



[www.lavocetrasportiediritti.it](http://www.lavocetrasportiediritti.it)

[www.sindacatofast.it](http://www.sindacatofast.it)

[mobilita.sindacatofast.it](http://mobilita.sindacatofast.it)

3 Marzo 2023



## TRA.IN-S PROSEGUE LA CAMPAGNA 2022-2023 CON IL SECONDO EVENTO



Lo scorso 28 gennaio, nella location della sala conferenze di Palazzo Grassi a Roma, si è svolto il secondo appuntamento della campagna TRA.IN-S 2022-2023, organizzato e promosso da FAST e CONFESAL, con O.S.L. (Osservatorio Sicurezza sul Lavoro CONFESAL), ATLAS (Associazione Tecnici e Ispettori per la Sicurezza sul Lavoro CONFESAL) e CONFESAL Vigili del Fuoco. L'incontro si è concentrato sui *M.O.G.* (Modelli di Organizzazione e Gestione) per la prevenzione dei rischi e delle emergenze, strumenti definiti dall'Art. 30 del D.lgs 81/2008 affinché le persone giuridiche, le società e le associazioni, in caso di infortunio grave o mortale, possano essere esentate dalla responsabilità amministrativa prevista ai sensi del D.lgs 231/2001. I M.O.G. In sostanza servono ad assicurare un sistema aziendale in cui tutti gli obblighi relativi alla legislazione in materia di sicurezza sul lavoro vengano adempiuti e sono importantissimi non solo perché esimono il datore di lavoro o il mandatario da ogni responsabilità in caso di infortunio, ma soprattutto perché sono strumenti formidabili per il miglioramento dell'azione di prevenzione degli incidenti sul luogo di lavoro. Per funzionare i M.O.G. necessitano di una politica aziendale che consideri la salute e la sicurezza sul lavoro un vero e proprio valore aggiunto del ciclo produttivo e non semplicemente un costo, un mero obbligo di legge cui adempiere, ma soprattutto devono vedere la più alta partecipazione possibile da parte di tutti gli attori in scena per la garanzia della sicurezza sui luoghi di lavoro, a partire dai lavoratori stessi e dai loro rappresentanti. In tutto questo, il ruolo del sindacato è fondamentale, perché è proprio quello di lavorare affinché questi ultimi due punti siano sempre più compresi e soprattutto partecipati.



TRA.IN-S	p. 1
FAKE NEWS	p. 3
ITA	p. 5
FS TECHNOLOGY	p. 6





All'evento hanno partecipato oltre a segretario generale FAST-Confesal Pietro Serbassi, il segretario generale CONFESAL Vigili del Fuoco, Franco Giancarlo, il quale ha aperto il suo intervento evidenziando l'importanza sulla sicurezza, data l'esposizione continua ai pericoli, anche gravissimi, a cui essi sono sottoposti quotidianamente e poiché



solo grazie a campagne come questa, si può puntare a contenere proprio determinati rischi.

Oltre ai Vigili del Fuoco erano presenti il presidente dell'osservatorio per la sicurezza sul lavoro CONFESAL Giovanni Luciano che dopo un excursus sulla storia dei M.O.G. si è arrivati al cuore del discorso, ovvero al concetto che il M.O.G. non è soltanto una check list degli obblighi da rispettare, ma bensì un vero e proprio innesto nel ciclo produttivo e nella politica aziendale volto al costante miglioramento.

L'incontro ha visto poi l'intervento del coordinatore generale del CISS INAIL, Fabrizio Benedetti, che ha posto l'accento sulle linee guida promosse da INAIL e UNI, l'avvocato Gianni Amendola, esperto in S.S.L., che nel suo intervento ha puntualizzato il discorso legato all'aspetto del reato soggettivo e oggettivo e sul fatto che adottare i M.O.G. e l'S.G.S.L. non significa essere esenti da condanne e sanzioni sia penali che amministrative in caso di incidente. E' poi intervenuto Fabio Sgroi di Italo, health and safety manager, il responsabile per la sicurezza infrastrutturale della direzione operativa RFI l'ing. Ciro Iannello, Il segretario generale dell'autorità di sistema portuale del Mar Tirreno Settentrionale Matteo Paroli. L'ultimo contributo è stato quello di responsabile corporate compliance Nicoletta Malaspina, che ha spiegato la situazione attuale dei MOG in ANAS.



Questo seminario ha aggiunto un importantissimo tassello nella costruzione di un nuovo punto di partenza per la sensibilizzazione dei lavoratori e delle imprese in materia di cultura della sicurezza e della salute sui luoghi di lavoro, ma soprattutto ha lanciato una sfida al sindacato, che Pietro Serbassi ha accolto immediatamente, per promuovere ulteriori e sempre più efficaci attività di formazione e aggiornamento ai preposti alla sicurezza, agli RSU, agli RLS e agli RSPP, nell'ottica dell'aumento della partecipazione consapevole.



