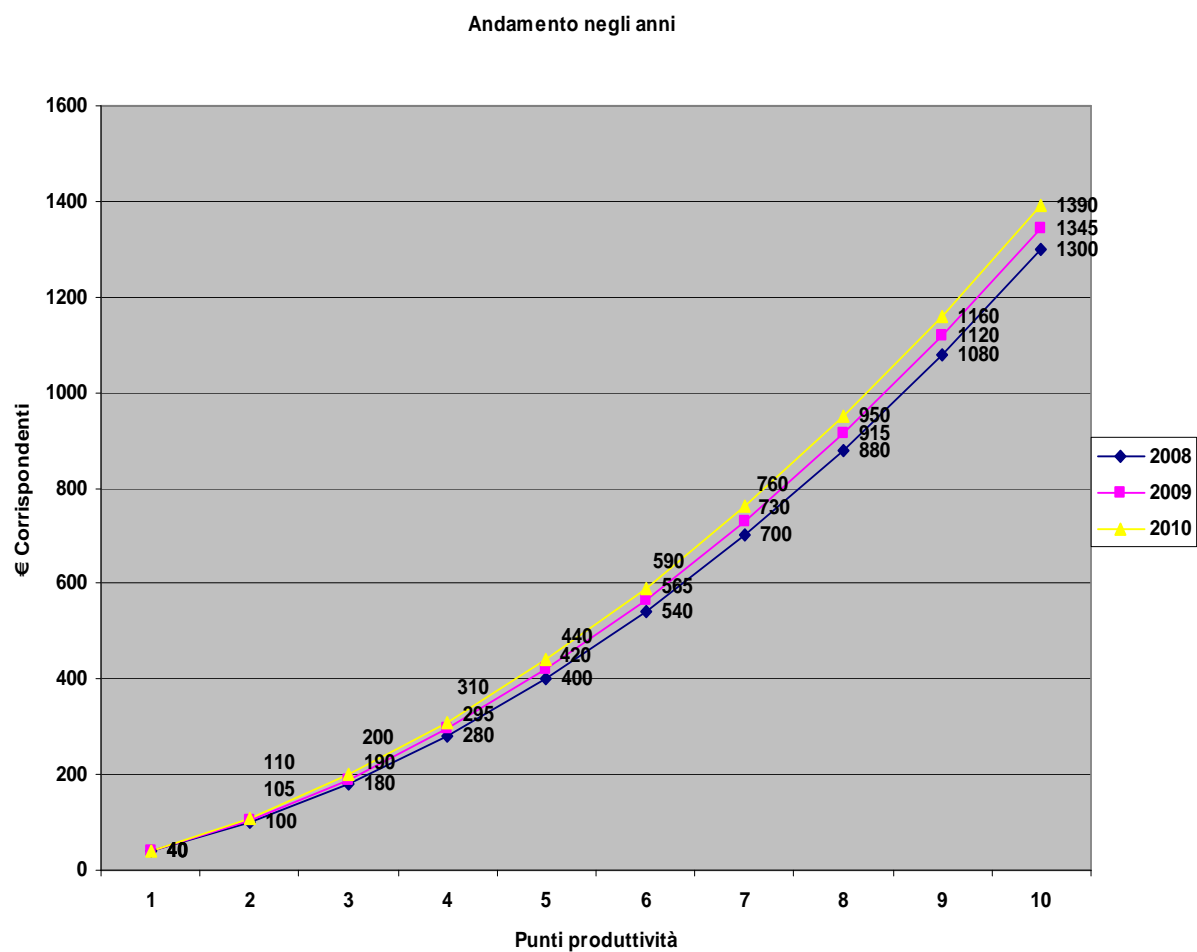
Tale flessibilità non riguarda solo lo spostamento di capacità dalla bassa alla alta stagione di prodotto, ma anche la capacità di seguire le variazioni di brevissimo periodo in maniera positiva o negativa.

