

■ di Chiara Valmachino

Il capitolo vuole fornire, in apertura, alcuni elementi di scenario circa il tema dell'occupazione nel settore audiovisivo: facendo riferimento, in particolare, ai dati Istat, Enpals ed Excelsior, si tratteggeranno i trend del settore in Italia e in Lombardia.

I dati di scenario sulla situazione occupazionale del settore audiovisivo si completano con un breve confronto tra i due editori tv leader in Italia: RAI e Mediaset. Attraverso i dati relativi alle Risorse Umane desunti dai bilanci aziendali, si cercheranno caratteristiche, peculiarità, punti di contatto tra le politiche occupazionali delle due aziende.

Il capitolo presenta, quindi, i risultati della nostra ricerca "sul campo" in merito al numero e alla composizione degli addetti nelle aziende audiovisive lombarde; infine, si affronta il tema degli inquadramenti contrattuali dei lavoratori e dei problemi connessi, intrecciando i dati quantitativi forniti da aziende e lavoratori con le osservazioni qualitative emerse nelle interviste.

■ 3.1 Lo scenario: i trend occupazionali di settore

È arduo reperire dati attuali e storici sugli **addetti¹ del settore audiovisivo in Italia** comparabili tra le diverse fonti, a causa dell'estrema varietà dei parametri e delle categorie considerati, tanto che il numero dei lavoratori oscilla, secondo le diverse ricerche, tra i 24.000 e i 90.000. Una ricerca Isfol del 1999, per esempio, stimava in 23.000 unità i lavoratori delle “attività radiotelevisive” e in 10.500 quelli della produzione e distribuzione cinematografica e di video. IsICult (Istituto italiano per l'industria culturale) stima invece in una recente ricerca gli “addetti” del sistema cinematografico e audiovisivo in 90.452 unità, dichiarando tuttavia di servirsi di dati non aggiornati (dati Enpals² 2002 e dati Istat 2001) e “poco trasparenti” (Millecanali gennaio 2006).

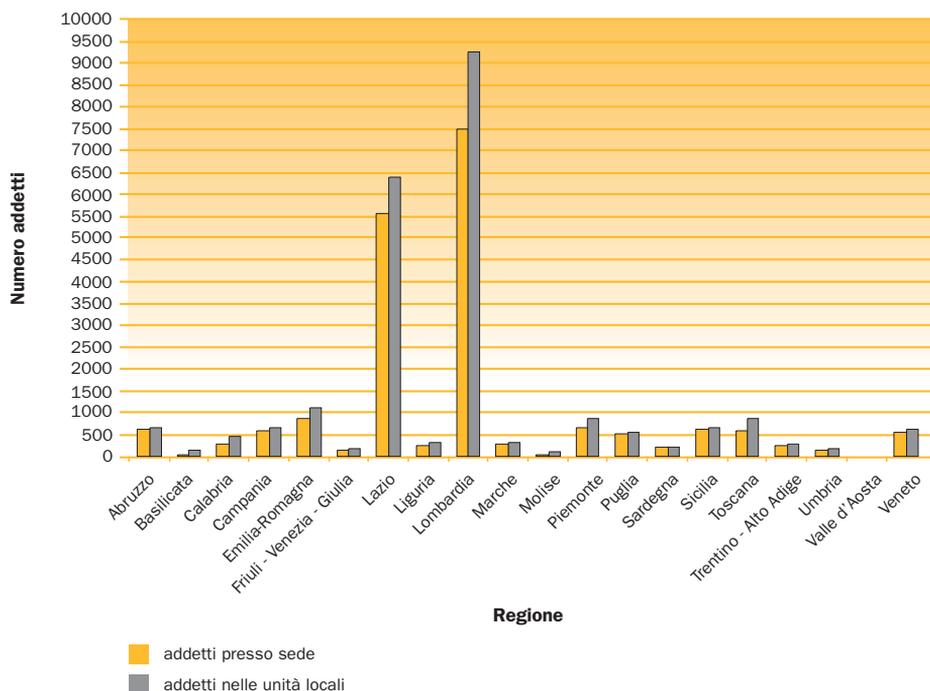
Si è scelto in questa sede – come già avvenuto nel cap.2 - di considerare esclusivamente i dati forniti dalle aziende registrate presso la Camera di Commercio e iscritte nelle categorie NACE 92.11 (produzione audiovisiva), 92.12 (distribuzione audiovisiva), 92.20 (attività radiotelevisiva), in quanto specifiche rispetto all'ambito della nostra ricerca sul campo. Certamente i dati Istat (forniti da Camera di Commercio) sottostimano nettamente la quantità di addetti del settore, perché non includono l'ampia gamma di lavoratori atipici, riducendo la nozione di “addetto” a quella di lavoratore dipendente e indipendente: ma soprattutto perché le aziende non sono vincolate da coerenza normativa, per quanto riguarda la trasmissione alle Camere di Commercio del numero di addetti. I dati Istat sono tuttavia gli unici aggiornati, su cui è quindi possibile operare confronti diacronici; seppure in scala ridotta, questi dati lasciano emergere trend interessanti circa il comparto audiovisivo.

Secondo i dati forniti dalla Camera di Commercio relativi al terzo trimestre 2005, gli addetti stabili del settore produzione, distribuzione ed editoria radiotelevisiva in Lombardia erano 9.249 (7.440 se si considerano solo gli addetti presso aziende che hanno la sede principale in Lombardia), pari al 39% del totale italiano (23.711 persone). A parte il Lazio, che conta oggi 6.347 addetti (26,8% del totale), il numero degli addetti nel resto d'Italia risulta molto scarso e frammentato nelle altre regioni.

¹ Naturalmente la separazione che abbiamo fatto tra “aziende” da una parte e “lavoratori” dall'altra è in parte artificiosa, nel momento in cui si parla di ditte individuali o di cooperative. Come si vedrà, queste forme giuridiche non sono infrequenti nel settore in esame.

² Si noti, a margine, che i dati desunti da Enpals potrebbero essere sottostimati, visto che dirigenti e collaboratori, nel settore audiovisivo, non sono iscritti al Fondo Previdenziale dello Spettacolo.

Imprese audiovisive - Numero di addetti nelle Regioni (3° Trimestre 2005)



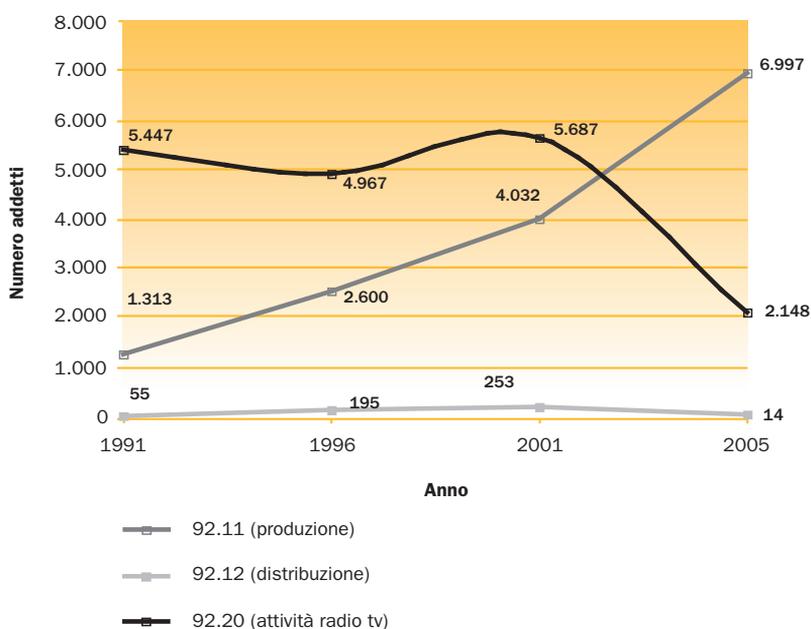
Fonte: Camera di Commercio Milano, 2005

Un confronto diacronico tra i Censimenti dell'Industria e dei Servizi realizzati in Italia dal 1991 mostra che **il numero degli addetti in Lombardia** nella produzione, distribuzione ed editoria audiovisiva, dopo essere costantemente cresciuto tra il 1991 e il 2001 (passando in totale da 6815 a 9972 unità), **ha avuto una flessione nell'ultimo quinquennio**: al terzo trimestre del 2005, gli addetti dichiarati erano 723 in meno rispetto al 2001 (-7%).

