

IPOTESI DI ACCORDO CCNL GRAFICI EDITORI

Roma, 19 dicembre 2023

Tra

L'ASSOCIAZIONE NAZIONALE ITALIANA INDUSTRIE GRAFICHE CARTOTECNICHE E TRASFORMATRICI
- ASSOGRAFICI – MARCO SPADA e MARCO BATTAGLIA

L'ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI – AIE – FEDERICO MOTTA e GIANMARCO SENATORE

L'ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE – ANES – ANTONIO GRECO e CRISTINA FERRARI

Assistiti da ALBERTO GAMBA

e

SLC-CGIL NAZIONALE - GIULIA GUIDA
GIANLUCA CARREGA

FISTEL-CISL NAZIONALE PAOLO GALLO
PASQUALE LEGNANTE

UILCOM-UIL NAZIONALE ROBERTA MUSU
ROBERTO RETROSI

A collection of handwritten signatures and initials in black and blue ink, located at the bottom of the page. The signatures are stylized and appear to be from the individuals listed in the text above, such as Marco Spada, Marco Battaglia, Federico Motta, Gianmarco Senatore, Antonio Greco, Cristina Ferrari, Alberto Gamba, Giulia Guida, Gianluca Carrega, Paolo Gallo, Pasquale Legnante, Roberta Musu, and Roberto Retrosi.

DECORRENZA E DURATA: 3 ANNI DA GENNAIO 2024 SALVO PARTICOLARI DECORENZE PREVISTE

SFERA DI APPLICAZIONE: modifica dell'intestazione del CCNL: "CONTRATTO COLLETTIVO NAZIONALE DI LAVORO per i dipendenti delle aziende grafiche, editoriali, digitali ed affini"

Art. 1 – Validità e limiti di applicabilità

Il presente contratto di lavoro regola i rapporti tra le aziende grafiche, editoriali, digitali ed affini per i lavoratori dipendenti.

Rientrano, a titolo esemplificativo, e non esaustivo, tra le attività disciplinate dal presente contratto:

- la progettazione grafica;
- l'insieme delle operazioni finalizzate alla riproduzione di testi e immagini indipendentemente dal supporto utilizzato per il prodotto finito;
- le operazioni di pre stampa dal montaggio alla matrice;
- la stampa con tutti i procedimenti (offset, rotoffset, flessografia, rotocalco, calco- grafia, tipografia, serigrafia, digitale);
- l'allestimento degli stampati;
- la legatoria;
- l'editoria di libri;
- l'editoria di periodici generalisti e specializzati e tecnici;
- l'editoria digitale e multimediale e la definizione di piani editoriali digitali e multimediali;
- la promozione di un brand e/o la commercializzazione di prodotti e servizi digitali;
- le strategie di comunicazione anche online;
- la pianificazione e proposta commerciale di campagne di advertising multimediali;
- la gestione sistemistica degli apparati tecnologici necessari alla trasmissione, archiviazione o conservazione dei dati (gestione banche dati e cloud) o allo scambio di pagine (testo e/o immagine) in forma digitale, sia su linee dedicate che su internet;
- l'informazione e/o assistenza on line per la clientela.

Il c.c.n.l. estende la sua efficacia (dal 1° luglio 1977) anche ai comparti produttivi degli astucci pieghevoli e degli imballaggi flessibili stampati, limitatamente, per questi ultimi, alle aziende che abbiano una produzione di imballaggio nei quali l'apporto delle lavorazioni grafiche si evidenzia in un risultato qualitativo che è conseguente allo specifico apporto professionale grafico e che è prevalente sulle quantità globali di prodotto finito.

Qualora le Associazioni dei lavoratori contraenti dovessero concordare con altre associazioni di datori di lavoro o di artigiani condizioni meno onerose di quelle previste dal presente contratto, tali condizioni si intenderanno estese alle aziende che abbiano le medesime caratteristiche e che siano rappresentate dall'Assografici, dall'AIE e dall'ANES.

Si conferma la disponibilità ad ampliare la sfera di applicazione del CCNL anche ad altri settori/aziende (quali ad es. pubblicitario e della comunicazione, poligrafici e videofonografici), a tutto il settore digitale

complementare alle attività/lavorazioni dei settori (e che ne incarna almeno in parte l'evoluzione) e a tutta l'industria del contenuto.

NUOVI PROFILI NELL'AMBITO DIGITAL

JOB TITLE	LIVELLO	PROFILO DI DESTINAZIONE (proposta)
DIGITAL PRODUCT MARKETING MANAGER	1	definisce i requisiti per la creazione di nuovi prodotti digitali e identifica soluzioni per la promozione e la continua evoluzione dei prodotti esistenti; analizza le criticità del prodotto e lo testa eliminando eventuali rischi al fine di migliorare l'esperienza del Cliente; dà supporto nella definizione di obiettivi e indicatori propri dell'evoluzione del prodotto, dalla fase di generazione dell'idea fino al monitoraggio dei risultati post lancio; definisce e analizza le metriche per misurare il successo delle iniziative pianificate.
E-COMMERCE MANAGER	1	chi progetta, costruisce e gestisce un canale e-commerce e ne è responsabile; analizza la clientela in termini di bisogni e preferenze; monitora la concorrenza e il posizionamento sui motori di ricerca; pianifica le strategie promozionali nell'e-commerce.
AI (ARTIFICIAL INTELLIGENCE) MANAGER	2	Sviluppa e implementa sistemi di intelligenza artificiale e machine learning.
BRAND MANAGER	2	Il Brand Manager definisce la strategia di comunicazione di una o più linee di prodotto, con discrezionalità di poteri e autonomia decisionale al fine di promuovere azioni che comunichino al meglio la mission, la vision e i valori del brand. E' il responsabile dell'immagine del brand nei confronti del target di riferimento.
CRM MANAGER	2	costruisce e mantiene relazioni profittevoli con i clienti, massimizzandone il valore; definisce e implementa la strategia per ridurre i tassi di abbandono.
DATABASE MANAGER	2	(CCNL liv. 2/12) Il responsabile che implementa, coordina e gestisce le attività collegate alla formazione, alla popolazione e all'utilizzo del database aziendale e all'elaborazione dei dati in esso contenuti.
DIGITAL MEDIA PLANNER	2	il responsabile della strategia di comunicazione on line e della pianificazione degli spazi pubblicitari e delle campagne di advertising sui canali digitali.
DIGITAL PRICING MANAGER	2	definisce la strategia dei prezzi dei prodotti digitali e le promozioni; monitora il mercato per la definizione della strategia di posizionamento di prezzo dei prodotti e valuta