Misura del grado di flessibilità di un sito produttivo è l'entità dello stock di prodotto finito, misurato in DOS (Day of Sales) ovvero in giorni di vendita equivalenti nonché la capacità di seguire il profilo dei piani di vendita ovvero la capacità di mantenere gli impegni di produzione in termini di volume, mix e conformità qualitativa.

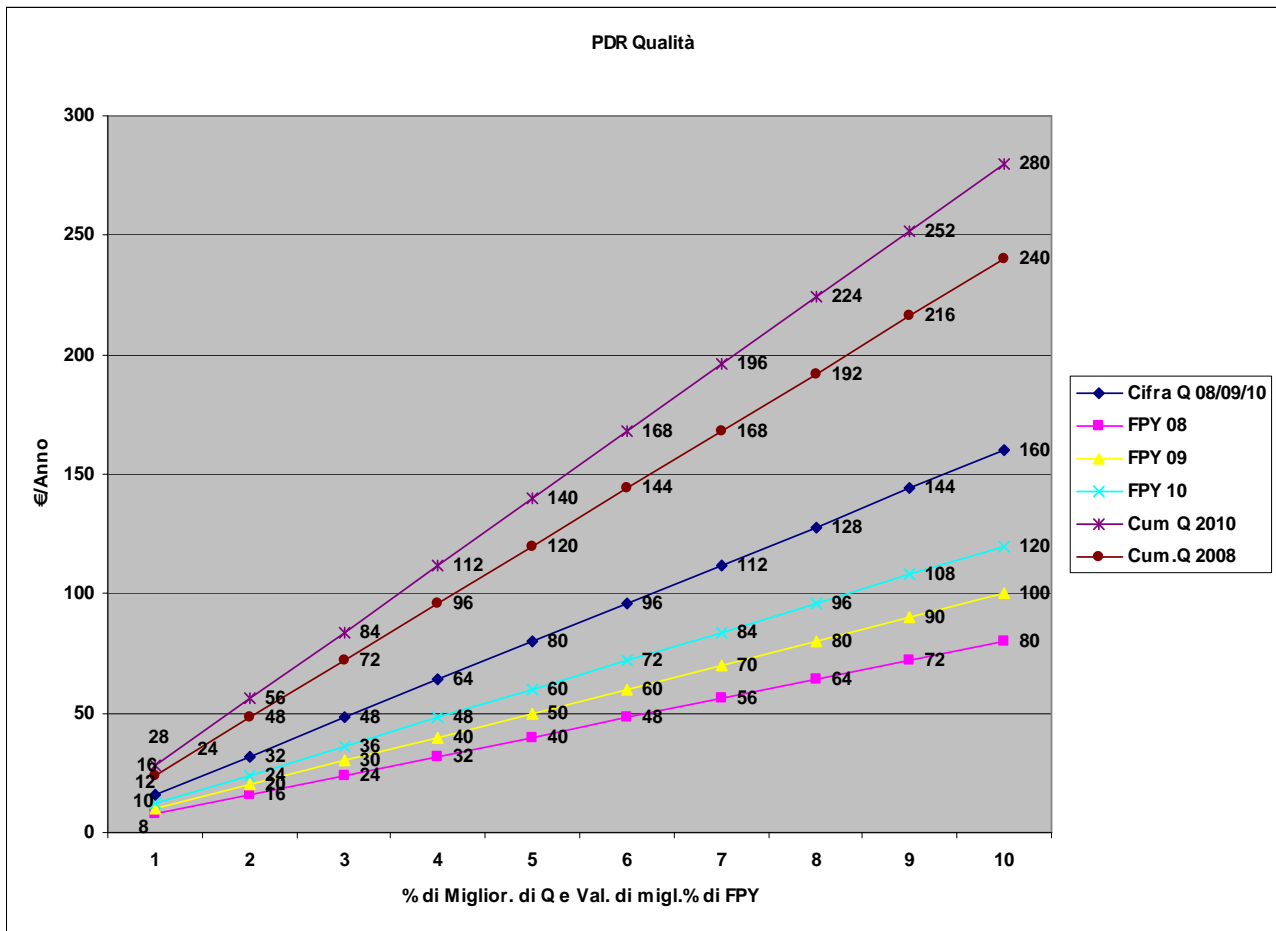
Tutti i benefici determinati dalla utilizzazione concordata di nuovi strumenti di flessibilità nei diversi siti produttivi saranno computabili al fine del raggiungimento degli obiettivi ICW. La determinazione del valore di tale flessibilità avverrà convertendo in ore equivalenti i benefici finanziari derivanti dalla riduzione dello stock di materie prime o prodotto finito.

