



Info Rai – TV n°. 108 del 09 Settembre 2011

Sommario:

1. *Rai: Comanducci, varato premio "La Giara"*
2. *RaiNews in sciopero, non vuole cedere spazi ai Tg regionali*
3. *Beauty contest per la TV digitale: chi c'è e chi manca*
4. *Beauty contest: la sorpresa è (di nuovo) Europa 7*
5. *Cronache da un Paese allo sfascio. Bocciato emendamento PD sul beauty contest, mentre sono stati resi noti i soggetti che parteciperanno all'asta non competitiva sul dividendo interno*
6. *Il sito di Rai Cinema si rinnova*
7. *Pubblicità: debacle Rai senza mondiali (MF)*
8. *Pubblicità, investimenti Italia sem1 in calo 4,2% - Nielsen*
9. *Lavoro/ Istat: In privato retribuzioni più basse, -11,6% su pubblico*
10. *Aumento Iva al 21%: conseguenze per prezzi, famiglie ed economia*
11. *Articolo 8 e licenziamenti, ecco cosa cambia*

Rai: Comanducci, varato premio "La Giara"

Fonte: **Ufficio Stampa Rai**

http://www.ufficiostampa.rai.it/comunicati_aziendali/20110907/rai_comanducci_varato_premio_la_giara.html

"Il valore dell'iniziativa che variamo oggi sta, per la RAI, anche nel tornare a far lavorare insieme su un progetto comune settori aziendali che avvertivano questa esigenza".

Lo ha dichiarato il vice direttore generale della RAI, avv Gianfranco Comanducci, presentando ai Responsabili di Sede e dei Centri di Produzione riuniti a Roma, il premio letterario La Giara, che intende offrire una opportunità ai giovani che amano scrivere.

"Ci hanno spesso chiesto qual è oggi il ruolo e il senso di un servizio pubblico: l'iniziativa del Premio è una risposta concreta che lega la RAI di oggi a quella delle origini, continuando a scommettere, oggi come ieri, sui giovani talenti e sul territorio" – ha detto ancora Comanducci. Il progetto del Premio La Giara per i nuovi talenti della narrativa italiana è nata da una idea di Michele Guardì e del Laboratorio di Scrittura Creativa della ERI: si articolerà su selezioni regionali e su una finale nazionale che si svolgerà a fine luglio 2012 ad Agrigento nei luoghi natali di Pirandello. La finale sarà trasmessa da RAI2, che nell'appuntamento quotidiano de I Fatti Vostri darà ampio risalto alle varie fasi collegandosi con le sedi regionali RAI.

"La nuova casa della RAI la devono costruire i giovani che l'abiteranno – ha spiegato il vice direttore generale Comanducci. Scrivere – ha aggiunto – è aprirsi agli altri, scrivere, quindi, è crescere nella e con la comunità e RAI intende dare ai giovani questa nuova opportunità".

Il progetto vede coinvolte con la Direzione Coordinamento Sedi, la Testata Giornalistica Regionale, la Direzione del Personale, la Direzione Commerciale, e la Direzione Produzione in uno sforzo comune per creare il primo "talent legato alla scrittura".

Roma, 7 settembre 2011

RaiNews in sciopero, non vuole cedere spazi ai Tg regionali

Fonte: **NanoPress** <http://www.televisionando.it/articolo/rainews-in-sciopero-non-vuole-cedere-spazi-ai-tg-regionali/55653/>

RaiNews scende sul piede di guerra contro il ridimensionamento dei propri spazi a favore dei Tg Regionali, deciso dalla direzione generale, e minaccia un pacchetto di scioperi da definire nei prossimi giorni. "No alla cessione alla Testata Regionale dello spazio di palinsesto dalle 22.30 alle 23.00 sette giorni su sette e no a qualunque altra cessione di spazi" scrive in una nota l'Assemblea della testata all news della Rai, diretta da Corradino Mineo. Il previsto ridimensionamento viene definito, senza mezzi termini, "uno scippo di sovranità e un impedimento al compimento della nostra missione editoriale".

RaiNews sembra ormai un'enclave di giornalisti 'veri' in un'Azienda che sembra aver quasi del tutto abdicato ai suoi doveri informativi e l'assemblea lo ribadisce con forza in una nota indirizzata alla direzione che sembra impegnata a smantellare il suo canale all news.

