

informatore

Periodico di informazione del sindacato svizzero dei mass media - Lugano

SSM



www.ssm-site.ch

anno 33 - numero 291 - aprile 2009

IndignaRSI

Di male in peggio

Abbiamo perso la T

**Convergenza dei media
in Svizzera romanda**

**Anything, Anytime,
Anywhere!**

**“Arte helvétique”?
Idée bocciata.
Il NO della SSM
a una TV culturale nazionale**

CCL 2009

Un agire scorretto

**Per noi resta
dumping salariale**

**Abbonamento annuale
gratuito a Mobility
per i membri SSM**

Di male in peggio

Di male in peggio. Questa la realtà lavorativa degli ultimi mesi (anni?) alla SSR. Non è il solito discorso da disfattisti quali spesso siamo accusati di essere. È un dato di fatto e lo riscontriamo ogni giorno nel nostro lavoro quotidiano al fronte, confrontati con i problemi che il personale ci sottopone.

Innanzitutto la confusione che genera insicurezza. Da quando si è iniziato a parlare di convergenza, di Visione 09, di "RTSI insieme", siamo stati testimoni di cambiamenti secondo l'azienda *inevitabili, ineluttabili*, messi in atto in assenza di un progetto chiaro e definito. A questo si è aggiunto il ruolo attribuito alla RSI di modello da seguire (di cavie a detta di altri), comunque di laboratorio della SSR per sperimentare una riforma da imporre alle altre unità aziendali. E così ai piani alti di Comano si è iniziato a immaginare la costruzione di un centro multimediale, la possibile vendita dello stabile RSI di Besso, il trasferimento di tutto il personale radiofonico a Comano. Il personale si è dovuto adattare ai cambiamenti che ne sono seguiti, senza avere mai un'idea chiara di quale fosse la meta da raggiungere. Oltre questo disorientamento si è acuita la preoccupazione di salvaguardare la qualità del lavoro, un timore giustificato di fronte al trapelare di concetti quali "semilavorati", "sinergie", "vettori", "rubinetti"...

La Direzione d'altra parte non ha fatto nulla per tranquillizzare il personale. Di fronte ai nostri rimproveri di mancata consultazione e coinvolgimento si è sempre trincerata dietro gli incontri alibi organizzati periodicamente a Comano o a Besso. Incontri dove il Direttore Balestra si è limitato a *informare* (i sempre meno presenti) sulle tappe future della convergenza. Sebbene persino il Consiglio svizzero della stampa abbia riconosciuto il mancato coinvolgimento del personale nel progetto, la Direzione ha continuato a non capire la palese differenza tra informazione e coinvolgimento. L'ultimo incontro con il personale è stato inoltre percepito da molti

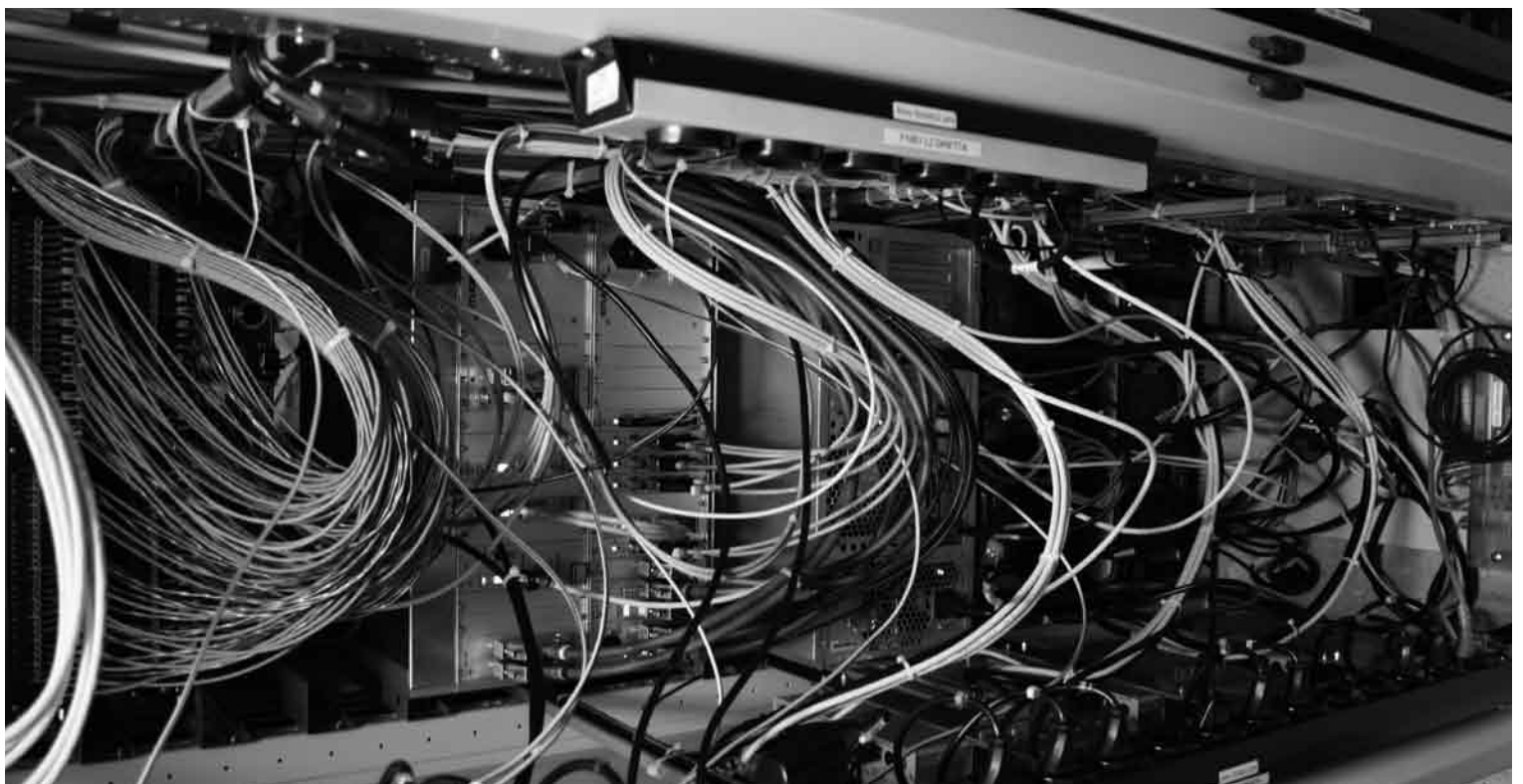
come una presa in giro. Ignorando i timori di molti, alimentati dalle ultime notizie di tagli e soppressioni di posti di lavoro, il Direttore Dino Balestra, ha convocato tutto il personale per, citiamo, *presentare delle novità di rilievo che non mancheranno di incidere in modo sensibile sul nostro lavoro e sulla nostra produzione...* Quale sorpresa scoprire che lo scopo dell'incontro era quello di presentare il nuovo logo aziendale!