GRAFICO N° 1

***CURVA DI CORRELAZIONE ECONOMICA E PROGRESSIONE PREMIO
PRODUTTIVITA' - 2008/2010***



CURVE DI CORRELAZIONE ECONOMICA' E PROGRESSIONE PREMIO QUALITA'



8. Enti Centrali

Per gli enti centrali per l'erogazione del premio si farà riferimento, oltre al Valore Base di cui al paragrafo B, ai valori rappresentati nelle curve di produttività e qualità di cui ai grafici n. 1 e 2 ai livelli, rispettivamente, del 7% e del 10%.

A livello di singola funzione saranno individuati indicatori specifici di settore, di ente o di singola funzione. Dove ciò non fosse possibile si farà riferimento all'indice IOP (Internal Operating Profit) così come illustrato al capitolo successivo.

Tali indicatori, che manterranno l'attuale banda di oscillazione da 50 a 135, potranno essere locali, europei o globali.

Per quanto riguarda l'IOP, il valore di riferimento in corrispondenza del valore dell'indice pari a 100, corrisponderà all'obiettivo di Profit Plan per Whirlpool Europe per l'anno preso in considerazione.

Entro gennaio di ogni anno, l'azienda illustrerà alle RSU gli obiettivi di Profit Plan. L'andamento dell'indice tra i valori 50 e 135 sarà lineare rispetto agli obiettivi del piano stesso.

La liquidazione del premio avverrà con l'applicazione dei moltiplicatori individuali (PMP e Assenteismo) determinato, così come illustrato per il personale degli stabilimenti produttivi.

8.1 Internal Operating Profit (IOP)

Le tabelle sotto riportate illustrano le modalità di elaborazione dell'indicatore dell'Internal Operating Profit:

WER IOP
Vendite Nette - Valore Beni Venduti
= Margine Lordo
- Costi di Garanzia = Risultato Operativo - PPC - Costi Logistici +/-Risultati Vari
= Profitto Lordo
- Spese Generali e Amm.
= IOP

9. Disposizioni Finali

Per quanto non esplicitamente disposto nel presente accordo si rimanda alle disposizioni del CCNL vigente e per quanto di pertinenza, alle disposizioni di cui ai contratti integrativi aziendali del 9/9/1995 e 27/9/2000

La stampa dell'accordo aziendale sarà a carico della Whirlpool e copie dello stesso verranno distribuite a tutti i dipendenti entro il 31 dicembre p.v. .

Il presente accordo esaurisce qualsiasi rivendicazione di tipo retributivo a qualsiasi livello fino al 31 dicembre 2010.

Alla scadenza del presente accordo ed in assenza di una nuova intesa fra le parti il presente accordo integrativo aziendale continuerà a trovare applicazione di anno in anno, salva restando la facoltà delle parti di disdettare lo stesso entro sei mesi dalla relativa scadenza. In questo caso, qualora le parti non dovessero raggiungere un nuovo accordo in tempo utile, l'ultrattività dispiegherà i suoi effetti per un ulteriore anno.

10. Disposizioni transitorie

Per quanto attiene il premio di risultato dell'anno 2007, troverà applicazione il meccanismo previsto dall'accordo 27 settembre 2000, sia per quanto attiene gli indici di produttività e qualità che per le modalità di pagamento. Il premio sarà liquidato alla scadenza prevista nel citato accordo e terrà conto dei punti di produttività e qualità che verranno integralmente liquidati. In considerazione di ciò e in ragione del nuovo meccanismo di determinazione del premio, le parti hanno proceduto alla valorizzazione degli effetti del precedente meccanismo.

