

SLC	-	CGIL	Sindacato Lavoratori Comunicazione
FISTel	-	CISL	Federazione Informazione Spettacolo e Telecomunicazioni
UILCOM	-	UIL	Unione Italiana Lavoratori della Comunicazione

**IPOTESI DI PIATTAFORMA PER IL RINNOVO DEL CCNL PER I DIPENDENTI DI
AZIENDE EDITRICI E STAMPATRICI DI GIORNALI QUOTIDIANI ED AGENZIE DI
STAMPA**

APPROVATA ALL'UNANIMITA' DAL SETTORE NAZIONALE UNITARIO IN DATA 18.10.2011

In premessa, le organizzazioni sindacali SLC-CGIL, FISTEL-CISL e UILCOM-UIL, in relazione agli accordi intervenuti tra Confindustria e CGIL, CISL e UIL in data 28 Giugno 2011 e 21 Settembre 2011, anche in considerazione del fatto che FIEG e ASIG non sono aderenti a Confindustria, ritengono necessario inserire nel testo contrattuale i contenuti di tali intese e ciò anche al fine di inibire gli effetti negativi sull'assetto delle relazioni industriali che potrebbero derivare dall'applicazione delle norme contenute nella "Finanziaria" 2012.

Il percorso per il rinnovo contrattuale che, iniziato lo scorso anno, ha subito rallentamenti ed interruzioni, vuoi per la difficile situazione generale delle aziende del settore editoriale (che ha coinvolto anche il rinnovo del ccnl grafici), vuoi per l'enunciato iniziale della controparte che, mettendo in discussione l'esistenza del Fondo Casella, ha di fatto compromesso la prosecuzione del confronto. Solo il successivo diverso atteggiamento della FIEG ha consentito di riprendere un corretto percorso negoziale.

Partendo proprio da questi due punti, prima di entrare nel merito della piattaforma di rinnovo, conviene considerare lo scenario ed il contesto che abbiamo vissuto in questi due anni e quello che ci si prospetta nel breve periodo.

La situazione italiana vede un mercato che, nel 2007, si posizionava con una tiratura nazionale di circa 6.8 milioni copie giornaliere, per arrivare alle attuali 4.5 milioni. Questa situazione si riscontra a livello internazionale: si pensi al mercato Statunitense che solo nel biennio 2008/2009 ha registrato un calo di vendite di quasi 3 milioni di copie al giorno o in Francia dove nel 2010 si è registrato un calo della diffusione pari al 7%.

I problemi congiunturali legati alla crisi economica si sono sommati ai problemi interni al settore: al calo dei ricavi della diffusione si sono aggiunti il calo della pubblicità, l'aumento del costo delle materie prime e la diffusione in crescita esponenziale delle nuove piattaforme digitali (la percentuale degli americani che dichiarano di ricevere notizie dalla rete è circa il 46%). È inevitabile che il mondo dell'informazione segua l'evolversi dei tempi e la "notizia" seguirà sempre più la tecnologia in un rapporto "sociale-locale-mobile", con la "costruzione della notizia" collegata al profilo dell'utente.

In effetti, nel panorama internazionale, risulta che la grande maggioranza dei quotidiani sia presente in internet in forma interattiva e non con un prodotto PDF e ovviamente anche i modelli organizzativi hanno avuto cambiamenti importanti; su tale tema comunque non ci soffermeremo perché lì le figure professionali tecniche e giornalistiche lavorano insieme, non essendoci l'ordine professionale invece presente in Italia.

Il primo interrogativo da porci è sostanzialmente come questo settore possa reggere a fronte della continua trasformazione tecnologica, considerando che esso è costituito da 91 centri stampa, 11 agenzie di informazione, oltre 150 testate editoriali sostanzialmente strutturate sul prodotto tradizionale.

In Italia, in questi due anni, la Repubblica, le testate Finegil, Corriere della Sera, La Stampa, Il Sole 24 Ore, il Gruppo Monti, Il Messaggero, La Gazzetta di Parma, Il Manifesto, Il Giornale, l'Unità, Liberazione, Epolis, Metro, Messaggero Veneto, Il Secolo XIX, Gruppo Seregini - Fingraf, Centro Stampa Veneto, Gruppo Colasanto, Litosud, Ansa, ecc., hanno ristrutturato e

investito applicando nuove tecnologie con una notevole contrazione degli addetti passando dai quasi 7000 del 2008 agli attuali 5700.

Sono stati chiusi dei centri stampa sostanzialmente per due ordini di problemi: il primo perché non rispondevano più alle politiche di distribuzione sul territorio (localizzazione); il secondo perché l'unificazione del formato nazionale con quello della testata locale ha consentito la centralizzazione del prodotto. Per tutte le attività di preparazione (tipografia) i confronti sono stati quelli della difesa del "territorio professionale" tra poligrafici e giornalisti, con le imprese che raramente hanno pensato di fare una politica di gestione dei processi.

Questa situazione è divenuta drammatica da quando la crisi internazionale e quella della pubblicità si sono sommate alla evidente crisi di settore; un solo dato è sufficiente per capire la difficoltà strutturale: in Italia c'è una capacità produttiva costituita da oltre 150 rotative e si tratta di una capacità sovrabbondante rispetto alla produzione media giornaliera dei quotidiani italiani.

