

Torino, 7 giugno 2023

Spettabile  
Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali  
Direzione Generale dei rapporti di lavoro e delle  
relazioni industriali  
DIVISIONE VI - Controversie di lavoro  
PEC: [dgrapportilavoro.div6@pec.lavoro.gov.it](mailto:dgrapportilavoro.div6@pec.lavoro.gov.it)

P.C.  
UNIONE GRAFICI MILANO  
C.A. Maurizio Villani  
Maurizio.villani@gct.mi.it

Segreterie Nazionali e Territoriali  
SLC-CGIL  
P.E.C.: [segreteria nazionale@slccgil.telecompost.it](mailto:segreteria nazionale@slccgil.telecompost.it)

FISTEL-CISL  
P.E.C.: [fistel@pec.cisl.it](mailto:fistel@pec.cisl.it)

UILCOM-UIL  
P.E.C. - [uilcomnazionale@legalmail.it](mailto:uilcomnazionale@legalmail.it)

RSU aziendale  
e-mail: [rsu@gedigps.it](mailto:rsu@gedigps.it)

**Oggetto: Presentazione Piano di Riorganizzazione in presenza di crisi per il personale impiegatizio di Gedi Periodici e Servizi S.p.A. ai sensi del comma 500 dell'art. 1 della Legge di Bilancio 2020.**

La scrivente società Gedi Periodici e Servizi S.p.A., ha predisposto un piano di interventi di riorganizzazione aziendale (in allegato alla presente) la cui attuazione comporterà una complessiva riorganizzazione delle attività aziendali dalla quale conseguiranno 66 unità in esubero su un organico complessivo di 224 impiegati grafici.

Ai fini della gestione delle suddette eccedenze il piano prevede il ricorso alla causale di riorganizzazione aziendale in presenza di crisi ai sensi dell'art. 25-bis comma 3 lettera a) del D.Lgs 148/2015 e il riconoscimento della cigs per un periodo di 6 mesi a partire dal mese di luglio 2023.



Verrà inoltre richiesto il beneficio del prepensionamento per i lavoratori in possesso o che matureranno nell'arco del periodo i requisiti contributivi previsti dall'art. 1, comma 500, della legge n. 160/2019, attualmente stimabili in 66 unità.

In relazione a quanto precede si chiede a codesto Ministero di voler cortesemente convocare tutte le parti interessate ai fini dell'esame congiunto della situazione aziendale ai sensi di quanto previsto dall'art. 24 del D. Lgs. 148/2015 e dal comma 500 dell'art. 1 della legge 160/2019.

In attesa di un vostro cortese riscontro in merito alla convocazione delle parti in indirizzo si inviano cordiali saluti.

  
GEDI PERIODICI E SERVIZI S.p.A.

Torino, 29 maggio 2023

## **GEDI PERIODICI E SERVIZI S.P.A. PIANO DI RIORGANIZZAZIONE DELLE ATTIVITA'**

### **1. LO SCENARIO ECONOMICO E DI MERCATO**

Il declino strutturale del comparto editoriale tradizionale, da oltre un quindicennio in perdita di copie, pubblicità e, conseguentemente, di ricavi e valore, sia nel settore dei quotidiani sia in misura ancora maggiore nel settore dei periodici, ha visto negli ultimi tre anni un ulteriore significativo peggioramento dei suoi fondamentali economici, specie nell'anno del Coronavirus.

La pandemia, infatti, ha colpito tutte le economie occidentali e mondiali, con la riduzione dei consumi delle famiglie e degli investimenti delle imprese, con dirette e pesanti ripercussioni sui ricavi diffusionali e pubblicitari delle società editoriali, con la riduzione dei budget delle redazioni e, in tanti casi, con il taglio della forza lavoro.

In questo quadro si sono innestate, a partire da fine febbraio 2022, le difficoltà legate al conflitto tra Russia e Ucraina e alle sanzioni economiche e finanziarie imposte alla Russia da parte di Europa, Stati Uniti e altri paesi del mondo, che hanno determinato una riduzione del commercio mondiale e una crescita dei prezzi dei trasporti e delle materie prime ed in alcuni casi anche difficoltà di approvvigionamento. In generale, dopo diversi anni di sostanziale stabilità dei prezzi, nel 2022 l'indice nazionale dei prezzi al consumo ha registrato su base annua una crescita media dell'8,1%, mai registrata in Italia negli ultimi 30 anni.