		eventuali interventi di revisione del prezzo; monitora ed analizza le performance dei prodotti rispetto all'applicazione di sconti e/o promozioni.
DIGITAL PRODUCT MANAGER / PRODUCT MANAGER	2	(CCNL liv. 2/14) responsabile di una o più linee di prodotti anche in area digital di cui ne gestisce tutte le fasi di sviluppo, realizzazione e promozione anche attraverso il coordinamento di risorse interne ed esterne all'azienda e con piena responsabilità degli indicatori economici.
DIGITAL STORE MANAGER	2	sviluppa il piano commerciale e promozionale, definisce la strategia della vetrina digitale per supportare l'ottimizzazione delle performance.
FULL STACK DEVELOPER	2	È responsabile dei processi di sviluppo di front-end e back-end; disegna, codifica e preserva le funzionalità della piattaforma.
TALENT MANAGER	2	il responsabile della produzione, attraverso la programmazione dei piani editoriali, dei contenuti dei creator e dei blogger per i canali media aziendali, occupandosi anche della gestione del relativo scouting.
PODCAST PRODUCER	2	Declaratoria 16 livello 3 CCNL Impiegato che, in base alle richieste editoriali ricevute, con riferimento a siti web, attraverso l'utilizzo di strumenti tecnici e di supporti informatici, si occupa della progettazione tecnica, della realizzazione e della pubblicazione di video, podcast, filmati o animazioni (video producer; podcast producer).
ANALYTICS MANAGER	2	Si occupa principalmente di redigere strategie di marketing digitale e individuare i punti di forza dell'offerta. Implementa campagne promozionali in grado di supportare il business e ottimizzare la performance.
PROGRAMMATIC MANAGER	2	Conosce le dinamiche tra domanda e offerta pubblicitaria e il funzionamento dell'erogazione dei diversi formati (desktop, video, mobile, m-site o l'in app). Riconosce i diversi tipi di accordi commerciali e aggiornarsi costantemente sui trend di mercato. Gestisce coesistenza e priorità tra le diverse campagne e conosce le modalità di vendita in Programmatic (Open Auction, Preferred Deals e Programmatic Guaranteed).
SPECIAL PROJECT MANAGER	2	Declaratoria 10 livello 2 CCNL l'impiegato che progetta e coordina le attività relative alla realizzazione e allo sviluppo dei prodotti e dei progetti web. Definisce il concept del sito e le strategie di comunicazione

AG

P

00

11

		su internet (senior project manager – special project manager).
Sustainability Manager	2	ha la responsabilità di integrare il concetto di sostenibilità trasferendo i temi ambientali e sociali all'interno del business, identifica e rafforza attraverso l'elaborazione e la realizzazione di un piano basato su criteri di ESG (Environmental, Social and Governance) le decisioni strategiche lungo l'intera catena del valore.
BACK-END SPECIALIST	3	assicura il corretto funzionamento delle applicazioni software, ottimizzando la stabilità e scalabilità di server.
Back – end specialist Podcast distribution		crea codici e librerie riutilizzabili per implementazioni future; integra gli elementi front end lato server; crea ed integra l'interfaccia di programmazione delle applicazioni (API) e soluzioni di archiviazione dati; garantisce la sicurezza e la protezione dei dati.
CREATIVE STRATEGIST	3	ha una visione complessiva dei progetti creativi: dalla raccolta e studio dei brief, alla realizzazione della strategia e dell'idea creativa; si occupa di definire la strategia (di piattaforma e contenuti) sia social sia digital.
DATA PROFILING	3	segmenta la base dei clienti identificando le varie tipologie di profili al fine di definire le offerte dedicate; monitora i dati relativi alla gestione dei clienti, individuando possibili fonti di arricchimento delle informazioni.
DATA SCIENTIST	3	(CCNL liv. 3/17) operatore che analizza i dati di proprietà ovvero di terze parti al fine di interpretarli a supporto dei processi decisionali aziendali, <i>compresi</i> quelli commerciali.
E-COMMERCE CATALOG SPECIALIST	3	Gestisce le categorie e l'assortimento del catalogo prodotti; monitora il sito e-commerce per garantire che ogni prodotto sia attivo sul sito e acquistabile; analizza il posizionamento e la produttività per massimizzare le vendite.
FRONT END DEVELOPER	3	Lavora con i linguaggi di programmazione per lo sviluppo e la creazione del sito web e delle applicazioni dal lato utente. È focalizzato sulla facilità di navigazione, la grafica e tutto quanto concerne le interazioni con gli utenti.
BRAND SPECIALIST	4	Si occupa dell'implementazione della strategia di brand su indicazione del responsabile, verifica che l'immagine del brand sia coerente con il target di riferimento in base alle direttive ricevute.