La mancanza di trasparenza nell'agire dell'azienda è, paradossalmente, chiara. Per due anni abbiamo finto di credere a dichiarazioni quali "non è un progetto di risparmio, anzi, costerà di più", "non si intende ridurre il personale", "la convergenza è necessaria, il pubblico è cambiato e ci chiede di più" ...L'SSM, lo ricordiamo, non ha mai messo in discussione il progetto in sé. Abbiamo sempre riconosciuto la necessità di adattarsi ai cambiamenti, tuttavia abbiamo anche sempre segnalato le nostre preoccupazioni. Da quando una fusione non comporta una riduzione di personale e risparmi? Se da una parte la SSR ha più volte smentito l'intento di risparmiare grazie alla convergenza, nel corso degli ultimi due anni si è passati da "Convergenza" a "Convergenza e economicità" e ora si parla apertamente di risparmi e di smantellamento di alcuni programmi. Noi dovremmo credere che questo non era uno degli obiettivi principali della convergenza già dall'inizio? Inoltre, mentre ai vertici della RSI si continua a dichiarare che la convergenza in Ticino è ormai un dato di fatto, il Direttore Walpen, in considerazione del cupo futuro finanziario dei prossimi anni, ha dichiarato che il progetto di convergenza alla RSI sarà fortemente ridimensionato.

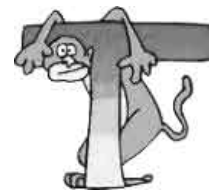
Questo lo scenario in cui i collaboratori della RSI si trovano ad operare. La politica del personale contribuisce inoltre ad alimentare questo sentimento generale di insicurezza e confusione. Sempre più spesso si rivolgono



a noi collaboratori trasferiti improvvisamente da un settore all'altro senza un minimo di coinvolgimento, di dialogo. Considerati come pedine da spostare a piacimento, senza nessuna considerazione per il profilo professionale o per la situazione privata e familiare di ognuno. Ottime collaboratrici penalizzate perché madri. Collaboratori riconosciuti competenti si ritrovano improvvisamente confrontati con pessime qualifiche, da un anno all'altro. Ognuno si deve adattare, vista la minaccia sempre meno velata e sempre più diffusa che "fuori" c'è tanta gente che attende solo l'occasione di lavorare per la RSI, quindi: "o ti sta bene, o quella è la porta". È una politica e una gestione del personale altamente demotivante. Alla RSI non ci sono sicuramente il clima e i presupposti necessari per mettere in atto con successo una riforma quale la convergenza dei media.



Abbiamo perso la



L'avevamo detto che la T traballava, aveva i giorni contati e oggi ci ritroviamo con la RSI. Lasciamo stare le considerazioni estetiche, il piace o non piace, che sono considerazioni assolutamente soggettive, ma almeno tre cosette diciamole. Il nuovo marchio arriva in un momento inopportuno, dove incertezze e ansie generate da un'economia in crisi non consigliano spese di facciata. Eh sì perché, secondo punto, l'operazione è soprattutto di facciata più che di contenuto. All'orizzonte si scorge solo nebbia abilmente dipinta da processi convergenti tra Radio e TV in atto che, con il concetto di convergenza delle tecniche digitali hanno poco, per non dire niente, da spartire. Terzo, ricordiamolo, l'ennesima operazione calata dall'alto, frutto di gruppi di lavoro molto riservati, diciamo pure segreti, che non lasciano spazio alla condivisione, o semplicemente a un'informazione trasparente.

Ma ormai siamo abituati al "... re Travicello, caduto ai ranocchi...", fa parte della nuova cultura aziendale e guai a chi la tocca. Dopodiché si può giustificare tutto, dai costi dell'operazione fino all'assoluta necessità di volare in Inghilterra per affidare la progettazione del nuovo marchio a competenti firme inglesi. Almeno loro, che con l'italiano e l'italianità probabilmente hanno poca dimestichezza, non avranno fatto storie se l'esplicitazione dell'acronimo RSI recita solo Radiotelevisione svizzera senza citare la I. Vieni da chiedersi, tra non molto perderemo anche quella? Parrebbe di no, considerato che sulla carta intestata e per non dover rinegoziare la ragione sociale dell'azienda, costi aggiuntivi, l'acronimo per esteso recita ancora Radiotelevisione svizzera di lingua italiana. Speriamo in bene! Perché "convergi" oggi che ti "convergo domani", verbo da leggersi solo nella pura accezione aziendale, il rischio di perdere non solo la I non è poi così remoto. Almeno, a giudicare dall'assenza di strategie che regna alla Direzione generale di Berna. Perché, intendiamoci, certe operazioni nascono anche dall'inconsistenza e la confusione che regna nella testa di chi dovrebbe avere in chiaro il futuro di una radiotelevisione di servizio pubblico. Avete letto l'ultimo numero patinato e colorato, non c'è che dire, di "idée suisse"? Il vuoto pneumatico. Non una strategia, un'indicazione su come s'intenda gestire la tanto strombazzata "piattaforma multimediale". Si direbbe che tutti ne parlano e nessuno sappia cos'è. Preoccupante. Nessuno osa far notare che la nuova legge Radio TV, il male minore come l'aveva a suo tempo definita Armin Walpen, vieta al servizio pubblico di figurare in rete con gli stessi diritti dei privati: niente programmi specifici e pubblicità. A vantaggio di chi? Degli editori privati, anzi, oggi potremmo dire dell'editore privato, sentiti i venti d'acquisizione e fusione che

attraversano l'editoria privata svizzera. Quella sì è riuscita a far quadrato e a influenzare i politici al momento giusto, perché aveva idee chiare su concetti come tecniche digitali e convergenza. La nostra Direzione generale dov'era? Probabilmente dormiva all'ombra del canone d'abbonamento poggiando la testa su un cuscino ricamato "idée suisse", come se bastasse un altro orpello di facciata per assicurare all'azienda sonni tranquilli. Ma quel che preoccupa è che ancora oggi, quando ormai il servizio pubblico ha perso il treno e arriverà sempre e comunque in ritardo, non ci sono strategie, direttive concrete. Ci si riempie la bocca di paroloni, in inglese beninteso, per mascherare l'incompetenza che regna ai vertici di un'azienda che, quando è messa alle strette, non sa dire altro che i tempi cambiano, una rivoluzione è in atto e nel turbine della tempesta non si può far altro che navigare a vista. E allora? Allora, evviva la RSI, una facciata ridipinta di fresco anche se purtroppo "il re è nudo", anzi, l'imperatore, i re e tutti i cortigiani, quelli che a fine anno si distribuiscono laute prebende tanto per intenderci, in virtù di quali meriti è sempre più difficile capire.

