

# LABORATORIO TERZIARIO

PERIODICO DELLA FISASCAT CISL DOCUMENTAZIONE DEL TERZIARIO TURISMO E SERVIZI

Poste Italiane Spa - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - DCB Roma - N. 2/2020 - Anno XIV



10 OTTOBRE Hotel Quirinale - ROMA



## IPER-EXIT 2019

### FUGA DAL FORMAT

La metamorfosi della GDO,  
le implicazioni sul lavoro



#iperexit2019

[fisascat.it](http://fisascat.it)





**IL SINDACATO  
del TERZIARIO  
TURISMO  
E SERVIZI**

**A PORTATA  
DI CLICK**

TG Lab è il notiziario settimanale online, a cura della Federazione FISASCAT CISL, con notizie, rubriche e servizi sui principali avvenimenti del mondo del lavoro nel Terziario, Commercio, Turismo e Servizi. Ogni venerdì è punto di riferimento e d'informazione dedicato alle tematiche sindacali e ai diritti dei lavoratori.

# LABORATORIO TERZIARIO

PERIODICO DELLA FISASCAT CISL DOCUMENTAZIONE DEL TERZIARIO TURISMO E SERVIZI  
Poste Italiane Spa - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - DCB Roma - N. 2/2020 - Anno XIV



10 OTTOBRE Hotel Quirinale - ROMA



## IPER-EXIT 2019

### FUGA DAL FORMAT

La metamorfosi della GDO,  
le implicazioni sul lavoro



#iperexit2019

[fisascat.it](http://fisascat.it)



# LABORATORIO TERZIARIO

PERIODICO DELLA FISCALE E DEI SERVIZI DI DOCUMENTAZIONE DEL TERZIARIO E DEL TURISMO E DEI SERVIZI

N. 2/2020 - Anno XIV

**Direttore Responsabile**

Pierangelo Raineri

**Editore, Redazione, Direzione,  
Amministrazione, Pubblicità**

Union Labor S.r.l.

Via dei Mille, 56

00185 Roma

Telefono 06.85359757

Fax 06.85359751

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

[unionlabor@unionlabor.it](mailto:unionlabor@unionlabor.it)

**Registrazione del Tribunale di Roma  
n. 485/2006 del 13/12/2006**

**ROC 17005**

**Redazione:**

Prof. Luigi Garattoni

**Progetto grafico e impaginazione:**

Fulvia Silvestroni

Paola Mele

**Foto a cura di:**

Marco Zeppetella

**Stampa:**

Romana Editrice S.r.l.

Via dell'Enopolio 37

00030 San Cesareo (Roma)

Finito di stampare nel mese di Settembre 2020



## PRESENTAZIONE

|                                                                     |        |
|---------------------------------------------------------------------|--------|
| <b>Davide Guarini</b><br><i>(Segretario Generale FISASCAT-CISL)</i> | pag. 5 |
|---------------------------------------------------------------------|--------|

## INTRODUZIONE

|                                                |     |
|------------------------------------------------|-----|
| <b>Emanuele Scarci</b><br><i>(Giornalista)</i> | » 6 |
|------------------------------------------------|-----|

## INTERVENTI

|                                                                                                       |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>Vincenzo Dell'Orefice</b><br><i>(Segretario Nazionale FISASCAT-CISL)</i>                           | » 9  |
| <b>Giorgio Sorial</b><br><i>(Vice Capo di Gabinetto MISE)</i>                                         | » 25 |
| <b>Donatella Prampolini Manzini</b><br><i>(Vice Presidente Confcommercio)</i>                         | » 35 |
| <b>Francesco Quattrone</b><br><i>(Direttore Area Lavoro e Relazioni Sindacali Federdistribuzione)</i> | » 41 |
| <b>Paolo Condini</b><br><i>(Responsabile Relazioni Sindacali ANCD)</i>                                | » 45 |
| <b>Roberto Savini</b><br><i>(Presidente Confcooperative Settore Consumo e Utenza)</i>                 | » 49 |
| <b>Mauro Bussoni</b><br><i>(Segretario Generale Confesercenti)</i>                                    | » 53 |
| <b>Stefano Guidi</b><br><i>(Responsabile Nazionale Commissione Lavoro e Formazione ANCC-Coop)</i>     | » 59 |
| <b>Andrea Cuccello</b><br><i>(Segretario Confederale CISL)</i>                                        | » 65 |

## APPROFONDIMENTI

|                                     |      |
|-------------------------------------|------|
| <b>Vincenzo Dell'Orefice</b>        | » 69 |
| <b>Donatella Prampolini Manzini</b> | » 73 |
| <b>Francesco Quattrone</b>          | » 77 |
| <b>Paolo Condini</b>                | » 81 |
| <b>Roberto Savini</b>               | » 85 |
| <b>Stefano Guidi</b>                | » 89 |
| <b>Mauro Bussoni</b>                | » 93 |
| <b>Andrea Cuccello</b>              | » 97 |

## RIFLESSIONI

|                                                                             |       |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------|
| <b>Vincenzo Dell'Orefice</b><br><i>(Segretario Nazionale FISASCAT-CISL)</i> | » 101 |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------|

## CONCLUSIONI

|                                                                     |       |
|---------------------------------------------------------------------|-------|
| <b>Davide Guarini</b><br><i>(Segretario Generale FISASCAT-CISL)</i> | » 105 |
|---------------------------------------------------------------------|-------|

SENTIAMO  
IL CALORE  
DI CASA PERCHÉ  
OGNI MOMENTO  
È PROTETTO.

Giorgio e Valeria



CASA & SERVIZI

**Garanzie su misura • Servizi Hi-Tech • Assistenza h24**  
Proteggi al meglio la tranquillità di casa tua. La sicurezza che cerchi, con l'innovazione di UNIBOX C@SA: il sistema di domotica avanzata che segnala le emergenze in tempo reale e interviene con una centrale di assistenza attiva h24.



**CONVENZIONE  
UNIPOLSAI**

Vantaggi dedicati  
agli associati.

rate mensili **TASSO ZERO\*** TAN 0% TAEG 0%

\* Finanziamento dell'importo di polizza incendio furto (importo a tasso zero (TAN 0,00%, TAEG 0,00%)) di Unipol Sai, da restituire in 54 rate mensili in base all'importo dell'importo di polizza incendio furto e maggiore di € 240,00. Esempio: importo totale del premio € 500,00 - TAN 0,00% - Commissioni di acquisto 0,00% - Importo totale dovuto dal cliente € 500,00 in 54 rate mensili da € 90,00 al mese. Tutti gli assegni del finanziamento saranno a carico di Unipol Sai. Unipol Sai aderisce all'associazione di Unipol Sai, C.R.A. Interbancario Finanziario dei Gruppi Italiani. Prima di aderire all'associazione, consultare le informazioni disponibili al sito del credito al consumatore (CCT) e l'Albanese documentazione prevista dalla legge di tutela in Agenzia sul sito [www.unipolsai.it](http://www.unipolsai.it) oppure nel caso di Unipol Sai, suggerire i contatti. Per tutti i contatti e per un'offerta più completa e personalizzata, rivolgerti all'agente Unipol Sai.

**CISL**  
Coordinazione Italiana  
Sindacati Lavoratori

**UnipolSai**  
ASSICURAZIONI

## **Presentazione di Davide Guarini**

*(Segretario Generale FISASCAT-CISL)*



Buongiorno a tutti. Costantemente all'ordine del giorno noi della FISASCAT abbiamo la situazione dei tanti lavoratori occupati nel settore della distribuzione commerciale e pensiamo che sia opportuno affrontare una discussione assieme ai nostri interlocutori istituzionali proprio per analizzare quella che è l'evoluzione della grande distribuzione. Abbiamo quindi convocato questa tavola rotonda, che necessariamente ha chi la conduce.

A questo scopo è qui con noi Emanuele Scarci, a cui chiedo di salire sul palco e che è un giornalista: per oltre trent'anni è stato giornalista del Sole 24 Ore e oggi è un blogger esperto della grande distribuzione, ma è anche un esperto di social media e in questo ambito ha maturato un'esperienza importante. Sarà lui a condurre questa tavola rotonda per cui ora io do la parola a Emanuele Scarci. Buon lavoro a tutti.

## Introduzione di Emanuele Scarci

(Giornalista)



Buongiorno a tutti. Questo intende essere un dibattito a più voci sulla “ristrutturazione” profonda che sta interessando la distribuzione commerciale in Italia. Dati, trend e scenari per comprendere appieno l’ascesa e il declino delle grandi superfici di vendita. L’ipermercato-mammut come metafora di una forma a rischio estinzione e il protagonismo delle forme emergenti di modello competitivo che lo sostituiranno, i risvolti occupazionali, la ridefinizione dei ruoli e delle professionalità.

Ma iniziamo i nostri lavori con la proiezione di un video che è stato approntato dagli operatori del TGLab della FISASCAT.



