

Diario TERZIARIO

TURISMO • COMMERCIO • SERVIZI



INSERTO D'INFORMAZIONE DELLA FILCAMS CGIL

aprile | 2018

La fotografia di un settore in grande difficoltà nel dossier realizzato da Trade Lab e Filcams. Di Labio: "Sulla guerra dei prezzi la politica deflattiva di Amazon sta giocando un ruolo fondamentale"

di ROBERTA MANIERI



ELETTRONICA DI CONSUMO, serve una nuova strategia

L'elettronica di consumo sta subendo profonde trasformazioni, anche a causa dell'espandersi dell'e-commerce. Un mondo complesso, composto da tanti segmenti e diversi canali di vendita che incidono fortemente sulla distribuzione. Trade Lab, la società di analisi e consulenza – che insieme al Ce.Mu, il Centro studi multiservizi della Filcams, predispone report periodici sul terziario – ha elaborato per un corso di formazione della Filcams Cgil di Firenze un

approfondimento sul settore, mettendo in luce le trasformazioni e le difficoltà. Secondo i dati elaborati, gli elettrodomestici rappresentano il macro-segmento più rilevante di questo mercato (41%), mentre i due settori che negli ultimi anni hanno mostrato il più elevato livello di innovazione sono la telefonia, grazie agli smartphone (31%) e l'informatica (24%) con i tablet. La distribuzione dei prodotti di elettronica di consumo complessivamente è molto frammentata, ossia caratterizzata da

un numero rilevante di formati distributivi che si ripartiscono le quote di mercato attraverso posizionamenti e tipologie di offerta differenziati.

Il livello di multicanalità è particolarmente spiccato, oltre che rappresentato da casistiche singolari per ciascun segmento. Ci sono i Gsa, ovvero le grandi superfici alimentari: ipermercati e supermercati come Auchan, Carrefour, Esselunga, Ipercoop. Poi i Gss, cioè le grandi superfici specializzate, grandi superfici di elettronica, catene



DALLA PRIMA

CAMBIARE STRATEGIA E MODALITÀ DI VENDITA PER SOPPORTARE LA CONCORRENZA

organizzate quali Expert, Euronics, Mediaworld, Trony, Unieuro. Le Gsns, grandi superfici non specializzate, mercatoni, cash&carry, tra cui Conforama, Grancasa, Mercatone Uno, Metro; i negozi specializzati, negozi indipendenti, negozi di telefonia, fotografi, computer shop, software house, Tim, Tre, Vodafone, Amico

Shop, Apple Store, Computer Discount, Essedi eccetera. Infine, i siti online (Amazon, Mediaworld, Monclick) e altri canali: mobiliari, negozi specializzati per ufficio, rivenditori di autoaccessori, catene specializzate nell'intrattenimento multisettoriale (Mondadori, Feltrinelli).
 “La filiera dei prodotti di elettronica di consumo – spiega Luca Pellegrini, professore ordinario di marketing all’Università Iulm di Milano ed esperto del settore – è quella più

impattata dall’e-commerce e si tratta anche del settore in cui gli impatti si stanno manifestando, in Italia come in altri mercati, da più anni. È quindi ragionevole considerarli maggiormente consolidati, fermo restando che stiamo parlando di un fenomeno ancora in rapidissima evoluzione”. Le conseguenze del sempre crescente ruolo del web sono diverse, tra cui la riduzione dei punti vendita e delle loro dimensioni. “L’elemento che più ha creato problemi all’elettronica di consumo – spiega ancora Pellegrini

PRINCIPALI CATENE DI SPECIALISTI DELL'ELETTRONICA

PRINCIPALI GRUPPI (INSEGNE)	NUMERICA (gennaio 2018)	NUMERICA % (gennaio 2018)
EURONICS (Euronics, Euronics Point, Euronics City)	406	18,6%
UNIEURO	472	21,6%
GRE (Trony, Sinergy)	233	10,7%
DATAMATIC (Wellcome, Vobis)	320	14,6%
DIXE	260	11,9%
EXPERT (Expert Store, Expert Megastore)	307	14,0%
MEDIAMARKET (Mediaworld, Saturn)	115	5,3%
COMET	42	1,9%
SUPERMEDIA	15	0,7%
CIDICI (Amico Shop, Computer Discount, Essedi)	0	0,0%
STRABILIA	0	0,0%
APPLE STORE	16	0,7%
TOTALE	2.186	100%