Osservando, poi, in percentuale le perdite di addetti nei singoli settori dell'audiovisivo, emergono dettagli interessanti e più esplicativi rispetto al dato numerico complessivo. L'elemento più rilevante riguarda la flessione nettissima, durante l'ultimo quinquennio, degli addetti presso gli editori radiotelevisivi: rispetto ai 5.687 addetti del 2001, i 2.148 lavoratori in meno del 2005 rappresentano una flessione del 62%.

È il risultato più evidente del già citato processo di **esternalizzazione produttiva** dagli editori verso le case di produzione indipendenti, le quali crescono, nello stesso periodo, di 2.965 unità, il 73% in più rispetto ai 4032 di addetti del 2001. Una flessione percentualmente significativa si rileva anche nel più ridotto settore della distribuzione: i 253 addetti del 2001 si riducono a 104 nel 2005 (-59%).

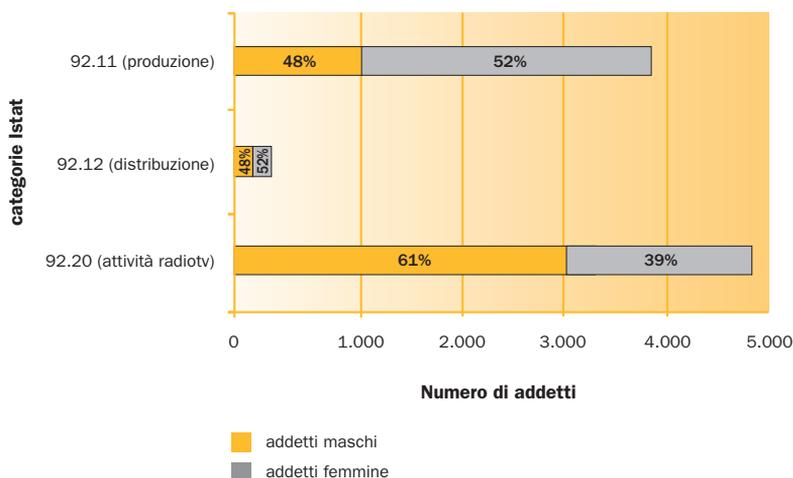
Addetti del settore audiovisivo in Lombardia 1991-2005 (presso unità locali)



Fonte: Elaborazione Labmedia su dati Camera di Commercio e Data Warehouse DWCIS - Istat

I dati dell'ultimo Censimento dei Servizi e dell'Industria segnalavano, nei settori della produzione e distribuzione audiovisivi, una **massiccia presenza di lavoratrici**: erano donne il 52% degli addetti nella produzione e nella distribuzione, e il 39% degli addetti nell'editoria radio-tv.

Addetti del settore audiovisivo in Lombardia nel 2001 (ripartizione per sesso)



Fonte: Data Warehouse DWCIS - Istat

Al di là della presenza numerica femminile, alcuni dati interessanti emergono a proposito della relazione tra sesso del lavoratore e retribuzione. I dati del 2003 presentati dall'Enpals (Ente Nazionale di Previdenza e di Assistenza per i Lavoratori dello Spettacolo) accentuano, in proposito, le tendenze nazionali: “a parità di competenze, abilità ed esperienza, la busta paga delle lavoratrici è sensibilmente più leggera di quella degli uomini: in media le donne percepiscono una remunerazione oraria per il lavoro prestato pari al dieci per cento in meno di quanto incassato da un uomo” (Censis 2005). Nell'ambito radiotelevisivo, addirittura, la **retribuzione giornaliera media di una donna è del 30% inferiore a quella di un uomo**: osservando nel dettaglio le qualifiche, si nota che la forbice è ancora più grande per quanto riguarda la categoria degli artisti e tecnici, in cui le donne guadagnano in media ben il 39% in meno dei colleghi maschi.

Lavoratori del settore radiotelevisivo

Indicatori dell'occupazione e delle retribuzioni nel 2003

	Complesso qualifiche			Artisti e tecnici			Maestranze e impiegati		
	maschi	femmine	complesso dei contribuenti	maschi	femmine	complesso dei contribuenti	maschi	femmine	complesso dei contribuenti
Età media	38	36	37	37	35	36	38	23	38
Giornate lavorative annue (media)	228	199	217	154	131	144	270	246	261
Retribuzione giornaliera media (Euro)	134,88	95,08	118,67	219	133,13	181,15	90,3	69,78	82,38
Retribuzione annua media (Euro)	25.079	16.938	21.763	25.316	16.017	21.180	25.151	17.688	22.268

Fonte: Enpals, 2005 (riferito all'anno 2003)

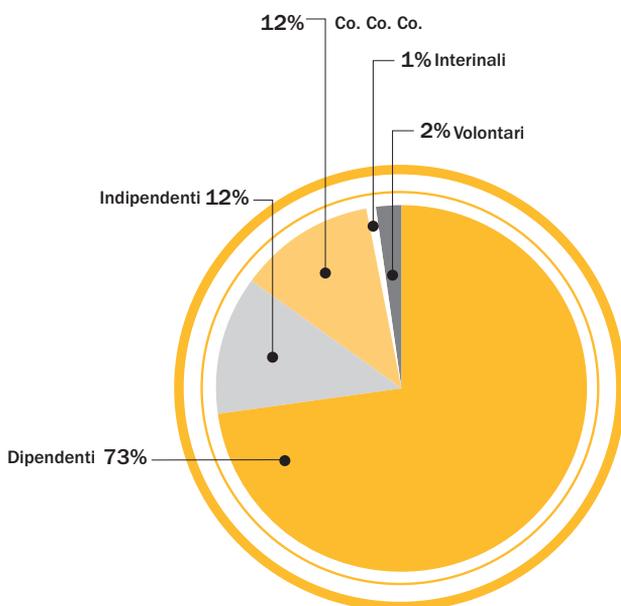
I dati Istat considerano come “addetti” i lavoratori dipendenti e indipendenti, escludendo volontari, collaboratori occasionali e a progetto, interinali: **la quota dei lavoratori atipici** è considerata da tutte le fonti bibliografiche **molto elevata** nel settore audiovisivo (Menduni - Catolfi 2002; Censis 2000)³; tuttavia, mancano dati ufficiali precisi, che rilevino soprattutto le situazioni di confine tra regolarità e irregolarità, oppure di palese irregolarità. Infatti, secondo l'ultimo rapporto Censis sulla situazione sociale del Paese, gli ultimi due anni sono stati caratterizzati in generale da una netta contrazione del sommerso di impresa; parallelamente, però, si è registrata una crescita complessiva dei livelli di irregolarità del lavoro, che nel Nord Ovest per esempio incide per il 14,4% (la media nazionale è del 27,9%). Molto alta in Italia (tocca il 22% dei lavoratori, il 13,1% di quelli del nord Ovest) è la quota di chi è regolarmente assunto, ma sottoposto a pratiche al limite della regolarità, come il mancato rispetto dei contratti collettivi, la doppia busta paga, la dichiarazione del numero di ore o delle giornate lavorate inferiori a quelle realmente svolte⁴, ecc.