Non a caso l'assemblea non solo si oppone alla cessione dei propri spazi, ma chiede "un vero rilancio di Rainews in quanto unico canale all news della Rai, rilancio ancora più necessario in vista dell'avvio del canale all news di Mediaset". Niente di 'personale' nei confronti dei colleghi della testata regionale ma i giornalisti di RaiNews non sono disposti a vedersi "trasformati da all news a una rete qualsiasi da riempire con contenuti purché sia". "Vogliamo ricordare alla Direzione Generale – aggiungono – che, se quello che un tempo era Rainews24, poi divenuto inspiegabilmente Rainews, è oggi il primo canale tv all news in Italia in termini di ascolti e di credibilità, lo è per il grande sforzo profuso dalla Redazione tutta, in condizioni sempre difficili, tra una tecnologia non sempre affidabile, spazi e mezzi limitati, sottodimensionamento e strutture aziendali disponibili sempre in seconda battuta". "Una Redazione che – ricorda l'assemblea – non si è sottratta a questo sforzo neanche nel periodo estivo, coprendo in diretta eventi fondamentali per la vita civile del Paese, quale la crisi finanziaria e il confronto politico per il varo della Manovra, ma anche la crisi libica e tanti eventi internazionali, anziché limitarsi a mandare in onda repliche o materiali registrati, come avviene di norma in periodo di ferie estive".

"Un impegno – conclude la nota – che è costato molta più fatica di quanto non richiedesse il nostro contratto, perché basato sulla passione per il nostro lavoro e il senso di responsabilità nei confronti del Contratto di Servizio e dei nostri telespettatori. Non siamo quindi disposti a sacrificare tutto questo per vederci espropriati di spazi di informazione e di democrazia". Per ora c'è la minaccia di uno sciopero, che a quanto pare non si limiterà a un'astensione dal lavoro: staremo a vedere.

Beauty contest per la TV digitale: chi c'è e chi manca

Fonte: **Tom's Hardware Guide** <http://www.tomshw.it/cont/news/beauty-contest-per-la-tv-digitale-chi-c-e-e-chi-manca/33338/1.html>

di Dario d'Elia

Il beauty contest che assegnerà le nuove frequenze per il digitale terrestre ha finalmente il suo parterre di contendenti. Il termine per la partecipazione è scaduto, quindi è ufficiale che per i sei multiplex (5 in DVB-T e 1 in DVB-H, di cui alla delibera numero 497/10/Cons dell'Agcom) in gioco la sfida sarà fra 10 broadcaster. Nello specifico le 17 domande accolte – si può concorrere per più frequenze - sono di: Canale Italia, Telecom Italia Media Broadcasting, Elettronica Industriale (Mediaset), Sky Italia Network Service, Prima Tv, Europa Way, 3lettronica Industriale (3 Italia), Rai, Tivùitalia e D Box.

Da rilevare soprattutto che D Box è un progetto di Einstein Multimedia e Med Studios, praticamente la nota produttrice di show e serie TV (Passaparola, Sarabanda, Quiz Show Love Bugs, etc.) e il suo complesso di studi cine-televisivi che sorgerà a Termini Imerese.

La stampa specializzata ha indicato in queste ore un dettaglio da non sottovalutare: partecipano praticamente i soliti noti e mancano totalmente gli operatori europei e internazionali – se si esclude Sky che comunque proviene dal satellite. Possibile che il mercato DTT non sia così appetibile? Di certo deve averlo pensato Rete A (Espresso-Repubblica), che in molti davano per concorrente.

In ogni caso giusto per fare il punto bisogna ricordare che due multiplex saranno assegnati ai soggetti già presenti sul mercato digitale (Telecom per questo motivo si è rivolta al TAR), tre multiplex sono previsti per i nuovi entranti (come Sky), e l'ultimo riguarda il digitale terrestre per dispositivi mobili.

"I nominativi dei soggetti ammessi alla procedura di assegnazione delle frequenze saranno resi pubblici dopo l'espletamento, da parte della Commissione di valutazione, dell'apposita procedura di ammissione prevista dall'art. 4.5 del Disciplinare di gara. Le procedure per la nomina della Commissione sono in corso", sottolinea il documento ufficiale.

La Commissione si occuperà di valutare le domande, assegnare i punteggi e quindi decretare i vincitori.