### TESTO DEL VIDEO

*“È un mosaico ancora tutto da costruire quello della grande distribuzione commerciale in Italia nell’era dell’e-commerce, dell’innovazione tecnologica, dell’invecchiamento demografico e della fuga dal format dell’ipermercato, oggi a rischio estinzione con all’orizzonte nuove forme emergenti di modello competitivo che lo sostituiranno.*

*Ma quali saranno gli effetti di una ristrutturazione profonda e della metamorfosi di un settore che nel 2018, al netto dell’Iva, secondo un recente*

*studio Mediobanca, ha registrato un fatturato aggregato a quota 83 miliardi di euro segnando una crescita del 4,4% rispetto al 2017 e, con 1.095 milioni di euro, il record di utili dal 2013? Quali saranno i risvolti occupazionali delle nuove centrali d'acquisto, delle partnership e delle aggregazioni – inevitabili e necessarie – che opereranno su un mercato sempre più consolidato ma che mostra le prime avvisaglie di saturazione?*

*Se il rilancio del retail passa necessariamente da una offerta commerciale che punti alla omnicanalità e alla qualità e alla sostenibilità del prodotto, ma anche dall'implementazione dell'offerta dei servizi, per la FISASCAT CISL sarà necessario – già nella fase dei rinnovi contrattuali di settore – investire sul potenziale professionale delle lavoratrici e dei lavoratori della grande distribuzione commerciale perché da questa, dal lavoro umano e dalla specifica e non riproducibile creatività – capace di orientare un consumatore sempre più consapevole – dipenderà gran parte del successo delle esperienze commerciali presenti e future.*

*Non solo capacità relazionale dunque ma anche una professionalità adeguata strettamente connessa alla capacità di “spiegare il prodotto”. Per la FISASCAT CISL la formazione continua e di qualità dovrà divenire un diritto individuale in capo a ciascun addetto, accanto a politiche di sostegno al reddito mirate, anche di origine contrattuale, che trovi una soluzione anche nella costituzione dei Fondi di Solidarietà bilaterali.*

*Iperexit produrrà dei cambiamenti profondi alla struttura della GDO che oggi impiega mezzo milione di addetti; un ruolo propositivo e partecipe delle organizzazioni sindacali potrà agevolare la radicale trasformazione del settore in una logica di responsabilità e solidarietà.”*

Devo aggiungere qualcosa a quanto è stato detto in questo video, che mi è parso abbastanza chiaro, sulla crisi dei consumi, o meglio sulla stagnazione, più che crisi, che ha portato alcuni riflessi pesanti sulle catene commerciali. Per esempio, tanto per rimanere sul tema, soltanto nel 2018 gli ipermercati hanno registrato una perdita di superficie del 2,5% in un solo anno, il loro numero è calato dell'1,5%: questi sono dati Nielsen, sono preparati da un ente indipendente, per cui dobbiamo crederci.

In Italia gli ipermercati erano al primo gennaio di quest'anno 432, per quanto riguarda la numerica, hanno perso 1,1%, quindi sono 5 iper che sono saltati; va invece bene il formato del superstore, che è abbastanza fermo, però ha una produttività molto elevata; invece i piccoli format e quelli molto piccoli soffrono; vanno benissimo i discount, che rubano praticamente clienti e vendite a tutti gli altri format.

Questo è il quadro generale, che non è piacevole.



8

Io passerei a questo punto a chiamare i nostri relatori, a partire da Vincenzo Dell'Orefice, Segretario Nazionale FISASCAT CISL, il quale terrà la relazione introduttiva; abbiamo poi Giorgio Sorial, Vice Capo di Gabinetto del Ministero dello Sviluppo Economico; Donatella Prampolini Manzini, Vice Presidente di Confcommercio; Mauro Bussoni, Segretario Generale di Confesercenti; Francesco Quattrone, Direttore dell'area lavoro e relazioni sindacali di Federdistribuzione; Stefano Guidi, Responsabile nazionale della Commissione Lavoro e Formazione di ANCC-Coop; Paolo Condini, Responsabile delle relazioni sindacali di ANCD; Roberto Savini, Presidente di Confcooperative Settore consumo utenza; Andrea Cuccello, Segretario confederale CISL; mentre a tirare le conclusioni dell'odierna tavola rotonda sarà Davide Guarini, Segretario Generale della FISASCAT CISL.

Ciò detto, diamo subito la parola a Vincenzo Dell'Orefice per la relazione introduttiva e poi, a seguire, agli altri nostri ospiti della giornata. Prego.



Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

La metamorfosi della GDO,  
le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Intervento di  
**VINCENZO DELL'OREFICE**  
(Segretario Nazionale FISASCAT-CISL)





# QuAS

Cassa Assistenza Sanitaria Quadri

La Qu.A.S. nasce nel 1989 sulla base di contratti nazionali del Terziario e del Turismo e ha lo scopo di garantire ai dipendenti con qualifica di Quadro assistenza sanitaria integrativa al Servizio Sanitario Nazionale

**QuAS**  
[www.quas.it](http://www.quas.it)

*Sappiamo come prenderci cura di Te!*



Buonasera a tutti e grazie per la partecipazione numerosa e, spero, interessata. Come diceva il nostro Segretario Generale Davide Guarini, noi abbiamo inteso proporre al Consiglio Generale questa mezza giornata di approfondimento sui temi della riorganizzazione in atto dei format commerciali, anche in vista di una fase che sta per iniziare e cioè quella dei rinnovi contrattuali.

Quindi non è un caso che gli ospiti di questa giornata siano prevalentemente rappresentanti delle associazioni datoriali con i quali interagiamo e ci piacerebbe capire se, quantomeno, partiamo da uno stesso punto di vista condiviso sulle condizioni del settore di riferimento.



Però, prima di iniziare questa mia brevissima introduzione, devo dire che, se è vero che noi oggi qui ci stiamo occupando di cose interessanti e importanti, però è altrettanto vero che altre cose importanti stanno avvenendo nel mondo e un'organizzazione sindacale queste cose non le può tacere.

Ieri c'è stato un attacco alla Sinagoga di Halle in Germania con due morti, cosa che fa riemergere i fantasmi di un passato che credevamo del tutto e definitivamente superato. Così come l'offensiva turca contro i curdi nel Nord-Est della Siria riporta alle cronache odierne le vicende di un popolo orgoglioso, ma tradito, anche questa volta, dall'occidente.

Io credo che le condizioni di benessere di una società, che poi hanno

comunque delle ricadute in termini economici e sociali, non possano mai prescindere dalle grandi dinamiche che interessano il mondo e che vedono spesso mietere delle vittime.

La giornata di oggi per la FISASCAT deve servire soprattutto a mettere sotto la lente di ingrandimento un formato commerciale che è stato – quindi forse è già il caso di parlare al passato prossimo – l'ipermercato, il quale è stato sicuramente parte di quel balzo in avanti che la società italiana ha conosciuto con l'esperienza del consumo, per la prima volta vissuta come un'esperienza di massa.



Il primo ipermercato in Italia è stato aperto il 16 settembre del 1971 a Castellanza in provincia di Varese. Oggi lì c'è ancora un ipermercato, ma naturalmente non è più dell'insegna che lo avevo aperto, perché quell'insegna nemmeno c'è più: era la Maxi Standa, adesso è il Gigante. Quell'ipermercato ha conosciuto una condizione che molti ipermercati stanno conoscendo in questo passaggio storico e cioè una riduzione della superficie di vendita, perché, come evidenzia l'ultima fotografia della slide, in quell'ipermercato adesso c'è anche un McDonald's, quindi quella superficie è stata ripartita fra più e diversi attori commerciali.

Per una piccola notazione di costume diciamo che, se l'ipermercato in Italia ha 48 anni, la FISASCAT quest'anno ha celebrato il suo settantesimo anniversario e sabato compierà 71 anni, quindi la FISASCAT c'era anche prima degli ipermercati in questo Paese e noi punteremo a restarci anche dopo, naturalmente.



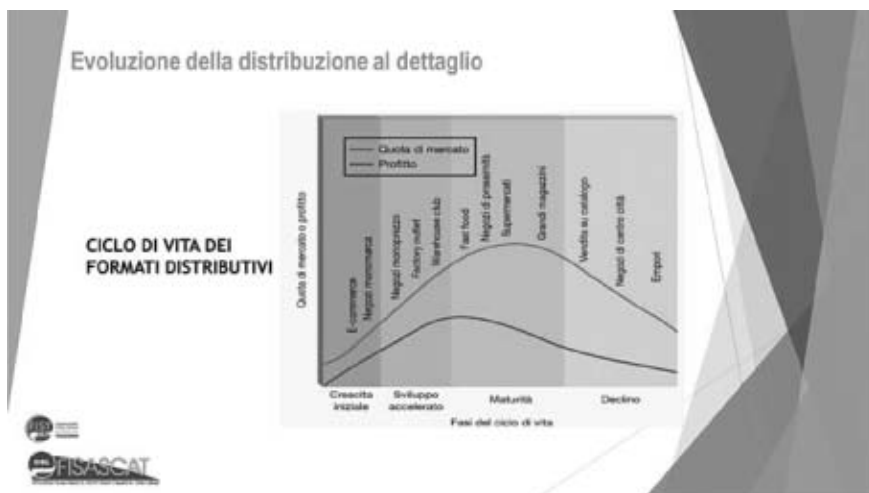
Quindi l'ipermercato, come è stato detto opportunamente nell'introduzione di questi lavori, è stata la metafora di una propensione all'acquisto avvertita come esperienza di massa in questo Paese. Oggi le condizioni sono un tantino diverse: mentre l'ipermercato è nato in Italia nel 1971, in un periodo in cui appunto c'era una spinta al consumo e molti italiani facevano per la prima volta l'esperienza dell'acquisto, anche, per esempio, di alcuni elettrodomestici, oggi il Censis ci dice che siamo in una condizione del tutto diversa, nel senso che, da un punto di vista del contesto socio-economico, viene avanti una neo sobrietà che influisce anche sulle scelte d'acquisto dei consumatori.