Note: sono considerati sia punti vendita di proprietà sia associati. La numerica di DIXE è relativa al 2017

Lo scenario attuale è determinato da un processo di razionalizzazione dei punti vendita meno performanti in termini di vendite e da numerose operazioni aziendali straordinarie avvenute nel corso dell’ultimo triennio:

- fusioni (Unieuro e Marco Polo);
- acquisizioni (il gruppo Gre ha acquisito i punti vendita Darty e Fnac);
- cessazioni (Fnac, Darty, Eldo, Cidici).

CANALI DI VENDITA

La griglia sottostante evidenzia i canali di vendita (con format distributivi e alcuni esempi di insegne), con i relativi acronimi, che operano nell’elettronica di consumo e di cui si analizza il peso a valore complessivo e per ciascun segmento di mercato nelle pagine seguenti.

CANALI	FORMAT	INSEGNE (esempi)
GSA (Grandi Superfici Alimentari)	Ipermercati, Supermercati	Auchan, Carrefour, Esselunga, Ipercoop, ...
GSS (Grandi Superfici Specializzate)	Grandi superfici di elettronica, Catene organizzate	Expert, Euronics, Mediaworld, Trony, Unieuro, ...
GSNS (Grandi Superfici non Specializzate)	Mercatoni, Cash & Carry	Conforama, Grancasa, Mercatone Uno, Metro, ...
NEGOZI SPECIALIZZATI	Negozi indipendenti, Negozi di telefonia, Fotografi, Computer Shop, Software House	Tim, Tre, Vodafone, Amico Shop, Apple Store, Computer Discount, Essedi, ...
INTERNET	Siti on line	Amazon, Mediaworld, Monclick, ...
ALTRI CANALI	Mobiliari, Negozi specializzati per ufficio, Rivenditori di autoaccessori, Catene specializzate nell'intrattenimento multisettoriale	Mondadori, Feltrinelli, ...

Fonte: elaborazioni TradeLab su fonti aziendali

TREND NUMERICO DEI PRINCIPALI SPECIALISTI DELL'ELETTRONICA DI CONSUMO

PRINCIPALI GRUPPI (INSEGNE)	TREND 2011-2012 (gennaio)	TREND 2012-2013 (gennaio)	TREND 2013-2014 (gennaio)	TREND 2014-2015 (gennaio)	TREND 2015-2016 (gennaio)	TREND 2016-2018 (gennaio)	TREND TOTALE 2010-2018 (gennaio)
EURONICS	-35	-49	-57	-12	-7	-51	-211
UNIEURO	-12	-2	-	277	19	30	312
GRE	-3	-55	-6	16	21	-134	-161
DATAMATIC	-2	10	14	-5	36	11	64
CIDICI	-4	-69	-35	15	-206	-264	-563
EXPERT	17	20	-30	-198	-167	80	-278
MEDIAMARKET	22	5	3	-	-5	3	28
COMET	-	-	9	2	4	-3	12
SUPERMEDIA	1	-	-2	-	-	-16	-17
STRABILIA	1	-26	3	1	1	-23	-43
APPLE STORE						16	16
TOTALE	-15	-166	-101	96	-304	-351	-841