In conseguenza di ciò, le parti convengono che, fatte salve le aree comprese nel programma PEP, con le competenze del mese di Settembre 2007 venga corrisposto un importo lordo pari a Euro 200,00. Tale somma, di ammontare lordo ed onnicomprensivo, costituisce a tutti gli effetti anticipazione del PdR di competenza dell'anno 2007 e sarà corrisposto, fatto salvo quanto sopra previsto, ai lavoratori in forza alla data di erogazione. Per il personale con contratto a tempo determinato sarà erogato in proporzione ai mesi di lavoro prestato nell'anno solare. Per quanto concerne i lavoratori con qualifica di quadro, si procederà ad analogo adeguamento dei valori previsti dal programma PEP per l'anno 2007 la cui erogazione avverrà alle scadenze previste.

11. Note a Verbale

I servizi generali di Cassinetta continueranno a percepire il premio di risultato sulla base della media dei risultati del medesimo sito produttivo.

Singoli settori industriali non di fabbrica allocati a Cassinetta continueranno ad utilizzare parametri di riferimento ad hoc legati alla specifica natura della loro attività.

12. Servizio Ristorazione Aziendale

Le parti convengono che eventuali aggiornamenti del contributo pasto dipendente in relazione all'incremento dei costi, vadano effettuate a livello di singolo sito. Sono espressamente fatte salve le realtà dove tali aggiornamenti sono stati in precedenza effettuati.

13. Fondo Sanitario

Le parti, in materia di fondo sanitario integrativo aziendale, ritengono opportuno dar vita ad una commissione di studio, avente la finalità di approfondire tale tematica, in un'ottica di sostenibilità economica. La commissione riferirà alle parti entro il giugno 2009.

14. Centro Vendite Dipendenti (C.V.A.P.)

In occasione della sottoscrizione del presente accordo, le parti hanno altresì definito le nuove condizioni che regolamentano l'accesso dei dipendenti al C.V.a.P

15. Indennità di trasferta

In occasione della sottoscrizione del presente accordo, le parti hanno altresì definito le nuove condizioni che regolamentano le trasferte.

16. Quota Contratto

Le organizzazioni sindacali FIM-FIOM-UILM chiedono al personale dipendente non aderente alle predette OSL una quota associativa straordinaria pari a Euro 25.00.

Pertanto la Whirlpool inserirà nel cedolino di Ottobre 2007 un apposito modulo, predisposto dalle OSL, in modo da consentire ai lavoratori di esprimere la propria volontà di adesione esplicita alla trattenuta di tale quota dalle competenze del mese successivo.

ALLEGATO 1: INVESTIMENTI

Vengono di seguito riepilogate le previsioni di investimenti a supporto dell'attuazione dei piani industriali per lo sviluppo dei nuovi prodotti e l'industrializzazione degli stessi.

	2006	2007	2008
COOKING CS.	5600	6500	7000
COOLING CS	7400	7000	6500
FMS CS.	240	150	200
SPC CS.	200	200	200
COOLING TR.	3545	4015	3500
COOLING SI	3767	2300	2350
FABRIC CARE	7566	16850	13600
LOGISTICA	600	300	300
TOTALE GENERALE	28918	37315	33650

I valori sono espressi in migliaia di euro.

VERBALE DI ACCORDO

Addì, 5 luglio 2007 presso l'Unione degli Industriali della Provincia di Varese fra Whirlpool Europe Srl assistita dall'Unione degli Industriali della Provincia di Varese e il Coordinamento Nazionale R.S.U. di Whirlpool Europe Srl assistito dalle Segreterie Provinciali di FIM – FIOM – UILM di Varese, Trento, Siena e Napoli si sono convenute le condizioni che regolamenteranno, dal 1 gennaio 2008, la possibilità per i dipendenti di acquistare, prodotti Whirlpool presso i C.V.A.P. presenti nei siti industriali di Trento, Siena, Napoli, Cassinetta.