Beauty contest: la sorpresa è (di nuovo) Europa 7

Fonte: **Millecanali** http://www.millecanali.it/beauty-contest-la-sorpresa-e-di-nuovo-europa-7/0.1254.57_ART_8759.00.html

Pronta la lista dei partecipanti alla gara per le sei frequenze Tv del 'dividendo digitale'. A sorpresa Europa 7 è in 'pole position' per la frequenza in VHF, mentre la lotta si prevede serrata per le altre del lotto A, dove, fra gli altri ci sono Tarak Ben Ammar e Einstein Multimedia.

Mauro Roffi

07 Settembre 2011

Da un comunicato stampa apprendiamo che dopo la scadenza, alle ore 12 di ieri, martedì 6 settembre 2011, del termine per la presentazione delle domande di partecipazione alla procedura per l'assegnazione dei diritti d'uso di 6 frequenze televisive in digitale terrestre (5 in DVB-T e 1 in DVB -H), di cui alla delibera n. 497/10/CONS dell'Agcom (cosiddetto beauty contest), «10 soggetti hanno presentato 17 domande di partecipazione. Questi, in particolare, i richiedenti:

Canale Italia srl

Telecom Italia Media Broadcasting srl

Elettronica Industriale spa (gruppo Mediaset)

Sky Italia Network Service srl

Prima Tv spa

Europa Way srl

3elettronica Industriale spa (gruppo 3 Italia)

Rai - Radiotelevisione Italiana spa

Tivùitalia spa

Dbox srl.

I nominativi dei soggetti ammessi alla procedura di assegnazione delle frequenze saranno resi pubblici dopo l'espletamento, da parte della Commissione di valutazione, dell'apposita procedura di ammissione prevista dall'art. 4.5 del Disciplinare di gara. Le procedure per la nomina della Commissione sono in corso».

Davvero interessante in proposito l'analisi di Andrea Secchi apparsa oggi su 'Italia Oggi':

«Dieci società sono in gara per il beauty contest, il «concorso di bellezza» con il quale il ministero dello Sviluppo economico assegnerà sei frequenze del digitale terrestre. Si tratta di un totale di 17 domande perché ciascun soggetto poteva concorrere per più lotti di assegnazione. Ieri alle 12 è scaduto il termine per la presentazione e il ministero ha comunicato la lista dei partecipanti: nessuna grossa sorpresa, tranne per il fatto che sono tutti gruppi italiani eccetto Sky e che si può ipotizzare anche più di un vincitore.

A parte Rai, Mediaset, Telecom Italia Media, che risulteranno sicuramente assegnatarie di un lotto ciascuna (più con tutta probabilità Sky), c'è una novità non considerata fino a ieri nei ragionamenti intorno alla gara: Europa 7 (presente fra i richiedenti con la sigla Europa Way; N.d.R.), il gruppo di Francesco Di Stefano ha teoricamente tutte le carte per aggiudicarsi uno dei multiplex perché unico partecipante nel lotto A1, snobbato dagli altri perché costituito da una frequenza in VHF più difficoltosa per le trasmissioni. Per chiarezza, i lotti di frequenza erano divisi in tre gruppi: il gruppo A (tre lotti che daranno luogo a tre multiplex), riservato ai nuovi entranti e a chi ha un solo multiplex; il gruppo B composto da due lotti, a cui possono partecipare tutti, compresi i grandi. Il gruppo C, una frequenza per il Dvb-T2, il digitale terrestre di nuova generazione, riservato a chi ha già una rete Dvb-H per la Tv in mobilità.

Andando nel dettaglio, Rai e Mediaset hanno presentato due richieste ciascuna. Parteciperanno

cioè per i lotti B1 e B2, l'unico gruppo a cui potevano accedere in quanto le emittenti che già avevano due o più multiplex nazionali non potevano gareggiare nel lotto A con i nuovi entranti. Sicuramente saranno le vincitrici di questo lotto. Anche perché l'unico altro soggetto che poteva partecipare, e che in effetti ha presentato domanda, è Telecom Italia Media, molto critico proprio sull'impianto del beauty contest che lo ha portato a gareggiare con i due giganti anziché con i soggetti più alla propria portata che si ritrovano nel lotto A. Telecom Italia, comunque, sarà sicuramente vincitore della frequenza del lotto C, destinata però dalla gara al Dvb-T2, al digitale terrestre di nuova generazione con cui attualmente sta trasmettendo Europa 7.