³ Una ricerca sul settore audiovisivo in Toscana pubblicata nel 2005, notando la scarsità di addetti e soprattutto di addetti a tempo indeterminato presso le emittenti tv locali, commentava opportunamente: “L'esiguo numero di dipendenti a tempo indeterminato a livello regionale induce a una riflessione sulla qualità dell'occupazione all'interno delle televisioni locali e conseguentemente sulla possibilità di produrre comunicazione di qualità senza l'apporto di sufficienti Risorse Umane. La realizzazione e la trasmissione di informazione quotidiana e l'autoproduzione di programmi, di cui le emittenti fanno un largo uso, necessitano di un contributo quantitativo e qualitativo di lavoratori del settore, che difficilmente si ottiene con inquadrate professionali precarie”. (Corecom Regione Toscana, 2005).

⁴ In generale, l'indagine Censis svolta su 750 testimoni privilegiati individuati su tutto il territorio nazionale, rileva tra i fenomeni di irregolarità più diffusi tra il 2003 e il 2005 “l'utilizzo improprio dei contratti a progetto”, in aumento secondo il 58,7% degli intervistati (Censis 2005).

L'unico dato disponibile per l'audiovisivo in Lombardia non è aggiornato e riguarda, in ogni caso, la percentuale dei lavoratori atipici sul totale: i risultati del censimento 2001 segnalavano che il 73% dei lavoratori lombardi del settore audiovisivo (8581 persone) era dipendente a tempo determinato o indeterminato; il 12% era indipendente (1391 persone); un altro 12% (1338) era costituito da collaboratori coordinati e continuativi.

Settore audiovisivo Composizione addetti e lavoratori atipici 2001



Fonte: elaborazione Labmedia su Data Warehouse DWCIS - Istat

Sul totale delle **assunzioni previste** in Italia per il 2005 (647.740 persone), 2490 (il 3,8 per mille) erano **riferibili al settore audiovisivo**, secondo la classificazione Excelsior delle figure professionali⁵. Quindi, rispetto all'anno precedente, le assunzioni previste per il 2005 nel settore audiovisivo, subivano un calo del 2,35% (60 unità).

Assunzioni previste dalle imprese Professioni richieste e tipologia di inquadramento

Codice Excelsior e professioni	Totale assunzioni 2004 (v.a.)	Totale assunzioni 2005 (v.a.)	di cui (valori %)			
			in imprese con meno di 50 dip.	a tempo indeterminato	senza esperienza specifica	di difficile reperimento
12.06.05 (specialisti dello spettacolo e della cultura)	1820	1740	56,1	27,4	18,1	29,6
13.07.03 (esperti e tecnici dell'impiego di apparecchiature audio-video)	730	750	22,3	28,1	36,8	47,2
Totale	2550	2490				

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, sistema informativo Excelsior 2005

⁵ La classificazione Excelsior, che annualmente raccoglie dati su più di 100.000 imprese italiane, considera le seguenti categorie professionali, inerenti l'area di indagine di questa ricerca:

"12.06.05 Specialisti dello spettacolo e della cultura": addetto programmazione palinsesto; assistente alla regia; assistente scenografo; attore; ballerino; cantante; commentatore della radio e della Tv; corista; direttore di orchestra; giornalista; musicista; realizzatore di produzioni Tv; redattore; regista; scenografo; segretario di redazione; suonatore.

"13.06.05 Esperti e tecnici dello spettacolo e della cultura": animatori di spettacoli radioTv.

"13.07.03 Esperti e tecnici dell'impiego di apparecchiature audiovideo": addetto regia audio-video; assistente tecnico di studio; ausiliario di studio; cameraman; fotografo; macchinista di scena; macchinista teatrale; montatore cinematografico; operatore alta-bassa frequenza; operatore di proiezione; operatore di ripresa cinematografica; operatore stampa e riproduzione di pellicole; operatore video; tecnico luci; tecnico radiofonico; tecnico sonorizzatore; tecnico teatrale.

Assunzioni previste dalle imprese Professioni richieste e caratteristiche dei lavoratori

Codice Excelsior e professioni	Totale assunzioni 2005 (v.a.)	di cui (valori %)						
		In sostituzione di analoga figura	Necessità formazione (corsi)	Fino a 29 anni	Con età non rilevante	Richiesta conoscenza lingue	Richiesta conoscenza informatica come	
							utilizzo	programmaz.
12.06.05 (specialisti dello spettacolo e della cultura)	1740	55	14,4	17	65	46,1	38,6	3,1
13.07.03 (esperti e tecnici dell'impiego di apparecchiature audio-video)	750	19,5	9,7	35,6	35,6	10,8	75,9	0,5
Totale	2490							

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, sistema informativo Excelsior 2005

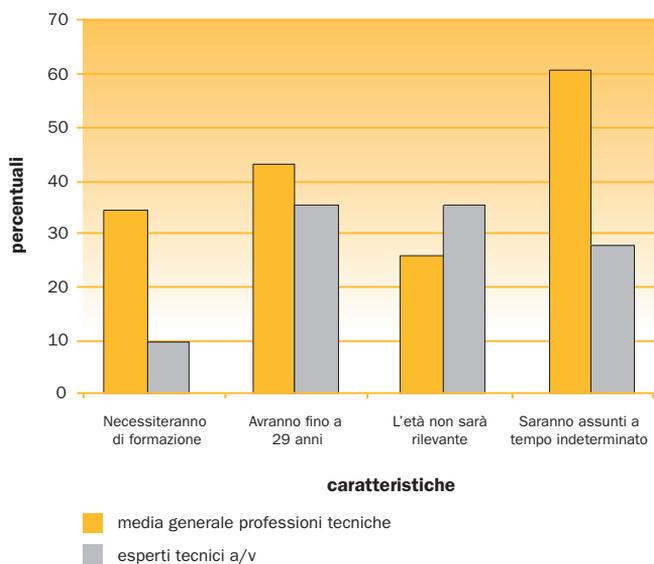
I dati Excelsior forniscono, insieme al dato numerico sulle previsioni di assunzione, alcuni spunti per enucleare alcune specificità dei professionisti dell'audiovisivo. Rispetto alla media delle altre professioni specialistiche, intellettuali e scientifiche, i neo-assunti tra gli specialisti dello spettacolo e della cultura (categoria Excelsior 12.06.05) avrebbero, per esempio, lavorato **più spesso in imprese con meno di 50 dipendenti, ottenendo meno contratti a tempo indeterminato** (solo il 27% dei neoassunti avrà un contratto stabile, contro il 55,7% della media totale nelle professioni a pari livello⁶).

Si sente molto poco, per gli specialisti dello spettacolo, **la necessità di corsi di formazione**, normalmente prevista dalle imprese con attività corsuale interna ed esterna (si prevedono attività di formazione per il 14,4% degli assunti, contro il 48,3% della media per lavoratori a pari livello).

⁶ È in generale piuttosto alta la percentuale di imprese italiane che intendevano assumere nel 2005 personale a tempo determinato. Le previsioni nazionali Excelsior dicevano che ben il 37,8% dei nuovi assunti sarebbe stato inquadrato con contratto a termine. Il 34% delle uscite previste dal mondo del lavoro, specularmente, dipendeva dalla scadenza dei contratti stipulati.

Valgono all'incirca le stesse considerazioni se si confrontano le caratteristiche rilevanti dei neo-assunti per professioni tecniche in generale e per **professioni tecniche nel settore audiovisivo**. Nelle professioni tecniche in generale la percentuale dei nuovi assunti a tempo indeterminato nel 2005 è del 61,4%, mentre nelle professioni tecniche dell'audiovisivo è del 28,1%

Caratteristiche esperti e tecnici audio-video in confronto alla media dei professionisti di pari livello (previsione nuovi assunti)



Fonte: Elaborazione Labmedia su dati Unioncamere Ministero del Lavoro, sistema informativo Excelsior - 2005

■ 3.2 La situazione occupazionale RAI e Mediaset

È interessante, a questo punto, scendere a considerare la situazione occupazionale di singole aziende del settore; in questo paragrafo vogliamo proporre il confronto dei dati sulle Risorse Umane dei due editori televisivi leader, RAI e Mediaset.