## AUMENTARE LA FIDUCIA NELLA DEMOCRAZIA E COMBATTERE LA DISINFORMAZIONE ATTRAVERSO IL RAFFORZAMENTO DELLA DIPLOMAZIA PUBBLICA IN ITALIA

Il progetto “Increasing trust in democracy & combating disinformation through enhancement of public diplomacy in Italy” ideato e realizzato dalla Fondazione SMA con il supporto finanziario della Ambasciata degli Stati Uniti d’America in Italia, nell’ambito del programma “US Mission in Italy – anno 2022” intende, quale obiettivo generale, rafforzare la fiducia nei valori democratici degli Stati Uniti e dell’Italia attraverso l’attivazione della diplomazia pubblica.

Nel corso dei secoli la comunicazione ha conosciuto, come tutte le attività legate all’uomo, una evoluzione legata essenzialmente al “medium” utilizzato. In principio fu la voce, con la comunicazione orale, subito dopo evolutasi in quella scritta. Che, poi, fosse riprodotta sulle pareti di una grotta o su supporti piani, come tavolette o fogli di papiro non cambiava il senso del mutamento: dalla voce, soggetta ovviamente a fraintendimenti e interpretazioni, al primo esempio di comunicazione unidirezionale e codificata dalla scrittura. Lo sviluppo e il progresso, umano, sociale, tecnologico ed economico, nel corso degli anni affinarono le tecniche sia di comunicazione che di divulgazione del messaggio: si passò dal manoscritto copiato e replicato innumerevoli volte alla stampa piana in serie grazie all’invenzione della macchina a pressa da parte di Gutenberg. La comunicazione restava unidirezionale, poiché attiva dall’emittente al destinatario, senza possibilità di ritorno all’indietro attraverso forme di interazione. Fino all’invenzione della radio con Guglielmo Marconi, del telefono di Meucci e, successivamente con la televisione: con questi tre nuovi mezzi tecnologicamente avanzati progrediva anche il livello della comunicazione che da



### United States Embassy to Italy

unidirezionale diventava bidirezionale, prevedendo e incorporando anche la possibilità di interazione con colui o coloro che emettevano il messaggio. Fino ad arrivare ad oggi, con la comparsa del computer e il progresso della tecnologia informatica che ci ha portati ad essere tutti connessi, in un modo o nell’altro, anche in tempi più immediati, trasformando la comunicazione bidirezionale del mezzo radiotelevisivo e unidirezionale di quello stampato in CIRCOLARE. Oggi la comunicazione è tutta intorno a noi: non è più sopra di noi come nell’era predominante della carta stampata, o affianco a noi quando esisteva solo la tradizione orale. E non è nemmeno più di fronte a noi, come con il mezzo radiotelevisivo. Oggi la comunicazione sempre più diffusa on line via web e veicolata da siti, podcast, piattaforme social e sistemi di messaggistica multimediale come whatsapp ci pongono al centro di un cerchio che ruota incessantemente attorno a noi con tutti i suoi vantaggi, tanto da portare a coniare il termine “crossmedialità”: informarsi su un mezzo di comunicazione mentre se ne consulta un altro. Per esempio: vedere un programma televisivo e partecipare attraverso una piattaforma social alla discussione su questo o quel personaggio, su questo o quell’argomento. Indubbiamente una forma di progresso e di arricchimento.

E tutto grazie all’evoluzione della tecnologia della comunicazione. Che ha migliorato nel corso dei secoli la qualità del messaggio. Una sola cosa non è cambiata in tutti questi lunghissimi ed affascinanti anni di progresso: la bufala. Non il latticino rinomato nel Sud Italia, ma proprio la notizia falsa.

