VERBALE DI ACCORDO

L'anno 2006, il giorno 26 del mese di luglio, in Roma presso la sede dell'Unione di Roma Confcommercio si sono incontrati:

- Renault Italia S.p.A. e la REAGROUP Italia S.p.A., rappresentate rispettivamente dal Sig. L. Baroni e dalla Sig.ra S. D'Urbano, assistite da Arnaldo Fiorenzoni e Mario Gentiluomo dell'Unione di Roma Confcommercio;

e

- la Filcams – CGIL Nazionale rappresentata dal Sig. Nozzi e dalle strutture territoriali
- la Fisascat – CISL Nazionale rappresentata dal Sig. Campetto e dalle strutture territoriali
- la Uiltucs – UIL Nazionale rappresentata dal Sig. Marroni e dalle strutture territoriali

unitamente al coordinamento nazionale dei delegati si sono incontrati presso la sede della Confcommercio Roma per riprendere il confronto sulla piattaforma rivendicativa del Contratto Integrativo Aziendale scaduto il 31.12.2004.

Renault Italia S.p.A. ha iniziato facendo una panoramica sull'andamento generale del mercato automobilistico, sulle priorità e le strategie del Gruppo per il prossimo triennio nell'ambito del "PianoContrat 2009".

ANDAMENTO COMMERCIALE

L'azienda ha illustrato l'andamento commerciale del mercato automobilistico tutte marche che, nel 2005, ha chiuso con leggero decremento del -1,35% pari a 2.234.174. Mentre per quanto riguarda Renault ha chiuso con una quota di mercato del 5,4% (rispetto al 6,6% del 2004). Al contrario nel primo semestre 2006, il mercato tutte marche registra un notevole incremento (+7,9%). La quota di mercato di Renault si assesta sul 5,7% anche per la volontà aziendale di non seguire la logica dei volumi ma di puntare solo sulle vendite redditizie. Le previsioni del secondo semestre restano quelle di un mercato difficile, in cui Renault deve fronteggiare una grossa competitività nel segmento delle piccole vetture, dove la concorrenza ha lanciato sul mercato interessanti novità con una fortissima promozione sui prezzi. Il punto di maggior soddisfazione è rappresentato dall'andamento estremamente positivo degli indicatori di qualità cliente che vede risalire Renault fino al 3° posto in Italia.

PIANO DI ECONOMIA e PROGETTI IN CORSO

A ragione del contesto commerciale di cui sopra, destinato a protrarsi per tutto il 2007, Renault Italia ha avviato già da inizio anno un piano strutturato di riduzione costi (Piano di Economia) a 360°:riduzione dei mezzi commerciali fissi (pubblicità – relazioni esterne) e delle Spese di funzionamento (blocco delle assunzioni e del Turn Over – revisione dei benefits aziendali).
Nell'ambito di questo piano sono stati anche avviati progetti di natura organizzativa tesi a ridurre nel tempo i costi di struttura: riorganizzazione delle Direzioni d'Area (progetto "Ad Malora"), effettivo dal 1° gennaio 2007; off-shoring del call-center esterno di relazione clientela e di una parte delle attività di contabilità.

Parallelamente, nel corso del 2006 ha acquisito effettività il progetto Apolo, con l'apertura del 1° centro di distribuzione periferico su Roma. Successivamente, secondo un programma che si completerà a settembre 2007, si darà avvio ad analoghi centri su Catania, Padova, Firenze e Milano.
Seguendo le nuove strategie commerciali dell'Alleanza in Europa, il 1° gennaio 2007 verranno risolti i Group Offices con Nissan attualmente ancora esistenti.

PIANO CONTRAT 2009

E' stato presentato il nuovo programma triennale del Gruppo Renault "Renault Contrat 2009", che prevede ingenti investimenti per raggiungere 3 importanti obiettivi: essere stabilmente tra le prime 3 marche per Qualità del prodotto e del servizio (a partire dalla nuova Laguna); avere un Margine Operativo del 6% a fine 2009; vendere 800.000 auto in più rispetto al 2005. Per

perseguire questi obiettivi è stato varato un eccezionale piano-prodotto (= 26 nuove auto), che dovrebbe realizzare i primi effetti, per il mercato italiano, non prima del 2008.
Sono stati anche presentati gli obiettivi in termini di volumi del "Contratto 2009" per l'Italia, già oggetto di comunicazione al personale: 153.000 veicoli per il 2007; 175.500 per il 2008; 190.000 per il 2009.

SITUAZIONE PROCEDURA MOBILITÀ REAGROUP

L'Azienda fa il punto sulla situazione delle uscite conseguenti al piano di mobilità, dove l'adesione volontaria da parte dei lavoratori è stata di circa l'80% degli esuberi previsti nell'apposito accordo. L'Azienda, si aggancia a quanto detto da Renault Italia in merito alla pesante situazione del mercato e quindi delle conseguenti ripercussioni economiche, ribadendo che nonostante il piano di mobilità attuato permangono forti preoccupazioni relative alle prospettive economiche sia per l'anno in corso che per l'anno 2007.

PRODUTTIVITA' 2006

Le parti concordano, anche alla luce di accordi già stupitati localmente per gli obiettivi 2006, di individuare come termine ultimo di intese locali il 30.09.2006.