Fonte: elaborazioni TradeLab su fonti aziendali

► – è sicuramente l'e-commerce, ma in Italia è pesata anche la mancanza di innovazione tecnologica che in passato ha tenuto in piedi il comparto. La concorrenza tra punti vendita è tanta, per cui chi ha una struttura più forte è riuscito a reggere bene, altri meno. Come Trony, che aveva già una storia molto complicata, mentre Mediaworld sta cercando di reagire alle difficoltà ridimensionando i negozi". La concorrenza è tanta anche con l'online, dove proliferano sempre di più marchi dedicati esclusivamente alla tecnologia. Oltre al colosso Amazon, ormai padrone delle vendite su ogni tema, tra i marketplace più attivi ci sono E-price e Monclick. Il primo è, per valore di fatturato, il quarto marketplace di e-commerce in Italia, ma il primo specializzato nei prodotti di elettronica di consumo. Nel 2015 ha sviluppato un fatturato di 235 milioni di euro; mentre nel 2016, anno anomalo, ha messo in atto alcune operazioni straordinarie che lo rendono meno rappresentativo. Monclick è per valore di fatturato il secondo marketplace attivo nel nostro Paese specializzato nel segmento dell'elettronica di consumo; nel 2014 ha chiuso l'esercizio con quasi 77 milioni di euro di fatturato, mentre nel 2015 ha superato i 98 milioni. Poi nel 2017 l'azienda è stata interamente ceduta al gruppo Unieuro. Lo scenario futuro è difficile da prevedere, ma sicuramente qualcosa deve cambiare. "I marchi –

osserva il docente – devono proporre la vendita online e cercare di diminuire i negozi per spostare delle vendite sull'e-commerce". Meno superficie, meno spazio al magazzino, e competizione su internet: "Un cambiamento che non è detto possa essere del tutto negativo per l'occupazione che si potrebbe spostare sulla gestione dell'online, dal magazzino, all'impacchettamento alla consegna della merce". "I riferimenti del passato sono stati messi in discussione da un mercato che sta completamente mutando". Così commenta Alessio Di Labio, responsabile nazionale Filcams dell'elettronica di consumo: "L'online oltre ad aver rivoluzionato il rapporto con il cliente ha attaccato i margini del retail. I siti hanno minori costi fissi dovuti proprio alla mancanza di rete fissa e sulla guerra dei prezzi gioca un ruolo fondamentale la politica deflattiva di Amazon volta esclusivamente a guadagnare quote di mercato a cui i player della distribuzione specializzata hanno risposto con campagne promozionali particolarmente aggressive". Secondo l'analisi della Filcams nazionale, il combinato di riduzione della rete vendita e di abbassamento dei margini nelle imprese più solide come Unieuro e Mediaworld, ha generato le criticità sull'occupazione e sulle condizioni di lavoro e ha causato le crisi strutturali di alcune imprese relativamente più piccole,

tra cui le ultime due in ordine di tempo sono Galimberti Euronics in concordato preventivo e Dps Trony definitivamente fallita. Le ripercussioni sul lavoro sono rilevanti anche nel canale degli ipermercati – che continua a perdere quote di mercato sull'elettronica – tanto che alcune catene della grande distribuzione hanno definitivamente abbandonato il reparto multimedia. "Difficile fare previsioni sul saldo occupazionale – osserva Alessio Di Labio –, siamo in una fase assolutamente transitoria per poter affermare che ciò che si perde nei punti vendita si recupera nella logistica e nei trasposti, e comunque sarebbe utile fare una valutazione sulla polarizzazione territoriale della nuova occupazione. Al momento si cerca di arginare l'impatto occupazionale nel retail, ma nei casi più drammatici come Dps Trony non abbiamo neanche gli strumenti normativi per farlo". Quest'ultimo è stato il fallimento più drammatico: l'azienda lascia a casa più di 600 lavoratrici e lavoratori, la rete vendita del gruppo è all'asta. Se ci fosse stata l'opportunità della cassa integrazione, come prima della Fornero, molti di loro avrebbero potuto ritrovare un lavoro. "Ma senza ammortizzatori sociali – conclude Di Labio – le persone hanno preferito essere licenziate e andare in Naspi piuttosto che aspettare senza retribuzione un'incerta ricollocazione". ■