Per il gruppo **Mediaset** in Italia ⁷ lavoravano, al 31 dicembre 2005, **4.644 dipendenti**, il 96% dei quali inquadrati a tempo indeterminato. Sul totale dei dipendenti, le donne rappresentavano il 43% (ma sono solo il 20% dei dirigenti). Dopo un quinquennio di sostanziale stabilità, il numero dei dipendenti Mediaset è cresciuto nel 2005 di 213 unità (+ 4,8%) rispetto all'anno precedente, per almeno tre motivi:

- il lancio di un nuovo business come il Digitale Terrestre;
- le innovazioni di palinsesto sulle reti generaliste, che hanno visto crescere l'offerta di *news*, *soft news*, *infotainment*, e le risorse ad essa dedicate. Anche l'acquisizione (e lo spostamento) dei diritti sportivi per le partite di calcio sul digitale terrestre ha aperto, tra l'altro, spazi di programmazione sulle reti analogiche terrestri;
- l'acquisizione della società Home Shopping Europe Spa (HSE), che operando nel *direct business* delle televendite, ha - tra l'altro - introdotto nell'organico Mediaset nuove figure professionali, come i *buyers* delle acquisizioni di prodotti diretti.

Mediaset risulta, da una recente ricerca (People Value 2005) un'azienda molto ambita da chi cerca lavoro: è la quarta azienda per cui gli italiani vorrebbero lavorare (dopo Telecom Italia, Ferrari e Vodafone), a parecchie posizioni di distanza rispetto a RAI, che figura solo al diciannovesimo posto.

Al gruppo sono pervenuti infatti nel 2005 circa 10.000 curricula spontanei, con un incremento del 40% rispetto al 2004. Sono state tuttavia intervistate, per la ricerca di posizioni specifiche e per l'offerta di stage formativi, solo 772 persone: meno dell'8% rispetto a quanti hanno inviato il curriculum. Mentre gli stage realmente attivati nell'ultimo anno sono stati 179 (+ 19% rispetto al 2004), e gli assunti 288: con un calcolo "virtuale" si potrebbe quindi desumere che un aspirante collaboratore di Mediaset ha solo l'1,8% di probabilità di ottenere uno stage in azienda e il 2,9% di probabilità di essere assunto ⁸.

⁷ Al numero indicato devono poi essere sommati i 1.173 dipendenti di Telecinco, in Spagna.

⁸ Naturalmente un calcolo matematico esatto non è possibile, visto che non tutti gli stage attivati e le assunzioni sono frutto dell'invio di un curriculum via mail... ma il dato è comunque suggestivo.

Composizione per qualifica del personale dipendente Mediaset

Qualifica	2005		2004	
	numero	%	numero	%
Dirigenti	313	6,9	308	7
Giornalisti	364	8	335	7,6
Quadri	711	15,7	679	15,3
impiegati	3155	69,4	3109	70,2
Totale	4543	100	443	100

Fonte: Mediaset, Bilancio 2005

Tra le caratteristiche dell'organico, il commento al bilancio 2005 di Mediaset mette in evidenza alcuni aspetti, come un'elevata età media dei dipendenti (42 anni, davvero alta in relazione alla media di altre realtà audiovisive, come si vedrà al paragrafo seguente), un'anzianità media aziendale "elevata" (14 anni, tanto più elevata in un'azienda con una storia di soli 25 anni), e il basso turn over in uscita (pari all'1,7%).

Mediaset: età e anzianità media dei dipendenti a tempo indeterminato

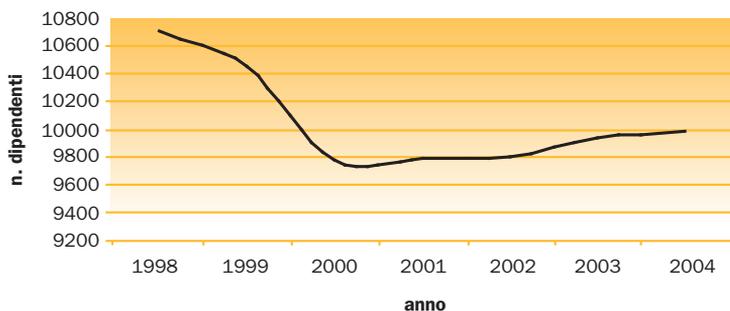
Qualifica	Età media		Anzianità media	
	2005	2004	2005	2004
Dirigenti	47	47	16,4	16
Giornalisti	44	43	10,3	10,1
Quadri	44	43	15,5	15,1
impiegati	41	40	14,2	13,9
Totale	42	42	14,1	14

Fonte: Mediaset, Bilancio 2005

Per quanto riguarda **RAI**, gli ultimi dati a disposizione sono quelli relativi al Bilancio 2004. L'organico aziendale, al **31 dicembre 2004**, constava di **10.064 unità**; ben il 99,2% dei dipendenti era inquadrato a tempo indeterminato, il per-

sonale restante (78 unità) con contratto di Formazione Lavoro. Il *turn over* del personale RAI è stato positivo dal 2001 in avanti, dopo la severa ristrutturazione dell'organico avvenuta tra il 1998 e il 2000, quando uscirono dall'azienda 720 dipendenti (il 6,8% del totale).

Assetto del personale RAI 1998-2004 Dipendenti in organico



Fonte: Annuario RAI 2004

Le assunzioni in RAI nel 2004 sono state 207; 26 i contratti di Formazione Lavoro trasformati in contratti a tempo indeterminato. Il saldo positivo di 55 unità, che si ottiene bilanciando le assunzioni con le cessazioni di contratti (152 unità) deve essere tuttavia osservato più nel dettaglio: ben 125 assunzioni (il 60,4% del totale) sono avvenute infatti per reintegro a seguito di sentenza giudiziaria ⁹.

⁹ Il commento al Bilancio 2004 nota "un sensibile aumento rispetto ai passati esercizi dei reintegri obbligatori a seguito di sentenza".

Composizione per qualifica del personale RAI a tempo indeterminato

Qualifica	Numero dipendenti 2004	Numero dipendenti 2003
Dirigenti	614	621
Quadri	1093	1069
Giornalisti	1328	1332
Impiegati	4301	4366
Addetti alle riprese	526	525
Addetti alla regia	794	718
Tecnici	150	161
Operai	1048	1032
Personale artistico	132	134
Totale personale a tempo indeterminato	9986	9931

Fonte: RAI, Bilancio 2004

Se si mettono a confronto i dati relativi alla composizione del personale delle due aziende, per sesso e qualifica, si notano essenzialmente due differenze.

La percentuale di giornalisti sul totale delle qualifiche era nel 2004 decisamente più elevata in RAI (13,3%) che in Mediaset (7,6%). Il network privato si distingue invece per l'elevata presenza di donne lavoratrici, più alta che in RAI per tutte le qualifiche; netta la differenza, in particolare, nella categoria dei giornalisti: in RAI sono donne il 27,5% dei giornalisti, a Mediaset la percentuale sale al 42%.

Composizione per qualifica e sesso: confronto RAI - Mediaset 2004

Qualifica	Mediaset		RAI	
	% sul totale	% donne per qualifica	% sul totale	% donne per qualifica
Dirigenti	7	20,7	6,1	18,6
Quadri	15,3	42	11	34,7
Giornalisti	7,6	42	13,3	27,5
Impiegati e altri*	70,2	45,5	69,6	37,4

* I dati RAI aggregano nella categoria "impiegati" diversi inquadramenti: oltre agli impiegati amministrativi e a quelli impegnati in produzione, sono qui compresi anche addetti alle riprese e alla regia, tecnici e operai.

