

REGOLAMENTO INTEGRALE
Art. 11 - D.P.R. 430/2001

CONCORSO A PREMI DENOMINATO

“CAMPIONI IN ROTTA VERSO MILANO”

- Società Promotrice:** **PepsiCo Beverages Italia s.r.l.**
Via Tiziano, 32 – 20145 Milano (MI)
C.F. e P.IVA 03352740967
- Soggetto Delegato:** **Ennio Mantovani** – Concreta Comunicazioni s.r.l., con sede in Corso Sempione 98, 20154 Milano CF/P.IVA 11335380157
- Territorio:** Nazionale
- Prodotto:** Tutti i prodotti Pepsico esclusa la divisione Quaker
- Destinatari:** Forza vendita diretta e indiretta.
I destinatari saranno suddivisi in 6 gruppi in base alla specializzazione del lavoro svolto.
- Durata:** **Dal 3 febbraio 2016 al 30 aprile 2016.**
Verbalizzazione vincitori entro il 10 maggio 2016.
Si precisa che al fine dell'elaborazione della classifica saranno prese in considerazione le performance realizzate nella totalità dei mesi della manifestazione in corso, sulla base delle modalità indicate all'interno del presente regolamento.

1) Meccanica concorso:

Nel periodo dal **3 febbraio 2016 al 30 aprile 2016**, ai destinatari della suddetta manifestazione verrà data l'opportunità di partecipare e vincere il super premio finale messo in palio.

I destinatari sono suddivisi in 6 categorie come indicato nell'all.to 1 e potranno maturare “Punti Classifica” ovvero 1 punto al mese per ogni obiettivo proposto raggiunto.
Gli obiettivi saranno nove per ogni categoria, equi e personalizzati per ogni partecipante e saranno resi noti come da all.to 1.

2) Formazione della classifica:

Al termine della manifestazione sarà stilata una classifica unica per tutte le categorie in ordine decrescente in funzione del punteggio maturato.

Colui che avrà raggiunto il punteggio assoluto più alto si aggiudicherà la possibilità di assistere insieme ad un accompagnatore alla finale di Champions League che si terrà a Milano il 28/05/2016.

La classifica verrà depositata fino alla 10° posizione e coloro che si saranno classificati successivamente a quella che dà diritto ad essere premiata verranno considerati riserve ed utilizzati in ordine di posizionamento in caso di irreperibilità/mancata accettazione da parte del vincitore. Nel caso in cui ci siano dei pari merito (stesso punteggio), per stabilire quale si aggiudicherà il premio o il posizionamento tra le riserve, verrà effettuata l'estrazione a sorte.

La certificazione della classifica e l'eventuale estrazione dei pari merito avverrà entro il **10 maggio 2016** alla presenza di un Notaio o Funzionario Camerale, responsabili della tutela della fede pubblica come previsto dall'art. 9 D.P.R. 430/2001 del 23 ottobre 2001 200 che provvederà a redigere apposito verbale.

3) Premi e loro valore di mercato IVA esclusa ove prevista:

- N. 1 (uno) pacchetto Champions League (composto come meglio descritto in "specifiche premio" al punto 4) del valore stimato al pubblico di Euro 3.940,00.

TOTALE MONTEPREMI COMPLESSIVO: EURO 3.940,00 (tremilanovecentoquaranta/00) IVA esclusa ove prevista.

4) Si precisa inoltre che:

- Specifiche premio:
Il premio consiste in:
 - Viaggio A/R per Milano (treno o aereo a discrezione della società promotrice) e travel card per utilizzo mezzi pubblici.
 - 2 notti in Hotel a 3 stelle in camera doppia con trattamento di pernottamento e prima colazione.
 - 2 biglietti per la finale Champions League (tribuna) che si terrà il 28/05/2016.
 - Transfert dall'hotel allo stadio e viceversa
- Avviso vincita e accettazione premio: Il vincitore sarà avvisato a mezzo mail dal soggetto delegato entro 2 giorni dalla data di verbalizzazione e dovrà accettare la vincita in forma scritta comunicando (nelle modalità e entro i termini previsti nella comunicazione di vincita) i dati delle due persone che usufruiranno del premio e inviando relativa copia dei documenti d'identità onde permettere alla società promotrice di effettuare le opportune prenotazioni. In caso di irreperibilità/mancata accettazione il premio passerà alla prima riserva utile, che dovrà a sua volta accettarlo con le medesime modalità. Il premio non può essere convertito in denaro, né è attribuita ai destinatari facoltà di richiedere, con o senza conguagli in denaro, la consegna di premi diversi e/o a condizioni diverse da quelle previste nel presente regolamento. Il vincitore qualora per qualsiasi motivo non ne possa far richiesta perchè sottoposto a Daspo ovvero ad una delle misure previste dalla legge 27/12/56 n. 1423 (cd misure di prevenzione) o che per problemi disciplinari non possa accedere allo stadio, il premio decadrà e lo stesso verrà assegnato alla prima riserva utile. **Il premio non potrà essere ceduto a terzi.**