Si è tenuta a Roma la riunione dell'Alleanza sindacale mondiale. Vicinissimi nuovi accordi con Messico e Brasile. Il prossimo obiettivo è coinvolgere i lavoratori cinesi e indiani

di ROBERTO MASSARO

AMAZON

Un nuovo logo PER LE LOTTE GLOBALI

Dopo il successo degli scioperi del Black Friday, per Amazon si apre una stagione di proteste globali. E il primo banco di prova si è rivelato lo sciopero degli addetti tedeschi del colosso mondiale delle vendite online, proclamato nello stesso giorno in cui il suo "padre-padrone" Jeff Bezos riceveva l'Axel Springer Award 2018, che una casa editrice di impronta conservatrice assegna ogni anno a "personalità eccezionali che si sono distinte nell'innovazione, creando nuove strategie di mercato e mentalità, con attenzione alla responsabilità sociale". Quasi un controsenso, se si considerano le ragioni alla base delle proteste delle ultime settimane, con in capo le restrizioni, in Gran Bretagna, dei tempi concessi ai lavoratori per andare al bagno.

Il 19 aprile, a Roma, si è riunita l'Alleanza sindacale mondiale dei sindacati presenti in Amazon promossa da UniGlobal Union, proprio per affrontare le questioni che uniscono i lavoratori di questa multinazionale di tutto il mondo, tra Europa e America, con la ferma volontà di coinvolgere presto anche i colleghi indiani e cinesi mentre sono vicinissimi gli accordi con i



rappresentanti dei lavoratori di Messico e Brasile. Da Roma è partita l'azione coordinata che ha accompagnato i lavoratori tedeschi, sostenendoli e incoraggiandoli con un bombardamento mediatico partito da ogni angolo del pianeta. Ai rappresentanti del sindacato tedesco Ver.di, promotore della protesta, è arrivato il sostegno da molti paesi; dall'Italia alla solidarietà della Cgil e della segretaria generale Susanna Camusso, si sono associati i messaggi di Filcams Cgil, Filt, Nidil e Slc, le categorie che trasversalmente rappresentano i lavoratori dei tanti hub aperti ormai anche nel nostro paese.

"Le ragioni dei lavoratori tedeschi - ha scritto Camusso - sono anche in Italia oggetto delle nostre rivendicazioni e della nostra attività. Lottiamo per migliorare le condizioni di salute e sicurezza sul lavoro, per rivendicare relazioni sindacali corrette, per uno sviluppo economico sostenibile, per il nostro futuro e quello dei nostri figli". Dalla Spagna è arrivata

al coordinamento una proposta accettata all'unanimità e con enorme favore. "Amazon è una impresa globale - ci ha detto Ana Isabel Berceruelo del sindacato di categoria Fsc-Ccoo - e quindi gli strumenti che dobbiamo utilizzare devono essere globali. Dobbiamo smetterla di lottare in piccoli nuclei che sono i nostri paesi, dobbiamo farci vedere come una forza globale. Abbiamo modificato il logo di Amazon sostituendo al sorriso una smorfia. Utilizziamo tutti il logo di Amazon in lotta. Ogni paese lo utilizzerà nella propria lingua, ma l'immagine sarà identica per tutti. Un'azione coordinata, con l'utilizzo dello stesso messaggio in forma massiccia, avrà una ripercussione maggiore sui media e sull'opinione pubblica globale". E se la protesta sta cambiando, conformandosi ad un modello globale, un po' è anche merito dei lavoratori italiani e del loro sciopero in occasione del Black Friday, proclamato per



gli stessi motivi che hanno spinto i lavoratori tedeschi all'ultima lotta, il 24 aprile: ritmi di lavoro, scarsa attenzione a salute e sicurezza, bassi salari, abuso di contratti a termine e interinali, rifiuto a confrontarsi con i sindacati. "Da Piacenza siamo riusciti a far partire un segnale forte - dice Beatrice Moia, delegata Filcams nell'enorme hub Amazon di Piacenza - che si concretizza con la volontà di darci un coordinamento mondiale. Discutiamo finalmente su quali possono essere i risultati delle nostre azioni sindacali, convinti che l'unione in questo caso fa davvero la differenza e può darci la forza di quanto meno far preoccupare Amazon e intaccare l'immagine aziendale che vorrebbe dare di sé ai clienti di tutto il mondo". ■