Quest'ultima, come detto, ha presentato una sola domanda, ma lo ha fatto con molta furbizia: è andata a gareggiare non dov'era logico, sul lotto C dedicato al Dvh-t2 con il quale trasmette già, ma nel lotto A1. Questo perché la frequenza dell'A1 è in Vhf (quella in cui tradizionalmente trasmetteva solo Raiuno), qualitativamente meno pregiata, ma soprattutto non trattata da Elettronica Industriale di Mediaset che da sempre costruisce le sue reti in Uhf e che sarà il fornitore di molte delle società partecipanti. Il risultato è che negli altri due lotti del gruppo A, A2 e A3, ci sarà la vera lotta: Sky innanzitutto, che poteva partecipare a un solo lotto; Canale Italia, che ha partecipato con due domande; Prima Tv di Tarak Ben Ammar, sempre con due domande; 3 Italia con una sola domanda, Tivùitalia, sempre con una domanda (A2), e la Dbox di Einstein Multimedia con due domande. Al ministero guidato da Paolo Romani non resta che nominare commissione giudicatrice e advisor, in tempi che promettono saranno molto brevi»

Cronache da un Paese allo sfascio. Bocciato emendamento PD sul beauty contest, mentre sono stati resi noti i soggetti che parteciperanno all'asta non competitiva sul dividendo interno

Fonte: **Newsline** <http://www.newsline.it/notizie/cronache-da-un-paese-allo-sfascio-bocciato-emendamento-pd-sul-beauty-contest-mentre-sono-sta>

La politica sta richiedendo agli italiani uno sforzo economico immane. In due anni, per pareggiare il bilancio pieno di buchi che, dagli anni Ottanta, continua a imbarcare acqua senza mai affondare definitivamente (e forse l'affondo definitivo sarebbe l'unica maniera per far comprendere agli italiani – politici e comuni cittadini – la situazione critica in cui si trovano), l'Italia dovrà trovare 54,2 miliardi di euro, secondo la versione finalmente definitiva della manovra, approvata ieri sera dal Senato.

Le borse europee hanno risposto bene alla fine della telenovela, tant'è che in Italia, così come in Europa, si è tirato un grosso sospiro di sollievo. Finalmente è fatta, e adesso "ha da passà a nuttata!" Nel clima di rovente sollievo, però, le "piccolezze" sono passate un po' in secondo piano: non si può mica pretendere di mettere tutti d'accordo quando davanti a noi ci sono due anni in cui si dovranno risparmiare 54 miliardi di euro. Tra queste piccolezze vi è l'asta per il dividendo interno. Tra tanti settori da colpire per far cassa, infatti, uno che certamente non può essere toccato è quello – che vale tanto quanto un'industria – del conflitto di interessi di Berlusconi. Come avevamo reso noto nei giorni scorsi, infatti, il senatore del PD Vincenzo Vita, con l'appoggio di altri esponenti dell'Idv e del Terzo Polo, aveva presentato un emendamento alla manovra finanziaria, da discutere in Commissione Bilancio, circa la conversione del beauty contest – l'asta non competitiva che regala pubblicamente i 6 multiplex del cosiddetto dividendo interno – in una normale asta al rialzo che, nelle previsioni, avrebbe fatto guadagnare alle disperate casse dello Stato un minimo di 1,2-1,5 miliardi di euro, di base d'asta, che sarebbero potuti salire fino a 3 miliardi (anzi, secondo alcuni fino a 6) con i rilanci. Una cifra importantissima, che avrebbe permesso al Ministero dell'Economia di evitare tagli dolorosissimi e tasse impopolari, semplicemente rendendo redditizia la normale distribuzione delle frequenze digitali avanzate. Danno e beffa, in Italia, sono consequenziali, si sa, perciò non solo l'emendamento è stato bocciato ma dal 6 settembre è ufficiale la griglia di partenza dei partecipanti all'asta. Come ci si aspettava, le frequenze che sarebbero dovute essere destinate ai nuovi entranti nel mercato finiranno, secondo i parametri decisi dal MSE-Com (vince chi ha più mezzi), ai soliti noti: i colossi nazionali già oligopolisti nell'era analogica. All'interno delle sei frequenze che saranno assegnate, tra l'altro, in pochi sottolineano come il peso relativo di ciascuna sia decisamente differente. Come scrive nel suo blog l'esperto del Sole 24 Ore Marco Mele, di fatti, i canali 55 e 58 UHF, che sono stati serviti su un piatto d'argento a Rai e Mediaset, sono gli unici isofrequenziali, assieme al 54 del gruppo C.