Fonte: elaborazione Labmedia su dati di bilancio RAI e Mediaset

Diverso è, naturalmente, il **peso dell'insediamento territoriale in Lombardia** per le due aziende. Il **67% del personale Mediaset** (2.992 addetti) lavora nell'area lombarda, nelle tre sedi del gruppo di Cologno Monzese, Segrate, Lissone; il 21% lavora a Roma, l'11,4% (509 persone) in altre sedi.

Gli addetti stabili del Centro di Produzione **RAI di Milano** sono invece 830, ovvero l'**8%** circa dei dipendenti RAI, cui si aggiungono circa 60 "unità anno"¹⁰ a tempo determinato. Nella produzione tv lavorano circa 600 dipendenti; gli altri sono impiegati in diverse strutture aziendali, come redazioni giornalistiche, abbonamenti, radiofonia, strutture editoriali.

La composizione per qualifica dei dipendenti lombardi RAI rispecchia sostanzialmente la suddivisione nazionale, fatta eccezione naturalmente per i dirigenti (l'1% circa sul totale degli addetti milanesi), che lavorano quasi esclusivamente nelle sedi romane: a Milano il 12% è costituito da quadri, ovvero funzionari, e personale operativo sulle produzioni (direttori di produzione, coordinatori tecnici, programmisti-registi ecc.); il 10% è costituito da giornalisti, che lavorano per la testata locale del TgR e per le testate nazionali; compongono il resto dell'organico gli impiegati amministrativi e di produzione (come operatori di ripresa, assistenti alla regia, montatori ecc.) e gli operai.

■ **3.3 La ricerca: composizione degli addetti e inquadramenti contrattuali**

L'82% delle aziende partecipanti alla nostra ricerca (104 su 127) ha fornito indicazioni circa il numero e la composizione dei propri addetti, confermando solo in parte i dati provenienti dalle fonti nazionali. Si conferma, per esempio, l'**alta percentuale di donne occupate nel settore** (il **46% del totale**), ma senza differenze significative tra le diverse tipologie di aziende: i dati Istat invece, sottolineavano una predominanza femminile (ben il 52% del totale) tra gli editori televisivi.

Trova riscontro, inoltre, l'impressione di un settore "giovane", visto che il **32%**

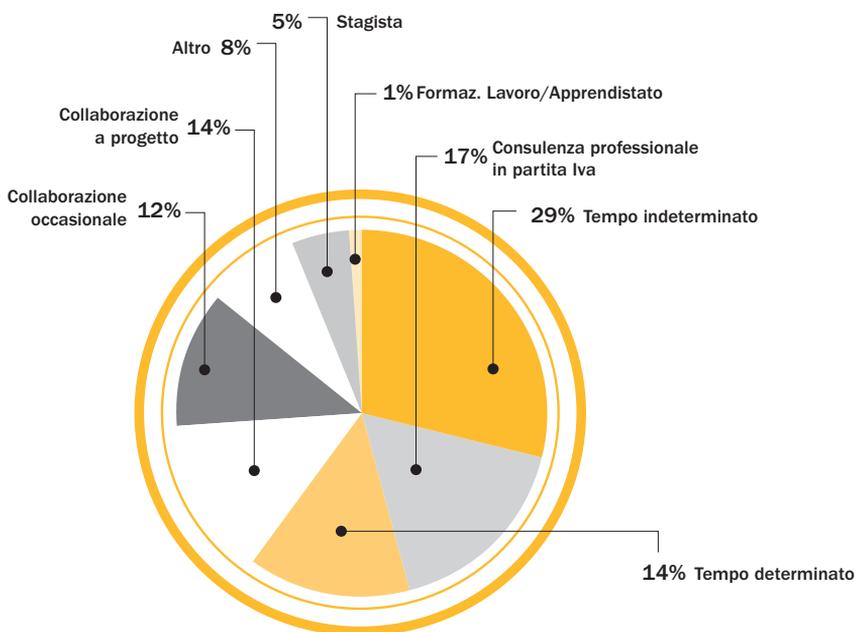
¹⁰ Il concetto di "unità anno" è differente da quello degli addetti a tempo determinato, perché questi ultimi, vanno calcolati sugli effettivi giorni di impegno: gli addetti totali sono infatti circa 200, ma impegnati solo parzialmente.

degli addetti dichiarati ha meno di 30 anni, contro un 12% di over 50; il restante 56% si colloca nella fascia di età intermedia tra il 30 e 49 anni¹¹.

Il dato viene confermato da FRT che indica in 30 anni l'età media dei lavoratori dei propri associati.

Per quanto riguarda le tipologie di inquadramento contrattuale degli addetti, le aziende rivelano numeri che non concordano con i dati Istat già citati, ma che probabilmente restituiscono un quadro più verosimile del settore. In media, le aziende dichiarano una percentuale piuttosto alta di collaboratori a progetto e occasionali (il 26% del totale) e di lavoratori a tempo determinato (il 14%): **il 40% dei lavoratori impiegati presso le aziende campione sono, dunque, precari. Ad essi si aggiunge il "popolo delle partite IVA", un cospicuo 17% di consulenti.**

Inquadramenti contrattuali degli addetti (valore % medio)

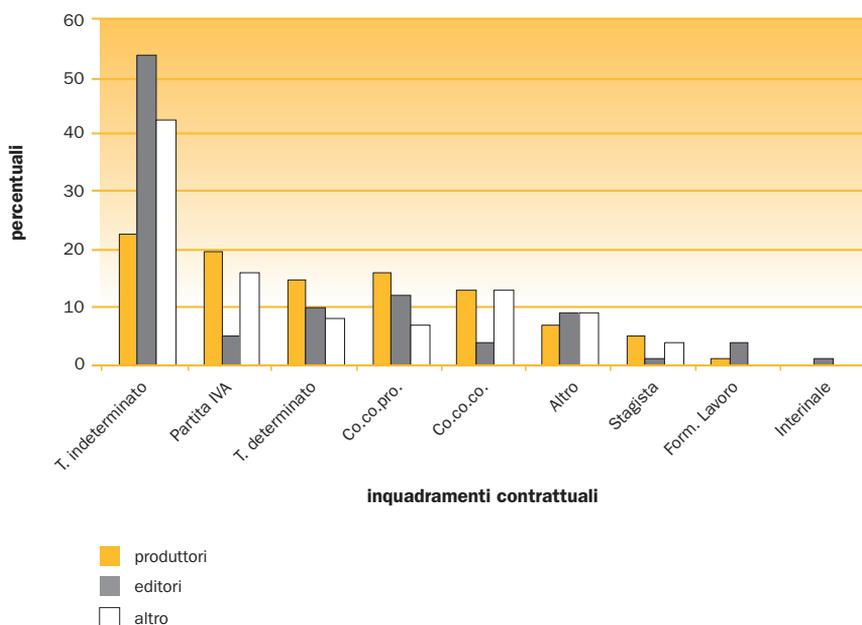


Fonte: Labmedia, 2006 (su campione di 104 aziende)

¹¹ I dati sulla composizione per sesso ed età degli addetti sono però stati riferiti, da molte aziende, ai soli lavoratori a tempo indeterminato e potrebbero perciò sottostimare la percentuale effettiva di giovani, che si presume entrino spesso in azienda con contratti a termine.

Il dato si precisa se scorriamo la composizione degli addetti per tipologia di azienda: la **percentuale di lavoratori a tempo indeterminato è maggioritaria tra gli editori (54% del totale)**, molto bassa tra i produttori (23% in media sul totale). Al contrario, **collaboratori e consulenti costituiscono ben il 64% degli addetti tra i produttori**, il 21% tra gli editori ¹².