Questa situazione sta determinando un incremento dei costi di produzione, in particolare carta ed energia, ed influisce anche sull'andamento del mercato pubblicitario e delle vendite di copie, andando ad incidere sulla propensione alla spesa degli inserzionisti e dei lettori e compromettendo ulteriormente l'equilibrio economico delle aziende del settore.

In aggiunta al peggioramento del contesto, permangono le problematiche strutturali che da decenni interessano il settore: principalmente il basso tasso di lettura, il sistema distributivo poco elastico, un mercato pubblicitario in cui il segmento stampa continua a perdere quote di mercato, l'emergere degli *Over The Top* quali attori dominanti nell'offerta di contenuti e nelle modalità di raccolta pubblicitaria.

Alla radice di questo processo vi è la profonda e radicale trasformazione del settore editoriale in ogni sua componente: dalla elaborazione delle notizie alla loro veicolazione, dall'acquisizione della pubblicità alla vendita dei contenuti ai lettori ed agli abbonati. In particolare, l'avvento dell'informazione online, che ha reso la notizia un flusso costante, non più legato alla scansione dei giorni – quotidiana, settimanale, mensile – bensì al luogo virtuale dal quale le notizie vengono prodotte, ha contribuito significativamente al declino

dell'informazione quotidiana: oggi legge quotidiani con regolarità a malapena il 5% dei giovani fra i 14 e i 29 anni e solo l'8,8% degli adulti tra i 45 e i 64 anni.

Per avere un'idea di quanto sia radicale il cambiamento in corso, basta osservare i dati aggiornati sull'andamento del settore.

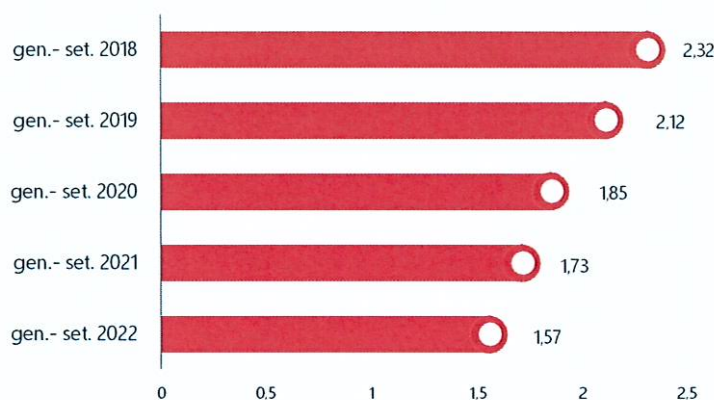
Fino al 2007, la percentuale di italiani e italiane che comprava un quotidiano in edicola era piuttosto alta: il 67%. Oggi sono rimasti solo il 25,4%. In quindici anni i lettori sono scesi del 41,6%. Ma non sono passati ai quotidiani online: solo il 33% degli italiani, infatti, è lettore della versione web sui quotidiani. Mentre i siti web generici d'informazione raccolgono online il 58,1% delle persone. Il deflusso dalla lettura più importante è avvenuto nella fascia d'età fra i 45 e i 64 anni: in un solo anno, dal 2021 al 2022, i non-lettori in questo segmento sono passati dal 55,3% al 62,4%. È inoltre interessante segnalare che fra i laureati la percentuale di coloro che non utilizza mezzi stampati per la sua dieta mediatica tocca il 50,7% nel 2022 (fonte *Censis, 18° Rapporto sulla Comunicazione*).

