

SLC - CGIL
FISTEL - CISL
UILCOM – UIL
UGL – COMUNICAZIONI
LIBERSIND. CONF. SAL

Sindacato Lavoratori Comunicazione
Federazione Informazione Spettacolo e Telecomunicazioni
Unione Italiana Lavoratori della Comunicazione
Unione Generale Lavoro - Comunicazioni
Confederazione Sindacati Autonomi Lavoratori

Spett.le **Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi**

Presidente
Alberto Barachini

Oggetto: audizione su Piano Industriale ed Editoriale RAI

Le scriventi OO.SS., a completamento della richiesta d'audizione inviata negli scorsi giorni, vi forniscono un documento unitario che raccoglie alcune considerazioni sullo stato della RAI e sul Piano Industriale 2019/2021, al fine di sollecitare interventi di carattere normativo e regolatorio del Servizio Pubblico Radiotelevisivo e Multimediale.

LA GOVERNANCE

Come organizzazioni sindacali, anche alla luce di quanto è avvenuto e sta avvenendo relativamente alla individuazione dei vertici aziendali e più in generale alle nomine, ribadiamo quanto già espresso durante la discussione sulla norma di legge che ha definito la Governance del Servizio Pubblico Radiotelevisivo e Multimediale.

Con l'attuale normativa si configura una eccessiva ingerenza del Governo nella "gestione" dell'azienda RAI, condizione che si identifica con interventi diretti alla nomina dei vertici aziendali e conseguentemente all'assetto delle varie direzioni che gestiscono RAI Spa.

Più volte, nella fase di elaborazione della "riforma della RAI" e della definizione della Concessione di Servizio Pubblico, le scriventi hanno chiesto che le forze politiche non intervenissero sull'assetto aziendale e sulle scelte di direzione.

Più ipotesi sono state prodotte per realizzare un modello di Governance che rendesse la RAI autonoma, se non dalla "politica" almeno dai partiti:

- la costituzione di un modello duale (Un organismo di indirizzo – Consiglio di Indirizzo, un organismo di gestione - Consiglio di Amministrazione).

Vogliamo continuare a dirlo con forza, il pluralismo non è una rappresentazione percentualistica delle forze politiche, ma una rappresentazione costante, fedele e plurale della società italiana.

Purtroppo, con questo sistema di Governance diviene marginale chi opera in rai, la società nel suo insieme e nelle sue diverse sensibilità, i corpi intermedi, e gli abbonati.

SLC - CGIL
FISTEL - CISL
UILCOM – UIL
UGL – COMUNICAZIONI
LIBERSIND. CONF. SAL

Sindacato **L**avoratori **C**omunicazione
Federazione **I**nformazione **S**pettacolo e **T**elecomunicazioni
Unione **I**taliana **L**avoratori della **C**omunicazione
Unione **G**enerale **L**avoro - **C**omunicazioni
Confederazione **S**indacati **A**utonomi **L**avoratori

IL FINANZIAMENTO PUBBLICO

Altra questione centrale è l'autonomia finanziaria ed economica del Servizio Pubblico Radiotelevisivo e Multimediale.

La "riforma del canone", confermata dall'ultima legge finanziaria, stabilisce che solo una quota di canone sarà messa a disposizione del Servizio Pubblico Radiotelevisivo e Multimediale.

Tale previsione, unica nel panorama europeo per le concessionarie, rompe il legame tra risorse pubbliche e contratto di servizio, poiché, stabilendo un meccanismo di finanziamento fisso tramite legge indipendente dalle attività da svolgere, rende estremamente complesso rimodulare l'attività del Servizio Pubblico in funzione delle nuove esigenze sociali, culturali e industriali che verranno a determinarsi nel prossimo futuro (ad esempio, dai diritti sportivi ai servizi di pubblica utilità).

Per noi la condizione di partenza è quella di attribuire interamente alla RAI (concessionaria del servizio pubblico) l'importo del Canone, così come era nella precedente normativa, garantendo così una rispondenza tra i versamenti dei cittadini ed il valore costante a disposizione del servizio pubblico.

Fermo restando che l'importo del Canone è tra i più bassi d'Europa, riteniamo che il sistema di sostegno all'editoria e più in generale alla cultura, debba essere previsto da specifici capitoli di spesa della legge di stabilità.