COMMERCIO

APERTURE FESTIVE, la verità sul resto d'Europa

Intervista
a Barbara Bindner
di Uni Europa

In Italia, da più di sei anni, è ormai possibile decidere liberamente quando e se un qualsiasi tipo di negozio può aprire: non c'è più alcuna restrizione, né esistono limiti di orari o di giorni. Una concorrenza sfrenata, condotta per lo più dalla grande distribuzione, che sta danneggiando i piccoli commercianti e i lavoratori. Dopo aver constatato che la totale liberalizzazione non ha portato al diretto miglioramento dei consumi o l'aumento della comunicazione, i fautori del **sempre aperto** continuano comunque a sostenere la posizione come segno del progresso e di una maggiore civiltà, come accadrebbe nella maggior parte dei paesi Europei. Nella realtà però, è solo nel nostro Paese che non ci sono più vincoli, né obblighi di concertazione delle aperture. Proviamo, invece, a scoprire il panorama europeo con Barbara Bindner, coordinatrice del settore Commercio di Uni Europa.

Come sono regolate le aperture festive nei principali paesi europei?

In modo molto eterogeneo, visto che esistono diversi modelli. C'è quello **nordico**: nessun giorno libero in comune per tutti, ma accordi collettivi e alti livelli di retribuzione e misure per la conciliazione. Nei **Paesi dell'Europa centrale e orientale** c'è la completa liberalizzazione senza compensazione e pochissima contrattazione collettiva. Nel doversi confrontare con governi conservatori, i sindacati sono riusciti a proibire il lavoro domenicale (una domenica su due in Polonia, sette festività in Repubblica Ceca), ma la pressione

CGIL FILCAMS

LA FESTA NON SI VENDE

CAMPAGNA CONTRO LA TOTALE LIBERALIZZAZIONE DELLE APERTURE DOMENICALI E FESTIVE NEL COMMERCIO

dei sostenitori del “sempre aperto” continua. Per esempio, molte aziende in Polonia puniscono i lavoratori obbligandoli a lavorare il sabato fino alle 23.45 e a ricominciare il lunedì successivo alle 0.15. Il **modello austriaco e tedesco** prevede domeniche e feste libere, con rare eccezioni, e qui i consumatori e l'opinione pubblica sostengono la chiusura domenicale dei negozi. Infine la **Francia**: aperture domenicali e festive progressive, basate sui cambiamenti nei regolamenti (aree, numero di giorni) e pressione competitiva, con obbligo di contrattazione collettiva.

Quali sono le condizioni di lavoro nel commercio in Europa?

I risultati del progetto sulla salute e sicurezza del 2016 hanno mostrato l'esistenza di grossi problemi di natura ergonomica dovuti a carichi pesanti, posture e movimenti ripetitivi, che causano disordini muscolo-scheletrici. Le fonti primarie di stress sul posto di lavoro sono i carichi e i tempi di lavoro, le minacce e i rischi di tipo psicologico. Quello che abbiamo notato è un degrado nelle condizioni di lavoro, causato dalla pressione nel settore dovuta ad un'alta competizione. In particolare

nell'e-commerce, le condizioni di lavoro appaiono molto difficili, e il mancato rispetto delle norme nazionali è la prassi generale. Nelle nazioni dell'Europa centrale e orientale, i carichi e l'intensità di lavoro sembrano essere molto problematici. Speriamo che i partner sociali europei possano iniziare a sviluppare uno strumento per la valutazione del rischio che possa aiutare a trovare un approccio comune per migliorare questa situazione.

Si avvicina il Primo maggio, festività simbolo per i lavoratori di tutto il mondo. Il settore del commercio, alimentare e non, rispetterà le chiusure?

