

Roma, 7 marzo 2017

**Spett.le Consiglio di Amministrazione  
di RAI Pubblicità**

- Presidente  
dott. Antonio Marano
- Amministratore Delegato  
dott. Fabrizio Piscopo
- Consiglieri  
dott.ssa Paola Marchesini  
dott. Andrea Vianello

e, p.c. **Spett. le RAI Pubblicità S.P.A.**

- Direttore Generale  
dott. Luciano FLUSSI
- Direttore RUO  
dott. Alberto Allegranza
- Segretario del C.d.A.  
Dott.ssa Laura PASCHETTO

LORO SEDI

Trasmissione a/m e-mail

Egregi Consiglieri,

lo scorso 16 febbraio, su richiesta delle scriventi, si è svolto un incontro con il D.G., inerente gli ordini di Servizio n. 1/2017 avente per oggetto la “riorganizzazione dell’Area di vendita Nord-Est e Centro” e n. 2/2017 avente per oggetto la “riorganizzazione delle attività di Media agency e dell’Area Iniziative Speciali”, il contestuale avvio di una iniziativa aziendale affidata alla società KPMG, la verifica delle ricadute sul lavoro derivanti dall’implementazione del sistema applicativo di supporto ai processi di business/commerciali aziendali “Open Square” e in ultimo le indicative, ricorrenti e preoccupanti uscite di manager e di professionalità interne con specifiche competenze nelle aree di core-business.

L’incontro è stato anche occasione, per acquisire informazioni in merito alle indagini della Guardia di Finanza, mantenendo i dovuti profili di riservatezza. In ragione di quanto rappresentato dal DG, le scriventi hanno chiesto che l’istituzione del Fondo di garanzia non costituisca elemento di penalizzazione per i lavoratori a partire dal rinnovo del CCNL, scaduto da più di tre anni, dal riconoscimento delle “premierità” annunciate ai lavoratori dall’Amministratore Delegato, quale segno di giusto riconoscimento per la compartecipazione di tutti i lavoratori al raggiungimento degli obiettivi.

Le scriventi OO.SS hanno esposto con estrema chiarezza le proprie riserve e preoccupazioni, avanzando proposte finalizzate alla difesa del perimetro delle attività aziendali e con esso dei livelli occupazionali e di valorizzazione delle professionalità interne.

Nello specifico la parte sindacale ha chiesto di avviare un serrato confronto sui temi strategici aziendali di medio lungo periodo, la presentazione di un Piano industriale di Rai Pubblicità, nel quale sono indicati gli obiettivi di mercato, i conseguenti aspetti organizzativi, gestionali e professionali per il loro perseguimento.

Al riguardo nei giorni scorsi si sono svolte in tutte le sedi aziendali le assemblee informative dei lavoratori che si sono tutte concluse con l'approvazione unanime di una mozione, allegata alla presente.

In ragione di quanto rappresentato, certi della Vs. attenzione sui temi del lavoro, le scriventi fanno proprie le istanze dei delegati sindacali e dei lavoratori tutti, che nelle Assemblee hanno chiesto di rappresentare le proprie ragioni al Consiglio di Amministrazione.

In attesa di un cortese riscontro, inviamo i nostri più cordiali saluti.

p. Le Segreterie Nazionali

FISTel - CISL	UILCOM - UIL
Walter D'Avack	Ottavio Bulletti

All.1 c.s.

## Comunicato dei lavoratori Rai Pubblicità

Le Assemblee dei lavoratori Rai Pubblicità di Torino, Milano, Roma, Venezia, Bologna, Napoli riunitesi in contemporanea giovedì 2 marzo 2017,