Dal gruppo di facebook "Quelli che alla RSI preferivano la RTSI"

Perché il vecchio logo era meglio, perché se si chiama "Radiotelevisione svizzera" non si capisce dove si sia persa la T, perché la I non si capisce per cosa stia dato che "di lingua italiana" è sparito, perché a sentire in radio "Radiotelevisione svizzera" ti chiedi dove sia la tele, perché la RSI per noi rimarrà sempre la radio, perché per noi la tele rimarrà sempre la TSI, perché il logo "RSI LA1" è troppo lungo da vedere sullo schermo, perché LA1 e LA2 sembra vogliono scopiazzare LA7, perché per fare un restyling non c'era bisogno di spendere un milione e mezzo di franchi, perché poteva organizzare un concorso per il nuovo logo in Ticino e non affidarlo ad una ditta inglese, perché per unificare radio, TV e sito in un'unica azienda non c'era bisogno di cambiarle il nome perché...

Pubblichiamo una risposta all'invito da parte della Comunicazione interna di cambiare firma elettronica per – citiamo – "rafforzare i valori del nuovo brand soprattutto verso l'esterno facendo trasparire una maggiore uniformità e senso di appartenenza".

Cari colleghi della Comunicazione,

non sarebbe male – visto che siete gli specialisti della COMUNICAZIONE- che ogni tanto qualcuno di voi si firmasse elettronicamente con nome e cognome: sarebbe più carino poter comunicare con una persona in carne ed ossa invece che con un' ENTITÀ aziendale. Ma tant'è!

Vi confido che non solo il nuovo BRAND ("l'idea che i consumatori si fanno di un prodotto a seguito di una campagna pubblicitaria") non mi entusiasma né mi convince (soprattutto il LOGO sullo schermo!), ma mi preoccupa alquanto perché le molte persone che incontro e che mi "identificano" un po' con la RTSI (oramai sono 35 anni che ci lavoro! 21 al TG come inviata e conduttrice, quindi la faccia ce l'ho messa parecchio!) non fanno che esprimermi critiche ed anche epiteti poco lusinghieri nei confronti del nuovo BRAND (ve ne cito uno che mi è rimasto impresso per la rima: "... ma che bravi, ma che pensata, ma che novità: un logo di 60 anni fa!..."). Ma si sa, cosa volete che capisca la

gente di BRAND, di LOGO di MARKETING e quant'altro!

Io nel mio piccolo, non ho certo aspettato la RSI per lasciar trasparire un senso di appartenenza (a proposito, quando ero al liceo mi divertivo a fare "Radio Gioventù" con Alberto Canetta alla RSI!). Sono convinta – lo confesso- che sarebbe più utile all'azienda un "senso di appartenenza" vero nato da un democratico coinvolgimento, piuttosto che un'immagine di questo senso. Ma si sa, oggi vale di più APPARIRE che ESSERE e quindi facciamo trasparire questo benedetto "senso di appartenenza". Quel che non ho però ben capito sono i VALORI di questo nuovo BRAND (forse perché il giorno della presentazione ero assente, forse perché sono stata disattenta). E cosa significa maggior uniformità? Ci volete tutti quanti omologati come bravi soldatini ubbidienti, credenti e silenti, con la stessa firma elettronica.. e poi nei corridoi, che per fortuna frequento pochissimo, "giù madonne"? ...ci avessero chiesto...!

Io credo nella diversità. Credo che la diver-

sità sia una ricchezza e credo anche che valga di più essere che apparire. Se qualcuno avesse fatto tesoro di tante esperienze di BRAND più importanti del nostro, saprebbe che l'attaccamento a un marchio (per dirla in italiano) contribuisce a rendere fedele (i francesi dicono *fidéliser*) la clientela e visto che oggi bisogna vendere, mi chiedo quale idea i consumatori si fanno di un prodotto che cambia continuamente la propria immagine: più che dare un'idea di progresso ed evoluzione mi sembra che il risultato fra il pubblico sia piuttosto destabilizzante, visto le reazioni. (La RAI si guarda bene dal cambiare la sua farfallina, la BBC la sua sigla minimalista ma pulita, così come la CNN, la Microsoft. E la Nestlé? guai a togliergli il suo nido con l'uccellino....!UBS ha cambiato e abbiamo visto i risultati!).

Scusate lo sfogo, ora torno a concentrarmi sulle cose importanti che mi danno un senso di appartenenza a questa azienda.

Abbiate pazienza, ma il carattere non si cambia come un BRAND!

Convergenza dei media in Svizzera romanda

Perché l'SSM non ci crede

Di Willy Knöpfel e Valérie Perrin,
segretari regionali SSM Ginevra e Losanna

La "Convergenza radio-tv" è un conchiglia vuota? Il progetto della SSR, che mira a rispondere all'evoluzione dei bisogni del pubblico in ambito massmediatico, assomiglia molto a un bel pacchetto regalo dal contenuto molto meno seducente: una classica ristrutturazione denominata "efficienza" (!) e l'inizio di uno smantellamento dei programmi. Certamente occorre riflettere sull'avvenire della radio e della televisione integrandovi i nuovi metodi di fruire dell'offerta massmediatica da parte del pubblico. Una riflessione che porta a nostro avviso a diversi possibili scenari. Una fusione di radio e TV sarebbe invece l'unica via praticabile? Per i comitati SSM di Ginevra e Losanna sotto l'abito della convergenza si nasconde una vera e propria ristrutturazione.