Invece l'evoluzione della Distribuzione Moderna Organizzata sta ripiegando verso una nuova specializzazione e la multicanalità e punta sempre di più a format più piccoli con costi di struttura inferiori rispetto al passato.

Come reagirà l'ipermercato alla prova dello sgretolamento del "non food"? Da un punto di vista dei consumi alimentari infatti, tutto sommato, c'è una tenuta sostanziale e trasversale ai diversi format, al di là di qualche dato congiunturale. Si è aperta invece quasi una voragine nei conti economici delle aziende relativamente alla parte dei ricavi che riguardano le vendite "non food", quindi c'è un riposizionamento da elaborare da parte delle grandi catene distributive e probabilmente viene meno un grande assunto, che ha retto fino ad oggi rispetto alla concezione di questi grandi format, ovverossia che si sarebbe riusciti con un'unica formula commerciale a tenere assieme tutti i clienti, tutti i gusti dei clienti. Forse è questo che oggi non è più vero, o almeno è meno vero rispetto al passato.



Con la terza slide vi proponiamo di riflettere su un altro aspetto, che sta interessando il nostro mercato, ma che propone un approccio di carattere ciclico alle dinamiche commerciali. Quella che vedete è la ruota del dettaglio, la quale spiega bene, per il format che oggi stiamo analizzando, che vi è una prima fase in cui i prezzi sono, tutto sommato, bassi e anche i margini lo sono. Poi c'è una seconda fase, quella della maturità, in cui margini e prezzi salgono. Invece nella terza fase, quasi per una logica fisiologica naturale, il format commerciale imbocca la strada del lento declino.



Ciò si vede meglio nella quarta slide, dove abbiamo riportato il modello del ciclo di vita dei format. Come vedete, mentre l'e-commerce sta muovendo i primi passi, come fosse un bambino, le formule più mature cominciano a perdere in termini di volumi e conseguentemente registrano delle perdite di marginalità.

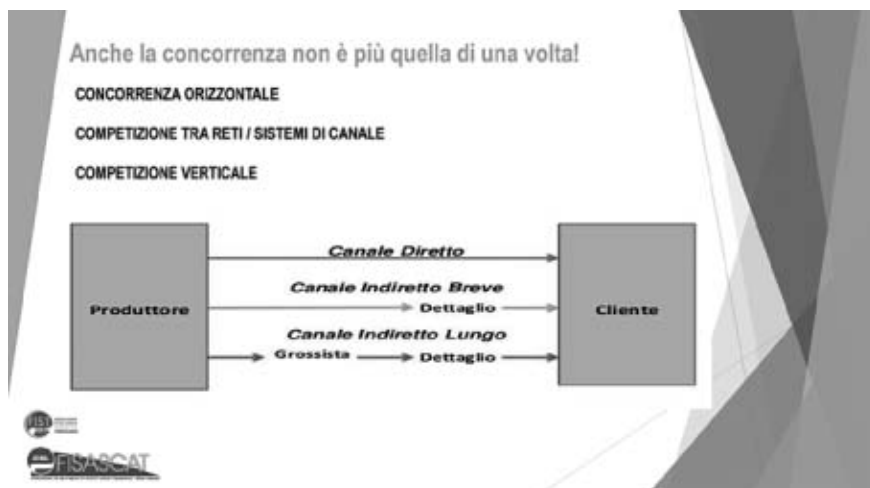


Questo accade da noi, ma con la quinta slide si capisce bene come invece gira la storia nel resto del mondo. In Cina, per esempio – ma è fin troppo semplice chiamare la Cina quale elemento di paragone per spiegare la fase declinante del format – siamo in una fase di decollo rispetto alle grandi superfici di vendita.

Guarda caso Auchan ha pensato bene di investire lì con dei partner di sicuro impatto e non solo, naturalmente sulla formula ipermercato. Lì la metratura media è di 20.000 metri quadrati e i fatturati, anche per le condizioni demografiche della Cina, sono già arrivati a livelli impensabili per noi. Ma lì Auchan sta pensando bene di darsi alla multicanalità in maniera molto spinta.

Ebbene la sesta slide ci dice che anche il modello della concorrenza in questo Paese sta cambiando radicalmente, quindi la grande superficie di vendita, oltre che fare i conti con dei costi di struttura che nella maggior parte dei casi non sono più sostenibili per i ricavi originati, se la deve vedere, anche per via della graduale affermazione dell'e-commerce, con un nemico nuovo, vale a dire la vendita diretta da parte dei produttori presso la clientela.





Quindi non vi è più la concorrenza tradizionale tra sistemi distributivi, tra format di diversa natura, pur facenti parte delle stesse catene distributive, ma vi è una concorrenza del tutto nuova con outlet e spacci aziendali, che fanno sicuramente volumi e si affermano in maniera significativa.

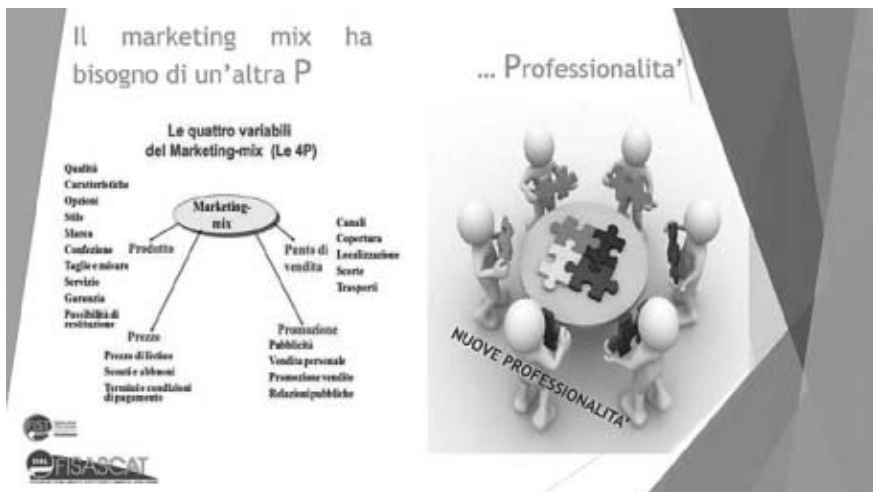
16



Con la settima diapositiva noi riteniamo che vada inquadrato un ragionamento generale rispetto al tipo di posizionamento competitivo di un format. Questo è un grafico in cui sono riportate le maggiori formule di vendita, che sono presenti anche nel nostro Paese.

Con questa matrice di posizionamento si analizzano il valore aggiunto creato dai vari format e l'ampiezza dell'assortimento.

Come vedete, ad un'ampiezza alta corrisponde nel caso dei grandi magazzini anche un'alta capacità di creare valore aggiunto, mentre per quanto riguarda i negozi specializzati, naturalmente con una ridotta gamma di assortimento, abbiamo un valore aggiunto piuttosto alto e noi crediamo che la collocazione di un ideale tipo di format, che surrogli l'ipermercato o altre superfici, debba trovare una collocazione mediana in quello schema, nel senso che dovrà riproporre la capacità di avere un assortimento che si collochi nel mezzo e che sia continuamente aggiornabile, perché mutabili sono gli orientamenti al consumo da parte della clientela.



In questo caso con l'ottava slide noi riteniamo che il *marketing mix* costituito dalle 4 P (prodotto, prezzo, punto di vendita e promozione) vada integrato con una quinta P, che è quella delle professionalità. Infatti noi riteniamo che nel futuro della grande distribuzione organizzata – e nella nona slide lo si capisce in maniera molto efficace – il successo delle formule distributive passerà sempre di più per l'esito dell'interazione tra chi vende un prodotto e chi lo acquista e quindi sicuramente la componente non solo relazionale, ma umana dell'esperienza di vendita dovrà essere aggiornata, rivista profondamente e riformata.

### Consumi e stili di vita: scelte valoriali

La moderna distribuzione è una «frontiera avanzata» e deve misurarsi con nuovi sistemi di valori, non solo con abitudini di consumo.

(Fonte Censis, 2017)

|                                                                                    | REGOLARMENTE | DI TANTO IN TANTO | MAI   |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------------|-------|
| prodotti locali                                                                    | 71,8%        | 28,7%             | 1,5%  |
| prodotti Dop/igp                                                                   | 33,5%        | 57,3%             | 9,1%  |
| prodotti biologici (frutta, verdura, carne, ecc.)                                  | 26,7%        | 51,8%             | 21,5% |
| prodotti gamma medio-alta (vini, formaggi pregiati, ecc.)                          | 25,5%        | 57,8%             | 16,7% |
| prodotti alimentari del commercio equo e solidale                                  | 18,8%        | 57,7%             | 23,7% |
| prodotti per particolari esigenze alimentari (senza glutine, per l'infanzia, ecc.) | 17,1%        | 32,2%             | 50,7% |
| prodotti etnici                                                                    | 11,6%        | 58,8%             | 37,6% |



Quella precedente è una scaletta del Censis, come anche quella successiva, in cui vengono analizzate le abitudini di spesa nuove, che si stanno affermando: la spesa oggi è più social, ha una dimensione più collettiva, ha sicuramente un'impronta etica, sempre di più risponde, insomma, ad esigenze di carattere non solo quantitativo ma anche qualitativo, che esulano da tutto quello che abbiamo visto e conosciuto fino ad oggi.