### PREMESSO CHE:

- Le segreterie nazionali delle OO.SS. hanno inviato all'Azienda due richieste urgenti, con riferimento agli ordini di Servizio 1 e 2 del 2017 e all'ipotesi di corresponsione premialità, formulata dall'Amministratore Delegato, collegata al raggiungimento degli obiettivi di raccolta pubblicitaria 2016.
- L'Azienda, nella persona del Direttore Generale, e le OO.SS. si sono incontrate lo scorso 16 febbraio, facendo seguito alle suddette richieste. Nel corso dell'incontro è emerso quanto segue:
  - a) In apertura dell'incontro il D.G. ha ragguagliato le OO.SS. sulle recenti indagini avviate dalla Guardia di Finanza. Nel rispetto del riserbo dovuto alle indagini in corso, il D.G. ha chiarito che l'inchiesta, di natura penale, è a carico di singole persone fisiche nei ruoli di Presidente, A.D. e Direttore finanziario, presenti e passati nell'arco di 10 anni. Pur nella convinzione che le indagini potranno dimostrare l'innocenza degli interessati e la correttezza dell'operato aziendale, l'Azienda opererà un accantonamento di bilancio, onde far fronte ad eventuali esborsi imprevisti.
  - b) Nel merito della osservazioni sindacali oggetto dell'incontro, il D.G. ha smentito l'intenzione dell'Azienda di operare uno spostamento di responsabilità verso l'esterno.
  - c) Riguardo all'attività affidata alla società di consulenza KPMG, il D.G. ha affermato che l'analisi è finalizzata unicamente a fotografare il quadro attuale delle competenze e delle attività svolte.
  - d) Il D.G. ha quindi risposto alla richiesta di chiarimento sull'utilizzo del software Open Square, dichiarando che l'automazione della vendita è un processo destinato ad estendersi a macchia d'olio in tutte le realtà commerciali; Rai pubblicità deve attrezzarsi per tempo per non farsi cogliere impreparata, anche se ciò può comportare modificazioni delle figure professionali coinvolte.
  - e) L'incontro si è concluso affrontando il tema di Premio di risultato. Il D.G. ha nuovamente ribadito il concetto che Rai Pubblicità non può muoversi in autonomia rispetto a RAI, in quanto esiste un bilancio consolidato di Gruppo a cui fare riferimento.

### CONSIDERATO CHE:

- a) Le rassicurazioni fornite dal D.G. non sono in grado di bilanciare la preoccupazione espressa dalle OO.SS. in relazione all'O.d.S. 1/2017, nel quale vengono espressamente richiamate attività in capo a soggetti esterni all'Azienda. La richiesta della parte sindacale, di sottoscrivere un accordo generale nel quale l'Azienda si impegni a difendere e gestire al suo interno il perimetro delle attività tutte ed in particolare quelle di carattere commerciale, è caduta nel vuoto.

b) La descrizione delle attività affidate a KPMG risulta poco convincente, in quanto per assolvere tale finalità parrebbe ampiamente sufficiente raccogliere e organizzare le informazioni internamente, facendo riferimento ai dirigenti e ai responsabili dei vari uffici.

c) L'innovazione tecnologica non è percepita a priori come una minaccia, ma può diventare fonte di crescita della produttività e del fatturato. Nell'esposizione sull'utilizzo della piattaforma Open Square è difficile non rilevare l'assenza di considerazioni sul ruolo specifico del booking e sull'insostituibile valore aggiunto che la sola attività umana è in grado di dare, fondamentale per tendere a saturare tutto il magazzino, compresi gli spazi meno appetibili.

d) Sul tema del premio di risultato, pare di capire che poco importa se i criteri di raggiungimento di R.P. siano differenti da quelli della Capogruppo. E men che meno importa se l'A.D. ha pubblicamente e reiteratamente parlato di premio ai dipendenti conseguente al raggiungimento dei buoni risultati.

#### CHIEDONO CHE:

- L'Azienda fornisca il piano industriale nel quale sia ben definito e dettagliato il perimetro delle attività aziendali e la sua distribuzione territoriale.
- Dopo svariati anni di raccolta costantemente in calo, dopo che l'Azienda ha dato seguito alle politiche incentivanti che hanno premiato economicamente solo una parte dei lavoratori, dopo oltre tre anni di contratto scaduto, l'Azienda riconosca l'apporto fondamentale di tutti i lavoratori nel raggiungimento degli obiettivi di raccolta pubblicitaria, con le necessarie concrete azioni conseguenti.

A tal fine, con l'approvazione della presente mozione, i lavoratori Rai Pubblicità dichiarano il pieno sostegno alle OO.SS. e alle azioni sindacali che saranno ritenute necessarie a far sì che vengano garantiti i propri diritti.

2 marzo 2017