



Cissal Comunicazione

Federazione Italiana Autonoma - Lavoratori Comunicazione - Telecomunicazioni - Rai
Aziende Consociate - Società della Pubblicità e Spettacolo - Emittenza Privata

Segreteria Nazionale Rai

COMUNICATO AI LAVORATORI FICTION – SIPRA

In data 05-01-2012 abbiamo inviato una lettera alla Direzione Aziendale e al CdA, per segnalare una serie di anomalie esistenti nel rapporto Produzione - Co-Produzione – Introiti pubblicitari, specificatamente alla produzione di utilità ripetuta (FICTION). Abbiamo inoltre presentato una richiesta di chiarimenti circa la mancanza d'investimenti pubblicitari per il programma "Quelli che il calcio".

Da quanto appreso dalle "analisi dei Bilanci 2007 -2010 del gruppo RAI, **LA Cissal Comunicazione RAI** vuole dare ai lavoratori il suo punto di vista. In un nostro precedente comunicato abbiamo visto come l'acquisto di Format riguardanti programmi d'intrattenimento TV e la produzione di programmi con la partecipazione di RAI in Co-Produzioni, non abbia portato benefici economici e minimamente inciso nel rapporto Investimenti / Ricavi pur ottenendo successi di ascolto come ad esempio l'ultimo programma di FIORELLO.

Sempre nel precedente comunicato, avevamo visto come il rapporto tra investimenti e ammortamenti era costantemente negativo (s'investe di più di quanto si guadagna). **Come Noi**, anche CGIL ha rilevato quest'aspetto, il rapporto Costi/Introiti pubblicitari. Questi dati economici relativi al periodo 2007 -2010, hanno condizionato il periodo preso in esame e molto probabilmente condizioneranno il FUTURO, visto il Piano Industriale attuato.

ABBIAMO SEGNALATO che il mercato pubblicitario è in flessione da anni e, nonostante gli ascolti RAI siano sempre stati in massima parte superiori a quelli del Gruppo Mediaset, l'investitore pubblicitario in genere, ha investito di più sulle reti del concorrente che sulle nostre...come mai? I motivi non ci sfuggono, ma sarebbe stata gradita dai lavoratori un'analisi approfondita del fenomeno e una risposta da parte della RAI.

In precedente comunicato (28 novembre 2011) **avevamo chiesto** di potenziare gli investimenti di risorse professionali e ideative sul WEB RAI, perché alla Nostra O.S. era parso evidente che era necessario riflettere in fondo su l'unico dato POSITIVO in ambito d'investimenti pubblicitari: INTERNET = ANDAMENTI DISCONTINUI MA COMPLESSIVAMENTE IN CRESCITA, con questa nota tralasciamo le considerazioni da fare sul fatto che Rai non abbia e non ha ancora sviluppato appieno l'offerta WEB. Nel precedente comunicato avevamo fatto poi un distinguo:

PRODUZIONE

1. Programmi utilità immediata (unica fruizione non ripetibile.)
2. Programmi di utilità ripetuta (come ad esempio la FICTION)

In questo comunicato ci occuperemo di **FICTION e SIPRA**.

La RAI è un'azienda in crisi economica e questo è un dato di fatto. RAI produce FICTION rispondendo a una richiesta di mercato, ma com'è prodotta questa fiction ? È necessario fare un po' di storia: RAI molti anni fa, come molti ricorderanno, la RAI DISMISE E SMANTELLÒ IL REPARTO CINEMATOGRAFICO, considerato NON PRODUTTIVO. La diretta conseguenza fu che furono sacrificate molte professionalità RAI (peraltro gran parte provenienti proprio dal Cinema) Ri-Convertite in altre realtà produttive. L'effetto peggiore di questa scelta fu l'assegnazione all'esterno la realizzazione del prodotto FICTION, con un significativo aggravio di costi. Detto ciò, sappiamo che i programmi di utilità ripetuta più importanti che RAI produce e Co-Produce sono proprio FICTION. Nel Piano Industriale 2011/2012 sono già state approvate (alcune realizzate) dal CdA:

Don Matteo 8

con Lux Vide Finanziaria per Iniziative S.p.A.
per la realizzazione di 12 + 24 puntate.