1

Pa

Bo

W

W

W

W

6

fee

DIGITAL PRICING SPECIALIST	4	su indicazione del responsabile monitora il mercato contribuendo alla definizione della strategia di posizionamento di prezzo dei prodotti; monitora ed analizza le performance dei prodotti rispetto all'applicazione di sconti e/o promozioni.
DIGITAL PRODUCT SPECIALIST	4	su indicazione del responsabile contribuisce alla definizione dei requisiti dei nuovi prodotti digitali e ne verifica la conformità; raccoglie e analizza gli indicatori che misurano la performance del prodotto.
E-COMMERCE <u>MERCHANDISING</u> SPECIALIST	4	monitora le reazioni dei clienti al fine di massimizzare le vendite; comunica con i venditori del marketplace per effettuare promozioni; pianifica campagne di merchandising o eventi commerciali (es. black Friday, campagna natalizia, eventi stagionali, etc); esamina regolarmente le analisi di traffico quantitative e qualitative per identificare le aree di miglioramento.
PERFORMANCE ADVERTISING SPECIALIST	4	verifica l'impatto delle campagne di advertising in termini di profittabilità, rilevandone i punti di forza e le criticità in ottica di massimizzazione delle performance.
PROGRAMMATIC SPECIALIST	4	gestisce le piattaforme, crea e ottimizza i deal. Deve verificare che siano rispettati gli obiettivi di campagna e risolvere eventuali malfunzionamenti.
SEM Specialist	4	È l'esperto di Digital Marketing che si occupa con particolare attenzione del Search Engine Marketing, cioè l'insieme delle attività di promozione di siti o pagine web tramite campagne a pagamento che ne aumentino la visibilità nei motori di ricerca.
SEO SPECIALIST	4	studia e implementa strategie, tecniche e tattiche per aumentare il numero di visitatori di un sito Web, e per ottenere un posizionamento di alto livello nelle pagine dei risultati dei motori di ricerca.
SPECIAL PROJECT SPECIALIST	4	declaratoria 11 del livello 2 CCNL il responsabile che, nell'ambito on-line assicura la fornitura e l'aggregazione di contenuti tematici, anche di carattere promozionale commettendo lavori a risorse interne ed esterne e valutandone l'adeguatezza (content manager – <i>special project specialist</i>).
DIGITAL SALES ACCOUNT Figura ibrida da verificare	5	Colui che si occupa di: a. analizzare lo scenario di mercato con riferimento al contesto digitale, ai trend e alla concorrenza ed effettuare le connesse reportistiche e presentazioni;

per 6

PI

~~PI~~

M

Q.

		b. svolgere attività di arricchimento del database unico dei clienti prospect da trasferire, senza alcuna preventiva ripartizione e/o assegnazione, alla struttura organizzativa deputata alla raccolta ed erogazione dei contatti; c. attività di recruitment e formazione in coerenza con le linee guida della funzione HR.
DIGITAL ASSISTANT	6	declaratoria liv. 6/1 del CCNL da riscrivere <i>l'addetto che, operando in un call center, fornisce assistenza post-vendita multicanale (telefono, chat, email) al cliente, ne monitora la soddisfazione e, condividendo l'andamento dei servizi acquistati, individua l'opportunità di proporre servizi aggiuntivi; l'addetto che svolge attività di vendita telefonica.</i>
DIGITAL MEDIA ANALYST	6	Fornisce supporto nella definizione dei piani editoriali online attraverso l'analisi delle performance.
DIGITAL SALES SUPPORT	6	Declaratoria liv. 6/2 del CCNL da aggiungere <i>L'addetto all'ufficio contabilità/amministrazione, alla segreteria, al centralino o che svolge lavori semplici di ufficio con autonomia operativa; fornisce eventuale supporto commerciale nelle attività di presa appuntamento di up e cross selling.</i>
	6	In un contesto di vendita multiprodotto, supporta il venditore nella progettazione e sviluppo della proposta commerciale.

Social Media Manager	Imposta e gestisce i profili e/o le pagine social, studia i target di riferimento, cura l'engagement della community e monitora, attraverso strumenti specifici, i trend social allo scopo di incrementare la base di followers e migliorare costantemente gli indicatori di coinvolgimento degli stessi (share, commenti, traffico al sito)
-----------------------------	---

ORGANISMO BILATERALE PERMANENTE

Nell'attuale contesto non è più sufficiente, sulle diverse tematiche, un confronto nazionale complessivo al momento del rinnovo del CCNL, occorre implementare le relazioni sindacali e industriali formalizzando un confronto che debba essere permanente e dinamico in una logica innovativa. In particolare, attraverso la definizione, anche in via sperimentale, di strumenti contrattuali finalizzati alla gestione delle dinamiche del settore e della loro evoluzione.

6 RE [signature] [signature] [signature] [signature] [signature] [signature] [signature]

Tenuto conto della continua evoluzione dei modelli organizzativi e della importanza di aggiornare continuamente i profili professionali presenti nel contratto, si rende pertanto necessaria la costituzione di un Organismo Bilaterale Permanente che opererà in vigenza del contratto e si riunirà con cadenza trimestrale.

L'OBP, che sarà costituito entro il 31 marzo 2024, sarà composto da 12 componenti, 6 di parte datoriale e 6 per le Organizzazioni sindacali Nazionali stipulanti e firmatarie del Contratto, che, per quanto possibile, saranno gli stessi per tutta la durata del CCNL.

Per il miglior svolgimento della propria attività l'OBP potrà avvalersi, in funzione dei temi affrontati, di esperti tecnici/accademici.

Il principale compito dell'OBP sarà quello di monitorare l'evoluzione e la efficienza/performance dell'organizzazione del lavoro con il consolidamento delle nuove modalità di esecuzione della prestazione lavorativa (es. smart working, lavoro legato a obiettivi e budget piuttosto che correlato strettamente all'orario, lavoro ibrido in forma sperimentale e su specifici profili professionali, welfare e premialità), ove necessario aggiornando le norme contrattuali su tali tematiche, anche tenuto conto di eventuali nuove norme di legge.

Inoltre, dovrà garantire, con cadenza almeno annuale, l'aggiornamento continuo dei profili professionali (job description e declaratorie) presenti nel contratto, con particolare attenzione ai nuovi profili digitali (evoluzione delle professionalità, eventuale monitoraggio dei livelli di inquadramento ecc), anche avvalendosi del contributo di soggetti esterni e/o esperti del settore.

Alla luce di quanto sopra, quanto meno in questa fase storica e anche tenuto conto di specifiche criticità e normative proprie del settore tanto con riferimento a temi di filiera industriale che sugli aspetti lavoristici/previdenziali, l'OBP sarà il riferimento strategico e operativo per le Relazioni Istituzionali e Industriali e per la Comunicazione, in un'ottica di condivisa esigenza di consolidare e comunicare la nuova identità del settore (anche con eventuale allargamento in corso d'opera della sfera di applicazione del CCNL ad altri comparti complementari) e tutelarne la specificità in ogni sede.