18

### Consumi e stili di vita : l'età influisce

Cosa gli italiani si aspettano di trovare nel prossimo futuro nei punti vendita Distribuzione moderna organizzata, per età (Fonte Censis)

|                                                                                | Millennials | Totale |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------|
| Sempre più nuovi prodotti e servizi a prezzi competitivi                       | 32,7%       | 43,8%  |
| Coupon personalizzati da scontare subito alla cassa                            | 38,8%       | 42,3%  |
| Personale preparato e disponibile che l'aiuta a capire e scegliere velocemente | 29,0%       | 33,3%  |
| Modalità più veloci e più semplici di pagamento                                | 32,7%       | 29,2%  |
| Orari di apertura più flessibili e prolungati                                  | 30,6%       | 25,9%  |
| Offerte rivolte a lei personalmente in tempo reale sullo smartphone            | 27,6%       | 21,4%  |
| Disponibilità di servizi utili come posta, banca, lavanderia, ecc.             | 13,4%       | 21,1%  |
| Il wi-fi                                                                       | 27,0%       | 17,8%  |



E poi c'è la dinamica anagrafica, di cui occorre tenere conto: in questa slide il Censis, sulla base di dati del 2017, analizza la propensione al consumo dei millennials. E che cosa ci consegna quella tabella? Noi per onestà intellettuale l'abbiamo riportata così come è stata elaborata e purtroppo da quella tabella si evince che sugli orari di apertura commerciale i millennials hanno un'opinione diversa rispetto a tutta la media dei consumatori: vorrebbero negozi sempre e più aperti. Non vorrei suscitare arrabbature in sala, però questi sono dati di tendenza che devono far parte necessariamente della nostra analisi.

**Cosa aspettarsi**

Le unità di vendita saranno sempre più delle vere e proprie **piattaforme relazionali**, ad **alta intensità di tecnologie** (accessibili), capaci di promuovere personalizzazione e di facilitare la vita dei clienti: in sostanza, hub che condensano valori e prodotti.

In relazione alla P di Punto Vendita del Marketing mix:

- Fattore dimensionale (negozi più contenuti);
- Collocato nei **centri storici** (o comunque nei **centri abitati**).

Logos: Censis, FISASCAT

La decima diapositiva ci riporta a un ragionamento che avevo precedentemente solo sfiorato, vale a dire cosa ci si aspetta dal punto vendita del futuro. Quando parliamo di futuro, parliamo di un futuro piuttosto immediato, non di una visione ventennale, parliamo – e con buona approssimazione – dei prossimi 3/5 anni: ebbene i punti vendita del futuro è probabile che siano delle piattaforme relazionali ad alta intensità tecnologica e capaci di offrire la personalizzazione dell'esperienza di vendita.

Riteniamo, sulla base delle elaborazioni dei vari Guru che imperverano nel settore, che questo sia l'orientamento di fondo che le grandi catene distributive rincorreranno. Però ci sarà una componente nelle abitudini di acquisto sempre più social e con la slide successiva riportiamo due casi che secondo noi la possono dire lunga anche rispetto a ciò che ci attende.



Il *socialtailing*, vale a dire il commercio sociale di comunità, è una delle possibilità che la grande distribuzione ha davanti e sta già vedendo degli esperimenti molto interessanti in giro per il mondo. Pensiamo, per esempio, a “Im Viadukt”, che è un centro commerciale aperto a Zurigo sotto una ferrovia, praticamente sotto un viadotto, e in cui trovano ospitalità degli imprenditori indipendenti.

È un caso emblematico, significativo e, a mio avviso, molto importante, perché è una storia che tiene insieme non solo un progetto di socialità molto forte – lì sono state coinvolte le popolazioni locali per reinventare il ruolo di quei luoghi, per dare spazio all’auto imprenditorialità e per valorizzare i prodotti a km 0 e le esperienze imprenditoriali locali – ma anche un’attività fortemente informatizzata.

Altrettanto vale per la community “Naked wines”, che consente di acquistare in anticipo rispetto alle campagne di vendemmia dei vini prodotti da imprenditori indipendenti.

Noi crediamo che questa sia una traiettoria possibile, che la grande distribuzione in Italia potrà intercettare e perseguire, che sia anche questo un nuovo modo di declinare se stessa, avendo bene a mente il sociale.

È chiaro che anche altri filoni si stanno imponendo, come la green retailing, il retail del verde, per le maggiori attenzioni che pone rispetto ai temi ambientali, oppure il liquid retail, cioè quelle formule dirette che permettono un acquisto e una frequentazione differenti.



Con la slide successiva noi affermiamo che ci debba essere anche una forte spinta all'innovazione tecnologica nell'ambito delle imprese della grande distribuzione organizzata; e non tanto perché *"fa figo"* da un po' di tempo a questa parte ripetere in maniera un po' pedissequa il birignao dell'innovazione 4.0, oppure 5.0 e via dicendo, ma perché riteniamo che un sistema produttivo come il nostro, che produce merce di qualità, tanto per intenderci, abbia tutto da guadagnarci da un sistema di *blockchain technology*, che consenta di avere contezza della tracciabilità dei prodotti.

Crediamo infatti che un sistema che si candida a rappresentare, almeno per l'agroalimentare, una delle eccellenze del mondo, non abbia da temere alcun problema dal fatto che, nell'ambito della distribuzione organizzata, grazie alle nuove tecnologie, il cliente possa avere contezza dell'origine e del percorso che la merce che acquista ha compiuto.

Il cambiamento che sta vivendo la grande distribuzione organizzata è un cambiamento che non può essere solo ed unicamente declinato sulla base dell'idea che sia sufficiente ridurre la superficie degli ipermercati per far passare la notte, ma crediamo che delle trasformazioni più profonde stiano intervenendo in seno alla domanda di beni e servizi e sarebbe sciocco non tenerne conto.

Noi crediamo, come abbiamo provato a dirvi, che il cambiamento del retail abbia un segno preciso: questo cambiamento porta un messaggio di carattere relazionale, valoriale, comunitario, personalizzato, ad alta tecnologia e di prossimità. C'è bisogno di interpretare davvero le comunità di riferimento, se quelle comunità si vogliono trasformare in clienti.



Non ci attende un lavoro semplice: uso il “noi” per dire che queste sfide non le possiamo affrontare da sole come organizzazioni sindacali. È probabile che non siano sufficienti nemmeno gli imprenditori per affrontarle in maniera efficace.

22

Secondo la FISASCAT è necessario predisporre un piano importante di riqualificazione e formazione del personale: crediamo che questa sia una traccia da battere anche in occasione del prossimo ciclo dei rinnovi dei contratti collettivi nazionali di lavoro applicati al settore. Crediamo infatti che la professionalità – o una accresciuta professionalità – sia la migliore garanzia di cui imprese e lavoratori possano disporre per essere più forti e competitivi all'interno delle mura della propria azienda e anche più facilmente ricollocabili fuori dalle mura di quella azienda, quando viene da far fronte a degli aggiustamenti ciclici del livello occupazionale di catene o singoli negozi.





Però bisogna crederci. E soprattutto non si può derubricare un bagaglio necessario di formazione di professionalità alla sola relazione. Guardate: quando ci capita di sentire che è sufficiente che la cassiera sorrida per far andare bene un negozio, ebbene noi non ci stiamo, perché evidentemente chi dice queste cose non ha compreso sino in fondo che cosa significhi fare retail in Italia.

E se si pensa che un lavoratore del retail deve solo sorridere per aiutare a vendere, vuol dire che non solo si sta disprezzando la professionalità di quel lavoratore ma probabilmente si disprezza anche la propria impresa e la propria mission imprenditoriale, mettiamola così. Il lavoratore del retail ha una professionalità che va aggiornata continuamente, perché bisogna fare i conti con un tasso di tecnologia che ci auguriamo possa innalzarsi anche nel retail italiano, come già sta accadendo in giro per l'Europa.



Per quanto riguarda invece gli aspetti più generali e di contesto, noi riteniamo che il retail, la grande distribuzione organizzata, il commercio abbiano bisogno di uscire da quel cono d'ombra nel quale per troppo tempo è stato ricacciato un settore, che, come tale, merita delle politiche di settore.

Noi riteniamo che sarebbe una cosa nuova, una novità importante per questo Paese se il decisore politico, nel caso specifico il Ministero dello Sviluppo Economico, volesse dare vita ad un tavolo permanente non

solo per ragionare sulla ristrutturazione in atto nella grande distribuzione organizzata con la compressione dei format, ma anche per capire quante e quali siano le implicazioni sul lavoro che la nuova tecnologia indurrà nell'ambito della grande distribuzione organizzata.

Credo che i lavoratori che si procurano il reddito per sé e per le loro famiglie, svolgendo un compito anche sociale – perché sono capaci di tenere aperti i negozi, vendere beni alimentari e spesso offrire servizi ai clienti e ai cittadini – siano un qualcosa che meriti l'attenzione anche del decisore politico.