La convergenza è un piatto riscaldato

In Svizzera romanda, la fusione è un piatto riscaldato dalla dubbia efficacia economica. Il matrimonio RSR-TSR avvenuto negli anni Settanta ha portato a un divorzio, prova che la fusione si è rivelata un insuccesso. Oggi i promotori della convergenza radio-TV affermano che non si tratta di riprodurre il passato. Lo scopo è di effettuare dei risparmi che saranno interamente reinvestiti

nei programmi. Da una parte, non vediamo perché i responsabili di oggi dovrebbero essere in grado di fare meglio rispetto ai loro predecessori. Dall'altra, non possiamo ignorare la contraddizione di quanto dichiarato: la convergenza permetterebbe di fare delle economie che saranno investite nei programmi, ma nello stesso tempo la situazione finanziaria delle SSR sarebbe tale da rendere inevitabile uno smantellamento degli stessi. Questa contraddizione contribuisce a gettare ulteriori ombre su tutta l'operazione.

La RTSR non fornisce nessuna garanzia

In origine l'SSM romando ha dimostrato una certa apertura verso il progetto di convergenza, a condizione tuttavia che i signori Roth, Marchand e Tshopp si dimostrassero convincenti e fornissero alcune garanzie. L'SSM reclamava in particolare un diritto di negoziato su alcuni punti essenziali, come la modifica del posto di lavoro o le questioni deontologiche. Il sindacato non ha tuttavia ricevuto nessuna garanzia che potesse indurlo a credere nella fattibilità della convergenza. Il mancato coinvolgimento del personale nel progetto ha inoltre contribuito a minare ulteriormente la nostra fiducia.

La convergenza per i "poveri"?

Su scala Svizzera la messa in atto della

convergenza è rivelatrice. L'esperienza della RSI in Ticino, considerata il laboratorio della SSR, la dice lunga sul dilettantismo e l'esistenza di obiettivi nascosti. Così alla RSI il Direttore ha raggruppato fisicamente delle persone in assenza di un progetto chiaro e documentato. Attualmente il progetto ticinese è stato arrestato dalla Direzione generale che lo giudica troppo dispendioso. Cosa significa? Dopo essere stata venduta come l'alpha e l'omega della televisione del futuro, la convergenza non sarebbe più una priorità? O forse lo sarebbe solo in parte? Ma chi vogliamo prendere in giro?

Sia alla RTR sia alla RSI, il tentativo di fare "convergere" i contenuti e i processi lavorativi ha mostrato i propri limiti: la specificità di ogni media ha infatti prevalso.

Secondo numerosi osservatori la "convergenza" sarebbe nata morta in Svizzera tedesca, poiché la fusione dei media si è rivelata essere una questione troppo sensibile. D'un tratto occorre chiedersi se non sarà riservata alle regioni minoritarie per fare inghiottire la pillola dell'ennesimo programma di economie e preparare il terreno a uno smantellamento del servizio pubblico. La convergenza dei media, un concetto di marketing?

L'SSM è al servizio del personale per costruire la difesa necessaria.

Anything, Anytime, Anywhere!

Tanto di cappello agli artefici della comunicazione SSR SRG idée suisse: Come puntare tutti i riflettori su un albero (quello che nasconde la foresta)

Di Stéphanie Gautschi

«La vita punisce i ritardatari». Non esita a citare Michail Gorbaciov, il Direttore Generale Walpen, per ricordarci questa verità di vita. «Siamo di fronte a un autentico cambiamento di paradigma. Il pubblico interviene in prima persona, esce dalla propria passività, esige un'accessibilità agevole e gratuita. Stiamo rischiando di perdere la nostra sovranità sui contenuti, sugli orari e in parte sulle localizzazioni!»¹

Sì, perché oggi il «consumatore» di (multi) media segue la definizione dell'AAA. Che non ha nulla a che vedere con una campagna degli Alcolisti Anonimi, ma è l'acronimo di *Anything, Anytime, Anywhere*.

Detto questo, continua il Direttore Generale Walpen, «le nostre offerte hanno superato bene questo salto nella modernità, le strutture, i processi e i modi di lavorare della SSR SRG, invece, non hanno tenuto il passo. L'organizzazione della nostra azienda continua a ruotare intorno ai vettori», e aggiunge che «si tratta di affrontare le difficoltà legate a un cambiamento, in particolare in questo Paese e soprattutto alla SSR SRG» (19.03.09).

Occorre fra l'altro adeguare sistematicamente le strutture obsolete²

Idée suisse, strutture obsolete? La soluzione: la convergenza dei media. È dal mese di set-

tembre scorso che la SSR dirama generosi comunicati: lettere e dichiarazioni del Direttore Generale, riunioni, lettere e comunicazioni dei Direttori Tschopp e Marchand, interviste e articoli tanto diversi quanto variegati, reazioni a un comunicato rilasciato dall'SSM «Ancora non è stato deciso nulla».

Il messaggio che viene diffuso da ormai sei mesi può essere riassunto in questi termini: la convergenza ci sarà, ma per il momento non ne sappiamo nulla. Tutto è aperto, non vi è un modello unico, non si può dire nulla, perché tutto dipende dalla decisione del Consiglio d'amministrazione del 18 marzo.

È da mesi che il termine «convergenza» è sulle labbra di tutti, i collaboratori si preoccupano, i politici s'immischiano. Noi ci rimettiamo al nostro Direttore Generale, che il 12.09.09 dichiarava di essere perfettamente convinto della fondatezza dell'orientamento strategico tracciato dalla convergenza e prometteva di adope-

rarsi per soluzioni responsabili e lungimiranti e di vigilare, affinché nessuno dei vettori si ritrovasse nel mirino. Nello stesso contesto ha altresì assicurato che la convergenza dei media non è un pretesto per lanciare progetti di economia all'insaputa del personale.

Poi arriva il 18 marzo 2009. E improvvisamente fioriscono le notizie e le informazioni: lettera del Direttore Generale Walpen, riunioni, comunicati e conferenze stampa. Quel «tutto



è aperto, e non possiamo dire di più» ora si sviluppa, fino a riempire 102 pagine di «Convergenza dei media ed efficienza». Esce il «Rapporto approvato dal Consiglio di Amministrazione SRG SSR».

Mentre noi, noi siamo ancora tutti impregnati di convergenza. Ci è stato ripetuto senza tregua quanto fosse indispensabile, come ne andasse dell'avvenire stesso del servizio pubblico, dei nostri impieghi (a condizione però che dimostriamo di saper essere multimediali). Come il cambiamento fosse storico (qualcuno addirittura preferisce dire «rivoluzionario»), come l'esperienza del Ticino fosse convincente (anche se non si sa bene ancora in quali termini), e che il treno del cambiamento ormai comunque è partito.