Il legislatore dovrebbe poi ragionare sulle previsioni di crescita e sviluppo dell'azienda partendo da quanto la RAI dovrà realizzare per un miglioramento del Servizio Pubblico Radiotelevisivo e Multimediale.

AUTONOMIA DEL SERVIZIO PUBBLICO

L'insieme dei due fattori, la nomina dei vertici e la determinazione delle risorse pubbliche da parte delle "forze di Governo", crea le condizioni per cui la RAI è di fatto assoggettata a dinamiche che sempre meno rispondono all'interesse generale e che ne limitano l'autonomia, sia sotto il profilo delle scelte industriali ed editoriali, che dell'informazione e della divulgazione.

Per tale ragione, vi chiediamo di intervenire per modificare le norme che regolano Governance ed il finanziamento pubblico.

Sarebbe auspicabile, per uscire dall'attuale confusione e incoerenza di sistema, la definizione di una legge quadro che, da una parte, regoli il sistema radiotelevisivo e la pubblicità e, dall'altro, il Canone e la Governance del Servizio Pubblico Radiotelevisivo e Multimediale.

SLC - CGIL
FISTEL - CISL
UILCOM – UIL
UGL – COMUNICAZIONI
LIBERSIND. CONF. SAL

Sindacato **L**avoratori **C**omunicazione
Federazione **I**nformazione **S**pettacolo e **T**elecomunicazioni
Unione **I**taliana **L**avoratori della **C**omunicazione
Unione **G**enerale **L**avoro - **C**omunicazioni
Confederazione **S**indacati **A**utonomi **L**avoratori

PIANO INDUSTRIALE

Il Piano Industriale 2019/21 partendo dall'andamento di mercato, dall'evoluzione tecnologica e dalla funziona di Servizio Pubblico propone un cambiamento delle modalità operative, ideative e produttive della RAI.

Mette su carta un progetto che presuppone investimenti in tecnologia (streaming, dab+, DVB T2, satellite, studi, mezzi, HD e 4K), in personale ed in formazione.

Agisce sulla leva editoriale, centrale il passaggio da un modello verticale (quello attuale delle direzioni di rete) ad uno orizzontale distinto per contenuti.

Prende spunto da quanto ha fatto negli anni la BBC, immaginando un recupero di pubblicità e mercato attraverso la "digitalizzazione dell'informazione", e l'utilizzo coerente di tutte le piattaforme (siti, Tv, Radio, Social).

Ridefinisce i canali provando da una parte a meglio profilare le esigenze del pubblico e dall'altra a riconquistare i giovani attraverso l'orizzontalità dei sistemi di diffusione dei prodotti RAI.

Interessante il progetto sulla produzione interna e la commercializzazione dei documentari e la valorizzazione degli archivi storici della Rai su tutte le piattaforme.

In quest'ottica il Piano Industriale ci convince.

Siamo consapevoli che il sistema verticale che replica costi e attività, che genera una concorrenza tra direzioni della stessa azienda sia da superare, bisognerà però verificare che questo progetto, anche tenendo conto di coloro che saranno identificati per dirigere le nuove direzioni (professionalità, autonomia e trasparenza), sia coerente, efficace ed in linea con le prerogative del Servizio Pubblico.

Centralizzare le attività di ideazione certamente riduce i costi di produzione e ottimizza la creazione dei palinsesti, ma dall'altra parte rischia di omogeneizzare contenuti e prodotti.

In aggiunta ci preoccupa, conoscendo le dinamiche aziendali, il timing della riforma.

Sappiamo quanto le troppe direzioni ed i troppi riporti creino un surplus burocratico che già oggi ingessa pericolosamente la RAI, non vorremo tra un paio di anni trovarci con un incremento di direzioni e costi.

SLC - CGIL
FISTEL - CISL
UILCOM – UIL
UGL – COMUNICAZIONI
LIBERSIND. CONF. SAL

Sindacato **L**avoratori **C**omunicazione
Federazione **I**nformazione **S**pettacolo e **T**elecomunicazioni
Unione **I**taliana **L**avoratori della **C**omunicazione
Unione **G**enerale **L**avoro - **C**omunicazioni
Confederazione **S**indacati **A**utonomi **L**avoratori

CENTRI DI PRODUZIONE E DIREZIONI GENERALI

Ci convince la specializzazione di alcune di queste importanti realtà territoriali e produttive e la volontà di procedere con una parziale redistribuzione delle attività tra diversi centri, al fine di dare valore all'insieme dell'azienda ed evitare il continuo ricorso ad appalti nelle realtà sature.