Inquadramenti contrattuali degli addetti (valori % medi) Confronto tra tipologie di aziende



Fonte: Labmedia, 2006 (su campione di 104 aziende)

In generale, si riscontra **una significativa differenza tra editori e produttori nelle politiche di inserimento lavorativo del personale. Presso le emittenti, il 68% dei lavoratori ha un contratto di lavoro subordinato; la percentuale scende al 39% presso i produttori.**

¹² Bassa la quantità di stagisti dichiarata (il 5% sul totale degli addetti per i produttori, l'1% per gli editori): le norme vigenti prevedono una percentuale limitata di stagisti sul numero totale dei dipendenti. Le dichiarazioni dei lavoratori interpellati suggeriscono tuttavia un'altra realtà, che spesso sborda nell'irregolarità; si affronterà questo tema in modo più approfondito nel capitolo dedicato al placement.

Infine,

“Nel settore dei servizi alla produzione c’è un avviamento al lavoro più simile all’industria, e i lavoratori hanno mercato... si può iniziare con contratti di lavoro interinale e poi, attraverso il training e i corsi di formazione interna, quasi tutti sono destinati a passare al tempo indeterminato”.

(Uberto Rasini, Direttore Generale 3Zero2, intervista personale, 20/4/2006)

La diversa percentuale di lavoratori subordinati tra editori e produttori si può spiegare in parte con le **differenti prassi di utilizzo dei Contratti Collettivi di lavoro**¹³. Le emittenti nazionali e locali applicano regolarmente Contratti Collettivi di lavoro specifici del settore audiovisivo, che spingono verso inquadramenti professionali definiti e stabili, e che sono facilmente monitorabili dai sindacati di categoria¹⁴: il 50% degli editori, nel nostro campione, dichiara per esempio di applicare il Contratto Collettivo FRT, il 22% quello di Aeranti Corallo.

In alcuni casi, la stessa normativa in vigore incoraggia l’assunzione di personale: le emittenti locali, ad esempio, per ottenere la concessione, devono per legge avere almeno quattro dipendenti subordinati. In più, esse ricevono contributi (90 milioni di euro) sulla base del fatturato e del numero di dipendenti. Più precisamente, le prassi non mutano solo per tipologia d’azienda, ma da settore aziendale a settore:

“Alcune aree aziendali sono caratterizzate da un elevata discontinuità (produzioni televisive che in palinsesto hanno una durata limitata, o picchi di lavoro concomitanti con eventi sul territorio organizzati dalla rete) e quindi richiedono elevata flessibilità nell’utilizzo delle risorse dedicate. In questi contesti è naturale agire attraverso gruppi di lavoro temporanei legati alla nascita di un progetto specifico, destinati a concludersi col terminare del progetto stesso. In altre aree invece, quali ad esempio quelle tecniche (emissione, MCR, Operations, Gallery PA, Booking), la continuità del servizio deve essere garantita in modo più costante. Le figure dedicate a queste attività, solitamente, collaborano

¹³ I Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro dell’Audiovisivo sono: Contratto RAI, FRT, Aeranti Corallo (per le emittenti televisive), delle Industrie di Cinema, Tecnici e Maestranze, generici (per le case di produzione cinematografica e di fiction), Contratto Giornalistico Fnsi e RAI. Non tutti i lavoratori dell’Audiovisivo sono inquadrati in uno di questi contratti. Per consultare i testi integrali dei contratti rimandiamo alla sezione Risorse del sito www.tvjob.it.

¹⁴ Con le emittenti “noi [i sindacati] sistematicamente riusciamo a rinnovare i contratti. Parlo anche dell’FRT. Dal punto di vista contrattuale non c’è difficoltà. Anche i risultati sono interessanti, i contratti non sono rabberciati... Nelle aziende più grandi abbiamo anche il secondo livello di contrattazione: ovvero il contratto nazionale e poi il livello integrativo [aziendale]”. (Renato Zambelli, Segretario Generale CISL-Fistel Lombardia, intervista personale 20/4/06).

con MTV Italia in modo più stabile e continuativo”.

(Cristina Lippi, Responsabile Human Resources MTV Italia, intervista, 20/3/2006)

Circa gli obblighi contrattuali, le aziende che operano nel settore dell'emittenza tv sollevano qualche obiezione in merito all'eccessiva rigidità del mercato del lavoro:

“C'è una certa rigidità per quanto riguarda i metodi di assunzione e di collaborazione. Qualcosa si è fatto [a Telenova] per il giornalismo, perché il contratto non è quello della Federazione Giornalisti della Stampa, ma quello Aeranti Corallo che ha una maggiore flessibilità, ma è comunque un contratto che ti impegna molto”.

(Giusto Truglia, Vice direttore generale Multimedia S. Paolo, direttore testata giornalistica e palinsesto Telenova, intervista personale, 13/3/2006)

Dal canto loro, lavoratori e sindacalisti sottolineano, al contrario, la persistenza di qualche anomalia e difetto di garanzia anche nei contratti applicati dalle emittenti tv. Innanzitutto, quello dell'emittenza

“È un mercato atipico, per certi versi: ad esempio non prevede cassa integrazione”.

(Stefano Selli, Direttore Generale FRT, intervista personale, 26/4/2006);

“Laddove mancano gli ammortizzatori sociali, quando c'è crisi è il lavoratore a pagare”.

(Renato Zambelli, Segretario Generale CISL-Fistel Lombardia, intervista personale, 20/4/06)

Nelle redazioni e nelle produzioni di alcune aziende tv, inoltre, si fa un **uso frequente dei contratti a termine**, che di rado si trasformano successivamente in contratti a tempo indeterminato¹⁵.

Sul tema degli inquadramenti contrattuali, si scontrano due logiche per loro natura divergenti: quella tipica di sindacati e lavoratori, che pongono l'accento sulle cause contingenti della precarietà, e quella delle aziende che sottolineano la strutturale precarietà del mondo audiovisivo.

La produzione audiovisiva viene considerata all'unanimità il regno della flessibilità occupazionale, parola che non a caso viene spesso citata in alternativa a “precarietà”:

¹⁵ “C'è il problema, sui contratti a termine, di uscita delle risorse formate (es. montatori, tecnici, operatori), nonostante l'attaccamento all'azienda” (Nicola Calabrese, Responsabile Personale - Direzione Produzione Tv - RAI Milano, intervista personale 20/3/2006).

“Il lavoro [nel settore della produzione televisiva] è stato sempre precario e sempre lo sarà. Il precariato è strutturale nel settore. Noi scritturiamo sempre persone a contratto determinato sul programma”.

(Nanni Mandelli, Produttore Esecutivo Grundy Italia, intervista personale, 9/3/2006)

Eppure, flessibilità e precarietà non dovrebbero essere sinonimi. **La flessibilità** - rappresentata tipicamente da consulenti freelance - **può rappresentare una condizione vantaggiosa per aziende e lavoratori**. I freelance sono lavoratori a cui la condizione di autonomia può andare bene,

“Perché non vogliono darsi al 100% e vogliono avere rapporti con tanti committenti... [d'altra parte] bisogna considerare che, per fare la squadra giusta, devi cambiare più volte gente per trovarla. Per gli aspetti creativi non puoi tenerti certe persone per 10 anni, perchè cambiano le tecniche, i gusti e si rischia di rimanere sempre sullo stesso stile”.

(Mattias Brahammar, Facility Manager 3Zero2 TV, intervista personale, 20/4/2006)

I sostenitori della flessibilità teorizzano anche una maggiore efficienza produttiva e un maggior entusiasmo e spirito di abnegazione del lavoratore autonomo, fattori indispensabili per la produzione audiovisiva:

“Il principio cardine è questo: chi lavora da free lance è più efficiente: è amaro, ma è così. La casa di produzione che deve fare un format televisivo lo fa con molto più entusiasmo e passione che non una linea di produzione che fa le stesse cose, che fa quattro programmi in fila, senza aver alcun tipo di partecipazione. Perché la gente esternalizza? Perché hai più efficienza, hai meno sbadigli, hai meno reticenze, hai più entusiasmo. Credo che non sia un segreto”.