L'andamento negativo del comparto è confermato anche dai dati sulla diffusione (fonte *ADS, Accertamento Diffusione Stampa*). Nell'anno 2022 rispetto all'esercizio precedente si è registrata:

- per i quotidiani, una flessione delle copie Individuali Cartacee del 9,5% ed una crescita delle copie Individuali Digitali del 3,8%. Includendo anche le copie Multiple, carta e digitale, il Totale della Diffusione Pagata si attesta al -6,4%. Considerando, infine, anche le copie Abbinare, Estero, Promozionali ed Omaggio, il Totale della Diffusione, cartacea e digitale, registra una flessione del 6,1%.
- per i settimanali, una flessione delle copie Individuali Cartacee del 12,0% ed una crescita delle copie Individuali Digitali del 3,2%. Includendo anche le copie Multiple, carta e digitale, il Totale della Diffusione Pagata si attesta al -10,9%. Considerando, infine, anche le copie Abbinare, Estero, Promozionali ed Omaggio, il Totale della Diffusione, cartacea e digitale, registra una flessione dell'11,4%;
- per i mensili, una flessione delle copie Individuali Cartacee del 18,8% e delle copie Individuali Digitali del 17,2%. Includendo anche le copie Multiple, carta e digitale, il Totale della Diffusione Pagata si attesta al -15,6%. Considerando, infine, anche le copie Abbinare, Estero, Promozionali ed Omaggio, il Totale della Diffusione, cartacea e digitale, registra una flessione del 17,4%.

Ampliando l'orizzonte anche agli anni precedenti, la perdita di copie delle testate quotidiane risulta ancora più impressionante (fonte *Osservatorio sulle Comunicazioni N4/2022 AGCOM*): rispetto al 2018 le vendite delle copie cartacee sono diminuite del 36,5% solo in parte compensate dalla crescita del 12,5% delle copie digitali, che tuttavia rappresentano ancora una quota ridotta del totale (15% nel 2022 rispetto al 9% del 2018). A risentire di questo trend sono stati principalmente i quotidiani nazionali (-35,8% vs 2018).

**VENDITE GIORNALIERE**  
(milioni di copie vendute)



Variazione in %

	Gen. – Set. (2021 – 2022)	Gen. – Set. (2018 -2022)
<b>Copie complessive:</b>	<b>-9,4 ↓</b>	<b>-32,5 ↓</b>
Copie cartacee:	<b>-9,9 ↓</b>	<b>-36,5 ↓</b>
Copie digitali:	<b>-5,7</b>	<b>+12,5 ↑</b>
Copie quotidiani nazionali:	<b>-8,5 ↓</b>	<b>-35,8 ↓</b>
Copie quotidiani locali:	<b>-10,2 ↓</b>	<b>-29,2 ↓</b>

Sul versante della raccolta pubblicitaria, la serie storica degli ultimi quindici anni evidenzia come il mercato italiano abbia quasi dimezzato il suo valore passando da €9,0 miliardi del 2008 a €5,1 miliardi nel 2022 (fonte *Nielsen Media Resarch*).

Il fatturato pubblicitario del segmento “stampa” si è ridotto del 79% con una quota di mercato passata dal 34% del 2008 al 13% nel 2022.

Valori segmenti di mercato (€, Mln)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	22vs08
QUOTIDIANI	1.789	1.488	1.434	1.323	1.090	877	792	740	690	637	597	537	451	470	441	-75,3%
PERIODICI	1.314	937	886	853	696	529	495	475	456	427	393	338	214	222	211	-83,9%
<b>STAMPA</b>	<b>3.103</b>	<b>2.424</b>	<b>2.320</b>	<b>2.176</b>	<b>1.786</b>	<b>1.406</b>	<b>1.287</b>	<b>1.214</b>	<b>1.146</b>	<b>1.064</b>	<b>990</b>	<b>875</b>	<b>665</b>	<b>692</b>	<b>652</b>	<b>-79,0%</b>
TV	5.161	4.637	4.914	4.762	4.034	3.632	3.615	3.639	3.834	3.774	3.797	3.595	3.252	3.719	3.527	-31,7%
INTERNET (escluso Search e Social)	306	322	387	435	457	449	459	456	445	453	473	490	486	571	553	80,6%
RADIO	475	438	472	436	391	355	349	379	388	409	431	439	329	364	370	-22,2%
<b>TOTALE MERCATO</b>	<b>9.046</b>	<b>7.822</b>	<b>8.093</b>	<b>7.808</b>	<b>6.669</b>	<b>5.843</b>	<b>5.709</b>	<b>5.689</b>	<b>5.813</b>	<b>5.699</b>	<b>5.691</b>	<b>5.398</b>	<b>4.732</b>	<b>5.345</b>	<b>5.102</b>	<b>-43,6%</b>