È una giornata molto simbolica, se ci sarà un qualche tipo di proibizione, il Primo maggio sarà incluso.

Uni Global Union ha avuto modo di affrontare il tema del lavoro festivo?

Siamo fondatori e membri attivi della Sunday Alliance, una rete di organizzazioni che riunisce membri del Parlamento europeo, della chiesa e di realtà a essa collegate, che organizza attività per influenzare Bruxelles affinché mantenga dei giorni comuni liberi dal lavoro. ■



ROMA

Auditorium, quando LA LOTTA PAGA

La vicenda Parco della Musica di Roma è emblematica di cosa voglia dire, oggi, affidare servizi in appalto senza tener presente, in caso di nuove assegnazioni, quali possano essere le conseguenze per i lavoratori che si trovano a dover rivendicare diritti che dovrebbero essere acquisiti. Un passaggio che a rigor di logica dovrebbe essere "indolore" per i lavoratori che lo subiscono, comporta invece momenti di lotta e proteste che – almeno in questo caso – hanno portato l'azienda a rivedere le proprie posizioni. Ma procediamo con ordine. All'Auditorium vengono appaltati i servizi

di guardiania, accoglienza e sicurezza non armata. Il 4 aprile, a seguito di un bando di gara, la gestione dei servizi viene assegnata alla Rear Multiservice Group, che vince con un ribasso notevole sulla base d'asta. Per i lavoratori si prospetta un cambiamento radicale, sia in termini di orari che di retribuzione. La società appaltante, infatti, pretende da subito di attuare un taglio drastico delle ore lavorate e di applicare un non ben precisato contratto di lavoro, per una paga base di 5,37 euro lordi l'ora, indipendentemente dalle mansioni svolte. Con i rappresentanti di Filcams Cgil Roma e Lazio i lavoratori hanno

immediatamente messo in luce tutti gli aspetti peggiorativi del nuovo contratto, a partire dalla mancata indicazione di un preciso contratto di lavoro di riferimento. Nel caso in questione, il cambio di appalto ha portato con sé l'applicazione di un contratto peggiorativo, come quello della vigilanza e servizi fiduciari, rispetto a quelli multiservizi e turismo applicati dalle ditte uscenti. I diretti interessati, per accendere i riflettori su una situazione inaccettabile, decidono di dichiarare uno sciopero ad oltranza; 59 lavoratori penalizzati dal cambio appalto presidiano l'Auditorium con picchetti e

Per un cambio d'appalto i lavoratori rischiano di essere penalizzati negli orari e nelle retribuzioni.

Dopo otto giorni di sciopero, però, l'azienda è tornata sui propri passi

di ROBERTO MASSARO

volantinaggi che coinvolgono i cittadini, i mezzi di informazione e le istituzioni. Regione e Comune di Roma si impegnano a risolvere la questione: il presidente Nicola Zingaretti con un comunicato in cui chiede che venga fatta chiarezza sulle storture del bando, la sindaca Virginia Raggi incontrando lavoratori e sindacati già il primo di giorno di sciopero. ➤

► La protesta dura otto giorni, al termine dei quali la Rear Multiservice Group accetta di rivedere i termini dell'appalto. Un successo che mette i lavoratori nella condizione di riprendere il lavoro aprendo un tavolo che formalizzi tutte le loro richieste. L'accordo armonizza il nuovo

rapporto di lavoro con quanto prevedeva il precedente appalto, in dettaglio: applicazione del contratto nazionale per i dipendenti da Istituti di vigilanza privata e servizi; l'azienda si dichiara disponibile ad attribuire un monte orario maggiore rispetto alle 130 mila ore contenute nel bando

di gara; paga oraria armonizzata: 7,27 euro per chi proveniva dal ccnl multiservizi e 8,09 euro per chi invece aveva come contratto d'applicazione il contratto del turismo; aggiunta di un ulteriore mensilità rispetto a quanto previsto dal ccnl servizi fiduciari che verrà liquidata interamente a giugno; per

tutta la durata dell'appalto (3 anni) viene reintrodotta l'articolo 18. "Nella vicenda Parco della Musica – chiude la nota Filcams Roma e Lazio – ringraziamo i lavoratori e le lavoratrici che si sono spesi in giorni e giorni di proteste, scioperi, presidi e volantaggi per difendere i loro diritti e la loro dignità". ■