In questa logica, l'Organismo potrà anche favorire e/o dare ingresso nel presente contratto, durante la vigenza dello stesso, a specifici settori ad oggi anche coperti da contrattazione nazionale, procedendo anche in merito alle necessarie armonizzazioni.

L'OBP avrà, inoltre, il compito di monitorare l'evoluzione delle tecnologie/strumenti di innovazione, con particolare riferimento al tema dell'AI generativa, tenuto conto che la stessa di fatto, ad oggi, ha già fatto ingresso nel settore, in particolare nell'area editoriale, ed è importante governarne gli sviluppi da ogni punto di vista.

Art. 9- Premi di risultato/produttività

Fermo restando quanto previsto dall'Art. 3 - Il sistema delle relazioni sindacali - La contrattazione aziendale con contenuti economici è consentita per l'istituzione di un premio erogato con espresso riferimento, anche alternativamente ad indicatori quantitativi di produttività / redditività / qualità / efficienza / innovazione, ovvero altri obiettivi previsti in via alternativa dalla Legge. Il premio dovrà avere i requisiti per beneficiare del particolare trattamento contributivo e fiscale previsto dalla legislazione.

Al fine di acquisire elementi di conoscenza comuni per la definizione degli obiettivi della contrattazione aziendale, le parti valuteranno preventivamente le condizioni produttive e occupazionali e le relative prospettive dell'azienda, tenendo conto dell'andamento della competitività e delle condizioni essenziali di redditività / qualità / efficienza / innovazione, ovvero degli altri obiettivi previsti in via alternativa dalla Legge.

GP

GP

P

ML

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.

In tale contesto le parti potranno anche esaminare la possibilità di utilizzare le risorse che matureranno a titolo di premio in direzioni funzionali all'occupazione. Una volta individuati gli obiettivi verranno definiti i parametri, i meccanismi e gli importi collegati.

Saranno anche concordate forme, tempi ed altre clausole per l'informazione e la verifica circa i risultati e per il riesame degli obiettivi e dei meccanismi in rapporto a modifiche delle condizioni di riferimento esistenti al momento dell'accordo.

Il premio sarà caratterizzato dalla temporaneità della vigenza e dall'integrale correlazione degli importi al raggiungimento degli obiettivi concordati e avrà durata triennale.

Modelli di P.d.r. per le aziende di minore dimensione

Nel presupposto che nelle aziende di minore dimensione la difficoltà di individuare e gestire indicatori di produttività, di qualità e di altri elementi di competitività aziendale costituisca un ostacolo alla introduzione del Pdr, sono stati elaborati i due seguenti modelli di premio di semplice gestione.

Per istituire il premio occorre l'Accordo tra Azienda e RSU e/o OO.SS. Territoriali, secondo le modalità previste dall'art. 9, sia sul modello di premio, sia sui valori economici da collegare agli obiettivi.

Alle aziende che sottoscrivono il Pdr non si applica l'E.G.R. di cui al successivo art. 10.

1. Variazione del fatturato pro-capite (fatturato diviso il numero dei dipendenti)

IL sistema più semplice di collegamento di un premio alle quantità prodotte è quello di avvalersi del dato del fatturato pro-capite.

Data l'alta incidenza sul fatturato del valore della carta e dati gli sbalzi di prezzo cui la stessa è soggetta che possono alterare significativamente l'indicatore in esame, è opportuno depurare dal valore del fatturato complessivo il valore della carta.

Il minore peso sul fatturato delle altre materie utilizzate nel processo produttivo può consentire di evitare di procedere anche allo stralcio del loro valore.

Tuttavia, la detrazione anche degli importi relativi alle altre materie prime rende il dato più funzionale per l'utilizzo ai fini del premio.

Altra quota di fatturato da sottrarre è quella relativa alle fasi di lavorazione effettuate da altre aziende.

Quanto sopra precisato, l'erogazione a titolo di premio può essere collegata alla variazione percentuale tra il fatturato pro-capite dell'anno precedente e il fatturato pro-capite dell'anno di riferimento per la maturazione del premio.

È importante al fine di rendere omogenei e quindi confrontabili i dati dei due anni che il valore dell'anno precedente sia accresciuto della percentuale di inflazione verificatasi nell'anno stesso secondo l'indice Istat.

La formula per calcolare la variazione del fatturato pro-capite è la seguente:

$$\text{Fatturato pro capite dell'anno} - \text{Fatturato pro capite dell'anno precedente} \times \% \text{ inflazione} \times 100$$

Fatturato pro capite dell'anno precedente x % inflazione

La formula di cui sopra non è oggetto di negoziato ma va solo applicata.

Le parti devono, invece, negoziare l'entità del premio da collegare al raggiungimento dei diversi risultati secondo la seguente tabella:

fatturato immutato o inferiore all'anno precedente	€.	0
Incremento del fatturato fino al	€.	
Incremento del fatturato dal al	€.	
Incremento del fatturato superiore al	€.	

Esempio

L'azienda nel 2010 ha fatturato €. 3.000.000 con 25 dipendenti realizzando un fatturato pro capite di €. 120.000.

Nel 2011 il fatturato è stato di €. 3.100.000 con 24 dipendenti con un fatturato pro capite di €. 129.166.

Nel 2010 l'inflazione è stata del 2%.

Di conseguenza

$$129.166 - 122.400 \left(\frac{120.000 + 2\% \text{ di } 120.000}{122.400} \right) = 6.766 \times 100$$

I lavoratori hanno maturato il premio previsto per quello scaglione

2. Riduzione degli scarti

Il premio viene collegato all'aumento della produzione regolare e cioè alla diminuzione degli scarti e/o dei resi.

La formula per la determinazione dell'indice è la seguente:

Qualità consuntiva = $\frac{\text{Produzione regolare}}{\text{Produzione regolare} + \text{scarti imputabili e/o resi}}$

Indice di qualità = $\frac{\text{Qualità consuntiva}}{\text{Qualità standard}}$

La qualità standard può essere quella dell'anno precedente, oppure un altro valore definito di comune accordo.