Falsa per errore, ma falsa anche per volontà del soggetto veicolante, mosso dai motivi più svariati, dal personale, all'economico, al politico, al militare. L'insidia della bufala nasce proprio col principio "social" di comunicazione, nasce insomma con la comunicazione orale. E si sviluppa nei secoli affinandosi al pari delle tecnologie comunicative, fino ad arrivare ad oggi, tempi in cui essendo tutti connessi, siamo immancabilmente anche interconnessi, regalando alla bufala una rapidità di espansione e propagazione direttamente proporzionale alla sua pericolosità in ciò che potrebbe provocare. Tanto per capirci: un conto è il frainteso più o meno voluto della comunicazione orale dei nostri antenati, o dell'errore più o meno provocato su un manoscritto o su un libro o dentro l'articolo di un giornale e persino nella comunicazione radiotelevisiva, ben altra cosa una bufala introdotta nel nostro ecosistema di comunicazione circolare. Perché è proprio la circolarità, infatti, a rappresentare il moltiplicatore potenzialmente infinito di una bufala, tanto da farle assumere persino dignità di notizia credibile. Ecco perché, oggi, parlare di bufale o di fake news, conoscerle, capirle e sapere come affrontarle o evitarle, è diventata una priorità riconosciuta da tutte le istituzioni politiche, economiche e sociali, da aziende e semplici cittadini, perché è un pericolo che ci riguarda tutti con la creazione di danni dal potenziale inquietante per le reputazioni personali, per la sicurezza pubblica, per la salute, per la convivenza. PER LA DEMOCRAZIA. Ecco perché per noi la lotta alla disinformazione è uno sforzo collettivo che coinvolge più soggetti a partire dalle istituzioni, parti sociali comprendendo soprattutto l'utente finale, pertanto l'impegno attraverso questa opportunità è quello di incoraggiare a promuovere le fonti autorevoli, a declassare i contenuti che risultino falsi o fuorvianti e a rimuovere quelli illegali o che potrebbero provocare danni alla salute.

Ricordiamo che per quanto riguarda la lotta alla disinformazione la Commissione Europea ha emanato nel 2018 **il codice di buone pratiche**, successivamente rafforzato nel 2020 comprendente un'analisi redatta che mostra nonostante l'attuazione del codice, permangono carenze importanti.

I firmatari si sono impegnati ad agire in diversi settori, ad esempio; demonetizzazione della diffusione della disinformazione; garantire la trasparenza della pubblicità politica; responsabilizzare gli utenti; rafforzare la cooperazione con i verificatori dei fatti; fornire ai ricercatori un migliore accesso ai dati.

Riconoscendo l'importanza di rendere il codice a prova di futuro, i firmatari hanno convenuto di istituire un quadro per un'ulteriore collaborazione attraverso una task force permanente. Il codice è inoltre dotato di un quadro di monitoraggio rafforzato basato su elementi di rendicontazione qualitativa e indicatori a livello di servizio che misurano l'efficacia della sua attuazione. I firmatari istituiranno un centro per la trasparenza, fornendo al pubblico una chiara panoramica delle politiche che hanno messo in atto per attuare i loro impegni, e lo aggiorneranno regolarmente con i dati pertinenti.

Tra le carenze individuate figurano l'applicazione incoerente e incompleta dei codici nelle diverse piattaforme e Stati membri, la mancanza di adeguati meccanismi di monitoraggio, nessun impegno specifico ad accedere ai dati della piattaforma a fini di ricerca sulla disinformazione e un coinvolgimento troppo scarso delle parti interessate, in particolare da parte del dipartimento pubblicitario. E' in questo scenario appena descritto che il nostro progetto prende forma e realizzazione, concretizzando le azioni che secondo la nostra formazione potrebbero migliorare i temi della lotta alla disinformazione e aumentare la fiducia nella democrazia. Diverse iniziative sono state messe in atto per combattere la disinformazione anche nel territorio americano, l'Honest Ads Act, è un disegno di legge che non è stato ancora approvato ma che ha avuto il



**INCREASING TRUST IN DEMOCRACY  
& COMBATING DISINFORMATION  
THROUGH ENHANCEMENT OF PUBLIC  
DIPLOMACY IN ITALY**

sostegno da tutte le correnti politiche. La legislazione proposta richiederebbe che gli annunci politici online che menzionano un candidato indichino esplicitamente di tenere traccia di chi ha pagato per la pubblicazione. Questo soprattutto per gli annunci TV ma non per gli on line. Tuttavia, un timido approccio verso le azioni intraprese è stato avanzato dalla Federal Election Commission che ha appena adottato una regola finale che richiede la divulgazione di chi ha pagato per gli annunci nel 2022. Google, Facebook e Twitter hanno adottato al loro volta regole interne per la divulgazione della sponsorizzazione per gli annunci politici negli Stati Uniti dal 2016.

In ogni modo, dove gli Stati Uniti possono essere esempi da guardare, sono le azioni significative intraprese nei diversi stati al loro interno, al fine di sostenere l'alfabetizzazione mediatica attraverso l'istruzione primaria e secondaria (materiale consultabile sul sito [Your State Legislation | Media Literacy Now](#)).

L'alfabetizzazione mediatica è probabilmente uno degli strumenti migliori a combattere la disinformazione. Come gli stessi vaccini, l'aumento dell'alfabetizzazione mediatica tra la popolazione può potenziare le difese di quest'ultima all'"infodemia" tale che, come un virus che affronta l'immunità di gregge, non è più in grado di diffondersi.