La RAI deve ricominciare a fissare i luoghi delle produzioni sulla base delle proprie prerogative e caratteristiche produttive, senza che soggetti esterni (case di produzione, artisti e agenti) possano porre veti sulla collocazione della prestazione.

Questo modello non può trascurare alcune realtà, è necessario che si proceda investendo in maniera omogenea su Milano, Napoli, Roma e Torino.

Bisogna dotare tutti e quattro i centri di produzione e le due direzioni generali di mezzi, strumenti di lavoro e studi idonei ad operare con la massima qualità su tutte le piattaforme e per tutte le attività previste.

Rimane poco spiegabile che nei centri di produzione di Torino, Milano e Napoli, a fronte di un numero di risorse e attività importanti, siano presenti pochissimi dirigenti.

Questo segnale va invertito, se la scelta presente nel Piano Industriale è quella di investire su tutto il territorio nazionale, figure apicali e direzioni debbono essere presenti su quelle realtà territoriali in maniera strutturale.

Stessa cosa vale nell'inserimento di nuovo personale e per la programmazione della formazione professionale.

SEDI REGIONALI

Sulle sedi regionali nel Piano Industriale c'è veramente poco rispetto al loro valore industriale, culturale e sociale.

Il Piano non configura un salto dal punto di vista editoriale.

Rimane attività preminente (se non unica) quella della realizzazione delle news, senza peraltro chiarire quali reali sinergie si metteranno in campo con la Newsroom Unica (Rai News, Televideo e web).

Non ci sono reali elementi di valorizzazione della dislocazione territoriale, caratteristica unica nel panorama nazionale delle emittenti, manca l'approfondimento e la rappresentazione delle realtà

SLC - CGIL
FISTEL - CISL
UILCOM – UIL
UGL – COMUNICAZIONI
LIBERSIND. CONF. SAL

Sindacato Lavoratori Comunicazione
Federazione Informazione Spettacolo e Telecomunicazioni
Unione Italiana Lavoratori della Comunicazione
Unione Generale Lavoro - Comunicazioni
Confederazione Sindacati Autonomi Lavoratori

locali, non si chiarisce come rimettere in moto la macchina produttiva recuperando all'interno attività pregiate (ad es. lo sport) che oggi vengono svolte in appalto.

Siamo preoccupati da un possibile utilizzo di alcune tecnologie, se pur incontrastabile, per ridimensionare l'attività di tanti lavoratori che, sino ad oggi, hanno costituito l'ossatura del Servizio Pubblico.

Si dice qualcosa in più sui siti di produzione decentrati, in linea con i compiti previsti dalla normativa e le possibili convenzioni, però anche qui poco o nulla sul versante editoriale e produttivo.

Le convenzioni con regioni e province non debbono divenire strumento di disuguaglianza produttiva ed ideativa tra realtà territoriali, la capacità di raccontare le realtà territoriali deve trovare un unico modello produttivo ed ideativo. La RAI deve includere e rappresentare l'insieme, e non chiudersi alle singole istanze territoriali.

TECA RAI

Il piano di digitalizzazione della Teca, inserito anche nel Piano industriale, come attività strategica, necessario sia da un punto di vista di "cambio formato" da materiale fisico a file (1.500.000 supporti ca.) in cassetta e pellicola ed altri supporti furori standard (Bobine RVM), NON CONVINCERE:

- non è stata data priorità all'archivio news (TG e rubriche giornalistiche in copia unica);
- il metodo che riguarda la scelta dei titoli non è efficace;
- manca un modello organizzativo e produttivo valido per digitalizzare la pellicola;
- la nuova archiviazione dei programmi (file digitali) sul Catalogo MultiMediale non è organizzata al meglio, manca un metodo sistematico in questo nuovo contesto digitale.

Le criticità evidenziate mettono a rischio la conservazione dei programmi storici della RAI, o di conservarne copie non restaurate, mentre dobbiamo porre la massima attenzione nella salvaguardia del patrimonio culturale audiovisivo della nostra Azienda, in quanto materiale destinato non solo alle produzioni RAI, ma alla fruizione da parte di tutti i cittadini e delle parti istituzionali, e, soprattutto, memoria storica e sociale del nostro Paese.

