

STAMPA VENEZIA S.R.L.

Piano di crisi

Venezia Mestre, 7 Novembre 2019

Per ricevuta e presa visione

Firma OO.SS.TT. _____

Data

08/11/2019

SLC CGIL 
FISIEL CISL 
UIL COM 









1. L'EDITORIA

1.a. CONTESTO

La crisi economica, iniziata in modo evidente sin dalla seconda metà del 2008, ha subito nel corso dell'ultimo decennio un progressivo aggravamento.

In un tale scenario costantemente recessivo, caratterizzato da una marcata instabilità, i consumi hanno subito una progressiva e consistente contrazione con un ulteriore ridimensionamento rispetto agli anni precedenti.

Sul settore dell'editoria, in particolare, già fortemente in difficoltà per la mutazione dello scenario connesso alla espansione delle nuove piattaforme digitali, negli ultimi anni si è registrata una grave contrazione degli investimenti pubblicitari e delle vendite delle copie che ha notevolmente penalizzato la stampa dei giornali.

In tale contesto, le criticità economiche di storiche società editrici, si sono fortemente inasprite e diverse testate sono state costrette ad un forte ridimensionamento dei loro costi e a favorire, sempre più, investimenti per lo sviluppo delle edizioni on line dei loro giornali.

1.b. LA SITUAZIONE GENERALE IN ITALIA.

La diffusione dei quotidiani in Italia, già particolarmente contenuta sia in valore assoluto sia in relazione alla popolazione, ha manifestato negli ultimi anni una sempre più forte contrazione delle copie (cartacee) diffuse.

La carta stampata, sempre meno presente nelle edicole (anche queste ultime presenti in numero sempre minore sul territorio), si sta rapidamente sbriciolando a colpi di "click", di "scroll", di "swipe up" etc. sui display di smartphones e tablets, arrivando a mettere seriamente in discussione la sostenibilità economica e il modello stesso di business delle società di stampa e dei contratti di lavoro dei tanti che sono ancora legati al ciclo produttivo "tradizionale" della carta stampata.

Le nuove generazioni, oramai, leggono le notizie e si tengono "aggiornati" su supporti digitali o attraverso aggregatori di notizie, con possibilità di aggiornamento continui e costanti.

Negli anni passati con Internet si era diffuso un approccio all'informazione che aveva radicalmente modificato la fruizione stessa delle notizie dove i contenuti sono sostanzialmente sempre fruibili e prevalentemente gratuiti, è evidente come il lettore del quotidiano nel tempo ha cambiato profondamente le sue abitudini e, soprattutto, dispositivi. Oggi poi con l'avvento della banda larga, della fibra, del wifi gratuito e diffuso (imminente la nuova tecnologia del 5g che aprirà ulteriori nuove frontiere al digitale), siamo tutti costantemente connessi, abbiamo accessi continui alla rete e possiamo fruire dei contenuti informativi e notizie sempre e ovunque ci troviamo.

Questo contesto culturale e demografico unito alla costante crisi economica comporta come conseguenza inesorabile il calo dei ricavi provenienti dalle vendite e dalla pubblicità.

2

I giornali proseguono pertanto con le loro strategie di contenimento dei costi delle materie prime, dei servizi e del personale, contestualmente all'aumento del prezzo di copertina e/o al ridimensionamento della foliazione stessa dei giornali.

Così il Rapporto 2019 sull'industria dei quotidiani promosso dall'Asig – Associazione stampatori italiani giornali – insieme alla Fieg e all'Osservatorio Quotidiani Carlo Lombardi non lascia margini d'incertezza quando riporta che *«la diffusione dei quotidiani in Italia oggi si attesta a poco più di 2 milioni di copie giornaliere, subendo una variazione di quasi il -6% rispetto al 2017. Basti pensare che 11 anni fa era intorno ai 5,5 milioni»*.

Non si prevedono inversioni di tendenza per il futuro e questo anche per l'evoluzione del PIL del nostro Paese in base alle stime dei principali organismi internazionali e nazionali o sulla base delle stime di raccolta pubblicitaria dei principali Centri Media del settore.

Per la carta stampata dunque l'ulteriore abbassamento dei livelli di investimenti pubblicitari e diffusionali sono a questo punto da considerarsi in un'ottica strutturale e non più congiunturale.