Quindi ci sono tante cose da fare e il futuro – come dichiara anche il titolo probabilmente un po' apocalittico di questa giornata – potrebbe anche riservare delle spiacevoli novità. Tuttavia bisogna avere ottimismo per fare il mestiere che facciamo noi, ma, mi permetto di dire, anche per fare quello che fate voi e quindi ci deve soccorrere una bella frase di Abramo Lincoln che disse: *“La cosa migliore del futuro è che arriva un giorno alla volta”*. Grazie.



## EMANUELE SCARCI

(Giornalista)

Grazie dell'intervento a Vincenzo Dell'Orefice, Segretario nazionale FISASCAT CISL. Ora passiamo a Giorgio Sorial: credo che debba andare via, per cui lo ascoltiamo subito. So che aveva preparato una cosa per noi, però anche la proposta di Dell'Orefice sul tavolo permanente mi pare interessante: credo che si affiancherebbe bene all'Osservatorio nazionale sul commercio che viene curato dal MISE.

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Intervento di  
**GIORGIO SORIAL**  
(Vice Capo di Gabinetto MISE)





## L'ASSISTENZA ARRIVA **IN METÀ TEMPO**

Dal 1° luglio per tutti i nuovi iscritti il tempo di attivazione per la copertura sanitaria è ridotto da 6 a 3 mesi.

Perché il tempo per noi è salute!

Informati su [www.fondouest.it](http://www.fondouest.it)  
**IN FONDO, CONTA LA SALUTE.**



**Fondo Est**

assistenza sanitaria integrativa  
commercio turismo servizi e settori affini

Innanzitutto vi voglio ringraziare per l'invito, per il momento di confronto che abbiamo e ringraziare sicuramente anche chi mi ascolterà per l'attenzione che potrà dedicarmi in questi minuti.

Siccome sono già stati forniti molti dati in precedenza, magari parte dei dati della mia presentazione li saltiamo e andiamo avanti velocemente per poi fare una serie di ragionamenti, che sono già stati anticipati in parte da Dell'Orefice.

Questi sono dati di settore, sono dati che riguardano qualcosa che molti di voi e molti di noi riscontrano nella vita quotidiana: sono dati relativi al commercio e riguardano il periodo 2007-2017. Prendo come riferimento 10 anni perché la questione di 10 anni ci fa capire che effettivamente la crisi ha impattato in modo particolare non solo sui consumi, ma anche sugli atteggiamenti e questo lo collego anche a quella che è l'esperienza di consumo.

Infatti prima si è parlato del consumo, dei modelli di consumo, del consumo di massa, ma in realtà il consumo non ha riguardato solo l'acquisto di beni, il consumo ha riguardato anche un'esperienza. Se si è passati da un modello che era differente rispetto a quello di oggi, per il futuro però ci è stato indicato un modello che noi conosciamo già, quello dei negozi di vicinato, quello di un'esperienza sempre più professionalizzante per chi vende e di valore aggiunto per chi acquista.

Comunque c'è un tema fondamentale che riguarda l'esperienza dell'acquisto e cosa ha voluto dire l'esperienza dell'acquisto per molte persone. Io sono figlio di operaio ormai pensionato e casalinga e ho sempre vissuto l'acquisto della spesa il sabato: era quella la giornata della spesa. Parliamo di ipermercati, quindi molte volte parliamo anche di contenitori più ampi, che sono i centri commerciali.

E poi alla domenica c'era la passeggiata, ma la passeggiata era sempre nello stesso posto del giorno prima, dove si era fatta la spesa, perché c'era l'acquisizione di un'esperienza che non era legata più all'acquisto, o forse perché comunque sia il livello reddituale non ti permetteva di fare altro. È un ragionamento che sussisteva nelle persone e riguardava soprattutto alcune parti del nostro Paese: io sono di Brescia, dove magari a dicembre non puoi pensare di andare a farti la passeggiata in corso perché le condizioni climatiche sono tali per cui non te lo permettono.

Quindi acquisisci anche tu, consumatore, un modo di ragionare per cui la spesa da un lato si acquista in un certo luogo, ma la spesa diventa anche il tempo per un'esperienza di massa e questo è un percorso a cui si è arrivati passo dopo passo.

Possiamo ritenere che fosse giusto e possiamo ritenere che fosse sbagliato andare in questa direzione, però ci siamo andati e probabilmente lo abbiamo fatto senza una visione, seguendo quelli che erano dei trend di consumo.

Forse oggi noi dovremmo interrogarci di più se i trend di consumo ci stanno portando sempre nella direzione corretta, chiederci dove vogliamo portare le persone anche dal punto di vista culturale e ragionare se li portiamo in una direzione completamente sbagliata. Siccome prima si faceva riferimento ai negozi di vicinato e alla professionalizzazione delle persone, dobbiamo anche chiederci, nel caso in cui scomparisse l'Iper, se effettivamente ci saranno dei danni.

Ma bisogna chiedersi anche quali sono stati i danni che in qualche modo sono arrivati con l'introduzione dell'Iper nelle nostre città e questo mi anticipa un ragionamento che dovremo fare poi alla fine in merito al tavolo istituzionale perché dovremmo chiederci se l'Iper, che grazie a Dio c'è stato e dove molti hanno trovato lavoro, in un modo o in un altro ha cambiato il punto di vista culturale, la costituzione della nostra città, la presenza all'interno dei nostri centri storici di negozi che erano profondamente legati con un artigianato che era per lo più locale, legato al territorio, a un'esperienza di vendita che era veramente in quel caso legata anche all'aspetto professionalizzante del commesso, perché chi entrava in un negozio di quella natura cercava un suggerimento, cercava l'ascolto. Molte volte andavi per parlare direttamente con la commessa o con il proprietario del negozio stesso per avere un suggerimento su un prodotto da acquistare.

Poi abbiamo fatto delle esperienze completamente differenti, quindi ritorno al tema dell'esperienza. Dobbiamo capire che tipo di esperienza probabilmente le persone si aspettano ora, se l'esperienza che ci ha portato al modello di consumo attuale sia l'esperienza corretta e verso dove la politica, le istituzioni, ma anche chiaramente le organizzazioni sindacali dei lavoratori e le organizzazioni datoriali, pensano di dover andare, quale sia la visione di esperienza, il modello di consumo a cui vogliamo in qualche modo tendere come Paese, perché la visione in alcuni casi ti obbliga e ti direziona in un determinato modo.

Alla fine dei dati ho parlato poco. Mi dovete scusare. Questi comunque sono i dati di settore: era importante averne un'idea, ma giusto per introdurre il tema e per spiegare quello che è successo ad alcuni nostri tavoli, ad alcuni incontri che abbiamo avuto a livello ministeriale, i quali hanno riguardato il tema delle insegne importanti, ma hanno riguardato anche, secondo me, modelli differenti sia di vendita, che di consumo, che sono poi anche modelli differenti di professionalizzazione.

Non parlo di Tuodì o di Mercatone Uno perché ne abbiamo parlato già abbastanza e molti di voi sono anche venuti ai nostri tavoli, considerato che vedo gran parte degli operatori delle organizzazioni sindacali che con noi hanno fatto questo percorso. Ma ora c'è chiaramente il tema di Auchan, che si ripercorre molto in questi giorni.

Io di Auchan ricordavo la CittàMercato. Adesso si è fatta avanti CONAD e, quando ci siamo incontrati al tavolo, ho pensato fra me e me che forse, rispetto ad un'insegna francese, saremmo ritornati verso un ragionamento un po' più nazionale. Però so che proprio di queste ore, di questi giorni è il tema legato a come alcuni operatori, seppure in qualche modo molto legati al territorio nazionale, si rapportano con le organizzazioni sindacali, con l'obiettivo di avere una forza lavoro che sia sempre più valorizzata e che si trovi in condizioni diverse da quelle di un cane che si morde la coda, perché il lavoratore che lavora in quei punti vendita è poi anche consumatore.

Forse molte volte le aziende di molti settori, ma soprattutto le aziende della grande distribuzione organizzata, si dimenticano del lavoratore, che poi in qualche modo fa pubblicità negativa allo stesso punto vendita, alla stessa catena distributiva in cui lavora per il trattamento lavorativo o per il rapporto sindacale.

Per la grande distribuzione stessa quindi forse quell'investimento in più si potrebbe fare, per riuscire ad attrarre un sempre maggior numero di consumatori presso le proprie insegne. La fiducia nasce anche dal rapporto diretto con i propri lavoratori: un sorriso fa bene, ma i lavoratori poi si ritrovano al di fuori del punto vendita stesso e tra di loro non si parla solo di sorriso, ma di nuovi tipi di professionalità. Loro, al di fuori del punto vendita, sono i primi veri rappresentanti dell'azienda nella propria cerchia.

Su questo tavolo ci sono varie questioni in essere in questi giorni, anche dal punto di vista della contrattualistica e della cessione che sta avvenendo di alcuni punti vendita e del cambio di insegna. Io penso che entro fine mese comunque faremo un tavolo di monitoraggio presso il Ministero dello Sviluppo Economico proprio per capire quali sono le tematiche che





stanno riguardando soprattutto il grosso cambio di insegne dei punti vendita più grandi, perché quello è un grosso tema che investe il rapporto con le organizzazioni sindacali e la contrattualistica del lavoratore.