TECNOLOGIE

E' necessario fare estrema chiarezza anche sui percorsi di adeguamento tecnologico dei mezzi di produzione e sugli impatti che essi avranno sugli assetti occupazionali. Lo ribadiamo con forza: i lavoratori vanno valorizzati, non sostituiti con manodopera esterna a basso costo o soppiantati da tecnologie sterili. L'unicità di RAI è data da chi fa la RAI tutti i giorni, non da una improbabile omologazione a modelli industriali certamente non vocati al Servizio Pubblico.

RETI

SLC - CGIL	Sindacato Lavoratori Comunicazione
FISTEL - CISL	Federazione Informazione Spettacolo e Telecomunicazioni
UILCOM – UIL	Unione Italiana Lavoratori della Comunicazione
UGL – COMUNICAZIONI	Unione Generale Lavoro - Comunicazioni
LIBERSIND. CONF. SAL	Confederazione Sindacati Autonomi Lavoratori

Ci lasciano perplessi anche alcuni assunti di carattere editoriale: sarebbe necessario un riposizionamento delle Reti principali su target più giovane, più netto e deciso di quello previsto dal piano; auspicheremmo che la valorizzazione del territorio e delle eccellenze del sistema Italia venisse articolata in maniera più decisa ed esplicita. A tale riguardo ci sorprende che non sia stato previsto un genere “territorio”;

ASSETTO INDUSTRIALE ED EDITORIALE

In questa parte del Piano Industriale si elaborano obiettivi ed efficientamenti partendo dall’innovazione tecnologica e dal nuovo modello editoriale orizzontale.

Crediamo che una parte dell’analisi sia coerente, non sono evitabili processi innovativi che costituiscono una facilitazione operativa ed un miglioramento della qualità del prodotto, rimane che tale processo ha dei tempi non brevissimi, sia per la numerosità delle strutture da portare ad ammodernamento, sia per i costi dell’operazione (acquisizioni di strumenti e formazione). Quindi, prefigurare sull’area news già oggi modelli produttivi con organico e figure professionali fortemente ridotti, ci appare analisi superficiale e finalizzata ad alleggerire la voce dei costi in bilancio piuttosto che a razionalizzare un sistema molto complesso.

Dalla lettura del documento appare evidente che, chi lo ha redatto non ha letto con attenzione il rinnovo contrattuale sottoscritto il 28 febbraio 2018.

Non c’è un’analisi sulla profonda modifica delle figure professionali, figlia della identificazione delle nuove attività e dell’innovazione tecnologica, manca un esame puntuale della farraginosità gestionale e della modernizzazione del sistema produttivo e ideativo, in gran parte legati ad una gestione lenta e burocratica da parte delle strutture aziendali.

Sempre sul versante del lavoro, vogliamo precisare che i rapporti di lavoro di circa 10.000 tra impiegati, quadri e operai di RAI e consociate, sono regolati dal Contratto Collettivo stipulato tra le scriventi OO.SS. e l’azienda, non certamente dal Codice Etico, che è strumento di indirizzo aziendale e non contrattuale.

Si arriva a parlare di “rinegoziazione dei contratti” e di “razionalizzazione di straordinari e maggiorazioni”, innescando un cortocircuito non da poco: come fanno le risorse umane, sulle quali da un lato si dichiara di voler investire pesantemente – pena il fallimento del percorso di evoluzione in Media Company – a ridursi a due sole slide del Piano Industriale?

Interessante, sempre nel Piano Industriale, l’individuazione di alcune nuove figure di raccordo tra area editoriale e produzione e/o case di produzione, progetto che potrebbe facilitare sinergie tra aree aziendali ed interlocuzione “paritaria” e non più subordinata con le case di produzione.

SLC - CGIL	S indacato L avoratori C omunicazione
FISTEL - CISL	F ederazione I nformazione S pettacolo e T elecomunicazioni
UILCOM – UIL	U nione I taliana L avoratori della C omunicazione
UGL – COMUNICAZIONI	U nione G enerale L avoro - C omunicazioni
LIBERSIND. CONF. SAL	C onfederazione S indacati A utonomi L avoratori

Riteniamo però che, almeno in parte, già il contratto in essere preveda figure che svolgono queste attività. È certamente necessario dare loro maggiore capacità di indirizzo e autorevolezza, compito legato alle scelte operative delle direzioni aziendali.