Oltretutto, ricorda ancora Mele, i criteri con cui sarà scelta la Commissione esaminatrice delle domande per l'assegnazione dei diritti, sono ancora ignoti. Eppure, le procedure per la nomina sono già in corso, ma riguardo i parametri di scelta regna il più stretto riserbo. Ad ogni modo, poco male: se i termini di confronto sono presenza sul territorio, potenza di segnale (Mediaset ha 3100 impianti digitalizzati in tutt'Italia, rispetto ai 1700 della Rai e i 900 di Ti Media) e infrastrutture, non ci sarà Commissione che tenga. In Italia, quindi, tra moniti di Napolitano, sfiducia degli investitori, liti di Palazzo, scontri di coalizione e scioperi generali, si sta consumando l'ennesima puntata dello scempio messo in atto da questo governo di compari che bada esclusivamente ai propri interessi economici personali. E dato il clima d'allarme riguardo altre problematiche, tutto ciò sta avvenendo, felici loro, sostanzialmente nell'ombra. "Ce l'abbiamo messa tutta. – ha detto malinconicamente Vincenzo Vita, alla notizia della bocciatura da parte della Commissione Bilancio dell'emendamento da lui presentato - Se non ci fosse il conflitto di interessi del premier Berlusconi...". Già, se non ci fosse. (G.C. per NL)

Il sito di Rai Cinema si rinnova

Fonte: **Cine Citta** <http://news.cinecitta.com/news.asp?id=35824>

Nuova veste grafica, nuovi contenuti, nuove sezioni per il sito di Rai Cinema che riparte dalla Mostra del Cinema di Venezia con uno speciale ricco di notizie aggiornate quotidianamente in collaborazione con Cinecittà News e con un video magazine che racconta i momenti più significativi dei film della società, che a Venezia 68 sono una ventina.

Oltre all'aggiornamento continuo sulle produzioni cinematografiche, sui film in distribuzione, sulle novità home video, sul sito rinnovato si potranno trovare anche filmati, contenuti extra e notizie esclusive sui progetti in preparazione.

<http://www.raicinema.rai.it/dl/RaiCinema/site/Page-4777ed96-9b0f-4ad6-8913-ab1c2e9f579c.html>

Pubblicità: debacle Rai senza mondiali (MF)

Fonte: **Borsa Italiana** <http://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/mf-dow-jones/italia-dettaglio.html?newsId=896167&lang=it>

MILANO (MF-DJ)--I Mondiali di calcio in Sudafrica nei mesi di giugno e luglio 2010, nonostante la prematura uscita di scena dell'Italia, avevano garantito una spinta importante alla raccolta pubblicitaria della Rai.

Quest'anno, scrive MF, in assenza di eventi di rilievo e di appeal per gli investitori, gli spot sulle emittenti di Stato hanno fatto flop. Nel primo semestre dell'anno la Sipra, secondo stime di mercato elaborate da MF-Milano Finanza sui dati diffusi da Nielsen Media Research, ha incassato 600 milioni, l'11% in meno rispetto a quanto incamerato nel periodo gennaio-giugno del 2010. A pesare, come detto, e' stata soprattutto l'assenza di un appuntamento sportivo del calibro dei Campionati del mondo di calcio. Ma anche l'inizio della crisi che si e' abbattuta sui mercati di tutto il mondo e che e' durata almeno fino a fine agosto, andando a colpire in maniera significativa il mercato dell'advertising. Basti dire che solo a giugno la spesa destinata dalle aziende alla pubblicità e' stata di 722 milioni, il 10,8% in meno rispetto al giugno 2010. Anche gli altri principali gruppi tv nazionali hanno dunque risentito del calo degli investimenti. Mediaset, leader con il 34,8% di mercato, ha perso il 2%: la raccolta totale e' stata di 1,58 miliardi contro gli 1,6 miliardi del primo semestre 2010. Un dato che in qualche modo ha impattato sul corso azionario del titolo che, in una giornata nefasta per tutti i listini, ha lasciato sul terreno il 5,7% toccando il nuovo minimo storico a 2,42 euro. Sky Italia (la pay-tv del gruppo News Corp, società proprietaria di Dow Jones & Co., che insieme a Class E. controlla questa agenzia), di fatto il terzo polo e anch'esso molto esposto sul fronte Mondiali, ha perso il 13,5% chiudendo il semestre con una raccolta di 185 milioni. Solo La7, grazie ai picchi d'ascolto garantiti dal Tg di Enrico Mentana e al successo di programmi quali L'Infedele di Gad Lerner, ha incrementato del 32% la raccolta arrivando a toccare 91,4 milioni.