A ciò si aggiunge la particolare condizione del Fondo Casella. come tutti sappiamo il Fondo è composto da due parti: una a capitalizzazione dal 1° gennaio 1995 (nuovi assunti) e una a ripartizione (dipendenti in servizio al 31/12/1994). con la continua riduzione dei poligrafici (circa 5700 addetti); oltre 15000 pensioni erogate; una aliquota contributiva per attivo pari al 25,55%; la previsione di ulteriori punti percentuali da aggiungere al 25.55% (presumibilmente 4,8); la contribuzione INPS al 33% (che porta un costo previdenziale oltre la soglia del 60%), sono gli elementi che impongono obbligatoriamente una profonda riforma del sistema.

Su questo è già avviato un lavoro tecnico della cui evoluzione saranno necessariamente e tempestivamente informati i lavoratori.

Rispetto alle prospettive alcuni elementi di novità vanno segnalate.

Alcune società editrici migliorano il sistema editoriale utilizzando l'interattività del web 2 creando un prodotto sulla rete diverso dal passato; nascono prodotti nativi digitali; i grandi gruppi editoriali che hanno più piattaforme per l'informazione si avviano a ripensare il prodotto tradizionale (cartaceo) e ad utilizzare i contenuti sulle varie piattaforme digitali anche per raccogliere nuove quote di pubblicità seppur con margini ancora notevolmente più bassi. Gli editori che producono quotidiani, periodici, libri, ecc. agiscono utilizzando banche dati che comunicano tra loro e qualcuno prova a strutturare nuove redazioni centralizzate e circolari.

Inoltre gli impianti produttivi di ultima generazione hanno caratteristiche tecniche tali da poter diversificare il prodotto: sia grafico che poligrafico.

In sintesi le linee guida della piattaforma contrattuale sono sostanzialmente riassumibili in tre ambiti:

- **governare l'innovazione tecnologica di prodotto e di processo;**
- **massima utilizzazione e sfruttamento dei sistemi produttivi;**
- **tutela dei diritti previdenziali acquisiti.**

Per questo è necessario che la FIEG e l'ASIG assumano un ruolo più incisivo del passato nel governo del sistema senza il quale sarebbe improbabile individuare soluzioni condivise necessarie per la sopravvivenza del settore.

Alla luce di quanto sinteticamente illustrato possiamo provare ad indicare i contenuti da proporre per la costruzione della piattaforma contrattuale:

1) Avviare con FIEG, ASIG, Assografici, Assocarta, AIE e Anes un tavolo congiunto di monitoraggio sugli andamenti dei settori e, conseguentemente, di studio e analisi per un nuovo contratto, in coerenza con la richiesta già avanzata dalle scriventi segreterie.

2) Norma relativa all'evasione contributiva e contrattuale.

3) Rafforzamento delle norme in materia di formazione per riqualificazione e/o formazione continua in relazione all'ammodernamento ed all'inserimento tecnologico ivi compresi i sistemi editoriali disponibili per le diverse piattaforme digitali.

4) I sistemi editoriali e trasferimento contenuti su diverse piattaforme.

L'attuale C.U. del ccnl settore preparazione, prevede le seguenti professionalità: correttore-revisore, produttore pubblicitario, assistente alla redazione, addetto all'ufficio grafico, addetto all'ufficio grafico-infografico, grafico di redazione, documentalista e l'inserimento dell'attività on-line o web per i profili professionali "addetto/assistente di redazione", "documentalista", "addetto ufficio grafico – infografico".

Noi dobbiamo pensare ad una nuova formulazione, che mantenga la storia professionale in uno sviluppo futuro dei prodotti editoriali.

Quindi è ipotizzabile proporre la figura del poligrafico multimediale nell'area di preparazione.

5) Area di produzione tradizionale.

Il ccnl individua due settori di produzione tradizionale rotativa e spedizione e nel settore rotativa insiste (molto spesso) l'attività di pre stampa. Con l'introduzione delle innovazioni tecnologiche e dei sistemi integrati è possibile ragionare di una unica area di attività composta da figure polivalenti con relativa saturazione delle sei ore produttive anche con prodotti alternativi.

6) Parte sesta del ccnl.

nell'ultimo rinnovo contrattuale abbiamo inserito in forma sperimentale la "parte sesta" del ccnl: sarà necessario fare una valutazione congiunta sull'effetto della sperimentazione e prevederne una sua estensione solo in presenza di prospettive certe sulla "tenuta" del Fondo "Casella".

7) Richiesta economica pari al 10% del costo della rinnovazione contrattuale.

* * * * *

La presente piattaforma verrà sottoposta al voto dei lavoratori attraverso le assemblee che dovranno concludersi entro il prossimo 27 Novembre. Successivamente sarà convocato il settore "di ritorno" per deliberare la piattaforma che verrà formalmente presentata alle controparti.

Le Segreterie Nazionali

SLC-CGIL

FISTEL-CISL

UILCOM-UIL