

Il Sindacato Libersind Conf.sal informa

Rassegna stampa sulla Rai
Articoli già pubblicati nel Web - Per uso personale

FONTE:



RAI, dg Dall'Orto: sfida 2016 sulla base di riassetto economico. Ma costi personale 2015 aumentano anziché diminuire

Sotto il titolo “Gruppo Rai-contesto di riferimento e posizionamento competitivo”, il neo d.g. della concessionaria pubblica del servizio radiotelevisivo Antonio Campo Dall’Orto ha illustrato al cda RAI il suo programma.

Il documento definisce l’attuale offerta della RAI, illustrando gli elementi ritenuti rilevanti per il confronto con governo e istituzioni (concessione e canone). Dall’Orto, nell’illustrazione, sottolinea i sei assi portanti della tv pubblica: news (24 edizioni giornaliere dei tg), intrattenimento (oltre 6mila ore di programmazione), sport (oltre 17,5mila ore annue), film e fiction (più di 5,5mila ore di fiction prodotte con l’apporto di RAI), cultura, ragazzi (oltre 2mila ore di programmazione). Per il d.g., il target è trovare nuovi formati, anche ibridi, partendo da un budget 2015 del gruppo che dovrebbe chiudersi con 18 mln di perdita a causa della diminuzione del canone (circa 87 mln al loro dell’Iva; ma in caso contrario, il risultato sarebbe positivo per quasi 50 mln) e di un flusso pubblicitario di 675 mln (di cui 556 mln dalla tv generalista e 76 dai canali specializzati). Nel dettaglio, il documento attesta un calo dei costi per beni e servizi, a fronte tuttavia di una preoccupante crescita del costo del personale (oltre 12.000 dipendenti a tempo indeterminato - in aumento dagli 11.661 del 2012 per la regolarizzazione dei precari - di cui solo il 2% ha meno di 30 anni, l’8% supera i 60 e il 18% è tra i 55 e 50 anni). (E.G. per NL)

05/09/2015 09:52

Casamonica nel salotto di Vespa, bufera sulla Rai

19:09 09 SET 2015

(AGI) - Roma, 9 set. - E' bufera sulla partecipazione dei familiari di Vittorio Casamonica a Porta a Porta. Severo il commissario Pd a Roma e presidente dell'Assemblea nazionale del partito, Matteo Orfini: "Porta a Porta e Rai1 riflettano: offrire un palcoscenico ai Casamonica e' stato un errore grave che nulla c'entra con il servizio pubblico". "La partecipazione a una delle trasmissioni di punta del servizio pubblico Rai della famiglia Casamonica e' grave. Oltre che paradossale", ha rincarato la dose il sindaco di Roma Ignazio Marino. "Ieri sera, infatti, piu' di un milione di spettatori hanno assistito sostanzialmente a un replay dei funerali spettacolari e mafiosi gia' finiti sui giornali".

E mentre lo stesso Vespa, forte comunque dell'ottimo risultato in termini di ascolti (1,3 milioni di spettatori) organizza una puntata straordinaria con l'assessore romano alla Legalita' Alfonso Sabella, e' lo stesso nipote di Casamonica, Vittorio jr, a sottolineare all'AGI: "Voglio ringraziare la Rai e Bruno Vespa, che ci hanno dato la possibilita' di smentire tutte le calunnie su di noi e dimostrare che siamo persone oneste". "La redazione di 'Porta a Porta' - spiega il giovane Casamonica - ci ha invitato giorni fa per darci modo di dire le cose come stanno, e siamo andati volentieri. Su mio nonno hanno detto tante bugie, tante calunnie, ma non era un boss, era una persona normale". Sulla posizione del Cda Rai, Carlo Feccero e' categorico: "non spetta ai consiglieri se sia opportuna o no la decisione di Vespa" di dedicare una puntata del suo talk a quel tema, "niente censure preventive".

E il consigliere di amministrazione della Rai, Guelfo Guelfi, su Facebook osserva: "Approfondimenti. Si chiamano cosi'. Ripassano sul caso e lo spongono".