In attesa della decisione del CdA sulla convergenza, il 18 marzo scopriamo che questa si accompagna ad un piccolo progetto in appendice: il progetto efficienza.

Certo, il termine è apparso qua e là già prima della fatidica data: «Dovremmo anche ridefinire le nostre strutture di direzione e di organizzazione che risultano essere troppo complesse e pesanti. Vedete, non si tratta più soltanto di convergenza, ma di efficienza. (...) Dobbiamo utilizzare i nostri mezzi in modo più efficiente e aumentare sensibilmente la nostra produttività: penso ad un ordine di grandezza del 6 o 10% » (17.11.08).

Processo di sostegno: definizione

«Ecco perché la convergenza sa di ottimizzazione dei processi di sostegno» (19.03.09). L'indefinito qui sembra meno artistico. I settori (sorprendentemente, anche quelli in cui le offerte d'impiego non hanno cessato di fiorire nel nostro intranet) sono chiaramente identificati, qui si fa sul serio: contrariamente alla convergenza (progetto regionale), il progetto efficienza sarà pilotato da Berna da un capo progetto nazionale:

- Gestione del parco immobili (costruzione, gestione, manutenzione e pulizia, facility management, security eccetera)
- Logistica (acquisti, reception, centralino, mobili, materiale d'ufficio, posta, mensa, accettazione merci, inventario, assicurazione cose eccetera, eccetera)
- Infrastruttura IT (rete, centro di calcolo, servizi clienti, telematica, SAP CCC)
- Risorse umane (condizioni d'assunzione e gestione dei contratti, reclutamento, valutazione, sviluppo, formazione, fidelizzazione e gestione del personale, dimissioni e altre partenze)
- Assicurazione persone
- Cassa pensioni
- Contabilità finanziaria
- Consulenza giuridica (diritto contrattuale, diritto d'autore, protezione della privacy, diritto della personalità)
- Comunicazione
- Produzione (esercizio, ingegneria, manutenzione tecnica, atelier e tecnica di produzione)
- Contribuzione
- Distribuzione³

Sì, è più concreto. Soprattutto visto che si parla di economizzare 20 milioni di franchi. E, sì, dobbiamo ammetterlo: chi ci diceva che «la convergenza dei media non è un pretesto per lanciare progetti di economia all'insaputa del personale», non mentiva. No. Perché il progetto di economia, lanciato all'insaputa del personale, non è il progetto di convergenza, è il progetto efficienza. Non c'entra nulla, insomma!

Come fare il contrario di quello che si faceva prima, ma senza dire di non aver fatto bene?

Esce di scena dunque la strategia non poi

RSR
RADIO SUISSE ROMANDE



tanto lontana dell'autonomizzazione delle unità aziendali, decisa a suo tempo in risposta alla crisi economica (un'altra...).

Ieri ci dicevano autonomizzazione e oggi ci dicono centralizzazione? C'è da essere sorpresi? Sì. Perché oggi, come afferma il Direttore Tschopp il 19 marzo 2009, assistiamo al fenomeno del ritorno del bilanciario. E secondo lui lo accettiamo, perché i processi di sostegno non costituiscono il cuore del nostro mestiere, e perché la nostra specificità sono i programmi e non la logistica. Sempre secondo Tschopp il lavoro di revisione e armonizzazione è enorme, viste le enormi differenze fra le varie unità aziendali, e per evidenziarle, il Direttore indica che persino i contratti di lavoro sono diversi fra loro.

Incredibile, effettivamente, delle disparità di questa portata, come si spiegano? Come si è arrivati a erigere dei posti di frontiera fra le singole unità aziendali e addirittura fra i diversi settori di una stessa unità aziendale? Come si spiega che siamo arrivati ad una situazione in cui per la stessa produzione e per lo stesso lavoro non si ha né lo stesso contratto, né lo stesso stipendio? E tutti quei dipartimenti e sottodipartimenti «autonomizzati», ognuno diretto con mano maestra da un capo, un sottocapo, un capo progetto, un vice, un vice del vice?

Per fortuna ora soffia il vento del cambiamento

Ottimizzazione, sinergie, convergenza, efficienza, la nostra forza sono i contenuti. I mezzi liberati dal progetto efficienza sarebbero utilizzati per coprire i sovraccosti, certo moderati, generati a breve e medio termine dalla convergenza, e il resto sarebbe investito nel programma, e segnatamente nelle produzioni proprie (25.03.09).

Ok, dapprima si diventa più efficienti, poi si converge e infine si vedrà quanto rimane per gli investimenti nei programmi. Ma non è tutto, e spetta al Direttore Generale Walpen il compito di aprirci gli occhi sulla realtà pura e dura e avvertirci che, oltre a queste misure, dobbiamo prevedere una riduzione dell'offerta di programmi e produzioni in-house.

È buffo: a Losanna, appena due anni fa, la strategia era quella di diversificare i programmi, e si spendeva allegramente per creare i canali della radio del futuro. Poi, all'improvviso, tutto svanito, tutto andato in fumo.

Per essere radicale, il cambiamento di paradigma, è radicale, non c'è che dire. Che ci abbiano cambiato i direttori e non ce ne siamo accorti? Ma siamo realisti, c'è la crisi, le entrate non bastano. Forse ci saranno tagli di posti di lavoro, dobbiamo temere licenziamenti?

In caso di licenziamenti collettivi vanno osservate le disposizioni speciali del Codice delle obbligazioni

Roth ci ha tranquillizzati il 19 marzo, affermando che non c'è nessun progetto di licenziamento per il momento. E il Rapporto approvato dal CdA precisa (a p. 38) che «il trattamento equo e univoco dell'insieme del

personale implica segnatamente il rispetto dei punti seguenti»:

«Processo di selezione del personale (...). Principi e modalità che reggono la soppressione di impieghi o il trasferimento di posti di lavoro, gestione del personale eccedente (...). I rapporti con i collaboratori e il partner sociale sono decisivi per il successo o il fallimento del progetto nel suo insieme. (...) In caso di licenziamento collettivo, le disposizioni particolari del Codice delle obbligazioni vanno rispettate». Ah ecco! Se ci sarà, le cose si svolgeranno nel rispetto della legge.

Brusio di voci e rumori

Ha un forte finale questa campagna. Ci vuole coraggio per comunicare per tutto questo tempo sul tema «non posso dire nulla, ma lo dico lo stesso». Veramente, tanto di cappello!