Il premio potrà, quindi, consistere in una cifra da corrispondere ad ogni variazione positiva dell'indice così ottenuto.

Modalità di erogazione degli importi per entrambi i modelli di premio

1. L'importo concordato è riferito ai lavoratori inquadrati nel gruppo C.

I lavoratori inquadrati nei Gruppi A e B percepiscono un importo maggiorato del 20%. I lavoratori inquadrati nei Gruppi D ed E percepiscono un importo ridotto del 20%.

2. L'importo maturato potrà essere erogato ai singoli dipendenti sulla base della presenza.

In tal caso si divide l'importo maturato per il numero delle ore lavorabili nell'anno (con esclusione quindi delle ferie e degli altri giorni di riposo retribuito spettanti per contratto) e si moltiplica per il numero delle ore lavorate da ciascuno in orario normale. Le ore non lavorate per infortunio sul lavoro e per permessi sindacali sono equiparate alle ore lavorate.

3. Il premio è corrisposto al personale in forza al momento della erogazione.

Il ragguaglio degli importi alle ore prestate risolve automaticamente il problema della modalità da adottare per i rapporti part-time e per i rapporti iniziati nel corso dell'anno.

4. Gli importi del premio sono comprensivi di tutte le incidenze sugli istituti di legge e di contratto compreso il TFR.

Al fine di incrementare la diffusione del welfare e di promuovere e valorizzare la contrattazione di secondo livello, viene messa a disposizione delle aziende interessate una piattaforma di settore per l'accesso a beni e servizi con diffusione nazionale.

Le aziende aderenti al sistema Confindustriale avranno accesso a condizioni di miglior favore.

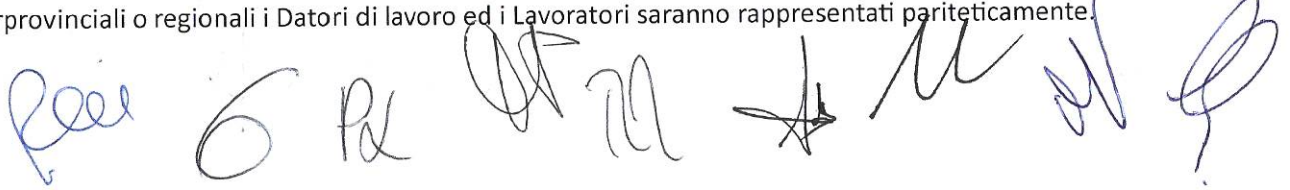
Art. 11 – Istruzione Professionale, E.N.I.P.-G.C.T. e relativo contributo di assistenza contrattuale

Le Parti confermano la necessità di promuovere, incrementare e potenziare l'istruzione professionale a favore dei giovani che intendono qualificarsi o specializzarsi nelle lavorazioni caratteristiche del settore grafico nonché l'aggiornamento ed il perfezionamento professionale delle maestranze occupate.

In questa ottica le Parti, per assecondare il progresso e lo sviluppo dell'industria grafica e al fine di individuare nei vari ambiti territoriali e per le diverse qualifiche e specializzazioni le esigenze del settore, studieranno e seguiranno l'evoluzione delle tecnologie, dei processi produttivi, dell'organizzazione del lavoro e del mercato attivandosi presso le Autorità e le Amministrazioni centrali e gli Enti locali e regionali competenti perché siano adottati nel campo della formazione e della riqualificazione professionale grafica nonché nel campo della ricerca e dell'innovazione tecnologica i necessari interventi, utilizzando nella maniera più appropriata e coordinata le risorse pubbliche disponibili.

Per il raggiungimento di questi fini è costituito l'E.N.I.P.-G.C.T. (Ente Nazionale per l'Istruzione Professionale Grafica, Cartotecnica e Trasformatrice), che provvede allo studio, alla promozione e al coordinamento delle iniziative dirette a favorire lo sviluppo tecnico e professionale del settore, e per ciascuna provincia o diversa circoscrizione territoriale Comitati provinciali o interprovinciali o regionali le cui funzioni e ruoli verranno disciplinati da appositi statuti e regolamenti.

Fanno parte dell'E.N.I.P.-G.C.T. e dei Comitati provinciali o interprovinciali o regionali le Organizzazioni sindacali dei Datori di lavoro e dei Lavoratori del settore grafico. Nell'E.N.I.P.-G.C.T. e nei Comitati provinciali o interprovinciali o regionali i Datori di lavoro ed i Lavoratori saranno rappresentati pariteticamente.



Altre Associazioni ed Enti interessati comunque a queste problematiche potranno essere rappresentati nell'Organo deliberante dell'E.N.I.P.-G.C.T. ed in quelli dei Comitati provinciali od interprovinciali o regionali come membri aggiunti con voto consultivo. Sia l'E.N.I.P.-G.C.T. che i Comitati provinciali od interprovinciali o regionali saranno presieduti da un membro di parte industriale. In caso di parità prevale il voto del Presidente.

L'organo deliberante dell'E.N.I.P.-G.C.T. sarà composto di 28 membri, quelli dei Comitati provinciali o interprovinciali o regionali saranno composti da un numero di membri non inferiore ad otto e non superiore a quattordici, secondo le decisioni che all'uopo saranno adottate dalle Organizzazioni nazionali e territoriali dei Datori di lavoro e dei Lavoratori. Nei rispettivi statuti e regolamenti saranno inoltre disciplinate, da parte delle Organizzazioni di cui sopra e nella rispettiva competenza, la composizione ed i poteri del Comitato Esecutivo da costituire in seno all'E.N.I.P.-G.C.T. e nei comitati provinciali o interprovinciali o regionali. Nell'organismo deliberante dell'Ente ed in quelli dei Comitati provinciali o interprovinciali o regionali sia le Organizzazioni sindacali dei Lavoratori che quelle dei Datori di lavoro saranno rappresentate in misura proporzionale alla loro consistenza numerica

Al fine di allargare l'area di attività dell'Ente, in via sperimentale, per la durata del presente contratto, le organizzazioni AIE ed ANES nomineranno rispettivamente un rappresentante nel Consiglio Direttivo con ruolo consultivo. In questa fase non è previsto alcun onere contrattuale.