Quota segmenti di mercato	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
QUOTIDIANI	19,8%	19,0%	17,7%	16,9%	16,3%	15,0%	13,9%	13,0%	11,9%	11,2%	10,5%	10,0%	9,5%	8,8%	8,6%
PERIODICI	14,5%	12,0%	10,9%	10,9%	10,4%	9,1%	8,7%	8,3%	7,8%	7,5%	6,9%	6,3%	4,5%	4,2%	4,1%
<b>STAMPA</b>	<b>34,3%</b>	<b>31,0%</b>	<b>28,7%</b>	<b>27,9%</b>	<b>26,8%</b>	<b>24,1%</b>	<b>22,5%</b>	<b>21,3%</b>	<b>19,7%</b>	<b>18,7%</b>	<b>17,4%</b>	<b>16,2%</b>	<b>14,0%</b>	<b>12,9%</b>	<b>12,8%</b>
TV	57,1%	59,3%	60,7%	61,0%	60,5%	62,2%	63,3%	64,0%	66,0%	66,2%	66,7%	66,6%	68,7%	69,6%	69,1%
INTERNET	3,4%	4,1%	4,8%	5,6%	6,9%	7,7%	8,0%	8,0%	7,7%	7,9%	8,3%	9,1%	10,3%	10,7%	10,8%
RADIO	5,3%	5,6%	5,8%	5,6%	5,9%	6,1%	6,1%	6,7%	6,7%	7,2%	7,6%	8,1%	7,0%	6,8%	7,2%

*AS*

Per effetto degli andamenti descritti sopra, l'aggregato dei ricavi delle principali imprese operanti nel settore dell'editoria quotidiana e periodica registra una riduzione complessiva del 10,0% passando dai €4,24 miliardi del 2017 ai €3,82 miliardi del 2021 (fonte AGCOM Focus Bilanci 2017-2021).



Ampliando il periodo temporale analizzato al decennio 2012-2021(\*) relativamente alle due principali voci di ricavo (risorse editoriali ed introiti pubblicitari) per il mercato domestico, le valutazioni effettuate sui singoli bilanci aziendali (\*\*) portano, a livello aggregato, a risultati che, tra il 2012 ed il 2021, vedono i ricavi editoriali ridursi del 38,5% (da €1,86 miliardi a €1,14 miliardi), mentre le risorse derivanti dalla vendita di spazi pubblicitari si sono ridotte del 45% (da €1,78 a €0,98 miliardi).

### Trend storico dei ricavi



*(\*): la serie storica 2012-2021 è in termini omogenei, essendo escluse le società Altroconsumo, Athesis, Avvenire, Editoriale Il fatto, Hachette, Hearst Magazine, Seasaab, per le quali i dati disponibili si fermano al 2017. Si evidenzia in ogni caso come, nel 2021, tali imprese rappresentano complessivamente il 7,6% degli introiti del settore*

*(\*\*): i bilanci delle imprese naturalmente presentano strutture informative eterogenee e terminologie non uniformi, conseguentemente sono state effettuate nel processo di allocazione delle singole poste di ricavo per categoria merceologica, alcune stime*

Quanto alle prospettive per il 2023, le principali agenzie ed istituzioni indicano una leggera crescita del PIL italiano. Tuttavia, permangono significativi rischi dovuti innanzitutto agli sviluppi della guerra in Ucraina con i conseguenti effetti inflattivi sui rincari dell'energia e di alcune materie prime.

La crisi strutturale del settore editoriale e la forte complessità del contesto economico di riferimento rende pertanto necessario intraprendere nuove azioni di riorganizzazione di tutti i principali processi produttivi.