PARLA UNA DELLE PROTAGONISTE

«L'unione fra generazioni ci ha dato più forza»

L'intervento di Zoe Balmas, delegata Filcams al Parco della Musica, all'assemblea delle donne Cgil per i 70 anni della Costituzione



L'unione di generazioni diverse di lavoratori ci ha dato molta forza, perché quello che può essere l'incoscienza di chi è più giovane ha aiutato chi invece era più grande e insicuro nel buttarsi in questa avventura, a prendere coraggio. La saggezza, invece, di chi aveva più esperienza ci ha aiutato a frenare l'impulsività, ad agire coscientemente. C'è stato uno scambio molto bello. Il rumore che abbiamo fatto con la nostra protesta ha fatto intervenire chi avrebbe dovuto occuparsene fin da subito, vale a dire il comune di Roma e la fondazione Musica per Roma; abbiamo attirato la loro attenzione e questo ha reso possibile che la società riaprisse un dialogo. Dopo otto giorni di sciopero abbiamo firmato un accordo, che non comprende tutto quello che volevamo, ma rappresenta un punto di partenza, avendo ottenuto almeno le condizioni per ricominciare a lavorare. La cosa più importante che abbiamo ottenuto, un risultato importante non solo per noi lavoratori dell'Auditorium ma per tutti coloro che sono coinvolti nei cambi appalto, è stato il fatto di mantenere l'articolo 18 all'interno dei singoli contratti di lavoro". ■

“**H**o 31 anni e da dieci lavoro all'Auditorium. Ci siamo trovati nella situazione di dover subire un cambio appalto con una gara scritta sulla base di un'offerta più vantaggiosa e vinta da una società che ha scaricato su di noi tutto quello che era stato il proprio rischio di impresa. Abbiamo provato a chiedere dei tavoli di trattativa, ma la società era molto convinta di quello che stava

facendo e ci siamo trovati a firmare contratti indecenti, con delle paghe che non arrivavano 5 euro netti l'ora. Abbiamo iniziato lo sciopero il primo giorno di lavoro con la nuova società: una bellissima esperienza che ci ha visto tutti uniti in una battaglia che ci ha coinvolto in prima persona riuscendo ad avere l'appoggio di tantissime realtà, non ultimi gli artisti che ci hanno appoggiato sui social.



Lieto fine per la lunga battaglia delle lavoratrici delle pulizie all'ospedale "Gianna Gaslini". Il racconto di Laura, una di loro: "Avevamo ragione a non rassegnarci"

di **VIVIANA CORREDDU**
funzionaria Filcams Cgil Genova

essersi commossa e fa commuovere anche me. Mi commuovo anche adesso mentre lo scrivo.

Lo sciopero, quando la sento al telefono, è fissato per il 23 aprile mentre, nel frattempo, i tagli per circa un milione di euro, stimati all'inizio del presidio permanente, si sono ridotti a poco più di 350 mila euro. Quali margini di profitto si intendeva fare allora sulla pelle dei lavoratori? Il 19 aprile, le organizzazioni sindacali si sono incontrate presso gli uffici della Coopservice, e la stessa si è resa disponibile a sottoscrivere un'ipotesi di accordo che prevede sia l'esclusione dei licenziamenti sia eventuali tagli di ore al personale interessato. Il 23 aprile, data in cui doveva verificarsi lo sciopero, si è trasformato in un giorno di assemblee con i lavoratori Coopservice. "L'ipotesi di accordo è stata votata all'unanimità e procederemo alla sua definizione in sede amministrativa presso la Regione Liguria – dichiara Giancarlo Guarneri, segretario Filcams Genova –. L'intesa mette in campo un meccanismo volontario di anticipazione al 'riposo pensionistico', allargato anche agli appalti pulizie degli ospedali San Martino e Galliera – conclude il sindacalista – e l'eventuale residuale delle maestranze Gaslini avrà garanzia occupazionale alle stesse condizioni sugli altri appalti sanitari gestiti da Coopservice sulla piazza genovese." La lotta paga, il presidio di 40 giorni non è stato tempo perso, e Laura aveva ragione a non rassegnarsi. ■

