

CESSIONE DI RAMO MEDIASHOPPING: LE RAGIONI DEL NOSTRO NO.

Come avevamo già anticipato nel nostro comunicato del 6 agosto u.s., MEDIASET ha purtroppo confermato la sua decisione irrevocabile di uscire dal settore delle televendite, nonostante gli investimenti e i costi sopportati in tutti questi anni. Un disimpegno che si concretizzerà con la vendita di tutte le attività e di tutto il personale attualmente impiegato in Mediashopping, e che si articolerà in due fasi: una prima cessione di ramo a una società interamente controllata da Mediaset, e la vendita successiva a un soggetto esterno, la Ortigia Investimenti spa.

Senza entrare nel merito del piano industriale dei nuovi acquirenti -tema che verrà affrontato non appena la vendita sarà perfezionata- resta il rammarico per l'ostinazione con cui Mediaset ha voluto perseguire questa cessione. Dismettendo questa attività insieme a tutti i dipendenti in essa ricompresi, infatti, Mediaset non ha tenuto minimamente conto della posizione sindacale, che, al limite, avrebbe accettato la cessione dell'attività, a patto che si facesse salva la forza lavoro in essa impiegata.

Questo tipo di operazioni, basate su un mero risparmio di costi, e quindi poco attente alle ragioni della responsabilità sociale d'impresa, ci vedono da sempre fortemente contrari, a maggior ragione in questo caso, dove l'esiguità dei lavoratori coinvolti, risulta influente sui costi aziendali.

Inoltre, con l'uscita definitiva dal settore delle televendite, temiamo che si allenteranno definitivamente anche gli ultimi legami fra questi lavoratori e il Gruppo Mediaset, gettando ulteriori e pesanti ipoteche sul loro futuro occupazionale.

Queste preoccupazioni -unite a una normativa che non permette al Sindacato di bloccare questo tipo di operazioni- ci hanno spinto fino all'ultimo a ricercare un accordo che assicurasse maggiori garanzie per le lavoratrici e i lavoratori di Mediashopping.

In particolare, nei tre incontri che si sono succeduti (3, 11 e 17 settembre u.s.), le OO.SS. hanno chiesto a Mediaset un accordo che riconoscesse i seguenti punti:

1. Garanzie occupazionali sostanziali per i lavoratori Mediashopping, ovvero la possibilità di un loro ritorno a Mediaset nella malaugurata ipotesi di fallimento o licenziamenti collettivi da parte del futuro acquirente.
2. Mantenimento del Contratto Confindustria RadioTv e dell'Integrativo Mediaset che, oltre alle sicurezze di carattere economico, ci avrebbe permesso di rappresentare e tutelare questi lavoratori anche dopo la loro uscita da Mediaset.
3. Pagamento del Tfr da parte di Mediaset prima della vendita a Ortigia, in deroga quindi al principio dell'assenza di soluzione di continuità previsto in procedura.

A queste rivendicazioni delle OO.SS., l'assemblea dei lavoratori Mediashopping ha voluto affiancare anche la richiesta vincolante di 36 mensilità aggiuntive a carico Mediaset, che si sono rivelate uno degli ostacoli principali per la conclusione di un accordo sostenibile.

Per tutta risposta Mediaset ha bocciato come irricevibile la richiesta delle 36 mensilità, e si è limitata a fare timide aperture sulle garanzie occupazionali, senza peraltro entrare nel merito di quali meccanismi introdurre per renderle esigibili. Ha invece dato il proprio assenso al pagamento del tfr per i lavoratori Mediashopping che ne facessero richiesta prima della vendita, e ha inoltre dato il proprio sostegno alla richiesta sindacale di mantenere il contratto dell'emittenza privata almeno per un anno dalla vendita al Gruppo Ortigia spa.

Concessioni troppo blande e troppo generiche, che, a nostro modesto avviso, sono la dimostrazione di quanto Mediaset non fosse interessata come in passato alla ricerca di un accordo.

Fermo restando che il lavoro sindacale di SLC-CGIL, FISTEL-CISL, UILCOM-UIL in favore dei lavoratori e delle lavoratrici Mediashopping continuerà anche dopo il loro passaggio a Ortigia spa, una serie di riflessioni appaiono necessarie, e riguardano tutte il rapporto che Mediaset intende instaurare con le OO.SS. e con i lavoratori che queste rappresentano. Servono in particolare risposte sulle seguenti criticità:

- appare sempre più difficile comprendere quali siano gli indirizzi strategici del Gruppo. Dopo una estenuante e purtroppo fallimentare corsa nei tribunali di mezza Europa, appare nebuloso il disegno strategico del Gruppo. Poche e scarse notizie sull'evoluzione dei rapporti con l'azionista di minoranza Vivendi, ancora meno notizie sul futuro del progetto Mfe. Per queste ragioni appare non più rinviabile un confronto serrato con i vertici del Gruppo per conoscere il piano industriale e editoriale, al fine di rassicurare i lavoratori e le lavoratrici di Mediaset sul loro futuro.
- Questa cessione di ramo -la prima che si conclude con un mancato accordo- non può e non deve diventare il viatico per altre operazioni di questo tipo. Di fronte a questa come altre operazioni non condivisibili, la risposta del Sindacato Confederale è e sarà fortissima, e si articolerà a tutti i livelli possibili.
- Con l'intransigenza del tutto inedita dimostrata in questa vertenza, Mediaset ha dato l'impressione di non ritenere più strategiche le relazioni sindacali, che, in passato, avevano invece dato prova di grande efficacia. Al contrario, noi siamo convinti che, proprio in considerazione della delicatezza del momento, servirebbe a tutti fare sistema, ristabilendo delle relazioni sindacali stringenti ed efficaci.

Per queste ragioni, nel dimostrare vicinanza fattiva alle lavoratrici e ai lavoratori Mediashopping, SLC-CGIL, FISTEL-CISL, UILCOM-UIL valuteranno quali iniziative nazionali e/o territoriali intraprendere a sostegno della loro vertenza.

Roma, 21 settembre 2020

Le Segreterie Nazionali
SLC-CGIL, FISTEL-CISL, UILCOM-UIL