## **2. SITUAZIONE ECONOMICA ED ORGANIZZATIVA DELLA GEDI PERIODICI E SERVIZI**

Nel corso dell'esercizio 2021 il Gruppo GEDI ha realizzato un progetto di profonda modernizzazione mediante la riorganizzazione ed il riordino societario e organizzativo, finalizzato ad ottenere la razionalizzazione delle strutture e a concentrare in ciascuna delle società operative aree di attività omogenee.

Tale progetto ha portato alla costituzione, con efficacia dal 1° settembre 2021, di GEDI Periodici e Servizi SpA, quale società editoriale di pubblicazioni periodiche (*L'Espresso*, *National Geographic* e *Limes*) e di prestazioni di servizi in cui sono state concentrate tutte le funzioni trasversali (amministrazione e finanza, controllo di gestione, HR, legale e societario, servizi generali, acquisti, relazioni esterne, audit, ecc..) con risorse provenienti dalla Capogruppo e/o periferiche (Elemedia SpA, A.Manzoni&C. SpA, GEDI Digital Srl e GEDI News Network SpA) a servizio delle altre società del Gruppo.

In data 27 giugno 2022 è stata perfezionata l'operazione di cessione del ramo d'azienda relativo al settimanale *L'Espresso* alla società *L'Espresso Media*. Sotto la nuova proprietà, che fa capo a BFC Media, un gruppo editoriale solido, che ha valorizzato economicamente la testata e che sta puntando sullo sviluppo di riviste periodiche, il settimanale *L'Espresso* potrà trovare maggiore allineamento nella strategia aziendale, rispetto alla direzione evolutiva che il Gruppo GEDI ha intrapreso e sta perseguendo da anni, centrata sull'informazione in real time per il grande pubblico e sullo sviluppo di contenuti digitali e multimediali.



## Risultati economico-finanziari di GEDI Periodici e Servizi al 31 dicembre 2022

(€mila)	Anno 2021 <sup>(1)</sup>	Anno 2022
Fatturato, di cui:	16.187	42.821
• diffusione (prodotti tradizionali e abbonati digitali)	4.526	13.138
• pubblicità	979	1.520
• servizi corporate	9.772	25.378
• diversi	910	2.785
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>2.006</b>	<b>7.895</b>
<b>Risultato operativo</b>	<b>240</b>	<b>1.134</b>
<b>Risultato ante imposte</b>	<b>(372)</b>	<b>159</b>
<b>Risultato netto</b>	<b>(352)</b>	<b>65</b>

<sup>(1)</sup> I risultati si riferiscono al periodo 1° settembre – 31 dicembre 2021

(€mn)	31 dicembre 2021	31 dicembre 2022
<b>Posizione finanziaria netta ante IFRS 16</b>	<b>3.452</b>	<b>(2.925)</b>
Debiti per leasing e diritti d'uso IFRS 16	(29.903)	(32.982)
<b>Posizione finanziaria netta post IFRS 16</b>	<b>(26.451)</b>	<b>(35.907)</b>

Nel 2022 il risultato operativo è stato pari a €1,1 milioni ed il risultato netto registra un utile di poco inferiore a €0,1 milioni. Tali risultati beneficiano della plusvalenza di €4,4mn derivante dalla cessione de *L'Espresso* nonché di crediti d'imposta complessivamente pari a €1,5mn e derivanti da acquisti carta del periodo 2019-2022, dalle spese sostenute per la distribuzione delle testate attribuibili alla società nell'anno 2020, nonché dalle spese sostenute per energia elettrica e gas.

Benché l'esercizio 2022 abbia chiuso in leggero utile, la situazione economico-finanziaria delle società presenta nel breve-medio termine elementi di forti criticità.

Il 2023, infatti, se da un lato beneficerà del venir meno delle perdite economiche associate alla testata *L'Espresso*, dall'altro lato non avrà più il contributo positivo derivante dalla plusvalenza per la cessione della medesima testata né potrà contare sui crediti d'imposta di cui sopra.

Risulta quindi evidente che per avere una prospettiva di ritorno ad un indispensabile equilibrio economico-finanziario, la società necessita di importanti interventi strutturali che in un contesto di mercato sicuramente difficile, con prospettive di ulteriori contrazioni dei ricavi, migliorino l'efficienza dei processi e ottimizzino le risorse a disposizione.