L'ENIP-GCT promuoverà altresì la formazione in presenza o FAD (formazione a distanza) sui temi riguardanti la parità di genere, la lotta alla violenza domestica - come sottolineato dall'Unione Europea nella proposta di Direttiva 2022/0066/COD - e le molestie sul luogo di lavoro, secondo quanto previsto della Legge 162 del 5 novembre 2021 (disposizioni in materia di pari opportunità tra uomo e donna in ambito lavorativo), dalla Direttiva UE n. 2023/970 (applicazione del principio di parità di retribuzione) e dalla Convenzione OIL del 1919 n. 190 (eliminazione della violenza e delle molestie nel mondo del lavoro), con l'obiettivo di tutelare la dignità delle lavoratrici e dei lavoratori sul luogo di lavoro e di creare un ambiente lavorativo equo ed inclusivo.

Art. 14 Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa

1) Lo Statuto ed il Regolamento attuativo del Fondo sono riportati in Appendice.

2) Sono escluse dall'obbligo contrattuale di iscrizione dei dipendenti e relativo versamento al Fondo Salute Sempre le sole aziende che prima dell'iscrizione al Fondo avessero già in essere forme di prevenzione e/o assistenza sanitaria integrativa a favore della generalità dei lavoratori o di alcune categorie di dipendenti, equivalenti a quelle erogate dal Fondo. Nel caso in cui le forme di prevenzione e assistenza sanitaria riguardassero solo alcune categorie di lavoratori l'esclusione dall'obbligo di iscrizione riguarda unicamente queste categorie di lavoratori.

3) da gennaio 2024 il contributo passa a complessivi € 13,00 mensili.

4) a partire dal 2027, il contributo complessivo pari a 156 euro annui sarà suddiviso tra azienda e lavoratore che avrà deciso di aderire al Fondo con le quote mensili rispettivamente di € 9,00 a carico azienda e € 4,00 a carico lavoratore.

5) A decorrere dal 1° gennaio 2024 le imprese che omettano il relativo contributo dovranno alternativamente:

- erogare al lavoratore una quota di retribuzione mensile pari a 25 Euro lordi per dodici mensilità e con incidenza sul trattamento di fine rapporto di cui all'art. 47, Parte Prima - Norme Generali;

- assicurare ai lavoratori prestazioni sanitarie complessivamente equivalenti a quelle garantite dal Fondo Salute Sempre con oneri a totale carico delle aziende non inferiori a quelli previsti dal presente articolo.

5) Si richiamano i contenuti del protocollo d'intesa 30 maggio 2011, demandando al Fondo la predisposizione delle proposte e degli atti necessari alla sua attuazione, che dovrà avvenire nei tempi tecnici minimi necessari.

Norma transitoria

- Per gli anni 2024, 2025 e 2026 saranno iscritti automaticamente al Fondo tutti i lavoratori con contratto a tempo indeterminato e a tempo determinato di durata non inferiore ai 12 mesi disciplinati dal presente CCNL che non beneficino delle forme di assistenza sanitaria integrativa di cui al punto 2 del presente articolo e il contributo di 156 euro sarà integralmente a carico dell'azienda.

In Appendice

- aggiornare **Allegato 17** (Statuto Salute Sempre) c'è ancora la vecchia versione (Vd. Artt. 7 b, 8 b e 10), sostituendolo con l'ultima revisione in essere;
- aggiornare anche **Allegato 18** (Regolamento attuativo Salute Sempre) con l'ultima versione.

Art. ... – Trasferimento di azienda – Cessazione di attività – CCNL applicato

In caso di trasferimento di azienda si applicano le norme di cui all'art. 47 della Legge

29 dicembre 1990, n. 428, così come modificata dal D.lgs. 2 febbraio 2001 n. 18.

In caso di licenziamento per cessazione di attività o trasferimento d'azienda (escluso il caso del fallimento e la liquidazione forzata) per gli operai il periodo di preavviso previsto dall'art. 11, Parte Seconda sarà elevato a 4 settimane

Le parti firmatarie del presente CCNL si renderanno parte attiva per garantire sia l'applicazione che la continuità nell'applicazione del presente Contratto ai lavoratori del settore, che in esso trovano la loro unica naturale collocazione a tutela della loro professionalità e sviluppo di carriera, anche all'interno di processi di riorganizzazione.

Nel caso in cui l'azienda che applica il presente CCNL Grafici Editori preveda il passaggio all'applicazione di altro contratto, dovrà trasmettere alle rispettive Rappresentanze Sindacali Unitarie, ovvero alle Rappresentanze Sindacali Aziendali costituite a norma dell'art. 19 della L. 20.05.1970 n. 300 nelle unità produttive interessate, nonché ai sindacati di categoria che hanno stipulato il CCNL applicato, anche per tramite delle associazioni datoriali aderenti, un'informativa con le motivazioni di tale necessità e le conseguenze. La procedura deve essere attivata 30 giorni prima che l'atto sia perfezionato o la proposta diventi vincolante. Le OO.SS, entro 7 giorni, devono richiedere l'esame congiunto, che dovrà esaurirsi entro il termine di 30 giorni dall'attivazione della procedura, con lo svolgimento di almeno una specifica riunione avente ad oggetto esclusivo l'ipotesi di cambiamento del CCNL con le relative puntuali eventuali conseguenze sui principali istituti. La riunione formerà oggetto di specifico confronto con conseguente verbale dove ciascuna delle parti dovrà esprimere le proprie valutazioni.

La procedura di cui al comma precedente potrà anche essere effettuata nell'ambito di quanto previsto all'art. 47 Legge 428/90 nel caso di trasferimento/cessione/fusione/acquisizione, purché nel rispetto dei termini di cui sopra e con lo svolgimento di almeno una specifica riunione avente ad oggetto esclusivo l'ipotesi di cambiamento del CCNL con le relative puntuali eventuali conseguenze sui principali istituti. La riunione formerà oggetto di specifico confronto con conseguente verbale dove ciascuna delle parti dovrà esprimere le proprie valutazioni.