In effetti, un particolare tipo di alfabetizzazione mediatica, l'alfabetizzazione informativa, ha prove quantificabili a sostegno della sua efficacia nell'identificare notizie false da parte degli aderenti.



## SINDACATO E ITA ACCORDO FIRMATO, ORA SI PASSA A LUFTHANSA

Si è svolto lo scorso 22 febbraio l'incontro tra ITA e i sindacati che hanno portato un esito positivo sulla questione legata agli aumenti del costo del lavoro. Il sindacato si è reso sin dalla nascita di ITA sempre molto aperto e vicino alle questioni che hanno interessato il personale e anche se la strada da percorrere non è stata facile si è comunque riusciti a sottoscrivere, dopo una lunga e faticosa trattativa, un accordo che prevede un aumento del costo del lavoro medio del 30% con riallineamenti sia per il personale di volo che di terra e da lì via all'apertura di un confronto con il nuovo partner con basi più vicine a quelle di mercato che rappresentino le retribuzioni delle principali compagnie europee.

Il sindacato si ritiene soddisfatto non solo dell'accordo firmato, ma anche per il riconoscimento da parte dell'azienda. «L'accordo siglato – spiegano i manager – è stato “necessario e giusto” per consentire alla compagnia di affrontare le proprie sfide e predisporre un piano industriale che in caso contrario non sarebbe stato possibile».

Inoltre, l'esito della trattativa ha gettato le basi per un buon modello che prevede una fase successiva e mentre si attende il prossimo step ossia il subentro di Lufthansa, dal punto di vista organizzativo e del capitale, i sindacati si aspettano la stessa trasparenza che ha caratterizzato gli incontri precedenti poiché rappresentano lavoratori e lavoratrici che hanno già pagato a sufficienza lo scotto di una crisi ed è quindi necessario che possano dare il proprio contributo per la definizione del piano industriale e del percorso di rilancio della compagnia.



## FS TECHNOLOGY UNA SVOLTA PER LA CYBER SECURITY

Nel pomeriggio del 28 febbraio scorso si è svolta, in modalità video conferenza, la riunione con la società FS TECHNOLOGY per la presentazione della nuova struttura di cyber security realizzata a seguito della cessione, da parte di FSI, delle attività operative pertinenti.

In apertura la Società ha illustrato la *mission* e le strategie da porre in campo da parte della nuova struttura, che costituirà una Business Unit separata dalle altre articolazioni di FS TECHNOLOGY e riporterà direttamente al Consiglio di Amministrazione della società.

La struttura sarà formata, in un primo momento, da 23 Risorse provenienti da FSI e già impegnate in processi di cyber security; entro fine anno è previsto un ulteriore incremento di risorse, da reclutare prioritariamente all'interno del Gruppo e in subordine da mercato esterno, per arrivare a 40 risorse complessive. Le 23 risorse opereranno in distacco da FSI per un periodo di tre mesi, conservando la stessa sede di lavoro e successivamente si provvederà a una conversione di contratto individuale, poiché non si può configurare una cessione di ramo d'azienda da parte di FSI; la Società ha confermato che saranno mantenuti tutti i trattamenti in essere, anche in occasione di una futura conversione di contratto.

La nascente Business Unit gestirà i contratti di cyber security delle società del gruppo.

Quelle a oggi interessate, oltre alla holding FSI, sono 11 e resta esclusa ANAS che ha già una propria struttura.

Come organizzazioni sindacali abbiamo valutato positivamente l'attenzione che FSI sta ponendo al tema della cyber security, argomento anche da noi più volte sollecitato in passato. Tuttavia abbiamo riproposto il problema della "fidelizzazione" delle risorse con cui sia FS TECHNOLOGY, sia le altre società del Gruppo caratterizzate da attività ad alta specializzazione fanno i conti; abbiamo evidenziato come sia necessario intervenire con strumenti collettivi, a partire dagli inquadramenti e dalla necessità di prevedere nuove figure professionali, e non solo, come avviene oggi, attraverso incentivi individuali attribuiti dalle Società.



Per informarvi seguite le notizie della FAST -Confsal su: [www.sindacatofast.it](http://www.sindacatofast.it), [www.lavocedirittietrasporti.it](http://www.lavocedirittietrasporti.it)

*Allegato a La voce Diritti e Trasporti stampato in proprio.*

*Responsabile coordinamento: Vincenzo Multari, Antonio Scalise*

*Hanno collaborato: Claudia Reale, Marco Buongiovanni,*

*Gaia Giovannini, Michele Gambini*

**SEGRETERIA GENERALE**

*Via Prenestina 170 - 00176 Roma*