

Spett.li componenti
Organismo di Consultazione PdR

VERBALE DI AVVENUTA CONSEGNA

Roma, 2 agosto 2019

Oggetto: Incontro dell'Organismo di Consultazione sul PdR ai sensi del punto 5 del Verbale di Accordo del 13 giugno 2017

Nel corso dell'incontro dell'Organismo di Consultazione sul PdR di TIM S.p.A., tenutosi in data odierna, l'Azienda ha illustrato i target 2019 - certificati dalla Funzione Amministrazione Finanza e Controllo - relativi agli indicatori EBITDA, Services Revenues, Customer Satisfaction Index a valere per le società del Gruppo TIM in base a quanto previsto dall'Accordo del 13 giugno 2017.

Sempre con riferimento al 2019, sono stati inoltre forniti per TIM e per TI Sparkle, Olivetti, TI Trust Technologies, HR Services, Inwit, Flash Fiber, TN Fiber e Telecontact Center gli obiettivi di funzione, la loro misura percentuale e il valore dei relativi intervalli di apprezzamento, in base a quanto certificato dalla Funzione Amministrazione Finanza e Controllo.

In relazione a quanto sopra, con la sottoscrizione del presente verbale si attesta l'avvenuta consegna e conseguente ricezione, da parte dei componenti di parte sindacale dell'Organismo di Consultazione, della documentazione contenente le informazioni sopra descritte e riportate in allegato.

Resta inteso che le informazioni illustrate e consegnate sono da considerarsi riservate e quindi soggette al rispetto dei principi sanciti dall'articolo 2105 del Codice Civile.

SLC/CGL

FISFEL CISL

UILCOM UIL

UGL Telecomunicazioni

ALLEGATO

PREMIO DI RISULTATO TIM 2019 - OBIETTIVI FUNZIONALI

		OBIETTIVO	PESO
		OBIETTIVI AZIENDALI	70%
TIM GROUP Service Revenues (€Mln)	20%		
CUSTOMER SATISFACTION INDEX:	10%		
1. Consumer 61%			
2. Small Enterprise 16%			
		3. Vertical, Large & Medium Enterprise 23%	

Chief Technology & Innovation Officer

		OBIETTIVO	PESO
		OBIETTIVI FUNZIONALI	30%
Piano Migrazione DB utenti HLR sui nuovi nodi con tecnologia Digitale DLA. Report Decommissioning Laurenti. Unità di misura= Numero HLR migrati.	15%		

Chief Wholesale Infrastructures Network & System Officer

		OBIETTIVO	PESO
		OBIETTIVI FUNZIONALI	30%
Equivalence rispetto SLA Nel calcolo degli indicatori non sono considerati OL e i TT disaggregati con prestazione aggiuntiva per i quali TIM non è responsabile degli SLA.	15%		

Chief Revenue Officer

		OBIETTIVO	PESO
		OBIETTIVI FUNZIONALI	30%
B: Commercializzato differenziale esclusi prodotti Fonte: SDW unità di misura €Mln	15%		
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	C: Line losses Consumer Fisso IIH 2019 unità di misura k linee	15%
		C: Net Adds Broadband 2019 unità di misura k linee	15%

FUNZIONI DI STAFF

		OBIETTIVO	PESO
		OBIETTIVI FUNZIONALI	30%

PREMIO DI RISULTATO AZIENDE DEL GRUPPO 2019 - OBIETTIVI FUNZIONALI

TI SPARKLE

		OBIETTIVO	PESO
OBIETTIVI AZIENDALI	70%	TIM GROUP EBITDA Gate (€Mln)	40%
		TIM GROUP Service Revenues (€Mln)	20%
		CUSTOMER SATISFACTION INDEX:	10%
		1. Consumer 61%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	2. Small Enterprise 16%	
		3. Vertical, Large & Medium Enterprise 23%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	TIS: Firma di MOU/Presale Contracts con Telcos/Partners/OTTs entro il 2019 su tutto il Cable System previsto (numero)	15%
		TIS: TI Sparkle - Operating free Cash Flow (€Mln)	15%