Le parti si danno atto della necessità di promuovere e sostenere l'adesione al contratto collettivo che più si adatta alle mansioni dei lavoratori.

Conto individuale del tempo

Le Parti, per esigenze formative, di conciliazione di tempi di vita e di lavoro, esigenze temporanee di riduzione dell'orario di lavoro, permessi per cura e assistenza ai familiari e, anche, nella logica di costruire un sistema di supporto e di protezione nei confronti dei lavoratori che potrebbero trovarsi coinvolti in processi di riorganizzazione e ristrutturazione e/o meccanismi di anticipazione dell'uscita rispetto al raggiungimento dei requisiti minimi per il conseguimento della pensione ed infine di quanti possano necessitare di un supporto economico durante il decorso di malattie lunghe e croniche, ritengono opportuno costituire l'istituto del "Conto individuale del Tempo" che permetta ai lavoratori stessi di accantonare su un conto individuale ore da utilizzare in caso di necessità, che potrà essere adottato a livello aziendale, previo accordo con la RSU/OO.SS. territoriali.

In particolare, potranno essere indirizzati verso questo strumento:

1. Le ore di ROL ed Ex-Festività non utilizzate nel corso dell'anno
2. Le ore di credito relative alla Banca Ore, laddove non riprogrammate da parte Aziendale e non liquidate
3. Le eventuali ore di riposo compensativo
4. Le ore eventualmente indirizzate come ferie solidali in favore del lavoratore coinvolto
5. Eventuali altre ore prestate dal lavoratore in eccedenza rispetto al normale orario di lavoro e per le quali non è stata retribuita la quota oraria e non è stato schedato un recupero compensativo
6. Eventuali premi derivanti dalla contrattazione di secondo livello e/o dall'elemento di garanzia contrattuale di cui all'art.

Le Parti istituiranno un Gruppo di lavoro tecnico per creare un modello di riferimento cui gli attori aziendali possano ispirarsi nella costituzione della Banca del Tempo a livello locale e per approfondire gli aspetti applicativi e normativi a essa collegati.

Il regolamento applicativo dell'istituto verrà realizzato a livello aziendale e potrà essere inserito nell'ambito della contrattazione di secondo livello, favorendo anche meccanismi che, attraverso l'eventuale trasformazione in strumenti welfare finalizzati al supporto delle tematiche sopradescritte rendano possibile, nel massimo rispetto delle normative in materia, il miglior utilizzo della strumentazione fornita dalla legge.

FERIE E ROL SOLIDALI: Ai sensi dell'art. 24 D.Lgs. 151/2015 è consentito ai lavoratori cedere volontariamente a titolo gratuito una quota di ferie (residue dell'anno precedente se eccedenti le quattro settimane e/o parte eccedente le quattro settimane dell'anno corrente) e una quota di rol/ex festività/permessi retribuiti in favore di propri colleghi per motivi di solidarietà. In aggiunta ai casi contemplati dall'art. 24 D.Lgs. 151/2015 a livello

locale/aziendale sarà possibile attivare quanto sopra anche a favore di dipendenti che abbiano la necessità di assistere famigliari sofferenti di patologie cronico-degenerative ingravescenti riguardanti il coniuge, i figli o i genitori del lavoratore o della lavoratrice e a favore di dipendenti vittime di violenze di genere. Le modalità di attuazione di tale istituto saranno definite a livello aziendale mediante confronto con le RSU.

NOTA A VERBALE

ORARI SPERIMENTALI IN AZIENDA: Compatibilmente con le esigenze tecniche, organizzative e produttive, in sede aziendale, si potranno adottare, a parità di salario, in via sperimentale, eventuali modelli di riduzione di orario che dovranno essere oggetto di specifica trattativa nell'ambito della contrattazione di secondo livello (ad esempio l'orario 4 x 8 di 32 ore ove l'azienda lavori sette giorni su sette)

ART. ...

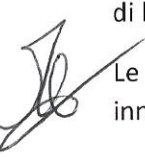
g) Lavoro agile/Smart Working

 Il lavoro agile consiste in una prestazione di lavoro subordinato che prevede lo svolgimento di parte dell'attività lavorativa al di fuori dei locali aziendali attraverso il supporto di strumenti anche telematici, nel rispetto reciproco delle obbligazioni derivanti dal contratto e dalla legge

Il lavoro agile, ove attuabile, è un efficace strumento per venire incontro alle esigenze di conciliazione dei tempi di vita e lavoro, di impiego di risorse rispettose della sostenibilità ambientale e del benessere collettivo, attraverso la riduzione degli spostamenti casa-lavoro e, conseguentemente, è utile anche per ridurre le emissioni di agenti inquinanti; migliorare l'utilizzo degli spazi lavorativi e rinnovare la prospettiva in termini di organizzazione del lavoro, ridefinendola in un quadro di fiducia, autonomia e responsabilità condivise.

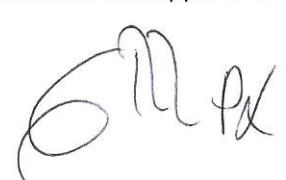
Il processo di diffusione del lavoro agile dà impulso al cambiamento organizzativo e di processo, con l'utilizzo di strumenti tecnologici idonei e comporta anche la promozione di specifici percorsi formativi utili a consentire a tutti i lavoratori lo svolgimento del lavoro secondo tali modalità.

Il lavoro agile, ove attuabile, è impulso al raggiungimento di obiettivi personali e organizzativi, funzionale, in modo efficace e moderno, a una nuova concezione dell'organizzazione del lavoro, meno piramidale e più orientata a obiettivi e fasi di lavoro, tale da consentire sia una migliore conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, nell'interesse del lavoratore, sia una organizzazione più produttiva e snella, nell'interesse del datore di lavoro.

 Le parti si impegnano, pertanto, a valorizzare e promuovere il lavoro agile, ove attuabile, quale strumento innovativo all'interno dell'organizzazione del lavoro, anche attraverso accordi quadro aziendali.