(Marco Balich, Amministratore Delegato Film Master Group, intervista personale, 28/3/2006)

“Queste persone non vivono con ‘lo stipendio il 27’, le si fanno morire se si cerca di contenerle troppo. Queste sono professioni che vivono in un ambiente dinamico, competitivo, instabile, irregolare, con modalità di lavoro che non sono quelle impiegatizie”.

(Giorgio Gori, Presidente e Amministratore Delegato Magnolia, intervista personale, 7/3/2006)

La flessibilità, in ogni caso, dovrebbe sempre accompagnarsi con l'innovazione di prodotto e di processo. Troppo spesso, invece, finisce per coincidere con la discontinuità di lavoro¹⁶ e con lo sfruttamento di Risorse Umane.

“C'è un labile confine tra flessibilità legittima e precarietà preoccupante”.
(Andrea Corbella, RSU-RAI Milano, intervista personale, 24/4/2006)

La precarietà è tipica di collaboratori con relazioni mono-aziendali, professionisti spesso sottoretribuiti e dal futuro perennemente incerto¹⁷:

“I meccanismi della produzione, lasciati sempre di più al mercato, tendono, come si sa, all'appalto e al subappalto... e questo si ripercuote sul mercato del lavoro. In Italia abbiamo un mercato insieme molto concentrato e molto disperso: poche emittenti leader, ma un'enorme presenza di piccoli produttori. Più aumenta la produzione esterna rispetto alle emittenti, più aumentano i lavoratori legati a singole produzioni, mentre nelle emittenti si penalizzano e si sottoutilizzano i profili esistenti. La flessibilità diventa precarietà. Abbiamo bisogno di una semplificazione del settore, anche dal punto di vista dell'occupazione. Aumentano i precari, ma non si razionalizza il sistema”.

(Bruno Cerri, Segretario Generale SLC-CGIL Lombardia, intervista personale 18/5/2006)

Gli addetti del settore radio-tv, secondo i dati Enpals, lavorano comunque in media molti più giorni rispetto ai colleghi del cinema e del teatro (217 giorni contro, rispettivamente, 82 e 85); conseguentemente, anche le retribuzioni giornaliere e annuali medie, per i lavoratori radio-tv, sono decisamente più alte (21.763 euro l'anno in media) rispetto a quelle dei colleghi del cinema (9.457 euro) e del teatro (7.823 euro).

Le case di produzione indipendenti sono un settore difficilmente monitorabile e controllabile con i criteri tradizionali: i produttori applicano frequentemente contratti diversi dai Contratti Collettivi di Lavoro del settore audiovisivo (come dichiara il 18% dei produttori del campione), o addirittura non applicano affatto Contratti Collettivi (il 13% dei rispondenti)¹⁸.

¹⁶ Emilio Viafora, Segretario Nazionale NIDIL-CGIL, intervento al convegno “Dal lavoro come diritto al lavoro come optional. Le prospettive del settore audiovisivo”, 17-18 marzo 2006, Università La Sapienza di Roma.

¹⁷ La discontinuità e l'insicurezza lavorativa vengono evidenziate come problema rilevante da molti lavoratori che hanno partecipato alla nostra ricerca, come si argomenterà nell'ultimo capitolo.

¹⁸ Le case di produzione audiovisiva indipendenti, per esempio, hanno una rappresentanza scarsissima (se non

Non tutti, in ogni caso, concordano con l'idea che la precarietà dell'occupazione, specialmente nella produzione audiovisiva, sia strutturale; alcuni preferiscono rintracciare legami tra la situazione occupazionale e le contingenze socio-economiche:

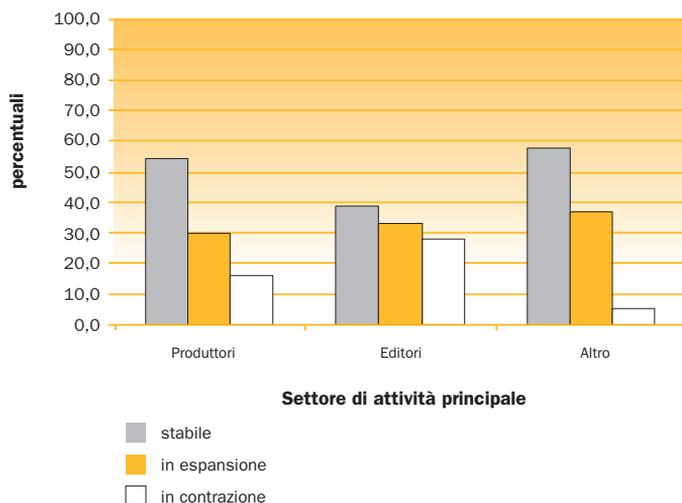
“L'occupazione è precaria. In Italia si produce meno... C'è una dimensione artigianale che non fa vedere grandi prospettive”.

(Dario Barone, General Manager C.D.I., intervista personale, 27/2/2006)

Del resto, non solo la stabilità occupazionale, ma anche i trend relativi al numero di addetti del settore risentono degli andamenti del mercato: se l'occupazione è in aumento per la produzione di fiction e di intrattenimento leggero, è stabile per quanto riguarda, ad esempio, il documentario, che attualmente occupa in Italia una nicchia di mercato molto piccola.

In generale, il **54% delle aziende** partecipanti alla ricerca **dichiara una stabilità nel numero di addetti tra il 2004 e il 2005**, il 32% affermano che la quantità di addetti è aumentata; rilevante la percentuale di emittenti (il 28%) che dichiara una contrazione del personale nell'ultimo anno.

Trend occupazionale nel 2005 rispetto al 2004 (valori % medi)



nulla) nei sindacati di categoria. “Difficilmente sono regolamentati. Finché si lavora, si è remunerati in maniera sufficiente; nel mondo delle troupes per esempio non esistono grandi problemi di remunerazione. Però... mancano le regole per i lavoratori... Mentre nelle emittenti, dove ci sono i sindacati, almeno la diretta è garantita, ogni situazione ha una regola. Anche retributiva”. (Renato Zambelli, Segretario Generale CISL-Fistel Lombardia, intervista personale 20/4/06).

Un ultimo tema, in merito alla situazione occupazionale delle aziende audiovisive e alle dinamiche contrattuali, riguarda la **definizione delle qualifiche e dei ruoli professionali**. La suddivisione è piuttosto labile in aziende di dimensioni piccole o familiari¹⁹, in cui spesso pochi addetti sommano molteplici ruoli:

“Nella grande azienda si libera un posto della catena e tu vai a occupare quel posto della catena. Nello stesso tempo in una società piccola “se c’è quello, devi fare quello”, per cui se tu vuoi entrare ti devi adattare ed essere flessibile”.

(Project coordinator emittente televisiva, focus group, 7/4/2006)

“Molto raramente mi è capitato di fare il regista per una casa di produzione esterna che non fosse la mia. Quando è la mia, invece, come produttore mi eleggo anche regista, e avendo poi una certa autostima, mi occupo anche della sceneggiatura, delle riprese, del montaggio. Succede poi che la mia autostima non sia ad un livello ancora patologico, per cui ho la percezione che fare un audiovisivo sia un lavoro di equipe; per cui ho dei collaboratori, ho un direttore della fotografia, di cui mi fido molto, un fonico fisso.

Per quanto riguarda l’ideazione - soggetto e sceneggiatura - ho sempre cercato di avere un’idea da condividere con altre persone per vedere insieme come gestirla, strutturarla, svilupparla.