GENOVA

QUARANTA GIORNI in presidio, poi l'accordo

Il 28 febbraio appena trascorso l'ospedale "Gianna Gaslini", fiore all'occhiello della pediatria italiana, comunica i tagli di alcuni servizi a Coopservice, ditta che si occupa in appalto delle pulizie del nosocomio, e i primi di marzo arriva la procedura di licenziamento collettivo come una spada di Damocle sulla testa dei lavoratori. Nel contesto di cui parliamo dobbiamo necessariamente considerare che abbiamo a che fare con un'azienda ospedaliera gestita da una Fondazione privata che però vive grazie ai soldi pubblici. Nella diatriba di responsabilità rimpallate tra Regione Liguria, ente e azienda, la politica ha il dovere di dare un indirizzo forte alle scelte messe in campo in una situazione come questa, tanto più, e non è certo un

fattore da sottovalutare, che la partita giocata al ribasso sulla pelle dei lavoratori più fragili, quelli in appalto, mette in campo l'azzardo di giocare a sfavore anche dei piccoli pazienti che necessitano di un servizio di pulizia e sanificazione al top e non risicato. Le lavoratrici e i lavoratori Coopservice, hanno iniziato il presidio davanti all'entrata dell'ospedale il 20 marzo scorso. Un mese di presidio, in cui le facce si sono alternate e incrociate, prima e dopo ogni turno; vento, pioggia, sole. Laura è una di loro, e mi racconta di essere stanca, come lo sono i suoi compagni e compagne, ma rassegnata no. "Noi non molliamo" mi dice al telefono. "Vogliamo dire che già ora, con il taglio di ore, non riusciamo a garantire un servizio di pulizia e sanificazione

adeguato a un ospedale pediatrico. Vogliamo dire che se i licenziamenti avverranno, sarà anche peggio, ma senza il presidio rischiamo di essere invisibili". Laura è ferma mentre mi parla, e non mostra tentennamenti nella voce. Un grande esempio di dignità. Nicola Poli, funzionario che segue l'appalto per la Filcams Cgil di Genova, chiama "leonesse" le tante donne protagoniste di questa difficile avventura. Così le chiedo come sia possibile l'invisibilità per delle leonesse. L'invisibile non ruggisce. "Come ti senti in questi giorni? Invisibile o leonessa?" "Dipende dai momenti", mi risponde, e poi si ferma. Un silenzio inaspettato, considerando l'andamento deciso della telefonata. Mi chiede scusa poco dopo per

rassegna **sindacale**

Direttore responsabile Guido Iocca
Proprietà della testata Ediesse srl
Via delle Quattro Fontane, 109 - 00184 Roma
Editore Edit. Coop.
società cooperativa di giornalisti,
Via delle Quattro Fontane, 109 - 00184 Roma

Registro Tribunale di Roma
n. 13101 del 28/11/1969

Ufficio abbonamenti
m.radicioni@rassegna.it
06/44888201 - 06/44888296

Grafica e impaginazione
Massimiliano Acerra, Ilaria Longo

Diario TERZIARIO TURISMO COMMERCIO SERVIZI CGIL FILCAMS

Inserto d'informazione della Filcams Cgil
Via L. Serra, 31, 00153 Roma - tel. 06/5885102
e-mail: posta@filcams.cgil.it
www.filcams.cgil.it

A cura di Roberta Manieri
Ufficio Stampa
Filcams Cgil nazionale
Tel 06/58393127
Cell. 3494702077
ufficiostampa@filcams.cgil.it

Chiuso il 27 aprile 2018