- **Consegna del premio:** I premi saranno consegnati agli aventi diritto entro 18 giorni dalla data della loro assegnazione come previsto dall'art. 1 comma 3 del D.P.R. n. 430, 26/10/2001 e comunque in tempo utile per poter essere correttamente goduti. Nel caso in cui i premi non fossero più disponibili per motivi indipendenti dalla volontà della Promotrice, gli stessi saranno sostituiti con premi di analogo o superiore valore o con simili caratteristiche.
- Tutti i premi in palio **non potranno in nessun modo** essere convertiti in gettoni d'oro o in denaro e ceduti a terzi
- **Cauzione:** La Cauzione pari al 100% dell'ammontare dei premi posti in palio, di cui all'art. 7 del D.P.R. 430/2001, è stata prestata a favore del Ministero dello Sviluppo Economico (ex Ministero delle Attività Produttive) mediante fideiussione bancaria cumulativa.
- Il premio, se non assegnato, per qualsiasi motivo, sarà devoluto alla seguente **ONLUS**, Associazione di promozione sociale Insieme per Ghigo - Via Pagana 5/3 16038, Santa Margherita Ligure - P.IVA 90068740100, come prevede l'art. 10 comma 5 del D.P.R. n. 430, 26 ottobre 2001. Si precisa che qualora un vincitore rinunci al viaggio successivamente l'avvenuta prenotazione, oppure non si presenti alla partenza, il premio sarà considerato comunque consegnato in quanto il costo sarà stato comunque sostenuto e pagato in anticipo, anche se non goduto dall'avente diritto, e non sarà recuperabile nemmeno parzialmente.
- Il Regolamento integrale sarà disponibile sul sito www.pepsi.it
- **Pubblicità:** L'iniziativa verrà portata a conoscenza dei destinatari mediante comunicazione interna, i cui contenuti saranno strettamente conformi al presente regolamento. La Società si riserva comunque di utilizzare ogni altro mezzo di comunicazione che appaia idoneo a portare a conoscenza il contenuto della presente manifestazione a premio ai destinatari della stessa.
- **La Società promotrice opererà l'obbligo di rivalsa**, così come previsto dall'art. 30 del D.P.R. n.600 del 29/9/73.
- **Trattamento dei dati personali:** I destinatari che aderiscono al concorso acconsentono al trattamento dei propri dati personali per le finalità di gestione di tutte le fasi e procedure del concorso, ferma restando in ogni caso la facoltà di poter esercitare i diritti di cui all'art. 7 del D.Lgs 196 del 30.06.2003. **PepsiCo Beverages Italia s.r.l.** è titolare del trattamento dei dati personali dei destinatari.
- **Modalità di partecipazione al presente concorso a premi:** La partecipazione comporta l'accettazione incondizionata e totale delle regole e delle clausole contenute nel presente regolamento senza limitazione alcuna

Milano, 01/02/2016

Per. PepsiCo Beverages Italia s.r.l.

Il Soggetto Delegato
Ennio Mantovani

ALL.TO 1

Di seguito vengono evidenziati i gruppi, l'indicazione della comunicazione degli obiettivi e relativo criterio ove presente.

2016	INCENTIVO EXTRA: TTBB K.A. / AGENTI				
N°	OBBIETTIVO	FEB	MAR	APR	DESCRIZIONE
1	Volume Mensile PEPSI				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
2	Volume Mensile LIPTON				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
3	Volume Mensile GATORADE				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
4	Obiettivo Totale Volume Beverage Area				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
5	Aumento dei Whs trattanti 3 Brand (B&C)				Il Miglioramento in % verrà misurato verso Yago sul mese
6	Volume Mensile MAX ZERO (B&C)				Il Target sarà di definizione del TDM e non inferiore al +10% vs yago sul mese
7	Attivazione new WHS Looza o crescita di 3% vs Yago	1 e/o +3%	1 e/o +3%	1 e/o +3%	Si misurerà l'attivazione di nuovi trattanti il Brand Looza e il volume mensile
8	Miglioramento della Resa di Area macchine STD				Si misurerà la resa da report mensile del MEM vs yago (Sell In Standard)
9	Miglioramento della Resa di Area macchine CUBE				Si misurerà la resa da report mensile del MEM vs yago (Sell In Cube)