1. Personale con Contratto a Tempo Indeterminato

1.1. “Sconto Speciale Dipendente”

Prodotti di prima scelta: Ogni lavoratore avrà la possibilità di usufruire di uno “Sconto Speciale Dipendente” pari al 20 % sul prezzo dei prodotti disponibili presso i Centri Vendita al Personale.

Tale sconto potrà essere utilizzato per un (1) prodotto all'anno per ognuna delle categorie qui di seguito elencate:

- 1.Lavatrici
- 2.Asciugatrici
- 3.Frigoriferi
- 4.Congelatori
- 5.Forni a microonde
- 6.Forni da incasso
- 7.Piani cottura
- 8.Lavastoviglie
- 9.Piccoli Elettrodomestici Kitchen-Aid

Pertanto, ogni dipendente potrà acquistare fino a 9 prodotti in un anno solare (cioè dal 1° gennaio al 31 dicembre) scontati del 20% rispetto ai prezzi normalmente praticati presso i CVAP.

Il numero di prodotti annualmente acquistabili con “Sconto Speciale Dipendente” non è cumulabile, il diritto all'acquisto decade al 31 dicembre di ogni anno se non utilizzato.

Prodotti di seconda scelta: ogni lavoratore avrà la possibilità di utilizzare lo “Sconto Speciale Dipendente” del 20% su un (1) prodotto di seconda scelta all'anno tra le categorie sopra elencate.

Tale acquisto determinerà l'impossibilità di acquisto, nello stesso anno solare, del corrispondente prodotto di prima scelta con il beneficio dello sconto

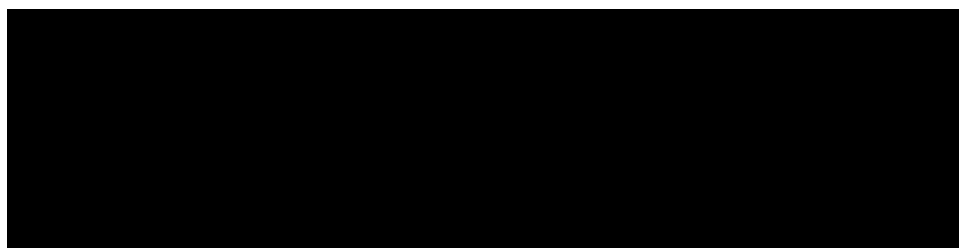
(Sarà possibile acquistare più prodotti di seconda scelta – uno per categoria, fino a un massimo di 9 - nello stesso anno, proiettando il limite su un arco di **cinque** anni (es. se nello stesso anno sarà richiesto lo sconto su 9 prodotti di seconda scelta per i successivi 4 anni non sarà più possibile richiedere tale beneficio).

Per usufruire dello “Sconto Speciale Dipendente”

- si richiederà lo sconto espressamente prima dell’emissione della bolla
- si esibirà il tesserino di riconoscimento (badge) all’atto dell’acquisto, unitamente ad un documento d’identità (si ricorda che il badge è un documento personale e non cedibile).

1.2. Pagamenti rateali:

Sarà offerta ai dipendenti con contratto a tempo indeterminato la possibilità, per ogni acquisto effettuato presso i CVAP, di pagamento rateale tramite trattenuta in busta paga, con le seguenti regole:



Ogni rata dovrà avere un valore minimo di **20 Euro**; non sarà consentito il pagamento rateale di importi inferiori a 60 Euro.

Limiti massimi di esposizione per pagamento rateale

- Dipendenti con anzianità fino a un anno	Euro 520
- Dipendenti con anzianità da uno a due anni	Euro 1550
- Dipendenti con anzianità da due a tre anni	Euro 2100
- Dipendenti con anzianità oltre a tre anni	Euro 3100

2. Personale con contratto a Tempo Determinato

2.1. “Sconto Speciale Dipendente”

Tali lavoratori potranno acquistare, per ogni singolo contratto, un solo prodotto di prima o seconda scelta con Sconto Speciale del 20%.

Anche in questo caso, per poter usufruire di questa speciale condizione, si farà esplicita richiesta prima dell’emissione della bolla e si esibirà il tesserino di riconoscimento (personale e non cedibile) unitamente a un documento di identità.