Il presente piano, le cui caratteristiche verranno dettagliate nei paragrafi successivi, è finalizzato ad intervenire sulle attività del personale grafico/impiegatizio della GEDI Periodici e Servizi SPA.

L'attuale configurazione della struttura organizzativa aziendale risulta, infatti, difficilmente sostenibile alla luce del contesto economico e di mercato sopra

rappresentato imponendo l'adozione di azioni di revisione dei modelli tradizionali e concentrando ogni sforzo nella valorizzazione di iniziative finalizzate alla salvaguardia della sostenibilità patrimoniale dell'azienda, alla creazione di valore e al rilancio dell'attività.

### 3. INTERVENTI DI RIORGANIZZAZIONE

A seguito del nuovo assetto organizzativo del Gruppo implementato nel 2021, sono attualmente concentrate nella Gedi Periodici e Servizi le attività di Staff (Relazioni Esterne, Controllo di Gestione, Internal Audit, Contratti e Privacy, Amministrazione e Finanza, Risorse Umane, Servizi Generali, Produzione, Diffusione e Logistica) per tutte le Società del Gruppo e le attività di Preparazione e Segreteria di Redazione delle testate periodiche National Geographic e Limes.

Il personale impiegatizio attualmente in forza è pari a n. 224 unità impiegate inquadrato nel CCNL delle attività grafiche ed affini e delle aziende editoriali, dislocate nelle seguenti sedi aziendali: Roma, Torino, Milano, Genova, Mantova, Padova, Udine e Trieste.

Lo scenario economico di settore e aziendale sopra rappresentato impone la necessità di attivare interventi strutturali di razionalizzazione operativa e di riduzione dei costi favoriti da investimenti che interesseranno tutti i processi coinvolti.

Gli interventi di riorganizzazione previsti nel presente piano si rendono necessari anche a fronte della riduzione del perimetro di Gruppo che, per effetto delle cessioni di testate giornalistiche avvenute negli ultimi anni (Il Tirreno, Gazzetta di Modena, Gazzetta di Reggio, La Nuova Ferrara, La Nuova Sardegna e L'Espresso), di settori di attività e della progressiva riduzione delle attività industriali (chiusura centri stampa), ha determinato una consistente riduzione dei volumi di attività per tutte le aree della GPS.

Obiettivo del piano sarà quindi quello di porre in essere un programma coordinato di interventi finalizzato in particolare a:

- Contenimento dei costi e massima efficienza delle attività anche attraverso l'adozione di nuovi modelli organizzativi;
- Ottimizzazione dell'organizzazione delle risorse umane;
- Investimenti in nuove tecnologie come fattore determinante di rilancio e di sviluppo.



Di seguito gli interventi di riorganizzazione previsti per le principali aree aziendali:

#### *Amministrazione*

- Creazione standard unico di procedure amministrative e workflow autorizzativo;
- Ridistribuzione delle attività e competenze all'interno degli uffici e fungibilità tra gli operatori;

- Implementazione del nuovo sistema contabile GenialCloud che consentirà una standardizzazione e maggiore automazione dei processi lavorativi rispetto al sistema precedente;
- Progressivo Outsourcing delle attività ritenute non più strategiche quali quelle inerenti al ciclo passivo e parte della gestione del recupero crediti con mantenimento governance interna;
- Interventi formativi delle risorse interne legati sia all'attuazione delle azioni previste sia agli eventuali nuovi ruoli da ricoprire.

#### *Diffusione e statistiche*

- Superamento dell'attuale sistema di vendita degli abbonamenti (sportello fisico su Torino e Genova e risorse dedicate area Nord Est) a favore delle nuove modalità di acquisto tramite piattaforme on-line o call center;
- Efficientamento e razionalizzazione delle attività della struttura di Gruppo storicamente preposta alla gestione di tutti gli abbonamenti cartacei delle testate del Gruppo;
- Superamento delle figure degli ispettori notturni di produzione, alla luce degli sviluppi informatici in corso che consentiranno di recepire in automatico direttamente dai centri stampa e dai vettori di trasporto una moltitudine di informazioni, che oggi vengono acquisite e trattate manualmente con eccessivo dispendio di risorse e tempi di lavoro.