Stessa questione per l'area web, nel rinnovo contrattuale si sono individuate le nuove figure che si dovranno occupare anche di contenuti e social, ma si sta pagando un ritardo delle strutture aziendali che ancora oggi non hanno identificato (e in alcuni casi formato adeguatamente) i lavoratori che dovranno svolgere tali attività fondamentali per l'evoluzione "multiplatforma" della RAI.

Concordiamo anche con l'idea che esiste un ritardo nell'inserimento di risorse con elevata professionalità e competenza digital. Questione in parte affrontata nell'Accordo sottoscritto il 12 dicembre del 2018 dalle scriventi e RAI (politiche attive).

Va pianificato un inserimento mirato nelle aree di competenza professionale, operazione indispensabile dopo l'esodo incentivato del 2018. Vanno ripianate le carenze di organico soprattutto in area produttiva, centri di produzione e sedi regionali, questo può essere fatto guardando alle nuove competenze e ad uno sviluppo che tenga conto di tutte le piattaforme di diffusione.

Cogliamo con favore la volontà aziendale di individuare nella Direzione Generale di Torino il luogo in cui insediare il progetto delle soluzioni housing per la Business Continuity ed Extension farm per il Disaster recovery, forse però, sempre nella realtà torinese, si dovrebbe tener conto dello svuotamento in funzioni e personale delle direzioni.

Indispensabile procedere con investimenti importanti in ambito ICT per uno sviluppo della piattaforma IP.

Concordiamo anche sulla valorizzazione del centro sperimentale di Torino per riprendere progettazione ed evoluzione tecnologica.

Crediamo anche che nel progetto culturale del Servizio Pubblico ci debba essere una ritrovata attenzione all'attività dell'Orchestra Sinfonica della RAI.

Siamo invece preoccupati per l'assenza di un progetto chiaro sul settore degli abbonamenti. Nonostante la riforma del prelievo da canone, dopo quattro anni, l'azienda non ha ancora sviluppato una riorganizzazione complessiva del settore e delle attività.

Al supporto per il prelievo del canone ordinario effettuato dalle società di distribuzione dell'elettricità e all'agenzia delle entrate, si aggiunge l'attività del canone speciale.

SLC - CGIL	Sindacato Lavoratori Comunicazione
FISTEL - CISL	Federazione Informazione Spettacolo e Telecomunicazioni
UILCOM – UIL	Unione Italiana Lavoratori della Comunicazione
UGL – COMUNICAZIONI	Unione Generale Lavoro - Comunicazioni
LIBERSIND. CONF. SAL	Confederazione Sindacati Autonomi Lavoratori

Proprio sul Canone Speciale, dal nostro punto di vista, manca un piano strutturale del recupero dell'evasione, da sempre elevatissima.

Sarebbe necessario implementare l'organico, renderlo omogeneo sul territorio e ricostituire la figura dell'ispettore, al fine di recuperare risorse indispensabili per il futuro dell'azienda.

Concordiamo con l'esigenza di procedere ad un "ammodernamento" degli immobili, anche attraverso la vendita e l'acquisto di strutture idonee alle attività definite sul territorio, vorremmo però si evitasse di utilizzare il patrimonio immobiliare per sopperire alle spese correnti.

Abbiamo già visto grandi aziende fare cassa con gli immobili per poi dover pagare affitti milionari, in tal senso ci preoccupa l'idea di creare una società ad hoc a cui attribuire la proprietà degli immobili.

COMMERCIALIZZAZIONE DEI PRODOTTI ED ENTRATE PUBBLICITARIE

Su questo capitolo in parte potrebbe produrre effetti positivi l'operazione tracciata per la pianificazione dei palinsesti (profilazione degli utenti e maggiore coerenza nella programmazione).

Se questa impostazione sarà portata a compimento, indubbiamente si potrà avere un effetto positivo sulla raccolta pubblicitaria e sulle entrate commerciali, senza dimenticare però che è dal 2008 che questi settori vivono un calo di entrate peggiore dell'andamento di mercato.

Riteniamo anche indispensabile una riorganizzazione sinergica tra RAI e Rai Pubblicità. Come per molta parte dell'azienda, anche in questo ambito strategico, si registra una scarsa condivisione dei processi necessari al pieno sfruttamento degli spazi pubblicitari e dei prodotti.

L'avvio di un merchandising legato ai prodotti realizzati internamente a Rai è un elemento di novità positivo, anche se questo dovrebbe implicare un investimento corposo sulla ideazione e la produzione interna di contenuti.