Per il resto, è giocoforza costatare che il terreno è stato preparato bene. Per mesi e mesi un brusio secco e asciutto sulla convergenza, da Losanna a Ginevra, passando dal Consiglio di Stato del Canton Vaud e quant'altro.

Ma tutto questo parlare lascia l'amaro in bocca: comunicare così tanto sull'albero e non dire nulla (o quasi) sulla foresta che vi si nasconde dietro. Poi istigare i collaboratori del «programma» contro quelli dei «processi di sostegno»: non è certo carino, a prescindere dagli attacchi politici sferrati contro la SSR.

Infine, non siamo tanto sicuri che il Direttore Generale Walpen, indirizzandosi a coloro che sono chiamati a essere i paladini del cambiamento, abbia trovato le parole giuste, quando ha detto che se ci rifiutiamo di adattarci e cambiare, le riforme necessarie non faranno che accumularsi e che infine dovranno essere saldate attraverso correttivi e interventi molto più dolorosi. (19.03.09).

Essere puniti dalla vita o essere puniti dal Direttore Generale Walpen, queste sembrano essere le opzioni di scelta per i collaboratori SSR SRG. Per queste migliaia di persone che non hanno atteso il risveglio tardivo della loro Direzione per mettere in pratica e creare il multimedia, per essere attenti ai cambiamenti della loro epoca, ma che hanno continuato, malgrado tutte le pressioni, a produrre buone emissioni, fedeli alla missione di servizio pubblico

I nostri dirigenti attribuiscono il successo dei nostri programmi e prodotti alla chiaroveggenza della loro strategia e all'intelligenza del loro management. Queste qualità sembrano tuttavia essere sfuggite ai politici del nostro Paese, i quali sostengono sempre meno la grande SSR SRG idée suisse.

1 « Nos structures, processus et modes de travail n'ont pas évolué au rythme du marché et de la branche », 19.03.09)

2 Messaggio del 12.09.08

3 Rapporto approvato dal CdA, p. 73

“Arte helvétique”? Idée bocciata

Il NO della SSR a una TV culturale nazionale

Di Raniero Fratini

Gli ambienti culturali, gli esperti dei media e il canton Grigioni auspicano la creazione di un canale televisivo quadrilingue. I promotori sostengono che sarebbe uno strumento ideale ed economico per promuovere il dialogo tra le regioni del paese. La direzione della SSR-SRG idée suisse lo ritiene invece un progetto irrealizzabile, anche se impegnerebbe meno dello 0,5% del bilancio aziendale.

Il direttore della SSR-SRG Armin Walpen è categorico: “Per noi non è un tema. La cultura è sì un tema importante per noi, ma non lo è la creazione di un canale televisivo culturale, perché ci mancano i mezzi. Credo che all'interno della SSR-SRG siano finiti i tempi in cui si discuteva di nuove offerte. Ora dobbiamo purtroppo riflettere su quali trasmissioni togliere dal programma, perché abbiamo un problema finanziario. Non ha alcun senso abbellire la situazione. Attualmente la cosa non è possibile.”

Ma cos'è questa catena culturale, denominata da taluni “Arte helvétique”, con riferimento alla celebre emittente franco-tedesca Arte? “Sarebbe un canale dove vengono riproposti, debitamente doppiati o sottotitolati, le migliori trasmissioni culturali realizzate dalle unità aziendali della SSR – spiega Bernhard Cathomas, il direttore uscente della RTR, la Radio e Television Rumantscha – un canale televisivo che non comporterebbe costi di produzione, ma solo di gestione.”

Oltre a valorizzare le produzioni culturali della SSR, togliendole dal sonno degli archivi, la nuova emittente assolverebbe anche a un'altra funzione, rileva uno dei promotori del progetto, il docente grigionese Chasper Pult: “I romanci hanno sempre rivendicato un loro canale televisivo. Se lo otterranno è prevedibile che riusciranno a produrre quotidianamente circa un'ora e mezzo di trasmissioni. Il resto del tempo potrebbe essere utilizzato per diffondere in tutto il paese i programmi culturali realizzati dalla varie unità aziendali, e soprattutto in prima serata quando di regola non c'è spazio per la cultura.”

Un compito istituzionale

Il progetto sta a cuore anche al direttore dell'Ufficio federale della cultura, Jean-Frederic Jauslin: “La proposta di creare in Svizzera una catena sul modello di Arte è positiva e costruttiva perché sottolinea che il multilinguismo nel nostro paese è un elemento di forza, cosa che invece non viene percepita come tale. Spero che il progetto si realizzi. Iniziative simili sono necessarie.” Per l'ex giudice federale Giuseppe Nay, la creazione di una TV culturale non deve rimanere solo un auspicio: “È un chiaro compito della SSR SRG idée suisse preoccuparsi della comprensione tra le differenti comunità linguistiche e culturale in Svizzera. E come si può raggiungere questo obiettivo? Favorendo gli scambi, cosa che è sancita dalla nostra costituzione federale. Un canale culturale na-

zionale avrebbe la funzione di promuovere gli scambi e la comprensione e dunque rafforzare la coesione del paese.”

L'idée suisse un obiettivo ancora lontano

D'altra parte è innegabile che la SSR-SRG destina già risorse notevoli alla promozione della cultura, e in tutto il paese. Nessuno contesta questo merito, tuttavia, fa notare Roger Blum, direttore dell'istituto dei media, presso l'università di Berna: “Di regola i contributi culturali della SSR si concentrano sulle regioni linguistiche dove sono prodotti e sui paesi confinanti. Ora però si tratta di presentare questi contributi anche nel resto del paese. Ciò di cui noi abbiamo bisogno è che i servizi culturali realizzati ad esempio in Ticino e nei Grigioni di lingua italiana siano diffusi nelle altre regioni linguistiche. La SSR fa certo molto per la cultura, ma non è questo il problema, il problema è che lo fa separatamente nelle regioni linguistiche; l'idea invece del nuovo canale televisivo è di rendere accessibili a tutto il paese le produzioni culturali realizzate nelle singole regioni.”

Ma il professor Roger Blum, va oltre con la sua critica: “Finora né la SSR-SRG né altri media hanno dato concretezza allo spirito dell'idée suisse. C'è quindi molto terreno da recuperare. La nuova catena televisiva potrebbe essere una possibilità per far fronte a questa esigenza. Sicuramente esistono anche altre soluzioni valide, ma questa per ora è quella più concreta e bisognerebbe darle seguito.”

