

MEMORIE CDR ANSA

L'Agenzia ANSA ha avviato lo scorso 24 giugno la procedura di consultazione sindacale per la gestione di 65 esuberanti per i giornalisti e di 35 per i poligrafici, motivata dalla previsione per l'anno in corso di un bilancio in rosso di circa 5 milioni di euro.

I bilanci chiusi in perdita negli ultimi anni hanno già portato a diversi interventi di taglio del costo del lavoro.

Nel 2008 è stato avviato un primo piano di incentivazione volontaria all'esodo, poi due stati di crisi.

In questo arco di tempo l'organico dei giornalisti, considerando il saldo tra uscite e ingressi, è passato da 432 giornalisti (ex articolo 1 del contratto di lavoro giornalistico) nel 2008 a 324 oggi.

Nell'arco dello stato di crisi 2010-2012 sono usciti a vario titolo 55 giornalisti

Nell'arco dello stato di crisi 2012-2013 sono usciti altri 33 giornalisti

Per i giornalisti dell'ANSA, non ci sono più margini di arretramento senza mettere a rischio la missione stessa dell'agenzia 'di bandiera', la prima agenzia di stampa italiana, chiamata - come accade anche all'estero (il modello 'pubblico' dell'AFP in Francia è uno degli esempi più significativi) - a svolgere un ruolo di primario interesse pubblico per il Paese, sia sul fronte interno sia come strumento di politica estera per la capillarità delle sue reti regionale e internazionale.

L'emergenza da affrontare sul fronte delle perdite stimate per il 2015 è infatti in stridente contraddizione con il piano di rinnovamento e riposizionamento che l'azienda intende parallelamente implementare, ed ora con ancora più decisione, dopo la forte innovazione già realizzata negli ultimi anni. Ed è in contraddizione anche con le opportunità di riassetto dell'intero settore delle agenzie di stampa innescate dalla recente direttiva della Presidenza del Consiglio (con una scadenza fissata a dicembre 2016) : va verificato se e come le integrazioni ipotizzate in queste mesi tra le aziende del settore possano creare l'occasione per assetti strutturali più idonei per affrontare le difficoltà del mercato, a partire dagli assetti societari e dalla definizione di un eventuale ruolo del settore pubblico.

Prima agenzia italiana di informazione e tra le prime del mondo, ANSA è una cooperativa di editori dei principali quotidiani. Da 70 anni fornisce una copertura completa degli avvenimenti italiani ed esteri, grazie a 22 sedi sul territorio nazionale e alla presenza in oltre 79 località di 74 Paesi nel mondo.

Più di 3.500 notizie e oltre 900 immagini al giorno vengono diffuse su tutte le piattaforme di trasmissione (web, tv satellitare, telefonino).

L'ANSA ha già accettato importanti sfide del mercato dell'editoria sul fronte dell'innovazione del prodotto. Solo negli ultimi tempi, come ultimi passi di un percorso più lungo, l'Agenzia ha

rafforzato la produzione fotografica; creato una nuova agenzia video; realizzato il restyling del sito ansa.it che ha raggiunto gli 11.5 milioni di utenti unici al mese, raddoppiato i canali verticali sul web (portandoli a 14), messo online 20 nuove pagine per le Regioni, pagine speciali per grandi eventi come Expo 2015, portali dedicati come per i professionisti o le pmi, e in lingua (inglese, spagnolo, portoghese, arabo), avviando anche la produzione sui social network (facebook, twitter, google+).

Nota del Comitato di Redazione

Roma, 15 luglio 2015