Pubblicità, investimenti Italia sem1 in calo 4,2% - Nielsen

Fonte: **Reuters Italia** <http://borsaitaliana.it.reuters.com/article/foreignNews/idITLDE7840B320110905>

MILANO, 5 settembre (Reuters) - Gli investimenti pubblicitari in Italia nel primo semestre dell'anno hanno registrato una contrazione del 4,2% rispetto allo stesso periodo del 2010, attestandosi a un valore complessivo di poco superiore ai 4,5 miliardi di euro, con un mese di giugno particolarmente negativo.

Lo dice una nota di Nielsen, secondo cui "gli eventi di questa estate che hanno portato Ocse e Fondo Monetario a rivedere al ribasso le precedenti stime di crescita del Pil, freneranno molto probabilmente anche la ripresa del mercato pubblicitario auspicata per la seconda parte dell'anno".

Per quanto riguarda giugno, da una parte il confronto con lo stesso mese 2010, in cui si disputavano i mondiali di calcio, dall'altra i primi sentori delle difficoltà finanziarie che hanno investito l'Italia nel corso dell'estate hanno prodotto una contrazione dell'advertising che, nel singolo mese, ha coinvolto tutti i settori trainanti del mercato pubblicitario con l'eccezione di cura persona (+5,1%) e farmaceutici/sanitari (+10,8%).

A livello di singoli mezzi la televisione, considerando anche i marchi Sky e Fox e le tv digitali rilevate da Nielsen, chiude i primi sei mesi in calo del 4,7%. Le emittenti televisive hanno pagato, in particolare a giugno, il confronto con l'anno precedente, ma trova conferma la solida crescita in termini di audience e raccolta pubblicitaria delle emittenti trasmesse in digitale terrestre, sottolinea Nielsen.

Gli investimenti su internet continuano a crescere a doppia cifra (+14,1%) rispetto al 2010, ma anche il web a giugno ha subito un rallentamento. Il +4,7% rispetto al giugno 2010 è una delle crescite più basse degli ultimi anni a livello mensile.

La 'out of home tv' è l'unico altro mezzo che vede crescere la raccolta pubblicitaria nel semestre (+6,2%) mentre si registrano variazioni negative per tutti gli altri.

Per quanto riguarda la stampa, ancora in forte calo la free press (-49,9%), i quotidiani a pagamento seguono sostanzialmente il trend del mercato (-5,1%) mentre i periodici limitano i danni (-1,5%).

Variazione leggermente negativa per il direct mail (-0,9%) mentre esterna e cinema chiudono la prima parte dell'anno con cali più consistenti.

I primi quattro settori del mercato pubblicitario, ovvero alimentari, automobili, telecomunicazioni e abbigliamento registrano nel mese di giugno una contrazione dell'advertising compresa tra il 9% e il 20%. Considerando il primo semestre tra i primi dieci settori in termini di spesa hanno investito più del 2010 solo le aziende dei comparti automobilistico (+2,8%) media/editoria (+2,2%), cura persona (+10,1%), farmaceutici/sanitari (11,7%).