Un no con qualche sfumatura

Anche se la risposta della direzione a un canale televisivo culturale è inequivocabile, all'interno della SSR sembrano esserci posizioni meno rigide, ad esempio quella del suo presidente. Secondo Jean Bernhard Münch, infatti: “Gli obiettivi che si sono posti le persone che hanno formulato la proposta, ovvero di favorire gli scambi culturali tra le regioni, non sono solamente auspicabili, ma rappresentano un dovere per la nostra azienda. Dunque è evidente che dobbiamo compiere degli sforzi in quella direzione.” Münch ritiene tuttavia che la creazione di un canale culturale sia la risposta sbagliata al problema: “è necessario discutere di altre soluzioni. Se a fronte di una minore disponibilità di mezzi bisogna mettere delle priorità – aggiunge il presidente della SSR – secondo me l'accento deve essere posto sulla qualità, sull'aumento della produzione originale”

Il progetto non verrà abbandonato

Attualmente comunque la SSR afferma di non poter ampliare la propria offerta, anche se proprio di recente si è impegnata, sino

alla fine del 2012, in un accordo di collaborazione per il canale sportivo nazionale che inizierà le emissioni il prossimo 1° luglio. Malgrado il vento contrario, i promotori del canale culturale svizzero non si danno per vinti, forti anche dell'ampio sostegno morale che godono da parte del mondo della cultura e delle minoranze. “La SSR può dire quello che vuole – annuncia Chasper Pult – perché tanto, tutto quello che in Svizzera concerne l'intero paese è frutto di una dinamica politica, culturale ed economica. Quindi, se constatiamo che nel paese c'è una volontà di creare un canale televisivo utile al dialogo tra le varie regioni linguistiche e culturali della Svizzera, allora è certo che andremo avanti. Ora si tratta di vedere tra i politici chi farà la prima mossa, presentando una mozione in parlamento.”

L'opinione di Roger de Weck

In tempi in cui tutti risparmiano, un progetto che apre nuove prospettive è qualcosa di straordinario. Naturalmente dovrà superare ostacoli più grandi del solito. Questo però è un periodo in cui si può anche essere coraggiosi e non parlare solo di ridimensionamenti, ma anche di nuovi orientamenti e dello scambio culturale tra le diverse regioni del paese.

Nella Svizzera tedesca e nella Svizzera romanda è tuttora troppo esiguo il numero delle persone che conoscono i bei contributi realizzati dalla Televisione e dalla Radio svizzera di lingua italiana: trasmissioni di qualità che potrebbero essere valorizzate con poco. Impegnarsi in questa direzione, varrebbe senz'altro la pena. E anche se suona un po' patetico, credo si possa parlare di un compito patriottico. In ogni caso si tratta di un obiettivo che rinsalderebbe la coesione nazionale.

Coesione più che mai necessaria perché cosa voglia dire essere deboli lo abbiamo visto con la crisi finanziaria. Quelle imprese che si sono allontanate dalla Svizzera, che volevano americanizzarsi, ora sono in crisi, ad esempio UBS, Swiss-Re, che hanno anche nomi inglesi. Le imprese invece che erano consapevoli di essere originarie di un paese multiculturale e sono rimaste ancorate a questa tradizione, come ad esempio la Nestlé, la ABB e altre ancora, rimangono forti.

Quello che osservo qui a livello economico è solo un indizio del fatto che la coesione, lo scambio tra le diverse regioni culturali, rappresenta una grande punto di forza del nostro paese. E se il cosiddetto “service public” della SSR è un concetto nobile, lo sarà maggiormente se contribuirà a realizzare una catena culturale nazionale.

CCL 2009

un agire scorretto

Il nuovo CCL è in vigore da soli quattro mesi e già si riscontrano non pochi problemi di applicazione. Ricordiamo in particolare la menzione del monte giorni annuale sui contratti di lavoro del personale a tempo parziale irregolare (ex variabili), la pianificazione di ore negative e il numero di giorni festivi garantiti ogni anno.

Nota bene tutti aspetti ritenuti "sensibili" dall'SSM durante i negoziati per il rinnovo del CCL. Abbiamo infatti rivendicato che il monte giorni annuale comparisse sui contratti di lavoro in sintonia con quanto sancito dal tribunale arbitrale nel 2001 (vedi riquadro a lato). La SSR rifiutandosi ora di inserire i giorni di lavoro sui contratti viola il nuovo CCL. L'azienda giustifica questo modo di agire con la variabilità dei giorni festivi e dei giorni di vacanza: se si inserisse il monte giorni sui contratti occorrerebbe cambiare i contratti di lavoro ogni anno. L'SSM ha quindi suggerito di calcolare 9 festivi ogni anno, di modo da risolvere in parte questo problema, ma la SSR non si è dimostrata disposta ad entrare in discussione.

Questo ci porta al secondo problema spinoso: i giorni festivi. La RSI nel 2009 può bene-

ficiare di solo 6 giorni festivi. Durante le trattative era stato garantito che i collaboratori avrebbero potuto godere di almeno 8-9 festivi ogni anno. Considerato che nel Canton Ticino sono previsti 15 giorni festivi cantonali, 9 dei quali parificati alle domeniche, riteniamo che la RSI avrebbe potuto scegliere almeno due giorni tra quelli non parificati alle domeniche, di modo da poter garantire almeno 8 giorni festivi. La questione è ancora in sospeso in attesa che si giunga a una decisione a livello nazionale.

Durante i negoziati la SSR ha sempre garantito di essere interessata ad elaborare delle direttive di pianificazione che tutelino il personale dalle pianificazioni abusive. L'SSM ha accettato di discutere l'annualizzazione del tempo di lavoro solo a condizione che l'azienda collaborasse nell'elaborazione di direttive in questo senso. Lo scorso mese di febbraio, dopo un solo mese dalla firma del nuovo CCL, la SSR ha dichiarato di non essere più interessata, il CCL e la legge sul lavoro sarebbero a suo modo di vedere più che sufficienti per tutelare il personale dalle pianificazioni fuori legge. Siamo in presenza di un agire scorretto nei confronti del partner con-

trattuale. Riteniamo che al momento attuale la SSR non si stia dimostrando disponibile ad intavolare un dialogo costruttivo.