Tutti pazzi per Amore 3

con Publispei s.r.l. 26 episodi per n. 13 serate

Ben tornato Nero Wolf

con Casanova Multimedia S.p.A. per n. 8 puntate

Sposami

con Titania produzioni s.r.l. per numero 6 episodi

Il generale dei briganti

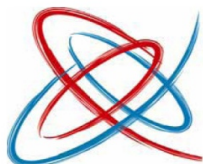
con Ellemme Group s.r.l. per n. 2 puntate

Cesare Mori

con Artis Edizioni Digitali S.p.A. per n.2 puntate

SEGRETARIA NAZIONALE RAI, VIA TORINO 95 00184 ROMA

E-Mail : INFO@CISALCOM.ORG URL: WWW.CISALCOM.ORG



Cissal Comunicazione

Federazione Italiana Autonoma - Lavoratori Comunicazione - Telecomunicazioni - Rai
Aziende Consociate - Società della Pubblicità e Spettacolo - Emittenza Privata

Segreteria Nazionale Rai

Un matrimonio	con Duea Film S.p.A per n. 6 puntate (2012)
Maria	con Lux Vide Finanziaria per n. 2 puntate (2012)
Olimpiade nascosta	con Casanova Multimedia S.p.A. per n. 2 puntate (2012)
La certosa di Parma	con Tangram Film s.r.l. per n. 2 puntate (2012)
Né con te, né senza di te	con Notorius s.r.l. per n. 2 puntate (2012)

Calcolando un costo medio di realizzazione per ora (60 minuti = 1 ml di euro) e in seguito la durata di una puntata tipo (100 minuti), Rai ha effettuato e messo in Bilancio tra la metà del 2011 e la metà del 2012 n. 75 puntate da 100 minuti il cui totale supera ottimisticamente un investimento di 126 Ml. di euro. Se è vero che sulla carta i Co-Produttori partecipano alla produzione per un 10/20% a prodotto si evince che l'impegno economico finale di RAI è pari a un minimo di 85 ml. di EURO in UN SOLO ANNO (Metà 2011 – Metà 2012 dati approssimativi.)

La prima cosa che ci appare evidente è la seguente: se la produzione di FICTION è stata dettata dalla grande richiesta del mercato, **crediamo** anche **CHE SIA ORA DI ABBASSARE I COSTI RELATIVI ALLA PRODUZIONE DELLA STESSA FICTION. ABBIAMO SUGGERITO che la via migliore per contenere i costi passa per le seguenti operazioni:**

- ACQUISIRE I DIRITTI SUL SOGGETTO e sceneggiatura (contratto con autore e sceneggiatore),
- successivamente, a stesura definitiva CON SPOGLIO DELLA SCENEGGIATURA e
- PREVENTIVO A CURA DI PERSONALE RAI,
- ESEGUIRE GARA DI APPALTO COME PREVISTO DALLA LEGGE per la realizzazione dell'opera.
- Abbassare i cachet a produzione degli interpreti e commisurarli ai compensi degli attori europei.
- Evitare di produrre Fiction che prevedono ambientazioni d'epoca.
- Evitare e soprattutto controllare che non si produca all'estero.

A nostro avviso Sicuramente si risparmierebbe!

SOSTENIAMO CON FORZA CHE non da poco sarebbe l'impegno di tornare a un passato illustre: **"produrre di più internamente"** e soprattutto cercare **umentare la specializzazione** del personale del Centro di Produzione di Napoli!

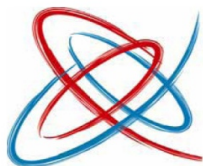
Quali sono gli introiti che RAI ottiene attraverso SIPRA per la FICTION? ABBIAMO COMUNICATO ALL'AZIENDA che secondo le Nostre stime, gli introiti sono al di sotto degli investimenti. Introitiamo economicamente soltanto i passaggi in SPOT - INVITI ALL'ASCOLTO e dal tanto celebrato "Product placement" ci si aspettava di più in investimenti pubblicitari. Solo adesso, nell'ultima serie Don Matteo il "Product placament" sta facendo i suoi primi passi e si sono ottenuti i primi evidenti investimenti pubblicitari.