Io parlo di crisi e di vertenze aziendali tutti i giorni, quindi, in un momento in cui ho la possibilità di parlare di visione, vorrei andare un po' di più, magari, a dei ragionamenti di visione. Quindi vado veloce sia su Tuodi che su Mercatone Uno, il quale rappresenta un modello completamente differente e che ha un tavolo di crisi in essere in questo momento al Ministero dello Sviluppo Economico.

Conoscete bene la situazione che ha vissuto Mercatone Uno dal 2014/2015 in poi: i tentativi di vendita, la vendita, la cessione avvenuta nell'estate 2018, dopo una serie di interlocuzioni avute con due imprenditori e quello che ha riguardato direttamente anche la conciliazione in essere. E poi ci sono i sacrifici che hanno dovuto in qualche modo sopportare i lavoratori, sia dal punto di vista della riduzione dell'orario di lavoro, che oggi in qualche modo è direttamente correlata a quello che è l'ammortizzatore sociale utilizzato, sia per la situazione in cui ci ritroviamo oggi, che non è differente da quella del 2015, ma che anzi ci ha riportato indietro di qualche anno, perché chiaramente uno dei due operatori, come sapete bene, non aveva la solidità per poter portare avanti un ragionamento del genere su un numero così ampio di punti vendita, visto che in quel caso si parlava di 55 punti vendita.

È una situazione che stiamo monitorando: c'è l'amministrazione straordinaria in corso, c'è un bando per acquisire le manifestazioni di interesse e le offerte binding, cioè quelle vincolanti. Quindi si spera di raggiungere entro fine anno una soluzione che possa garantire sia la continuità dei punti vendita, sia soprattutto la salvaguardia del perimetro dei lavoratori in essere, perché questo si scontra un po' con il ragionamento che stavo facendo prima.

Il trend dei negozi in cui si andrà è rappresentato dai negozi di piccolo vicinato, quindi con un numero di dipendenti anche molto legato all'estensione del negozio, alla presenza di professionalità all'interno di quel negozio. Eppure il trend ci dice che i discount continuano ad avere successo, nonostante i discount non siano in centro città, non siano piccoli, non abbiano quella esperienza professionalizzante dei lavoratori nei confronti delle dell'acquirente che hanno quelli di un piccolo negozio di vicinato.

Perciò dobbiamo chiederci se il successo di un discount dipende esclusivamente dal costo del prodotto, o dipende anche dalle politiche aziendali, considerato che il costo delle merci molte volte ormai non differisce da quello che è il costo dello stesso prodotto all'interno dell'ipermercato. Si è

creata nel modello culturale l'idea per cui sicuramente il discount mi darà un prodotto più conveniente, senza verificare se è veramente così, perché alcuni dati ci dimostrano che comunque il discount non su tutta la barra dei prodotti è più conveniente, anzi molte volte, su molti prodotti risulta essere più costoso del prodotto venduto nell'ipermercato.

Eppure nel modello culturale che si è creato, nella visione che si è voluto in qualche modo insinuare il discount ormai è una garanzia per quel cliente che in qualche modo vuole andare sul sicuro, senza stare a discutere su quale possa essere il prezzo o il livello di prezzo giusto di un determinato prodotto. E senza nemmeno ragionare su quella che è l'esperienza che viene offerta in alcuni discount dal punto di vista estetico della presentazione del prodotto o dell'esperienza visiva durante l'acquisto rispetto a quello che avviene in altre catene, sotto altre insegne e in altri ipermercati.

Un altro tema fondante all'interno di quale può essere la visione è il modello di consumo verso il quale si va è quella del e-commerce? Guardiamo all'Iper e guardiamo all'Iper nella sua estensione interna e nella sua suddivisione merceologica interna: ci siamo resi conto tutti che l'immobilizzazione più grande all'interno dell'Iper è quella dell'elettrodomestico, considerato che c'erano dei prodotti esposti non in vendita di valore economico importante.

È una delle parti che è venuta meno per prima, per il semplice motivo che chiaramente il cliente utilizzava quello non più come un punto di riferimento per l'acquisto, ma come un modello espositivo: io vado a vedere il prodotto che ho visto online, vado a toccarlo con mano nell'ipermercato per poi comunque comprarlo online. Infatti sempre più Iper hanno ridotto pian pianino la superficie dedicata al prodotto e hanno incominciato a fare ragionamenti completamente differenti.

È questo il trend verso cui si sta andando totalmente per alcuni prodotti? Sì, perché, se poi si guarda la catena della grande distribuzione dedicata, quella focalizzata esclusivamente sull'elettrodomestico, sul bianco, sul prodotto elettronico – e lo sappiamo tutti, perché al Ministero dello Sviluppo Economico tra i primi della grande distribuzione che sono arrivati ci sono stati Mediamarket e tutti gli altri operatori del settore che si occupavano proprio dell'elettrodomestico – il ragionamento che dobbiamo fare è che quella è un'esperienza che si può replicare in qualche altra maniera.

Ormai quel prodotto, quel determinato settore merceologico nell'esperienza non è più replicabile perché professionalmente, comunque sia l'e-commerce e internet ti danno delle informazioni tali per cui non hai più bisogno di verificarlo all'interno del supermercato.



Questo diventa uno dei temi fondamentali anche per comprendere cosa sta succedendo dall'altra parte dell'oceano, cosa che ormai fa paura agli operatori del settore, fa paura ai lavoratori, che però, purtroppo, sta succedendo. Noi dobbiamo chiederci se è questo il modello che sarà sostenibile e che probabilmente arriverà nel nostro Paese, così come è arrivato l'e-commerce sempre più profondo.

Infatti l'e-commerce ormai anche in Italia è utilizzato per il prodotto fresco e freschissimo, il che sembrava una cosa impossibile mentre oggi giorno le piattaforme ti permettono di avere entro 24 ore un prodotto fresco e freschissimo, che era il prodotto che per tutti noi italiani culturalmente si andava ad acquistare al mercato o al supermercato: io non mi aspetto che una persona imbusti il fresco o il freschissimo, lo metta in un camioncino e me lo porti a casa.

Eppure stiamo andando in quella direzione anche per prodotti che era impensabile rientrassero in una esperienza di acquisto legata ad internet. Questo è quello che succede dall'altra parte dell'oceano, dove ci sono già oggi negozi senza commesse.

Ma anche lì torniamo sull'esperienza, perché non solo ed esclusivamente il consumo attrae molte persone: magari non sono in un qualche modo interessate a fare quel tipo di acquisto, ma lo fanno per fare l'esperienza del non dover nemmeno tirar fuori la carta di credito, tirar fuori il portafoglio. Io entro, tolgo l'oggetto dallo scaffale e, se lo rimetto sullo scaffale, non mi viene neanche conteggiato – quindi l'automazione è quasi totale – e, nel momento in cui esco ufficialmente dal negozio, mi viene addebitato il costo della spesa senza alcuna interazione. Tra l'altro c'è anche un limite di tempo entro il quale posso rientrare e restituire quanto acquistato, in modo che non mi venga caricato alcunché sulla carta di credito.

Io propongo dei temi su cui ragionare e riflettere insieme, poi ognuno di noi sicuramente ha un'opinione anche da questo punto di vista. Quindi il trend che può essere il ritorno al negozio di vicinato è una cosa che si diceva anche nella presentazione di prima, ma cosa ci dobbiamo aspettare? Perché, se il negozio di vicinato è l'esperienza che riguarda un rapporto "one to one", un rapporto diretto con le persone, non c'è la possibilità che anche all'interno degli Iper si possa creare quest'esperienza?

Infatti, se il tema è esclusivamente fondato sull'estensione del negozio e sull'esperienza, nulla osta che anche all'interno dell'Iper su settori merceologici determinati si venga a creare la stessa identica situazione di ritorno al quartiere. Quest'ultima però mi permette in un qualche modo di ritornare a una popolazione dei centri storici, a un ragionamento differente rispetto a quello che è stato portato avanti negli anni, ma soprattutto probabilmente, visto che si crea anche questo rapporto personale, mi permette di ritornare a un modello di vita del lavoratore completamente differente.



Ma quanto è stato bello l'Iper? Quanto è bello l'Iper per tutti noi? E anche per me, che ho fatto le più belle esperienze, non solo legate all'acquisto, al consumo, ma anche di vita sociale, all'interno dell'ipermercato, del centro commerciale in senso lato, come contenitore più ampio? Ma è possibile che questo non si possa ripercorrere in qualche modo? Che questi siano modelli di consumo e modelli di vita completamente differenti? Perché, se io tengo a chi mi vende qualcosa perché diventa un amico, diventa chi mi supporta, chi mi consiglia, chi mi ascolta, perché devo comprare un prodotto di un certo tipo per fare un'esperienza di un certo tipo da lì a poche ore, allora anch'io mi curo di quella che è la vita di quell'operatore, di quel lavoratore.

E tutto ciò in controtendenza rispetto a quello che è successo negli ultimi anni, perché il modello di consumo poneva che a tutte le ore, in tutti i giorni dovevi acquistare, senza fare il ragionamento che quel tuo comportamento potesse o non potesse in qualche modo incidere sul lavoratore. Oggi invece, se si ritornasse ad un modello di consumo differente, dove c'è un rapporto personale molto più stretto, un legame di questa natura, io stesso mi chiederei se è possibile andare a disturbare il venditore la domenica mattina per comprare una cosa, perché sono stato poco sveglio nel non andarla a comprare il giorno prima.