Non sono dello stesso avviso, ovviamente, i parlamentari 5 Stelle in Vigilanza Rai: "Ospitare i Casamonica nel salotto di Bruno Vespa e' un messaggio diseducativo e va contro la mission del servizio pubblico. La Rai intervenga, spiegando alla commissione di Vigilanza Rai perche' e' stato fatto l'ennesimo elogio di un clan criminale.

Bruno Vespa ha fatto disservizio pubblico, qualcosa di semplicemente inaccettabile", ma anche il blog di Grillo rileva: "Rai: servizio pubblico paramafioso.

Fuori i partiti e la mafia dalla Rai. La famiglia Casamonica ospitata dalla Rai nel salotto buono di Bruno Vespa e' un oltraggio a tutti gli italiani onesti". In difesa di Vespa Fabrizio Cicchitto (Ncd) "francamente esterrefatto di fronte agli attacchi. Credevo che l'attivita' giornalistica fosse quella di far conoscere le molteplici facce della realta' e i protagonisti di essa, anche quelli piu' negativi e repellenti.

Non mi sembra proprio che Vespa abbia fatto un'intervista in ginocchio: tutt'altro!". Intanto, il presidente della Commissione antimafia, Rosy Bindi, annuncia che verranno auditi i vertici Rai. (AGI) .

04 settembre 2015 | 18:15

Come trasformare la Rai in una media company. L'analisi del 'Sole 24 Ore' sul progetto del dg Campo Dall'Orto che indica in Bbc, Nhk e Cbc i modelli da seguire

Effettuare la trasformazione da broadcaster digitale in una media company dove coesistano ideazione, produzione e diffusione di contenuti che devono nascere adatti a tutte le piattaforme distributive. Questo l'asse centrale del documento presentato dal dg Antonio Campo Dall'Orto, mercoledì 2 settembre, al Cda Rai. Punti di riferimento per questa evoluzione sono la Bbc, la giapponese Nhk e la canadese Cbc.

Di seguito ecco l'articolo del 'Sole 24 Ore' di oggi con riassunte e spiegate le linee guida del progetto, passando dalla questione della concessione che sarà il "principale momento di confronto tra governo, Parlamento e nuovo vertice", al posizionamento della programmazione e al contesto competitivo, fino ad arrivare a toccare le tematiche legate ai conti e al personale.

Una Rai che, insieme agli altri servizi pubblici europei, deve effettuare la trasformazione da broadcaster digitale in una media company nella quale coesistano l'ideazione, la produzione e la diffusione di contenuti che devono "nascere" adatti a tutte le piattaforme distributive. E' l'asse di riferimento, nella quale sono individuati come leader la Bbc, la giapponese NHK e la canadese CBC, che contrassegna il documento che il direttore generale della Rai, Antonio Campo Dall'Orto, ha presentato al consiglio di amministrazione, intitolato "Gruppo Rai- contesto di riferimento e posizionamento competitivo".

L'offerta della Rai. Il servizio pubblico ha una delle maggiori offerte di canali televisivi in Europa: sono 17 (troppi?) i canali digitali in onda, escludendo quelli ritrasmessi in Alta Definizione ed il pan-europeo Euronews, nel quale la Rai mantiene una quota del 20,5%. Oltre alle tre reti generaliste, vi sono quattro canali definiti "semi-generalisti" (Rai4, Rai5, RaiMovie e RaiPremium), sette tematici (da RaiSport, che da metà settembre avrà la versione in HD, a RaiStoria, passando per RaiNews24) e tre internazionali. In Gran Bretagna la Bbc ha 15 canali televisivi digitali nazionali, ma ben 17 internazionali. Nove sono quelli nazionali della tv pubblica francese, più i due co-prodotti con la Germania (Arte). A questa offerta tv, la Rai affianca dieci canali radiofonici tra generalisti, news, web e pubblica utilità, oltre a tre grandi portali sul web: Rai.it, RaiNews e Rai. tv. Sono quattro i centri di produzione (Milano, Torino, Roma e Napoli) e ventuno le redazioni in altrettante sedi regionali (da accorpate o no?).

La concessione. Sarà il principale momento di confronto tra Governo, Parlamento e nuovo vertice. Quella attuale scade nel maggio 2016. Il contratto di servizio 2012-2015 non è mai entrato in vigore: la legge approvata al Senato sulla governance della Rai lo prevede quinquennale, che arrivi

sino a metà della scadenza decennale della concessione. Alla Rai vengono indicati anche le quote e i generi di programmazione, al contrario delle altre tv pubbliche europee (solo canali e linee editoriali). I nuovi vertici proveranno a superare tale impostazione dirigista?

