



DUE ANNI DI ATTESA
Una manifestazione sindacale davanti a un supermercato. Il contratto del settore è scaduto da quasi due anni.

FOTOGRAFIA

COMMERCIO/IL RINNOVO DEL CONTRATTO

IL FESTIVO DELLA DISCORDIA

La trattativa è bloccata, anche se gli imprenditori hanno già messo in busta paga la loro offerta. Ma il nodo è il lavoro domenicale. Che per Francesco Rivolta, di **Confcommercio, è un fatto acquisito.** di Stefano Caviglia

■ Da un lato la crisi dei consumi, dall'altro l'aumento delle tariffe e il rincaro internazionale delle materie prime: il mondo del commercio si sente accerchiato e manda segnali di allarme. «Il nostro settore sta attraversando una strettoia epocale» dice a *Economy* Francesco Rivolta, presidente della commissione Lavoro e relazioni sindacali di **Confcommercio**, nonché amministratore delegato del colosso tedesco della distribuzione Rewe, che in Italia ha una vasta rete che va dai supermercati Standa ai discount Penny.

«Sarebbe bene che tutti se ne rendessero conto» sottolinea Rivolta. «C'è

bisogno di uno scatto per recuperare margini e produttività. Altrimenti saranno guai».

È dunque in una situazione tutt'altro che brillante che il commercio (1,9 milioni di addetti divisi in quasi un milione di imprese) affronta il rinnovo del contratto di lavoro, scaduto ormai da quasi due anni e impigliato in una trattativa che non si riesce a sbloccare.

Sul piano retributivo la distanza non appare incolumabile: i sindacati hanno chiesto (nella piattaforma di due anni fa, che oggi si riservano di ritoccare per tener conto dell'inflazione) un aumento di 78 euro, e **Confcommercio** ne offre

53. «Più che offrirli» ci tiene a precisare Rivolta «li abbiamo già messi in busta paga a partire da aprile. È forse la prima volta che in Italia un'intera categoria – non singoli imprenditori, com'è avvenuto nella trattativa dei metalmeccanici – procede unilateralmente al riconoscimento di aumenti salariali».

IL DENARO NON È TUTTO. In realtà, lo scarto economico fra la piattaforma dei lavoratori e l'offerta di **Confcommercio** non sembra il vero oggetto del contendere. «Noi siamo disponibili a fare ogni sforzo» prosegue l'esponente dei commercianti «per avvicinarci alla cifra chie-

IL SETTORE

IMPRESE ADERENTI
A **CONFCOMMERCIO**
820.000

LAVORATORI
DEL SETTORE
1.900.000

L'AUMENTO CHIESTO
DAI SINDACATI
78 EURO AL MESE *

L'AUMENTO GIÀ PAGATO
DA **CONFCOMMERCIO**
53 EURO **

*Per 14 mensilità

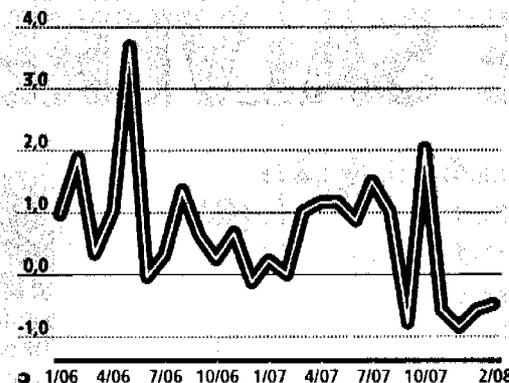
** Da aprile 2008

Francesco Rivolta,
capo delle relazioni
sindacali
di Confcommercio.



CONSUMI IN PICCHIATA

Variazioni percentuali dei consumi: la scivolata è cominciata dall'autunno dell'anno scorso. Negli ultimi mesi disponibili (gennaio e febbraio 2008) c'è stata una contrazione rispettivamente dello 0,6% e dello 0,5%.



sta dal sindacato. Ma in cambio vogliamo un'organizzazione del lavoro più flessibile, che ci consenta di ottenere quegli aumenti di produttività senza i quali il settore non può andare avanti». La ricerca della flessibilità, per il settore del commercio, ha soprattutto un nome: obbligo del lavoro domenicale.