2.2. Pagamenti rateali

Sarà consentito per i dipendenti con contratto a termine l'acquisto di prodotti presso i CVAP con pagamento tramite trattenuta sulla busta paga; tale acquisto non potrà eccedere, fermi restando i massimali di esposizione di cui sopra, il 90 % del TFR maturato sino alla fine del mese precedente l'acquisto.

Sarà possibile inoltre la rateizzazione fino a tre mesi.

3. Condizioni Generali

L'Azienda si riserva comunque di promuovere campagne promozionali di vendita a condizioni di miglior favore .

Letto, confermato e sottoscritto

WHIRLPOOL EUROPE SRL

FIM-CISL

FIOM-CGIL

UILM-UIL

COORDINAMENTO NAZIONALE R.S.U.

VERBALE DI ACCORDO

Addì, 5 luglio 2007 presso l'Unione degli Industriali della Provincia di Varese fra Whirlpool Europe Srl assistita dall'Unione degli Industriali della Provincia di Varese e il Coordinamento Nazionale R.S.U. di Whirlpool Europe Srl assistito dalle Segreterie Provinciali di FIM – FIOM – UILM di Varese, Trento, Siena e Napoli si sono convenute le condizioni che regolamenteranno, dal 1 agosto 2008, le trasferte.

Viene confermata un'indennità di trasferta da corrispondersi ai dipendenti che per ragioni di servizio fossero impossibilitati a rientrare per la notte al proprio domicilio. Premesso che, per le trasferte in menzione la procedura ordinaria in essere, coerentemente con il disposto contrattuale, prevede il rimborso a piè di lista, l'indennità di trasferta viene riconosciuta ai dipendenti anche per la copertura di eventuali spese non documentabili.

L'importo di tale indennità, oggi fissata in € 5,16 verrà riconosciuta a decorrere dal 1.08.2007 verrà aumentato a € 10,00.

Si riportano di seguito le regole che disciplinano la trasferta:

- Il personale è considerato in trasferta quando, autorizzato, opera fuori dalla sede di lavoro.
- La trasferta deve essere preventivamente autorizzata dal superiore gerarchico.
- L'azienda rimborsa entro i massimali le spese per pasti, pernottamento, prima colazione e mezzi di trasporto pubblico. Le eventuali eccedenze rispetto ai massimali sono a carico del dipendente.
- Le spese sostenute vanno dimostrate con documenti in originale e con validità fiscale.
- Il personale è tenuto ad appoggiarsi ai ristoranti ed agli alberghi convenzionati e, nell'ambito dell'azienda, presso le mense interne.
- L'azienda rimborsa il pasto quando il personale non può rientrare dalla trasferta entro le ore 13 e/o 20.30 oppure in caso di partenza prima delle 12.30 e/o 20.30.
- Viene erogata una indennità giornaliera lorda (diaria) per quei dipendenti che per ragioni di servizio fossero impossibilitati a rientrare per la notte al proprio domicilio.
La diaria non sarà dovuta per corsi effettuati a meno di 150 km dal luogo di lavoro.
- Il periodo massimo di trasferta ordinaria continuativa è stabilito in giorni 14. Per durate superiori ai 14 giorni dovrà essere consultato il servizio HR. Al personale di tale servizio si farà riferimento anche per periodi a carattere ripetitivo in una medesima località quando in un mese superano i 14 giorni lavorativi.

Ad integrazione di quanto precedentemente definito vengono di seguito precisati i seguenti punti:

1. Rate limits: le tabelle relative al rimborso chilometrico nel caso di utilizzo di auto propria, soluzione non contemplata per percorsi superiori ai 200 km, sono state già aggiornate per il 2006. Nei prossimi mesi verranno aggiornate per il 2007.

2. E' stata rivista la lista delle Carte di Credito l'azienda ha definito nuovi contratti con le maggiori Società.

Letto, confermato e sottoscritto

WHIRLPOOL EUROPE SRL

FIM-CISL

FIOM-CGIL

UILM-UIL

COORDINAMENTO NAZIONALE R.S.U.