Il canone. La sua riforma sarà l'altra grande sfida istituzionale per i nuovi vertici. L'importo di quello ordinario è il più basso d'Europa (113,5 euro) e il tasso di evasione è il più elevato, pari al 27% delle famiglie. Sul canone il governo ha trattenuto 144 milioni nel 2014 e ne tratterà il 5% dal 2015 in poi.

Il contesto competitivo.

È sempre più complesso, tra offerte gratuite, pay tv e video on demand, in attesa dell'arrivo in ottobre di Netflix delle opportunità che la Rai è pronta a cogliere dall'annunciato oscuramento dei canali Mediaset su Sky (Rai4 sul canale 4 di Sky?). Il consumo della tv ha visto, negli anni, l'affermazione progressiva dei canali specializzati: nel 2014 valevano il 40% dell'ascolto totale rispetto al 12,5% del 2005. Le tv generaliste conservano il 60% dell'audience nel giorno medio. Questo, in un mercato che nel 2005 era composto da 60 canali e oggi da 270. La permanenza media davanti alla tv, nonostante il Web, non cala (5,2 ore al giorno nel 2013 come nel 2014).

Leader negli ascolti. La Rai lo è, sia sull'intera giornata sia in prima serata. RaiUno, nel 2014, ha il 17,3% di ascolto nel giorno medio rispetto al 15,3% di Canale 5. RaiDue ha il 6,6% e RaiTre il 6,7%, con Italia1 al 6% e Rete4 al 4,9 per cento. I canali specializzati della Rai hanno il 6,8% dell'ascolto rispetto al 6,4% di Mediaset e al 5,8% di Discovery, vera new entry di questi anni. In prima serata, Rai1 ha il 19,2% rispetto al 15,4% di Canale5.

Il posizionamento competitivo. Il documento Campo Dall'Orto lo basa su sei pilastri: le news, con 24 edizioni al giorno dei Tg; l'intrattenimento, con oltre 6mila ore di programmazione; lo sport con oltre 17.500 ore annue; i film e la fiction con oltre 5.500 ore di fiction prodotte con apporto Rai; la Cultura, con Rai5, RaiStorie e RaiScuola; e i Ragazzi, con oltre 2mila ore di programmazione. Si tratterà di trovare nuovi formati, anche ibridi, per impedire che i pilastri scricchiolino, con la metamorfosi di un pubblico sempre più co-protagonista dell'offerta.

La radio, il cinema, Internet.

La Rai è leader – ma è l'unico gruppo con tre reti nazionali – con l'11,3% di quota di ascolto complessivo. Radio1, però, è solo al sesto posto degli ascolti per singolo canale radiofonico nel 2014, con il 5,2% di quota e Radio2 al settimo, con il 4 per cento. RaiCinema, con 01 Distribution, ha una quota del 13% nella distribuzione nazionale, dietro a Warner e Universal, davanti a Fox, Disney e Medusa. Ha immesso sul mercato 27 pellicole di cui ben 22 italiane. Sul Web leader, inarrivabili, sono Google e Facebook. La Rai, per pagine viste e per utenti unici, deve recuperare terreno, piuttosto, rispetto ai principali competitor nazionali, Mediaset inclusa.

Il personale.

È una Rai "vecchia", anche se esperta. Solo il 2% del personale a tempo indeterminato ha meno di trent'anni. L'8% ha più di 60 anni. Il 18% è tra i 55 e i 60. È uno dei punti deboli di un'azienda che vuol diventare media company, insieme all'anzianità dei suoi ascolti (fenomeno non analizzato nel documento Campo Dall'Orto). Ed è un organico che cresce: il gruppo Rai, nel 2015,

supererà il 12mila dipendenti a tempo indeterminato (11.661 nel 2012). Questo, in particolare, per l'assorbimento dei precari.