Dipende dunque tutto dall'esperienza del modello di consumo ed è questo ciò che ci dobbiamo chiedere sempre quando affrontiamo questo tema.

Quindi io voglio fare un ragionamento ancora più ampio, proprio perché i temi di cui abbiamo parlato riguardano i lavoratori, riguardano lo sviluppo dell'attività economica, ma riguardano anche lo sviluppo delle nostre città e hanno un'incidenza molto, ma molto pesante, oltre che differenziata da regione a regione – perché le esperienze sono differenti – sul modo di vivere la propria vita sociale.

Perciò io sono assolutamente d'accordo su un tavolo di questa natura e l'esperienza ci sta insegnando che questi tavoli possono funzionare se c'è la disponibilità da parte delle organizzazioni sindacali e degli operatori del settore, ma anche che bisogna coinvolgere oltre al Ministero del Lavoro anche il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti e il Ministero del Sud e degli Affari Regionali, perché solo in questo modo avremo una percezione completa di quello che succede veramente attorno a questo settore. Grazie mille ancora tutti.

## **EMANUELE SCARCI**

*(Giornalista)*

Ringraziamo Giorgio Sorial per l'intervento. Ora invece passiamo al nostro giro di opinioni.

Abbiamo sentito una solida base teorica, ma ora vorrei chiedere a Donatella Prampolini Manzini, Vice Presidente di Confcommercio, che cosa accadrà nella distribuzione commerciale entro i prossimi 3-5 anni. Quale sarà il ruolo del lavoro e se, secondo lei, saranno compatibili il contratto nazionale e il ruolo del livello decentrato, se sarà possibile avere l'uno e l'altro in futuro.

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Intervento di  
**DONATELLA PRAMPOLINI MANZINI**  
(Vice Presidente Confcommercio)





# QUANDO C'È **UNISALUTE** C'È **TUTTO**



UNISALUTE  
È LEADER NELL'ASSICURAZIONE SALUTE.



9/10

9 CLIENTI SU 10 CONSIGLIANO LA STRUTTURA  
IN CUI HANNO EFFETTUATO LE CURE.



6 MILIONI DI ASSICURATI PROVENIENTI DA AZIENDE,  
FONDI DI CATEGORIA E CASSE PROFESSIONALI.



GARANTISCE LE MIGLIORI STRUTTURE SANITARIE IN  
ITALIA E ALL'ESTERO E I PIÙ IMPORTANTI CENTRI TERMALI.

**UniSalute**  
SPECIALISTI NELL'ASSICURAZIONE SALUTE



**Unipol**  
Assicurazioni



Io vorrei rimanere nell'ambito di qualche minuto, ma per rispondere a questa domanda mi ci vorrebbe veramente tanto tempo, anche perché avrei tante casacche da indossare: quella di imprenditore, quella di dirigente sindacale, quella di Vice Presidente nazionale di Confcommercio.

Ma preferisco quella da imprenditore, anche perché spesso e volentieri mi chiamano a parlare ai vari convegni e a me piace andare al convegno in cui si parla del mio mestiere e questo è il mio mestiere: io ho dei supermercati, quindi avete assolutamente centrato l'obiettivo.

Da qui a qualche anno come sarà il nostro mondo? Beh, sicuramente la distribuzione ha subito delle modifiche sostanziali, io le chiamo spesso e volentieri dei passaggi darwiniani. Chi arriva oggi dalla distribuzione che era nata nell'immediato dopoguerra, senz'altro ha acquisito al proprio interno degli anticorpi che gli consentono di guardare avanti con fiducia.

Non vorrei essere considerata troppo positiva, ma io, avendo un'azienda che è nata nel '38, mi sento di dire che, essendo arrivata fin qua, nei prossimi anni siamo già abbastanza strutturati per pensare al futuro non dico con un ottimismo esagerato, ma sicuramente con tutte le carte in regola. In effetti è necessario cavalcare i tempi, bisogna cercare di capire quello che vuole il consumatore e questa è la cosa fondamentale.

Prima si parlava dei vari format e lo stesso titolo è molto stimolante: si parla di una fuga dall'ipermercato. Secondo me, la cosa fondamentale da capire è che oggi il consumatore è un soggetto molto complesso, è un consumatore che non va in un solo format distributivo: lo stesso consumatore utilizza più format. Se ci ricordiamo, qualche anno fa l'ipermercato era il posto in cui si vedevano solo delle piccole utilitarie a fare la spesa, invece oggi ci sono i SUV nei parcheggi degli ipermercati, nei parcheggi dei discount. Cioè, non è più una questione di ceto sociale perché lo stesso consumatore può decidere di andare nel negozio sotto casa per prendere, magari, la specialità gastronomica, nel supermercato per fare la spesa settimanale, nel discount per prendere una cosa che magari ha un valore aggiunto inferiore.

Quindi bisogna soprattutto capire cosa vuole il consumatore, cercare di accontentarlo. Dopodiché è difficile leggere il mercato. Non sono più così chiare le distinzioni tra i format. Gli ipermercati sono sicuramente in difficoltà e stanno cercando di cambiare, inserendo magari altri tipi di servizi; ma anche i supermercati stanno cambiando: inseriscono delle zone di prezzo basso, quindi si stanno un po' *"discountizzando"*, così come i discount stanno inserendo dei prodotti di marca e gli hard discount sono

probabilmente qualcosa che è già superato, anche se ci sono catene straniere che sono venute in Italia e hanno cercato di riportarli in auge. Oggi le formule che funzionano meglio sono quelle un pochino ibride.



Poi c'è la distribuzione tradizionale, quella che probabilmente in questi anni ha subito le crisi peggiori, che è stata maggiormente falcidiata da questi nuovi format che sono arrivati. Però c'è chi è riuscito a stare al passo con i tempi, che è riuscito a investire sulla formazione del personale e sulla specializzazione, cosicché si è ricavato comunque una nicchia che è importante, una nicchia che è difficilmente aggredibile da parte delle grandi superfici. Però ha dovuto fare una scelta, ha dovuto decidere che cosa voleva fare, perché non puoi fare l'ipermercato, se hai un negozio di 200 metri. Credo che questo sia molto chiaro, ma evidentemente non era così chiaro a tutti gli imprenditori.

Insomma, io credo che ci sarà sicuramente la formula discount che cercherà di cambiare, inserendo comunque nuovi servizi e soprattutto inserendo anche il fresco all'interno dei punti vendita; quindi dovrà in ogni caso lavorare molto sulla formazione del personale, perché è un mestiere completamente diverso quello in cui bisogna fare la gestione dei banchi freschi rispetto a gestire tutto a libero servizio.

Nei supermercati credo che i contratti dovranno cambiare un po' pelle, se vogliamo che ci sia la possibilità di fare una contrattazione a livello decentrato. Probabilmente bisogna rivedere molte cose anche a livello centrale, perché sennò oggi come oggi le marginalità per poter fare molte cose su entrambi i tavoli non ci sono. E non è per cattiveria che lo dico, ma è perché purtroppo oggi stiamo parlando di settori maturi, in cui la marginalità si è molto ridotta, in cui davvero la possibilità di lavorare è molto ridotta. Però bisogna assolutamente lavorare. Io sono d'accordissimo su alcune cose che ho sentito: se si vuole rimanere sul mercato oggi, c'è soltanto una cosa che deve funzionare ed è il personale che opera all'interno dei punti vendita. E non è solo una questione di sorriso, anche se il sorriso aiuta e per questo lo voglio vedere, ma è una questione fondamentale: bisogna lavorare in sinergia.

E poi io parlo da portavoce di una Federazione che rappresenta la distribuzione organizzata, in cui l'imprenditore e il personale dipendente lavorano fianco a fianco, spalla a spalla, condividono anche le preoccupazioni per la tenuta dei punti vendita. Tuttavia bisogna lavorare sulla formazione: per rimanere sul mercato bisognerà avere sempre di più persone che capiscono fino in fondo il mestiere che stanno facendo, il che non vuol dire solo conoscere il prodotto, ma anche conoscere le dinamiche che portano poi a vendere quel prodotto. Grazie.

## **EMANUELE SCARCI**

*(Giornalista)*

È una bella sfida! Ma ora pongo la stessa domanda a Francesco Quattrone, Direttore dell'Area lavoro e relazioni sindacali di Federdistribuzione.



**Non sentirti un pesce fuor d'acqua  
VIENI ALL'INAS**

Per saperne di più visita il sito internet **www.inas.it**

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Intervento di  
**FRANCESCO QUATTRONE**  
(Direttore Area Lavoro e  
Relazioni Sindacali Federdistribuzione)



# IL WELFARE DEGLI STUDI PROFESSIONALI



CASSA DI ASSISTENZA SANITARIA INTEGRATIVA  
PER I LAVORATORI DEGLI STUDI PROFESSIONALI

[www.cadiprof.it](http://www.cadiprof.it)  
[info@cadiprof.it](mailto:info@cadiprof.it)



**FONDO  
PROFESSIONI**

FONDO PARITETICO INTERPROFESSIONALE NAZIONALE  
PER LA FORMAZIONE CONTINUA NEGLI STUDI PROFESSIONALI  
E NELLE AZIENDE COLLEGATE

[www.fondoprofessionisti.it](http://www.fondoprofessionisti.it)  
[info@fondoprofessionisti.it](mailto:info@fondoprofessionisti.it)



**EBIPRO**

ENTE BILATERALE NAZIONALE  
PER GLI STUDI PROFESSIONALI

[www.ebipro.it](http://www.ebipro.it)  
[info@ebipro.it](mailto:info@ebipro.it)

Io credo che gli interventi che mi hanno preceduto abbiano già detto che più che Iper-exit avremo una trasformazione dei grandi ipermercati, trasformazione che è già cominciata e che continuerà, dobbiamo essere realistici in questo.