OLIVETTI

		OBIETTIVO	PESO
OBIETTIVI AZIENDALI	70%	TIM GROUP EBITDA Gate (€Mln)	40%
		TIM GROUP Service Revenues (€Mln)	20%
		CUSTOMER SATISFACTION INDEX:	10%
		1. Consumer 61%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	2. Small Enterprise 16%	
		3. Vertical, Large & Medium Enterprise 23%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	O: Utile Netto Olivetti spa (€Mln)	15%
		O: Valore Stock di Magazzino netto Fondo (€Mln)	15%

TI TRUST

		OBIETTIVO	PESO
OBIETTIVI AZIENDALI	70%	TIM GROUP EBITDA Gate (€Mln)	40%
		TIM GROUP Service Revenues (€Mln)	20%
		CUSTOMER SATISFACTION INDEX:	10%
		1. Consumer 61%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	2. Small Enterprise 16%	
		3. Vertical, Large & Medium Enterprise 23%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	TI TRUST: Ebitda TI Trust (k€)	15%
		TI TRUST: Ricavi TI Trust vs Terzi (k€)	15%

FLASH FIBER

		OBIETTIVO	PESO
OBIETTIVI AZIENDALI	70%	TIM GROUP EBITDA Gate (€Mln)	40%
		TIM GROUP Service Revenues (€Mln)	20%
		CUSTOMER SATISFACTION INDEX:	10%
		1. Consumer 61%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	2. Small Enterprise 16%	
		3. Vertical, Large & Medium Enterprise 23%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	CW: RICAVI WINS (€Mln)	30%

TCC

		OBIETTIVO	PESO
OBIETTIVI AZIENDALI	70%	TIM GROUP EBITDA Gate (€Mln)	40%
		TIM GROUP Service Revenues (€Mln)	20%
		CUSTOMER SATISFACTION INDEX:	10%
		1. Consumer 61%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	2. Small Enterprise 16%	
		3. Vertical, Large & Medium Enterprise 23%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	TCC: Ebitda TCC (€Mln)	15%
		TCC: Revenues TCC (€Mln)	15%

HRS

		OBIETTIVO	PESO
OBIETTIVI AZIENDALI	70%	TIM GROUP EBITDA Gate (€Mln)	40%
		TIM GROUP Service Revenues (€Mln)	20%
		CUSTOMER SATISFACTION INDEX:	10%
		1. Consumer 61%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	2. Small Enterprise 16%	
		3. Vertical, Large & Medium Enterprise 23%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	HRS: Tempo lavorazione pratiche Assit (intervallo tra data di acquisizione e data di evasione pratica) Unità di misura giorni Media mesi su rilevazione a partire da 1/5/2019; fonte: SAP Business object info view)	15%
		HRS: SLA servizio Assit (1) Qualità di lavorazione delle pratiche, (% pratiche errate con impatto economico >25€ su campione di 1800 pratiche annue in pagamento). Rilevazione annuale dal 1/1/2019 su media dei 6 bimestri; Fonte: report HRS) TARGET: <=4,5% 2) Tasso risposta al Numero Verde, (Rilevazione annuale su base mensile progressiva; Fonte: applicativo PACO), TARGET: 85% soci gestiti entro 2gg lav. con >=70% su chiamate inbound 3) Qualità del servizio di risposta al Numero Verde, (media 3 item del sondaggio a caldo dopo ogni chiamata. Rilevazione annuale su base mensile progressiva; Fonte: applicativo PACO) TARGET: 4,4)	15%

INWIT

		OBIETTIVO	PESO
OBIETTIVI AZIENDALI	70%	TIM GROUP EBITDA Gate (€Mln)	40%
		TIM GROUP Service Revenues (€Mln)	20%
		CUSTOMER SATISFACTION INDEX:	10%
		1. Consumer 61%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	2. Small Enterprise 16%	
		3. Vertical, Large & Medium Enterprise 23%	
OBIETTIVI FUNZIONALI	30%	Ebitda Inwit (€Mln)	30%