Lavoro/ Istat: In privato retribuzioni più basse,-11,6% su pubblico

Fonte: **Virgilio**

http://economia.virgilio.it/notizie/economia/lavoro_istat_in_privato_retribuzioni_piu_basse_11_6percento_su_pubblico,31440457.html

Maglia nera ai servizi di alloggio e ristorazione

Inserito 11 ore fa da TMNews

Nel settore privato le retribuzioni lorde sono inferiori dell'11,6% rispetto a quelle percepite nel settore pubblico. Lo rende noto l'Istat nel report 'la struttura del costo del lavoro in Italia' nel 2008. "Nella media nazionale, escludendo dal computo la componente degli apprendisti, nel settore privato le retribuzioni lorde sono inferiori dell'11,6% a quelle percepite nel settore pubblico", spiega l'Istituto di statistica. Più in generale, dal report emerge che, nel 2008, le retribuzioni dei 10,7 milioni di lavoratori dipendenti nelle imprese e nelle istituzioni pubbliche e private coperti dalla rilevazione hanno rappresentato il 71,5% del costo del lavoro totale, mentre il 25,4% è stato costituito dai contributi. Formazione professionale e altri costi incidono, rispettivamente, per lo 0,2% e l'1,9% del totale. Le ore annue effettivamente lavorate per dipendente risultano in media pari a 1.541, pari all'86,0% delle ore retribuite (in media 1.791), mentre il lavoro straordinario costituisce il 3,2% delle ore effettivamente lavorate. La retribuzione lorda per ora lavorata è pari a 18,41 euro e rappresenta il 73% del costo del lavoro orario in senso ampio. Le attività finanziarie ed assicurative (52.677 euro), la fabbricazione di coke e prodotti petroliferi raffinati (45.568 euro) e la fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata (44.967 euro) sono i settori caratterizzati dalle

retribuzioni lorde pro-capite più elevate. I servizi di alloggio e di ristorazione (16.304 euro), le attività di noleggio, agenzie di viaggi e i servizi di supporto alle imprese (17.192 euro), nonché le industrie tessili e dell'abbigliamento, pelli ed accessori (21.813 euro) presentano, al contrario, le retribuzioni lorde più basse.

Aumento Iva al 21%: conseguenze per prezzi, famiglie ed economia

Fonte: **Business Online** <http://www.businessonline.it/news/13939/Aumento-Iva-al-21-percento-conseguenze-per-prezzi-famiglie-ed-economia.html>

Sale l'Iva sui beni di consumo quotidiani: quanto inciderà sulle famiglie italiane. Abbigliamento, calzature, auto, moto, televisori, giocattoli, detersivi, vacanze, e anche caffè e cioccolata e vino, senza dimenticare le bollette elettriche: l'aumento dell'Iva di un punto percentuale, che passa dal 20 al 21% secondo quanto stabilito dalle ultime modifiche della manovra finanziaria 2011 colpiranno beni e servizi di primaria importanza per le famiglie italiane.

Con conseguenze che potrebbero essere pesanti per chi ne usufruisce, anche se porterà nelle casse dello Stato tra i 4 e i 5 miliardi all'anno e avrà un impatto sui prezzi dello 0,8%.

Le associazioni dei consumatori temono ora un aumento indiscriminato dei prezzi, con una conseguente penalizzazione dei consumi, già in sofferenza per la crisi prolungata che ormai si sta facendo sentire sulle famiglie. Secondo le stime del Codacons, i prezzi saliranno fino a 385 euro per una famiglia di 4 persone.

La Cgia di Mestre, l'associazione degli artigiani, invece, parla di aggravio contenuto e riporta le sue stime. Studiando le famiglie per disponibilità di spesa, prendendo in considerazione le fasce di reddito che vanno da un minimo di 15 mila a un massimo di 55 mila euro, per ognuna è stata calcolata l'incidenza dell'aumento in tre casi: contribuenti senza familiari a carico, famiglie con coniuge e 1 figlio a carico e famiglie con coniuge e 2 figli a carico e il risultato mostra un aumento della spesa annua che va da 37,54 euro a 60,64 per chi ha un reddito di 15 mila euro senza familiari a carico o con coniuge e 2 figli.

Per chi guadagna 30 mila euro l'aumento va da 58,27 a 77,84 euro, mentre per le famiglie con entrate da 55 mila l'aumento andrà da un minimo di 99,75 a un massimo di 123,21. Insomma, più si sale con il reddito, più si riscontra l'incidenza dell'aumento dei prezzi nelle famiglie.

Articolo 8 e licenziamenti, ecco cosa cambia

Fonte: **Giornalettismo** <http://www.giornalettismo.com/archives/145753/articolo-8-e-licenziamenti-ecco-cosa-cambia/>

Si chiama "sostegno alla contrattazione collettiva di prossimità", è il famigerato Articolo 8 su cui in particolare la Cgil si è scagliata. Ed eccoli, in un sunto del Corriere della Sera, i suoi effetti sulla contrattazione:

Contratti di prossimità.