#### *HR e servizi sede Roma*

- Integrazione dei processi e dei sistemi di gestione del personale dipendente attualmente differenziati che consentirà di automatizzare la raccolta dei dati e la reportistica;
- Armonizzazione e semplificazione delle regole e procedure di gestione (presenze e paghe) del personale dipendente.
- Superamento del servizio autisti;
- Efficientamento del servizio posta con outsourcing delle attività di movimentazione dei prodotti e dei carichi.

Per le ulteriori aree di staff e quelle redazionali impattate dal presente piano (*Internal Audit, Controllo di Gestione, Produzione e acquisti, Servizi Generali, Preparazione Periodici*), a fronte della riduzione dei volumi di attività e dei carichi di lavoro, saranno posti in essere interventi di efficientamento e razionalizzazione operativa attraverso una ridistribuzione dei compiti e delle attività tra le risorse che, anche attraverso percorsi di riqualificazione professionale, saranno impiegate in maniera sinergica e trasversale sui processi e sulle attività di ciascuna area.

La compiuta realizzazione degli interventi sopra rappresentati determinerà un esubero di complessive 66 unità così distinte tra le aree e sedi aziendali:

AREA AZIENDALE	ORGANICO	ESUBERI	ESUBERI PER SEDE						
			MILANO	ROMA	TORINO	TRIESTE	UDINE	GENOVA	MANTOVA
AMMINISTRAZIONE	79	26	7	12	2			3	2
HR + SERVIZI	52	12	1	9	1	1			
DIFFUSIONE	30	10		2	4	2	2		
SERVIZI GENERALI	13	5	3	1	1				
PREPARAZIONE	12	5		5					
PRODUZIONE E ACQUISTI	6	4		2	2				
CONTROLLO DI GESTIONE	14	3	2	1					
AUDIT	3	1		1					
SEGRETERIE PERIODICI	4	0							
DATA PROTECTION	7	0							
GESTIONE EVENTI	3	0							
RELAZIONI ESTERNE	1	0							
<b>TOTALE</b>	<b>224</b>	<b>66</b>	<b>13</b>	<b>33</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>

#### 4. INVESTIMENTI A SUPPORTO DEL RILANCIO

Gli interventi di riorganizzazione saranno accompagnati da investimenti in nuove tecnologie che consentiranno di automatizzare i processi e di superare le attività non più necessarie nell'ambito di un processo complessivo finalizzato al recupero di produttività delle risorse e di superamento di attività in molti casi attualmente svolte manualmente.

Di seguito i principali investimenti previsti:

##### Sostituzione ERP contabile di Gruppo

Il nuovo ERP contabile di Gruppo consentirà di:

- Uniformare il Piano dei Conti.
- Unificare a livello di Gruppo i flussi gestionali ed i processi contabili.
- Identificare e mantenere un unico insieme di anagrafiche Fornitori e Collaboratori
- Uniformare la struttura della Contabilità Analitica semplificando le attività di Controllo di Gestione.

Il nuovo sistema è fruibile in Cloud tramite interfaccia web in modo da facilitare le attività in smartworking.

##### Unificazione Sistema HR (paghe, presenze)

L'unificazione dei sistemi utilizzati in ambito HR consentirà di uniformare per tutte le aziende del Gruppo le modalità di gestione delle presenze e di produzione dei cedolini dei dipendenti agevolando inoltre le attività di formazione, talent management, onboarding e performance management.

##### Realizzazione sistema di Reporting unificato di Produzione

Il sistema di Reporting unificato di Produzione raccoglie e normalizza i dati dei processi di Stampa e Distribuzione per tutti i Centri Stampa utilizzati dal Gruppo Gedi (di proprietà o di terzi).

La raccolta dati avviene quotidianamente utilizzando sia inserimenti manuali sia integrandosi direttamente con gli impianti di stampa.

Il sistema produce giornalmente la reportistica necessaria a verificare il corretto andamento del processo di Produzione dei prodotti cartacei del Gruppo.