Poi, certo, fra le contropartite chieste da **Confcommercio** ci sono anche altre cose, prima fra tutte la possibilità di modulare più liberamente l'orario dei dipendenti per rispondere ai picchi di lavoro, ma è la domenica il vero scoglio, su cui è in corso un braccio di ferro in cui nessuno, per ora, si mostra disponibile a cedere. La **Confcommercio** chiede di poterla considerare un giorno lavorativo a tutti gli effetti (fermo restando il 30% in più di retribuzione), mentre i sindacati vogliono mantenere la libertà del lavoratore di accettare o rifiutare la richiesta dell'azienda.

I CITTADINI APPREZZANO. «L'apertura domenicale è ormai un fatto acquisito, visto che i cittadini in tutta Italia apprezzano la possibilità di fare acquisti anche nel giorno festivo e noi dobbiamo metterci al servizio della clientela. Non è sostenibile che i dipendenti possano scegliere se lavorare o meno» prosegue Rivolta. «Oltretutto c'è anche un problema di disparità di trattamento. Da almeno cinque anni i dipendenti nella grande distribuzione hanno l'obbligo della disponibilità domenicale nelle lettere di assunzione. Dunque una parte

di loro è tenuta a lavorare e l'altra no. Il che rende impossibile organizzare qualunque turnazione, perché alla fine a fare la domenica risultano essere sempre gli stessi».

I segnali che arrivano su questo terreno da parte del sindacato non sono molto incoraggianti. «Non siamo pregiudizialmente contrari all'apertura domenicale» spiega a *Economy* il segretario generale della Filcams-Cgil, Ivano Corraini, «ma riteniamo che debba essere contrattata nelle singole aziende, caso per caso, e non con un obbligo generalizzato».

Una risposta che non piace affatto a Rivolta. «Il secondo livello di contrattazione» protesta «viene usato sempre più spesso come una foglia di fico dai sindacati, non solo nel settore del commercio. Ogni volta che si pone la necessità di un'innovazione, viene rinviata a quella sede. Ma la verità è che ci sono interventi a favore della flessibilità che vanno fatti nel primo livello, quello del contratto nazionale valido per tutti, perché altrimenti non riusciremo mai a colmare il divario di produttività accumulato dall'Italia negli ultimi anni».

Per capire le preoccupazioni della principale organizzazione dei commercianti occorre dare un'occhiata ai dati sull'andamento dei consumi «commerciabili» (quelli effettuati attraverso l'in-

tero sistema della distribuzione) degli ultimi mesi e anni. Dalle rilevazioni di **Confcommercio** (vedere il grafico qui sopra) risulta che un forte rallentamento è in corso già dal 2006, con una scivolata verso il basso a partire dall'autunno scorso.

Da novembre a febbraio, l'ultimo mese per cui sono disponibili le rilevazioni, il confronto con il 2007 è costantemente negativo. In gennaio c'è stato un arretramento dello 0,6 e in febbraio dello 0,5%. «Tutto questo avviene» aggiunge Rivolta «in una fase di aumenti di

prezzi che noi stessi accusiamo come tutti gli altri consumatori. Dal 2003 al 2007 tariffe e servizi sono cresciuti del 17,8% e l'inflazione dell'8,2%. Il settore della distribuzione ha fatto il possibile per non riversare i rincari sui consumatori, ma in questo modo si sono ridotti drasticamente i nostri margini di profitto».

La situazione si starebbe facendo difficile specie in alcune aree del Sud, dove alla fine degli anni Novanta importanti gruppi della grande distribuzione hanno fatto investimenti che non sempre si sono rivelati profittevoli. «All'epoca» prosegue Rivolta «tutti si attendevano per il Mezzogiorno una crescita economica importante, che invece non c'è stata. È un'altra emergenza che si aggiunge a quella più generale del commercio in Italia».