In grazia dell'orientamento del mercato pubblicitario a investire su prodotto Fiction di LUNGA SERIALITÀ, **ABBIAMO CHIESTO** perché Rai continua a produrre FICTION di BREVE serialità (DUE Puntate)? Pur rilevando che è difficile quantificare l'utilità futura degli investimenti, **ABBIAMO CHIESTO** alla Direzione Aziendale come si faccia, a fronte di alcune evidenze di mercato, perseguire una VIA che NON DA RISULTATI DI RICAVI ECONOMICI PUBBLICITARI.

ABBIAMO AVUTO L'OBLIGO DI SEGNALARE che i lavoratori del comparto CINEMA E FICTION esterni alla RAI, lamentano un mancato controllo sui prodotti di Fiction che pur essendo ambientati in ITALIA sono girate all'estero, sicuramente per favorire gli appaltatori o co-produttori. Le società di co-produzione realizzano troppo all'estero (riprese in Argentina, Romania, Bulgaria, Rep. Ceca, ecc.) a fronte di preventivi approvati per la realizzazione di riprese in ITALIA.

I lavoratori del cinema, e della RAI chiedono che la RAI dia conto di queste scelte che portano vantaggi esclusivamente ad appaltatori e co-produttori, ledendo il diritto al lavoro del settore cinematografico italiano indotto.

La Cissal Comunicazione Segreteria Rai HA CHIESTO che la D.G. eserciti una **DECISA funzione di monitoraggio e controllo perché il lavoro non sia portato all'estero,** mettendo a rischio la loro occupazione.



Cisal Comunicazione

Federazione Italiana Autonoma - Lavoratori Comunicazione - Telecomunicazioni - Rai
Aziende Consociate - Società della Pubblicità e Spettacolo - Emittenza Privata

Segreteria Nazionale Rai

Per concludere questa Nostra incursione nel mondo della PUBBLICITÀ, **ABBIAMO CHIESTO** all'attenzione della RAI chiarimenti:

dal Gennaio 2011 al maggio 2011 sono state realizzate decine di Telepromozioni relative al programma "Quelli che il Calcio". Si può sapere perché per lo stesso programma nella stagione attuale 2011-2012 la signora CABELLO (conduttrice del programma) non ne ha realizzate! Vorremmo che l'Azienda ci chiarisse se è dipeso dai seguenti fattori:

- Non ci sono investitori sul programma "Quelli che il Calcio"?
- La SIPRA non sa collocare sul mercato il programma "Quelli che il Calcio"?
- LA CABELLO non vuole Realizzare le TELEPROMOZIONI e se è così,
 1. PERCHÉ, forse il contratto non lo prevede ? e se è così
 2. PERCHÉ scritturare una conduttrice che non vuole o non può fare Telepromozioni?
 3. Dove sta l'ERRORE? Perché ancora mancati introiti?

In conclusione il rapporto esistente i tra prodotto RAI e Introiti Pubblicitari è negativo. Naturalmente quest'aspetto è ancor più indicativo per tutti quei prodotti che richiedono un forte investimento economico (FICTION - VARIETÀ).

ABBIAMO CHIESTO alla Direzione Generale e al CdA UNA REVISIONE TOTALE DEI CRITERI DI REALIZZAZIONE dei prodotti in PRODUZIONE, CO-PRODUZIONE E APPALTO e CON ESSA UN RIESAME INTERNO del MANDATO di SIPRA. Certi che solo un'attenta strategia delle risorse economiche, un'accurata valutazione del prodotto da realizzare, un controllo superiore dei contratti stipulati con EVENTUALI "co-produttori" e tutte le parti in causa possa portare quest'Azienda fuori dal TUNNEL ...

Roma 11 – 01 - 2012

Il Segretario Nazionale Rai
Angelo Lotito