2. STAMPA VENEZIA SRL.

2.a. SITUAZIONE AZIENDALE.

Stampa Venezia srl è una società che fornisce servizi di stampa al quotidiano Il Gazzettino e Il Messaggero sulla base di contratti rinnovabili di anno in anno e secondo compensi conguagliabili in relazione ai volumi di produzione.

2.b. Criticità

Stampa Venezia srl ha attualmente in organico 29 dipendenti così suddivisi:

- Area Produzione: n. 23 unità, di cui 21 operai e 2 impiegati (un totale, per effetto dei rapporti part time, di 19,4 full time equivalenti);
- Struttura Tecnica di Manutenzione: n. 6 unità, tutti operai.

Gli ultimi bilanci sono solo formalmente in equilibrio in quanto i costi vengono di fatto compensati dal valore economico della commessa in capo al cliente principale Il Gazzettino.

Stampa Venezia srl subisce fortemente gli effetti negativi dei suoi clienti Il Gazzettino S.p.A. e Il Messaggero S.p.A (dal Giugno 2019) , che evidenziano bilanci in perdita negli ultimi 2 esercizi e con un trend dei ricavi da vendita e pubblicità negativo.

Nello stesso biennio di riferimento (2017-2018) Il Gazzettino S.p.a. chiude infatti con una perdita complessiva di esercizio di 3.057 mln di euro e in particolare con un sensibile calo della tiratura di copie del quotidiano Il Gazzettino, diminuita dal 2017 al 2018 di 1.711 mln di copie (-7%).

L'andamento economico di previsione evidenzia un indice negativo e non lascia purtroppo ben sperare, confermando un trend delle copie tirate e vendute in costante riduzione rispetto agli esercizi precedenti.

Va dunque evidenziato che i risultati della gestione ed il preoccupante aggravarsi dello squilibrio tra costi e ricavi nei due ultimi esercizi, rendono indispensabile ed urgente l'adozione di misure strutturali.

L'analisi degli indicatori principali, che connotano la gestione, confermano in modo inequivocabile l'esistenza di una sola strada per tentare di mantenere l'indispensabile riequilibrio gestionale: una riduzione dei costi in generale e, particolarmente significativa, del costo del lavoro.

Una attenta analisi di mercato dimostra, purtroppo, che - quanto meno nel medio periodo - non esistono premesse per puntare sullo sviluppo di ulteriori commesse di stampa né sulla possibilità che l'attuale cliente principale Il Gazzettino S.p.a. inverta il suo trend negativo ed incrementi l'attuale commessa (anzi, quello che è prevedibile è l'esatto opposto, concretizzandosi in una ulteriore riduzione dei volumi della commessa affidata alla Il Gazzettino S.p.a. come risolvete della grave situazione che siamo chiamati ad affrontare.

Al fine di superare le difficoltà di mercato ormai strutturali, garantendo la continuità occorre pertanto avviare una profonda riorganizzazione, atteso che lo stesso Il Gazzettino S.p.a. (come del resto altri editori) sta dirottando i suoi investimenti principalmente sull'area web/digital, prevedendo forme di sinergia sempre più massive ed economie di scala di tipo organizzativo, industriale, pubblicitario e redazionale.

In tale ottica Stampa Venezia, seppur nella consapevolezza delle rispettive autonomie gestionali, amministrative e finanziarie, è necessariamente indotta ad adeguarsi, anch'essa, ai modelli già in vigore presso altre realtà del settore, implementando ulteriormente la propria efficienza produttiva, attraverso l'adozione - nell'ambito dei processi di produzione - di una organizzazione del lavoro coerente con l'utilizzo di apparati ad elevata tecnologia adottati a partire dal 2017, tali da generare le indispensabili efficienze ed i conseguenti risparmi sul costo del lavoro.

2.c. OPPORTUNITÀ

Stampa Venezia deve, dunque, necessariamente ottimizzare la propria organizzazione del lavoro adeguandola a parametri che, condivisi sindacalmente, tengano conto della necessità di perseguire la massima efficienza e ottimizzazione dei processi produttivi, con particolare riferimento alla realizzazione di una "area unica" attraverso la fusione tra i vigenti reparti stampa/spedizione e CTP (computer to plate). Tale intervento ha la finalità di realizzare una maggiore efficienza delle risorse impiegate nel ciclo produttivo nell'ottica di assicurare la saturazione della forza lavoro dello stabilimento.