Il conto economico. Il budget 2015, anno senza grandi eventi sportivi, dovrebbe chiudere con 18 milioni di perdita, a causa della diminuzione del canone, stimata in 87 milioni al lordo dell'Iva. Altrimenti il risultato sarebbe positivo per una cinquantina di milioni. Senza le plusvalenze, per 228 milioni, dovute alla quotazione parziale di RaiWay nel 2014. Anno in cui, però, la diminuzione del canone è stata di 144 milioni e i grandi eventi sportivi sono costati 95 milioni. Nel budget 2015 calano leggermente i ricavi da canone e la pubblicità è stazionaria 675 milioni (di cui 556 dalla tv generalista e 76 dai canali specializzati). I ricavi commerciali scendono: nel 2014 sono stati incassati 18 milioni cedendo diritti ai club interessati. I costi esterni per beni e servizi calano ma cresce il costo del personale. I problemi di bilancio arriveranno nel 2016 con le Olimpiadi (nel 2020 la Rai non le avrà più) e gli Europei di calcio.

R.it

Rai, cda vota all'unanimità deleghe alla presidente Maggioni

Potrà approvare, senza passare per il Consiglio d'amministrazione, tutti i contratti che comportano una spesa fino a dieci milioni. Affrontato anche il tema dell'occupazione del canale 104 del telecomando Sky

(lapresse) **ROMA** - Il Cda della Rai ha votato le deleghe al presidente Monica Maggioni. In sostanza sono stati attribuiti a Maggioni gli stessi poteri di spesa che aveva il suo predecessore, Anna Maria Tarantola. Il presidente quindi, su proposta del direttore generale, può approvare senza passare per il Cda, tutti i contratti che comportano una spesa fino a dieci milioni di euro, superando così il tetto di 2,5 milioni fissato dallo Statuto Rai. Inoltre, grazie a queste deleghe, il presidente di Viale Mazzini può nominare direttamente, sempre su proposta del dg, i direttori non editoriali dell'Azienda. Per le nomine editoriali, la competenza resta in capo al Consiglio d'amministrazione.

Nella prima riunione dell'era Maggioni-Campo Dall'Orto, il direttore generale in chiusura di riunione ha anche accennato alla possibilità che la Rai 'occupi' il canale 104 del telecomando di Sky, destinato a 'liberarsi' dal 7 settembre se Mediaset deciderà effettivamente di criptare le tre reti ammiraglie (Rete 4, Canale 5 e Italia 1) sulla piattaforma di Murdoch, in caso di mancato accordo con Sky sui diritti di ritrasmissione dei suoi canali.

RAI: BRUNETTA "INIZIARE NUOVO CORSO CON TRASPARENZA COMPENSI"

ROMA (ITALPRESS) - "La tv pubblica ha da poco più di un mese nuovi vertici, sicuramente autorevoli e competenti, che a breve entreranno nel vivo del loro importante mandato.

Sarebbe un apprezzabile segnale di discontinuità per i nuovi dirigenti della tv pubblica, guidati da Monica Maggioni e Antonio Campo Dall'Orto, rispetto alla precedente gestione tecnocratica della Rai, iniziare la consiliazione con la pubblicazione dei compensi del personale Rai comunque utilizzato, ricomprendendo anche i conduttori, i giornalisti, i collaboratori e gli ospiti dei diversi programmi".

Il capogruppo di Forza Italia alla Camera dei deputati, Renato Brunetta, annuncia così la presentazione di una nuova interpellanza urgente, la settimana in ordine di presentazione, al presidente del Consiglio, Matteo Renzi, al ministro dell'Economia e delle finanze, Pier Carlo Padoan, e al ministro per la Pubblica amministrazione e la semplificazione, Marianna Madia, in tema di trasparenza dei compensi Rai.

"Forse il governo Renzi pensava di averla scampata, ma le risposte insoddisfacenti e per nulla pertinenti fornite sinora, rispetto ai miei puntuali atti di sindacato ispettivo non hanno convinto nessuno.

Chiedo a gran voce da oltre un anno che venga semplicemente applicata la legge, chiarissima, che è in vigore.