2016	INCENTIVO EXTRA: TTBB K.A. VENDING				
N°	OBBIETTIVO	FEB	MAR	APR	DESCRIZIONE
1	Volume Mensile PEPSI				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
2	Volume Mensile LIPTON				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
3	Volume Mensile GATORADE				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
4	Obiettivo Totale Volume Beverage Area				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
5	Aumento dei Whs trattanti 3 Brand (B&C)				Il Miglioramento in % verrà misurato verso Yago sul mese
6	Volume Mensile MAX ZERO (B&C)				Il Target sarà di definizione del TDM e non inferiore al +10% vs yago sul mese
7	Attivazione WHS				Si misurerà l'attivazione di nuovi trattanti sul mese
8	Allargamento distributivo JUNIOR				Si misureranno le attivazioni della Linea Junior (ad esclusione di IVS & Argenta)
9	Allargamento distributivo LIPTON/GATORADE				Si misureranno le attivazioni dei brand LIT e/o GAT (ad esclusione di IVS & Argenta)

2016 INCENTIVO EXTRA: TTBB MISTI (AS&D/K.A)					
N°	OBIETTIVO	FEB	MAR	APR	DESCRIZIONE
1	Volume Mensile PEPSI				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
2	Volume Mensile LIPTON				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
3	Volume Mensile GATORADE				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
4	Obiettivo Totale Volume Beverage Area				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
5	Attività Vinci la Finale & Gatorade Cup				Posizionamento dei Kit assegnati entro i tempi definiti
6	Attività Champions PEPSI MAX - "VINCE CHI RESTA A ZERO"				Posizionamento dei Kit assegnati entro i tempi definiti
7	Attivazione Postmix Ristorazione & Intrattenimento				Si misurerà l'attivazione di nuovi punti vendita sulle categorie evidenziate
8	Miglioramento della Resa di Area macchine STD				Si misurerà la resa da report mensile del MEM vs yago (Sell In Standard)
9	Miglioramento della Resa di Area macchine CUBE				Si misurerà la resa da report mensile del MEM vs yago (Sell In Cube)

2016 INCENTIVO EXTRA: TTBB AS&D					
N°	OBIETTIVO	FEB	MAR	APR	DESCRIZIONE
1	Attivazione Postmix Ristorazione & Intrattenimento				Si misurerà l'attivazione di nuovi punti vendita sulle categorie evidenziate
2	Visite medie rilevate da We Team				Si misurerà da piattaforma l'obiettivo raggiunto come da Target assegnato
3	Census Cooler				Ai fini del raggiungimento varrà il report CENSUS COOLER
4	Obiettivo Totale Volume Area				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
5	Attività Vinci la Finale & Gatorade Cup				Posizionamento dei Kit assegnati entro i tempi definiti
6	Attività Champions PEPSI MAX - "VINCE CHI RESTA A ZERO"				Posizionamento dei Kit assegnati entro i tempi definiti
7	Attivazione PDV con MAX				Si misurerà l'attivazione di nuovi punti vendita sia B&C che DISP
8	Miglioramento della Resa di Area macchine STD				Si misurerà la resa da report mensile del MEM vs yago (Sell In Standard)
9	Miglioramento della Resa di Area macchine CUBE				Si misurerà la resa da report mensile del MEM vs yago (Sell In Cube)

2016 INCENTIVO EXTRA: MT KEY ACCOUNT (Focus Volume)					
N°	OBIETTIVO	FEB	MAR	APR	DESCRIZIONE
1	Volume CSD				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
2	Riduzione % volumi promo su lattine	-5%	-5%	-5%	
3	Volume FB				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
4	Volume Ice Tea				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
5	Volume Tropicana Chilled+ Ambient				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
6	Obiettivo Totale volume Area (PGLJ)				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
7	Execution - We are the Champion - Extra display UCL	5	7	7	Piazzamento materiale a punto vendita (PLT, ISOLE, TESTATE)
8	Rack Display PGL	5	7	7	Piazzamento materiale a punto vendita
9	Kit Torre PGL	3	5	5	Piazzamento materiale a punto vendita

2016	INCENTIVO EXTRA: MT KEY ACCOUNT (Focus)				
N°	OBIETTIVO	FEB	MAR	APR	DESCRIZIONE
1	kit torre CSD	10	15	15	Piazzamento materiale a punto vendita
2	kit torre FB	3	10	10	Piazzamento materiale a punto vendita
3	kit torre LPT	3	3	3	Piazzamento materiale a punto vendita
4	kit torre pallet TPA	3	5	5	Piazzamento materiale a punto vendita
5	Execution - UCL visibility - TOTEM+COPRIPALLET	40	40	40	Piazzamento materiale a punto vendita
6	Execution - Extra display UCL - PALLET+ISOLE+TESTATE	20	25	25	Piazzamento materiale a punto vendita
7	Rack Display	3	8	8	Piazzamento materiale a punto vendita
8	Obiettivo Totale volume Area (PGLJ)				Il Target Sales inserito a sistema e visibile nell'applicazione FORECAST
9	N. PUNTI DI VENDITA IMPLEMENTATI CON KIT TORRE	16	24	32	Piazzamento materiale a punto vendita