3. IL PIANO DEGLI INTERVENTI

3.a. PREMESSA

Il piano degli interventi muove dalla constatazione che la Società sta attraversando una forte evoluzione negativa dei ricavi conseguente alla crisi economica e ai suoi riflessi sulla "carta stampata" e al trend declinante delle diffusioni dei tradizionali giornali cartacei.

Peraltro la prospettiva settoriale resta molto critica ed è improbabile attendersi una ripresa dei ricavi, tenuto conto del trend negativo sia delle diffusioni che della pubblicità su stampa.

Si impone quindi un intervento, necessario a ripristinare una situazione di ragionevole redditività e quindi maggiore sostenibilità economica.

Il piano di interventi prevede di agire prevalentemente sulla leva del contenimento dei costi.

Il piano delle azioni, coerente con le necessità sopra descritte, comporterà il complessivo riassetto organizzativo del Centro Stampa.

In particolare l'organizzazione del lavoro del Centro Stampa - in considerazione soprattutto della attuale insaturazione delle attività di produzione - sarà complessivamente ripensata attraverso la realizzazione di una "AREA UNICA" tra i reparti stampa/spedizione e CTP. Tale intervento ha l'obiettivo primario di conseguire la polifunzionalità di tutti gli addetti nell'ambito delle attività produttive, consentendo a ciascuno di essi di operare in ogni posizione del ciclo produttivo. Tale intervento sarà preceduto da un massiccio intervento di riqualificazione ed addestramento professionale di tutti i soggetti interessati, ispirandosi a principi di piena ottimizzazione delle risorse (formazione e crescita professionale).

3.b. LE AREE DI INTERVENTO SUI COSTI PREVISTE DAL PIANO

Si valuta che l'assestamento dei nuovi volumi di stampa del cliente Il Gazzettino, e la conseguente nuova organizzazione del lavoro siano in grado di generare, a valle delle indispensabili tempistiche di messa a regime, una eccedenza organica fino ad un massimo di 11 unità.

3.c. GESTIONE DEGLI ESUBERI.

In conseguenza di quanto specificato al punto che precede e della nuova organizzazione del lavoro, si determinerà - a regime - un'eccedenza organica strutturale fino ad un massimo di 11 unità su 23 attualmente in forza in area Produzione, con un organico funzionale alle nuove, specifiche esigenze produttive aziendali.

Al fine di evitare effetti traumatici immediati sui lavoratori interessati, tale eccedenza potrà essere gestita attraverso tutti gli strumenti previsti dalla normativa speciale di settore, oltretutto, ove possibile, dalla riqualificazione professionale e dalla mobilità interna.

Si prevede il ricorso alla CIGS in linea con le previsioni della L.416/81, come modificata dall'25-bis del D.Lgs 148/2015, ed - ove possibili - esodi per prepensionamento per il numero massimo di addetti in possesso dei requisiti di legge.

3.d. STRUMENTI E TEMPISTICHE

Attivazione - con effetto dal 1° gennaio 2020 - di un piano di crisi ai sensi delle previsioni contenute nelle Leggi 416/81 come modificata dall'25-bis del D.Lgs 148/2015 e da successive modifiche e/o integrazioni per il periodo massimo consentito e contestuale ricorso a tutti gli strumenti di legge e di contratto utili a fini della gestione delle eccedenze individuate con la gradualità correlata alle fasi di attuazione degli interventi previsti dal piano nonché in base alle necessità produttive e organizzative.

Il presente piano sarà anche funzionale alla richiesta di CIGS per crisi, riservandosi la Società di presentare istanza di modifica ed integrazione dello stesso al fine di attivare le relative posizioni di prepensionamento qualora il quadro normativo futuro consenta di avviare, nel corso del Piano di Crisi, l'iter per i prepensionamenti, ferma la sussistenza dei requisiti soggettivi in capo ai singoli lavoratori, e sul necessario presupposto che l'Ente competente assicuri la disponibilità di risorse.

Stampa Venezia S.r.l.

Stampa Venezia Srl
L'Amministratore Delegato