La legge 30 ottobre 2013, n. 125 sulla razionalizzazione della PA, prevede per la Rai l'obbligo di comunicare al Dipartimento della Funzione pubblica della presidenza del Consiglio dei ministri e al ministro dell'Economia e finanze tutti gli opportuni dati relativi al costo annuo del personale comunque impiegato – sottolinea Brunetta -. A questo riguardo, da più di un anno ormai, il governo ha alimentato un piccolo, grande giallo, sostenendo che la Rai ha ottemperato agli obblighi di legge, trasmettendo i dati dovuti, ma senza chiarire per quale motivo non vengano resi noti.

Il sottosegretario allo Sviluppo Economico con delega alle telecomunicazioni, Antonello Giacomelli, in una delle sue ultime esternazioni, prima di perderne le tracce ha annunciato che il Mef avrebbe reso trasparenti i dati entro la fine del 2014, praticamente un anno fa. Alla faccia dell'efficienza e della svolta buona agitata un giorno sì e l'altro pure da Renzi". "Noi non ci fermiamo, la battaglia per una Rai davvero trasparente va avanti.

Si faccia finalmente un passo concreto che consenta alla Rai di essere la casa di vetro per tutti i cittadini italiani che contribuiscono attivamente al servizio pubblico, attraverso il pagamento del canone", conclude.

LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO.it

Mercoledì, 09 Settembre 2015, ore 14:42

ROMA - Alla Rai si volta pagina. Dopo lo scandalo di Mafia Capitale che ha colpito anche la tv di Stato per i bar che, secondo la procura di Roma, erano gestiti dal boss Carminati attraverso un suo prestanome, l'azienda di Stato ha bandito una gara per il servizio di ristorazione delle direzioni e centri: tra queste quelle per i dieci bar di Roma, alcuni mesi fa finiti nel mirino di un sequestro disposto dalla Procura. Ad aggiudicarsi per i prossimi cinque anni la commessa da 54 milioni di euro per le sedi calde della tv di Stato è la Ladisa Spa, holding pugliese (di Bari) della ristorazione che ha ottenuto il primo posto con un punteggio di 97,323/100, sbaragliando altri sei colossi del settore della ristorazione con un'offerta tecnica che punta su qualità dell'ambiente e offre persino un «menu antimafia» con prodotti provenienti dalle terre confiscate alla criminalità organizzata.

Il servizio - partenza prevista il 1 ottobre - riguarderà la direzione generale Rai di viale Mazzini, Saxa Rubra, Teulada e gli altri quattro centri di produzione della Capitale, i 3 centri di Torino, i due di Milano e quello di Napoli. L'azienda preparerà oltre 1,4 milioni di pasti all'anno, e si occuperà anche della gestione dei 15 bar (una decina nella capitale) nonché dei distributori automatici.

"Tra i punti di forza dell'offerta - si legge in una nota di Ladisa - la "ristorazione green" finalizzata (utilizzo prodotti della c.d. "filiera corta" privilegiando le produzioni locali, Bio, Dop e Igp, riciclo degli scarti di lavorazione, utilizzo apparecchiature basso impianto energetico, impiego detergenti eco-compatibili) e la valenza sociale del servizio: nel rispetto della Legge del Buon Samaritano, infatti, le derrate alimentari e i pasti integri non distribuiti saranno destinati all'Associazione Banco Alimentare nell'ambito del progetto denominato "Siticibo".

Altra caratteristica dell'offerta il "Menu sottratto alla criminalità": una volta al mese, Ladisa proporrà un menu composto in gran parte da alimenti provenienti dalle terre confiscate alla criminalità organizzata grazie all'accordo sottoscritto un' associazione che si occupa del recupero sociale e produttivo dei beni liberati dalle mafie.

Alcuni di questi prodotti saranno venduti anche all'interno dei bar Ladisa spa, azienda facente capo ai fratelli Sebastiano e Vito Ladisa, attualmente opera in oltre 450 impianti in diverse regioni italiane, svolgendo il servizio presso alte istituzioni statali, tra cui Il Ministero per gli Affari esteri e la Cooperazione internazionale (Maeci), Ministero dell'Interno, Comando generale dell'Arma dei Carabinieri, Comando generale della Guardia di finanza, nonché presso numerose scuole e ospedali. Al suo attivo ha oltre 11 milioni di pasti all'anno, dà lavoro a 2.500 dipendenti e sta consolidando il proprio asset commerciale nel settore dei "piatti pronti" destinati alla GDO guardando al mercato estero.