Non c'è molto sull'attività commerciale e la distribuzione di prodotti. Non è chiaro nel Piano Industriale come si ridefiniranno i perimetri di attività di Rai Com, Rai Cinema, Rai Fiction, direzioni e società del Gruppo RAI che negli anni, con difficoltà, hanno lavorato in maniera sinergica e con risultati non omogenei sui prodotti commercializzati.

INFORMAZIONE

SLC - CGIL
FISTEL - CISL
UILCOM – UIL
UGL – COMUNICAZIONI
LIBERSIND. CONF. SAL

Sindacato Lavoratori Comunicazione
Federazione Informazione Spettacolo e Telecomunicazioni
Unione Italiana Lavoratori della Comunicazione
Unione Generale Lavoro - **Comunicazioni**
Confederazione **Sindacati Autonomi Lavoratori**

L'informazione viene affrontata da una parte del Piano Industriale come strumento essenziale, non solo per le sue finalità di pubblico servizio, ma anche perché veicolo fondamentale per concorrere sul mercato e attrarre il pubblico giovane.

In quest'ottica si guarda al modello che ha permesso alla BBC di essere la PSM più forte sul web (social e sito), purtroppo però questa positiva visione di trasformazione sembra infrangersi contro la conservazione del modello verticale delle testate giornalistiche, probabilmente per rispondere all'esigenza (neanche troppo celata) di dover contemperare le posizioni delle diverse forze politiche che sostengono il Governo.

Interessante il progetto della Newsroom Unificata (Web, Social, Rai News, Tgr, Televideo): orizzontalità dell'informazione, sfruttamento di tutte le piattaforme, interazione web, social, radio, tv, sia per l'acquisizione in tempo reale dell'informazione e sia per dare spazio all'approfondimento.

Rimane invece forte la perplessità sul secondo passaggio, il sistema di interazione nella Newsroom Unificata del Tg1, Tg2 e Tg3, operazione che dovrebbe avvenire oltretutto successivamente alla scadenza dell'attuale Consiglio di Amministrazione (2022/23).

È chiaro dall'analisi fatta nel Piano Industriale che la fruizione cambia, che i più giovani ormai acquisiscono le notizie attraverso il web e in maniera sintetica.

Si può dire che, nel contesto dato, per attuare a pieno le prerogative del Servizio Pubblico è indispensabile essere immediati, ma anche avere la capacità di leggere la società in profondità realizzando un prodotto di qualità su tutto il territorio nazionale. In questo senso, le molte

piattaforme di diffusione a disposizione, tracciano anche quale può essere lo strumento di diffusione più idoneo all'approfondimento piuttosto che all'immediatezza della notizia.

TIMING

I tempi con cui si prefigurano le modifiche organizzative, gestionali e operative ci lasciano forti dubbi sulla piena realizzabilità del Piano Industriale.

La questione più evidente il completamento della "riforma" delle news prevista per il 2022/2023, ma non solo, siamo perplessi anche sulla realizzazione delle nuove direzioni in assenza di una contemporanea riduzione e riorganizzazione gestionale di quelle attualmente in essere.

Per un periodo si rischia una sovrapposizione di attività in un quadro che già oggi ci consegna troppi riporti e inefficienze operative e gestionali.

La preoccupazione è che i tempi della realizzazione del Piano facciano naufragare quanto di buono vi è contenuto.

RISORSE

SLC - CGIL	Sindacato Lavoratori Comunicazione
FISTEL - CISL	Federazione Informazione Spettacolo e Telecomunicazioni
UILCOM – UIL	Unione Italiana Lavoratori della Comunicazione
UGL – COMUNICAZIONI	Unione Generale Lavoro - Comunicazioni
LIBERSIND. CONF. SAL	Confederazione Sindacati Autonomi Lavoratori

Ribadendo quanto già su affermato sulla norma che regola il Canone, quindi sulla quantità di risorse pubbliche effettivamente a disposizione della RAI, rimane una forte perplessità sull'elaborazione dei dati economici effettuata nel Piano Industriale.

Guardando le tabelle presenti appare chiaro che la tenuta economica si fonda su un incremento immediato di entrate derivanti da pubblicità ed attività commerciali, tutte previsioni basate sull'ottimismo più che sui dati di mercato e dall'analisi d'andamento degli ultimi anni.