Ai sensi degli artt. 19 e 21, l. n. 81/2017, l'avvio del lavoro agile richiede la stipulazione per iscritto dell'accordo individuale. L'accordo individuale di lavoro agile sottoscritto tra il datore di lavoro e il lavoratore si adegua ai contenuti della contrattazione collettiva e deve essere coerente con la disciplina di legge e con le linee di indirizzo definite anche a livello interconfederale.

Per la sicurezza aziendale o territoriale, in occasione delle modifiche delle modalità inerenti allo svolgimento del lavoro agile rilevanti ai fini di salute e sicurezza e, comunque, con cadenza almeno annuale, l'azienda consegnerà al lavoratore un'informativa scritta nella quale sono individuati i rischi generali e i rischi specifici connessi alla particolare modalità di esecuzione del rapporto di lavoro. Rimane fermo l'obbligo per i lavoratori

di cooperare all'attuazione delle misure di prevenzione e protezione per fronteggiare i rischi connessi all'esecuzione della prestazione di lavoro agile.

Il lavoratore in smart working deve necessariamente svolgere la prestazione lavorativa esclusivamente in ambienti idonei, ai sensi della normativa vigente in tema di salute e sicurezza e per ragioni connesse all'esigenza di riservatezza dei dati trattati.

Il datore di lavoro fornisce al lavoratore agile le istruzioni e l'indicazione delle misure di sicurezza che lo stesso deve osservare per garantire la protezione, segretezza e riservatezza delle informazioni che egli tratta per fini professionali.

Lo svolgimento della prestazione lavorativa in modalità agile non modifica il sistema dei diritti e delle libertà sindacali individuali e collettive definiti dalla legge e dalla contrattazione collettiva.

Tenuto conto dell'ormai diffuso utilizzo dello smart working, le aziende monitoreranno ogni anno, ai fini del consolidamento dello strumento, il monte ore di ferie e permessi residui che devono continuare ad essere gestiti in un'ottica di progressivo smaltimento per meglio garantire la compatibilità dello strumento con le esigenze tecnico, produttive ed organizzative.

LEGGE 104:

99 In conformità a quanto previsto dalla Legge e dalle disposizioni ministeriali, i permessi di cui all'art. 33 della Legge n. 104/1992, quando vengano fruiti per un utilizzo programmabile che lo consenta, dovranno essere richiesti con un preavviso minimo di tre giorni lavorativi

CAUSALI CONTRATTO A TEMPO DETERMINATO: Al fine di dare una risposta non esaustiva, ma temporalmente immediata alla facoltà di estendere o stabilire una durata del contratto a tempo determinato oltre i 12 mesi in presenza di causali individuate dalla contrattazione collettiva, le parti ritengono che, in coerenza con i termini di legge e da ultimo il DL n. 48/2023 convertito in Legge n. 85/2023, sia praticabile l'estensione o l'apposizione di una durata fino a 24 mesi di quei contratti a tempo determinato ove ricorra almeno una delle seguenti ipotesi:

- Incremento di volumi produttivi;
- incremento dell'attività economica dell'impresa;
- partenza di nuove attività, sviluppo e lancio di nuovi prodotti;
- investimenti nei processi produttivi che abbiano l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale dei processi medesimi;
- realizzazione di percorsi formativi, anche on the job, legati a processi di innovazione aziendale e/o riorganizzazione;
- progettazione e realizzazione di nuovi titoli o di collane editoriali e/o di nuove linee editoriali;
- progettazione e realizzazione di nuove testate periodiche, anche digitali;
- progettazione e realizzazione di prodotti editoriali innovativi o di grande complessità tali da richiedere significativi sforzi organizzativi e l'acquisizione di professionalità specializzate;
- costruzione e/o riorganizzazione dell'infrastruttura tecnologica dell'azienda e di nuove linee produttive;
- costruzione, gestione e implementazione dei database aziendali;

- attività redazionale resa necessaria da modifiche normative/ amministrative che interessino, per esempio, la definizione o il cambiamento di programmi scolastici/ formativi o di altre indicazioni istituzionali.
- Potenziamento tecniche e competenze in ambito digitale.

Tutto quanto sopra risulta altresì coerente con l'intendimento delle Parti di favorire un assetto del mercato del lavoro che possa anche valorizzare la progressiva crescita delle competenze degli stessi lavoratori con contratto a tempo determinato e i correlati sforzi formativi fatti dalle Aziende, evitando la dispersione forzata di quello che, comunque, da sempre ha rappresentato il bacino privilegiato anche per eventuali assunzioni a tempo indeterminato a parità di competenze e profili professionali, preservando al contempo le flessibilità organizzative che sono richieste dalle mutevoli esigenze dei mercati.

Byblos: aumento della contribuzione a carico aziende

Dal 1° gennaio 2024 aumento del contributo a carico azienda pari allo 0,2%

INCREMENTO DEI MINIMI DI STIPENDIO E SALARIO (TEM) DA RIPARAMENTRARI SECONDO LE RISPETTIVE TABELLE GRAFICI (B3) ED EDITORI (LIVELLO 2)

Marzo 24	€ 90
Ottobre 24	€ 30
Maggio 25	€ 30
Ottobre 25	€ 50
Luglio 26	€ 52

Le altre componenti del TEM (ex indennità di contingenza e EDR) restano invariate

UNA TANTUM: ai lavoratori in forza alla data del 19 dicembre 2023 verrà erogato l'importo lordo di € 200,00 Commisurato al periodo di servizio prestato dall'ultima scadenza (31.12.2022), con riduzione proporzionale esclusivamente in caso di aspettativa, assenza facoltativa, CIG/FIS e cassa in deroga a zero ore. L'una tantum, comprensiva dei riflessi sugli istituti contrattuali diretti ed indiretti, non è utile ai fini del computo del TFR e verrà così corrisposta: € 100,00 lorde con la retribuzione del mese di gennaio 2024; € 100,00 lorde con la retribuzione di gennaio 2025

Letto, confermato e sottoscritto

ASSOGRAFICI

AIE

ANES

SLC CGIL

FISTEL CISL

UILCOM UIL