In sintesi l'accordo prevede che:

- Per tutte le persone a tempo parziale deve essere fissato un numero esatto di giorni di lavoro garantiti
- Un giorno di lavoro comprende mediamente 8 ore. Salvo esplicito accordo dell'SSM sono vietati contratti che stabiliscono meno di 8 ore dovute al giorno
- Una volta raggiunto il numero di giorni di lavoro pattuiti non si è tenuti a fornire alcuna prestazione supplementare di lavoro. Se non si è effettuato il numero di ore pattuite l'azienda paga le ore rimanenti (significa che si sono svolte delle entrate in servizio per meno di 8 ore).
- Nel caso contrario, quindi se si raggiunge il monte ore pattuito ma non il monte giorni, l'azienda deve comunque garantire il numero di giorni rimanenti.

Per noi resta dumping salariale

L'hanno scorso abbiamo denunciato a più riprese l'assunzione da parte della RSI nell'autunno del 2007 di 5 giornalisti formati provenienti dall'Italia con contratto di praticanti. Ciò che contestiamo, non è la provenienza di questi collaboratori, ma la scelta da parte dell'azienda di attribuire loro un contratto praticanti con un stipendio quindi inferiore rispetto ai colleghi redattori della RSI. Per stessa ammissione dell'azienda, i nuovi assunti sono tutti giornalisti formati con una notevole esperienza, tuttavia al momento dell'assunzione non conoscevano sufficientemente bene le lingue nazionali e soprattutto la realtà ticinese e svizzera, per questo motivo non avrebbero risposto appieno ai requisiti posti nel bando di concorso. Questa mancanza giustificerebbe secondo l'azienda la scelta di un contratto praticanti. L'SSM non può accettare questa argomentazione: la formazione è da sempre a carico dell'azienda, non del collaboratore. La RSI avrebbe dovuto assumere questi giornalisti con un regolare contratto a tempo indeterminato, la funzione di redattore che spetta loro secondo le mansioni che hanno svolto sin dall'inizio del loro impiego in RSI, e assumersi i costi della loro formazione.

La questione non ha trovato una soluzione a livello regionale, per questo è stato necessario un intervento presso le risorse umane a Berna da parte del nostro segretario centrale Stephan Ruppen, il quale ha ribadito la nostra posizione sottolineando che lo scopo del contratto praticanti non è quello

di *perfezionare* la formazione di giornalisti già formati. La SSR ha ribadito che sebbene questi giornalisti fossero ben preparati e ben motivati, non disponevano di una sufficiente conoscenza della realtà sociale, politica e mediatica ticinese e svizzera. A queste condizioni non era quindi immaginabile, secondo l'azienda, assumerli con un contratto a tempo indeterminato e la funzione di redattore. L'unica alternativa al contratto praticanti immaginabile per la SSR era il contratto a termine di due anni, con la funzione di redattore (nota bene: in questo caso non sarebbe stato discriminante) e un impiego al massimo dell'80%, sempre a condizione che in questo lasso di tempo acquisissero le conoscenze linguistiche e del territorio necessarie. Il contratto a termine secondo la SSR aveva però lo svantaggio di porre i neo assunti sullo stesso piano dei colleghi redattori già attivi in azienda (oltre al fatto che un contratto a termine non poteva venire rescisso prima del tempo).

La RSI inoltre dispone di due sole funzioni di redattore, il redattore semplice e il redattore esperto, per poter assumere questi collaboratori con un contratto a tempo indeterminato era necessaria una funzione inferiore a quella di redattore, che al momento non esiste. L'azienda nega quindi il suo intento di effettuare dumping salariale.

Sono tutti argomenti utilizzati per giustificare una scelta dettata in realtà dalla volontà di risparmiare. Se la ragione secondo la quale la RSI sarebbe stata *costretta* ad assumere questi collaboratori con un contratto praticanti risiede nella loro mancanza di esperienza giornalistica nella realtà locale, l'azienda avrebbe potuto assumerli con un contratto a tempo indeterminato, la funzione di redattori e il 70% dello stipendio di riferimento (secondo vecchia CCL). La progressione salariale del 30% è infatti determinata dall'esperienza al momento dell'assunzione, oltre che da altri

fattori. Questa sarebbe stata una soluzione equa che non avrebbe discriminato i nuovi assunti rispetto ai redattori già operativi alla RSI. Ricordiamo inoltre che un contratto a tempo indeterminato prevede comunque un periodo di prova e naturalmente non esclude la possibilità di licenziare nel caso in cui il collaboratore non si rivelasse nel tempo idoneo alla professione esercitata. (come del resto è avvenuto in un caso su cinque). Non comprendiamo quindi per quale ragione la RSI avrebbe potuto scegliere solo tra un contratto a termine e un contratto praticanti.



Abbonamento annuale gratuito a Mobility per i membri SSM

Essere mobile sfruttando i vantaggi della bicicletta, del bus, del treno o dell'automobile senza essere legato a un mezzo di trasporto privato. Questa offerta è valida per i membri SSM che possono d'ora in avanti approfittare dell'offerta speciale CarSharing di Mobility. Questi ultimi ricevono gratuitamente un abbonamento Mobility di un valore di 290.- durante il primo anno. L'anno seguente potranno approfittare dell'offerta vantaggiosa di un abbonamento annuale Mobility al prezzo di CHF 70.-.

La tariffa oraria e chilometrica dipende dalla categoria del veicolo scelto. Nella tariffa sono inclusi benzina, servizio, riparazioni, assicu-



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat suisse des massmedia ■ Sindacato svizzero dei mass media ■ Sindicat svizzer dils mediums da massa

razioni e amministrazione (sono a disposizione veicoli già a partire da CHF 2.70 all'ora e 0,48 al chilometro). Mobility mette a disposizione 24 ore su 24 più di 2200 veicoli in 1100 sedi diverse in Svizzera. Troverete la sede più vicina a voi sul sito www.mobility.ch.

È sufficiente iscriversi al nostro segretariato centrale di Zurigo telefonando allo 044 202 77 51 oppure inviando una mail a info@ssm-site.ch (indicate il vostro indirizzo privato e la vostra data di nascita).



Volete iscrivervi al sindacato?
Siete semplicemente curiosi e vi servono delle informazioni?
Siete già affiliati e vi piacerebbe partecipare?
Ci sono delle situazioni inerenti il lavoro che non ritenete giuste?
Volete fare commenti o magari collaborare scrivendo qualche articolo?

e-mail: ssmlugano@ticino.com
posta interna: ssm
telefono: 091 966 66 31
fax: 091 967 55 26
pagine web: www.ssm-site.ch