### **Aggiornamento Sistema di gestione del bilancio consolidato di Gruppo**

E' attualmente utilizzato il sistema HFM per la redazione del bilancio consolidato di Gruppo. Il progetto prevede la revisione dell'impianto per garantire:

La standardizzazione delle procedure di calcolo del consolidato

L'automazione delle attività di Merger & Acquisition ed il corretto recepimento dei cambiamenti di perimetro a seguito di cessioni di rami d'azienda.

L'utilizzo di modalità condivise per la raccolta dei dati di bilancio delle legal entities migliorando gli automatismi esistenti e uniformando le procedure di immissioni dati manuali (ETL).

### **Rinnovo dotazioni aziendali**

Acquisto di PC Fissi, portatili e dispositivi di connessione remota per abilitare e facilitare le attività in smartworking.

### **Formazione del personale**

Saranno inoltre previsti interventi formativi del personale non prepensionabile sui nuovi sistemi e sulle competenze professionali legate a processi di riqualificazione e di mobilità interna.

## **5. ORGANICI CONSEGUENTI ALLA NUOVA ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO E STRUMENTI DI GESTIONE DELLE ECCELENZE**

La complessiva realizzazione degli interventi di riorganizzazione sopra rappresentati avverrà nell'arco di un periodo di 6 mesi a partire dal mese di luglio 2023, determinando l'insorgenza di un esubero di personale attualmente stimabile in complessive 66 unità.

L'Azienda si rende sin da ora disponibile a limitare le eccedenze a 66 impiegati grafici, numero pari a quello delle unità che, sulla base dei dati attualmente in possesso, nel corso dei 6 mesi di durata del piano di riorganizzazione, potrebbero maturare i requisiti contributivi per accedere al prepensionamento previsti dall'art. 1, comma 500 della legge n. 160/2019 e tenuto conto della previsione dell'art. 37, comma 1, lett. A) della Legge n. 416/1981.

Conseguentemente, al fine di consentire la compiuta implementazione del piano di riorganizzazione e nel contempo minimizzare le conseguenze sotto il profilo sociale della gestione delle eccedenze di personale da essa risultante, l'Azienda prevede l'utilizzo dei seguenti strumenti:

- Il ricorso al trattamento di Cassa integrazione Guadagni straordinaria per riorganizzazione aziendale in presenza di crisi, ex art. 25-bis, comma 3, lett. a) del D.Lgs n. 148/2015 per un periodo di 6 mesi.

La Cigs sarà esclusivamente finalizzata al prepensionamento ex art. 37 della Legge n. 416/1981 e riguarderà unicamente i dipendenti che, sulla base dei dati a disposizione dell'azienda, hanno maturato o presumibilmente matureranno durante la vigenza del piano i requisiti per accedere al prepensionamento ex art. 37 della Legge n. 416/1981 e succ. modifiche, attualmente stimabili in 66 unità.

I lavoratori prepensionabili saranno progressivamente collocati in cigs a zero ore alla maturazione dei requisiti per il prepensionamento e sulla base di una pianificazione aziendale dettata dalle condizioni tecniche e organizzative di ciascun settore interessato.

- Blocco del turn over;
- Mobilità interna: qualora nell'ambito del periodo di riorganizzazione si dovessero rendere disponibili e/o vacanti alcune posizioni per effetto delle uscite in prepensionamento il ricorso alla mobilità interna sarà accompagnato da interventi di riqualificazione professionale che saranno indispensabili per acquisire le professionalità richieste nelle posizioni di destinazione.

L'azienda provvederà ad inviare il presente piano al Ministero del Lavoro richiedendo la convocazione di tutte le parti interessate per l'espletamento dell'esame congiunto finalizzato al riconoscimento dello stato di riorganizzazione in presenza di crisi ai sensi ai sensi del comma 3, lett. a), art. 25 bis del D.Lgs 148/2015 e successive modifiche e integrazioni.

**GEDI Periodici e Servizi S.p.A.**  
Via Ernesto Lugaro, 15 - 10126 Torino  
P. IVA 12546800017 - C.F. 12546800017