Finora si era parlato di contratti aziendali, territoriali o di secondo livello. Ora l'uso del termine «contratto di prossimità» esprime il cambio di passo. Rispetto alle intese derogatorie al contratto nazionale, cui faceva riferimento l'accordo interconfederale di giugno, qui siamo di fronte a un tipo di contratto aziendale o territoriale che è in grado di cambiare il sistema delle regole del lavoro.

Derogabilità.

La nuova normativa stabilisce che i contratti collettivi nazionali possono essere derogati da «contratti collettivi di lavoro sottoscritti a livello aziendale o territoriale da associazioni dei lavoratori comparativamente più rappresentative sul piano nazionale o territoriale ovvero dalle loro rappresentanze sindacali operanti in azienda ai sensi della normativa di legge e degli accordi interconfederali vigenti compreso l'accordo interconfederale del 28 giugno 2011». Nella sua prima versione il riferimento alle norme di legge e all'accordo interconfederale era assente. In questo modo mancava un criterio certo per individuare la rappresentatività dei sindacati. In teoria gli accordi avrebbero potuto essere sottoscritti da sindacati minoritari o «gialli», creatisi appositamente per approvare l'intesa. Curiosamente non si faceva riferimento neanche

all'accordo di giugno che meticolosamente fissa una soglia di rappresentatività. Ora invece si specifica anche che le deroghe possono essere efficaci erga omnes (nei confronti di tutti) «a condizione di essere sottoscritte sulla base di un criterio maggioritario relativo alle predette rappresentanze sindacali». Resta che solo alle intese derogatorie precedenti all'entrata in vigore del decreto, cui si dispone che venga applicato retroattivamente il decreto (vedi Fiat), si richieda un requisito in più: che siano state approvate dalla maggioranza dei lavoratori.

Finalità.

Questi contratti dunque «possono realizzare specifiche intese» purché «finalizzate alla maggiore occupazione, alla qualità dei contratti di lavoro, all'adozione di forme di partecipazione dei lavoratori, alla emersione del lavoro irregolare, agli incrementi di competitività e di salario, alla gestione delle crisi aziendali e occupazionali, agli investimenti e all'avvio di nuove attività». In sostanza le deroghe non potranno essere contenute in un accordo qualsiasi o essere intese semplicemente derogatorie. La legge richiede che vengano inserite in accordi dal contenuto più ampio, che abbiano delle finalità specifiche, quelle che vengono elencate, che sono in genere legate allo sviluppo dell'attività di impresa o alla gestione di una crisi. Inoltre resta fermo «il rispetto della Costituzione, nonché i vincoli derivanti dalle normative comunitarie e dalle convenzioni internazionali sul lavoro». Materie. Le materie «inerenti l'organizzazione del lavoro e della produzione» su cui il contratto di prossimità può intervenire sono tra gli oggetti di maggior polemica. Prima di tutto perché si allarga oltremodo l'ambito di intervento compreso nell'intesa di giugno, superando dunque la volontà espressa dalle parti. E poi perché sono toccate tematiche delicate, coperte dallo Statuto dei lavoratori, come il licenziamento (art. 18) e la videosorveglianza (art. 4).

Licenziamenti.

I contratti di prossimità potranno disciplinare «la trasformazione e conversione dei contratti di lavoro» e «le conseguenze del recesso dal rapporto di lavoro». Dunque quello che cambia non sono le regole del recesso: per licenziare in un'azienda con più di 15 dipendenti servirà sempre la giusta causa o il giustificato motivo di licenziamento. Ma il contratto di prossimità potrebbe stabilire che il lavoratore che è stato licenziato ingiustamente anziché ottenere il reintegro, come è previsto ora, ottenga solo un risarcimento. Gli ultimi emendamenti alla manovra hanno precisato l'impossibilità di derogare alle norme sul licenziamento discriminatorio e a quelle sui congedi matrimoniali e di maternità. Ma l'interrogativo di fondo resta: la contrattazione aziendale può derogare ai contratti nazionali, ma può derogare anche alla legge, a partire dall'articolo 18 dello Statuto dei lavoratori? Sul punto è attesa la giurisprudenza.