Le risorse dedicate allo sviluppo nel triennio sono circa 360 milioni, di cui poco più della metà (200 milioni) per sviluppo tecnologico. Di queste risorse, circa un terzo è previsto siano reperite attraverso risparmi aziendali (130 milioni) ed aumento di ricavi (inferiori a 100 milioni di euro).

Abbiamo forti dubbi sulla capacità di abbattere i costi in maniera così netta senza interventi pesanti sul lavoro e sul sistema produttivo, anche tenendo conto che il costo del lavoro è rimasto stabile negli ultimi anni e che si è in procinto di dover procedere ad un rinnovo del contratto nazionale.

L'azione sui costi esterni, leva già utilizzata negli ultimi anni per compensare la riduzione di entrate da commercializzazione e pubblicità, potrebbe vedere una ulteriore compressione, ma rimane il dubbio su un'azione efficace da adottare in tempi così stretti.

Altresì, bisogna considerare la capacità di internalizzare le attività, processo che non si può realizzare dall'oggi al domani e che ha necessità di:

- prevedere la revisione dei modelli produttivi;
- avviare l'assunzione di personale nativo digitale e altamente professionalizzato;
- progetti formativi;

tutte questioni da attuare per poter rimettere in moto una macchina bloccata da anni.

Dal nostro punto di vista le risorse realmente disponibili sono scarse, vista la portata degli interventi tecnologici necessari, mentre i risparmi sono tutti da verificare. In realtà, un piano di svolta avrebbe ben altre necessità, e dovrebbe riguardare in primo luogo il ruolo dell'azionista, con investimenti certi, adeguati, credibili.

RAI WAY

Sulla società che ha la proprietà della rete broadcast il Piano dice poco, anche in virtù della particolarità del suo profilo: controllata al 65,073% da RAI, quindi pubblica, ma al contempo società collocata in borsa e con un autonomo Piano Industriale.

SLC - CGIL	Sindacato Lavoratori Comunicazione
FISTEL - CISL	Federazione Informazione Spettacolo e Telecomunicazioni
UILCOM – UIL	Unione Italiana Lavoratori della Comunicazione
UGL – COMUNICAZIONI	Unione Generale Lavoro - Comunicazioni
LIBERSIND. CONF. SAL	Confederazione Sindacati Autonomi Lavoratori

Ad eccezione della notizia che la vede coinvolta nel recente accordo con RAI e Openfiber, però, non riscontriamo sul Piano progetti e investimenti strutturali al di là di quanto previsto dalla normativa per la realizzazione del DVB T2. Peraltro, esistono vari aspetti non ancora chiariti dal legislatore sulle partite economiche che coinvolgeranno l'Azienda nella perdita o nel riacquisto delle reti eccedenti le nuove capacità trasmissive. A tale riguardo, ci pare, invece, che la Rai sia pronta ad una contrazione delle sue possibilità produttive, cassando 2 palinsesti rispetto alla situazione attuale.

In questo contesto non possiamo non domandarci quali intenzioni abbia il legislatore, sia in ordine alla qualità del prodotto Radiotelevisivo e Multimediale che deve fornire il Servizio Pubblico, sia rispetto al ruolo che il pubblico deve avere sulla gestione della "rete" (Satellite, fibra, DVB T2, 5G, DAB+).

RUOLO DEL SINDACATO

Infine, per aiutare un processo di reale riforma del sistema produttivo ed ideativo della RAI, sarebbe necessaria una partecipazione attiva delle OO.SS. nella discussione sull'attuazione del Piano Industriale.

Auspichiamo che la Commissione di Vigilanza evidenzi a RAI la necessità di coinvolgere nei nuovi "cantieri" di lavoro, che implementeranno le linee strategiche del Piano, anche le parte sociali, altrimenti il rischio, da una parte, è quello di ingenerare tra i lavoratori il timore di effetti negativi sul futuro occupazionale o professionale, dall'altra quello di non avere una visione generale, e al contempo di dettaglio, delle singole realtà produttive, condizione che nelle precedenti esperienze ha portato l'azienda a non investire in settori fondamentali per la funzione di Servizio Pubblico Radiotelevisivo e Multimediale.

Roma, 3 luglio 2019

Le segreterie nazionali

Slc-Cgil Fistel-Cisl Uilcom-Uil Ugl-Comunicazioni Libersind-ConfSal