Per quanto riguarda la preparazione, ho sempre avuto un paio di assistenti al fianco, che mi aiutano dal punto di vista organizzativo e creativo. Perché è inevitabile che le due cose si sovrappongano.

Le riprese le faccio con un operatore/direttore della fotografia, o con un operatore e un direttore della fotografia, o a volte ho fatto tutto da solo. Dove non hai questo problema di credibilità “durante”, ma di credibilità “alla consegna” lì allora mi sono preso la briga di fare tutto da solo. La troupe è quanto di più elastico ci possa essere. Un mio set massimo ha avuto 15-20 persone.

Sempre di più direi che la caratteristica fondamentale è la flessibilità. Sempre di più succede che, come già in un passato recente, il ruolo dell’operatore e del direttore della fotografia vadano a sovrapporsi. E per me la specializzazione, più che dal tuo percorso formativo, è data da quante volte sei stato impegnato di fatto in quel ruolo.

C’è quindi una possibilità naturale di interscambio tra i ruoli. E anche di sincretismo

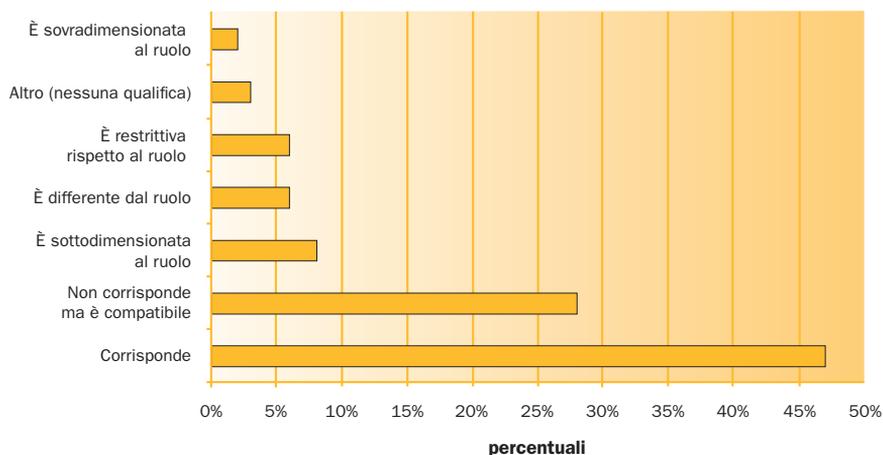
¹⁹ Non sono isolati i casi di aziende audiovisive a conduzione familiare, anche tra quelle con produzioni di un alto livello qualitativo: “La parte amministrativa non la curo io, ma mio marito... ho un cameraman ricorrente che è mio figlio. Ci sono io e l’unica socia...che è anche mia nuora” (Annamaria Gallone, Titolare Kenzi, intervista personale 6/3/2006).

tra i ruoli: può succedere che chi fa l'operatore sia anche il direttore della fotografia, o che l'elettricista abbia una capacità come operatore".

(Paolo Lipari, Titolare Anni Luce, intervista personale, 20/3/2006)

In ogni caso, i risultati della ricerca quantitativa sui lavoratori sembrano far emergere che è piuttosto frequente una **disparità tra inquadramenti contrattuali e mansioni effettivamente svolte dai lavoratori nel settore audiovisivo**: ciò avviene, da un lato, per la specificità di professioni "nuove", che non trovano ancora collocazione nei Contratti Collettivi di Lavoro, o per la mancanza tout court di un riferimento ai CCNL specifici del settore. Dall'altro, alcune situazioni fanno presupporre comportamenti anomali da parte delle aziende, che inquadrano il personale a livelli inferiori rispetto alle mansioni svolte.

Qualifica riportata nel contratto di lavoro, rispetto al ruolo svolto (valori %)



Fonte: Labmedia, 2006 (su 64 lavoratori)

La qualifica è inferiore al ruolo effettivamente ricoperto per l'8% dei rispondenti al questionario dei lavoratori ²⁰; è totalmente diversa rispetto al ruolo svolto nel 6% dei casi; ²¹ in un altro 6% di casi, il ruolo risulta allargato rispetto alla qualifica indicata da contratto ²²; complessivamente un quarto dei lavoratori rispondenti ha indicato **discrepanze più o meno rilevanti tra la qualifica contrattuale e l'effettiva mansione.**

²⁰ A titolo di esempio, si possono citare i casi di una persona inquadrata come operatore Tv - montatore che, in realtà, svolge il lavoro di un redattore-videoreporter, o di un direttore di produzione inquadrato come assistente di produzione.

²¹ Esempificativo il caso di un giornalista inquadrato come producer.

²² Si può citare il caso di un lavoratore contrattualizzato come "operatore", che svolge in realtà funzioni di videoreporter e redattore.

■ Il caso *Skillset*

Skillset è lo *Skills Council* di settore per le industrie audiovisive inglesi (televisione, cinema, video, media interattivi).

Fondato congiuntamente dall'industria e dal governo, ha come obiettivo quello di "assicurare che le industrie audiovisive abbiano le persone giuste, con le giuste competenze, nel posto giusto, al momento giusto, per poter rimanere competitive".

Nato nel 1993 con il compito di "incoraggiare e predisporre una formazione che contribuisse a conservare e migliorare i risultati raggiunti in campo tecnico, creativo ed economico dall'industria britannica di broadcasting, cinema e video", in particolare tutelando i free lance, dal 1999 è diventato National Training Organisation di settore, allargando l'attenzione a tutti i lavoratori.

La sua strategia risponde a questi obiettivi:

- *influenzare le politiche di formazione dei broadcaster attraverso ricerche approfondite sui trend lavorativi e sui bisogni di training;*
- *spingere ad investire sulla formazione un'ampia schiera di soggetti economici e sociali, per sostenere finanziariamente e incoraggiare alla formazione tutti gli occupati del settore, specie i free lance;*
- *sviluppare e implementare gli standard e le qualificazioni fondamentali per valutare e prevedere la futura qualità del training.*

Il gruppo direttivo di Skillset riunisce tutte le componenti sociali: imprenditori, sindacati, associazioni professionali, esperti, organizzazioni para-governative e private, ecc. Conta su finanziamenti statali, privati (di istituzioni professionali, delle imprese del settore, di istituti dell'educazione superiore, e della formazione) ed europei, funzionando come Charity a capitale misto.

Skillset fornisce agli aspiranti e agli attuali lavoratori informazioni sulla formazione e sui ruoli professionali, e redige periodicamente ricerche sulla situazione occupazionale e sui trend dell'industria audiovisiva; eroga i suoi servizi on line, nel sito www.skillset.org, face to face e telefonicamente attraverso una sorta di "numero verde" gratuito.

Le sue iniziative, svolte in collaborazione con sindacati e associazioni di categoria, comprendono l'orientamento sulle figure professionali (Careers Advice), per favorire le scelte di carriera dei lavoratori e per evitare alle aziende situazioni di deficit di competenze ("skills gaps and shortages").

Svolge attività informative e di accreditamento della formazione per individui e aziende, e formula linee guida perché la formazione sia sempre più rispondente ai bisogni aziendali; fornisce alle aziende servizi di formazione, reclutamento e sviluppo. Annualmente Skillset pubblica - anche on line sul proprio sito - "Feature Film Production", una ricerca, compiuta su 900 soggetti, sulla situazione della forza lavoro nell'audiovisivo inglese.

Definisce inoltre gli standard professionali (che comprendono competenze, conoscenze e esperienze per lavorare nell'audiovisivo) grazie ad Assessors esperti di settore, e rilascia la certificazione delle qualifiche (dette "Vocational Qualifications", ad indicare le scelte consapevoli e specializzate dei lavoratori), anche grazie all'attività di tutor e mentor che seguono il lavoratore nella propria attività professionale.