Anche le cause sono già state evidenziate abbastanza bene: è il settore *non-food* che non funziona più per tutti i motivi che abbiamo detto. I prodotti diventano vecchi nel giro di pochi mesi, quindi stiamo assistendo nelle aziende più grandi a una riduzione delle superfici, il che comporta poi ovviamente tutta una serie di impatti nella gestione dei lavoratori. Ma il format continuerà, perché non si smette di crescere, anche se c'è sempre un punto in cui la curva si appiattisce.

Forse le aperture dei grandi ipermercati sono state negli ultimi anni un po' intempestive, ma non è un fenomeno che si poteva fermare come si ferma un treno o una macchina: si tratta di progetti che sono nati magari 7-8-10 anni prima.

I francesi dicono che, quando il supermercato esce da terra, sono già 10 anni che si sta lavorando e il progetto non si può fermare.

E così c'è stato cannibalismo, c'è stata una situazione di copertura del territorio veramente complicata sia in Italia che all'estero. Anzi, in qualche modo fortunatamente noi ci siamo trovati ad operare in Italia, visto che in Francia è stato anche peggio.

Però c'è un punto qui in Italia che, secondo me, rappresenta un vantaggio enorme per gli Iper. Siamo noi italiani. Noi antropologicamente siamo portati a una eccellenza sia nel consumo sia nel format che cerchiamo di rendere completamente diverso da quello degli altri Paesi. Grazie a Dio il nostro consumatore ha un'attenzione per l'alimentare che negli altri Paesi europei non è assolutamente confrontabile ed è per questo che abbiamo una penetrazione dell'e-commerce nel settore notevolmente più bassa di quella degli altri Paesi. Questa può essere una chiave delle soluzioni.

Quanto al pessimismo rispetto alle nuove forme di distribuzione, io non la vedo esattamente così: intanto le aziende stanno diventando ibride, le grandi aziende si attrezzando per avere il doppio canale, sia il canale della vendita tradizionale, sia il canale e-commerce, perché è un processo inevitabile. Quindi da questo punto di vista un'azienda non potrà vivere nel futuro senza avere a fianco al canale fisico un canale digitale e da qui deriva tutta una serie di progetti, tutta una serie di situazioni che sono state bene ben evidenziate prima.

È un percorso che ovviamente va accompagnato: noi abbiamo fatto degli studi professionalità per professionalità e abbiamo cercato di stimare l'impatto dell'automazione. Noi saremo sotto un forcipe nei prossimi anni: da una parte avremo l'e-commerce che restringerà la torta, come si suol





dire, e l'automazione all'interno della torta che cambierà il rapporto con il lavoratore. E devo dire che ci aspettano 15 anni di grande trasformazione: inevitabilmente quello che si vede sono soltanto i primi test. Ma che ci siano aziende già presenti in Italia che stanno testando i Dark Store, quelli dove si diceva che ormai non si vuole più quasi nessun contatto con il lavoratore, perché non interessa più l'esperienza di acquisto, perché i giovani le esperienze di acquisto se le fanno al 99% su internet, ecco questo preoccupa un po' sul piano occupazionale. Ecco perché è un percorso questo che va accompagnato, perché altrimenti lo inseguiremmo, come capita per tutte le cose.

Non possiamo prefigurare un mercato con pochissimi lavoratori, o addirittura senza lavoratori, perché siamo in Italia e a queste cose diamo meno spazio degli altri Paesi, ma qualche caso ci sarà. In realtà c'è un po' di tutto in Italia, devo essere sincero, perciò fare un discorso unico tra Nord e Sud sarà estremamente complicato.

La grande distribuzione al Sud non è decollata veramente perché c'è una tradizione particolare, c'è l'abitudine al consumo dei prodotti del territorio, c'è un tessuto sociale e imprenditoriale completamente diverso. Diverso è l'impatto della tecnologia, diverso è l'impatto delle infrastrutture, quindi fare un discorso omogeneo tra Milano, Bologna e Trapani è molto difficile. Chiedo scusa per Trapani, ma io sono calabro - bergamasco per cui posso fare queste comparazioni e devo dire che le diverse parti d'Italia vanno veramente a diverse velocità.

Quindi tutti questi impatti andranno poi mediati all'interno delle diverse aree.

## EMANUELE SCARCI

(Giornalista)

E lei, Condini, che cosa ne pensa?

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Intervento di  
**PAOLO CONDINI**  
(Responsabile Relazioni Sindacali ANCD)



DIALOGO SVILUPPO  
**ELEVA** LA QUALITÀ  
 OCCUPAZIONE PROFESSIONALE  
 INTERVENTI DI **ATTIVA** ECONOMIA  
 RISPOSTE SOSTEGNO AL **ATTIVA** IMPRENDITORI  
 IMPEGNO REDDITO LAVORATORI DIPENDENTI  
**FAVORISCE** L'INCONTRO TRA DOMANDA  
 E OFFERTA RELAZIONI  
 FORMULA **ANALIZZA** IL MONDO  
 PROPOSTE **ANALIZZA** DEL TURISMO  
**BILATERALITÀ** RISORSE

*ELEVA: La qualità professionale - ATTIVA: Interventi di sostegno al reddito*

*FAVORISCE: L'incontro tra domanda e offerta - ANALIZZA: Il mondo del turismo e formula proposte*

**ebnt**

ENTE BILATERALE  
NAZIONALE TURISMO

Soci EBNT:



Io condivido tante delle cose che sono state dette. L'Italia soprattutto è lunga e il nostro modello è fatto da 3000 imprenditori. Noi li chiamiamo 3000 antenne e tramite loro abbiamo verificato che il modello di consumo dell'Iper è un po' in crisi. Noi riteniamo che il luogo di consumo deve essere un luogo che gratifica un po' il consumatore e l'Iper gratifica meno, per cui bisognerà trovare dei formati che funzionino meglio. Io so che due giorni fa è uscito un articolo su Italia Oggi di Pugliese in cui si dice che i nostri Iper diventeranno spazi CONAD, dove ci sarà la possibilità non solo di fare acquisti di prodotti, ma anche di servizi e questo potrebbe essere un formato nuovo, che ha la capacità di attrarre il consumatore.

Quanto detto vale soprattutto sul format *Iper*, perché sugli altri canali noi stiamo andando molto bene, siamo soddisfatti, tutt'al più abbiamo qualche problemino sui più piccoli, sui Margherita. Inoltre gli Iper non sono neanche tantissimi, attualmente sono 30 e anche in quell'ambito, fondamentalmente, pur avendo una situazione tale per cui Iper che perdono per ora noi non ne abbiamo, dobbiamo ammettere che attualmente qualcuno fa più fatica, mentre qualcuno va bene.

Anche ai Finiper stiamo ridando fiato e poi dovremo farlo anche con le nuove acquisizioni: non è detto che ci riusciamo, è una scommessa che facciamo, come succede per tutte le attività imprenditoriali, per le quali si deve anche fare qualche scommessa. Noi ci metteremo tutto l'impegno che serve. Quanto alle dimensioni, sicuramente faremo delle riduzioni, questo lo sappiamo già. Quanto all'impatto occupazionale, dovremo valutarlo assieme al Ministero, visto che ha già detto che a fine ottobre ci convocherà.



## EMANUELE SCARCI

(Giornalista)

A lei, Savini, pongo la stessa domanda.



# ENTE BILATERALE NAZIONALE TERZIARIO

Apprendistato

Osservatorio

Formazione

Ricerche



Via Cristoforo Colombo, 137 - 00147 Roma

Tel. 06.57305405 - Fax 06.57135472 - [www.ebinter.it](http://www.ebinter.it) - [info@ebinter.it](mailto:info@ebinter.it)

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Intervento di  
**ROBERTO SAVINI**  
(Presidente Confcooperative  
Settore Consumo e Utenza)







**CASSA DI ASSISTENZA SANITARIA  
PER I LAVORATORI  
DEL SETTORE DOMESTICO**



**Sei una colf o una famiglia?  
Scopri il nuovo piano sanitario  
dedicato a te.  
CAS.SA.COLF l'aiuto che ti serve!**

**Via Tagliamento, 29 - 00198 Roma  
Tel. 06.85 35 80 34  
[www.cassacolf.it](http://www.cassacolf.it)**



Io aggiungerei qualche altro dato a quanto esposto da chi mi ha preceduto in queste relazioni, mi piacerebbe delineare alcuni scenari che il World Economic Forum ci ha appena dato. Parliamo, per esempio, delle professioni e qui io accennerei al tema del lavoro, perché qui siamo in casa di una importante sigla sindacale e mi pare che il tema di oggi sia proprio quello del lavoro, legato o no all'evoluzione della grande distribuzione.

Da qui al 2025 a livello mondiale alcuni ricercatori, che hanno fatto questi studi, dicono che spariranno 75 milioni di professioni, ma nel contempo ce ne saranno 133 milioni delle nuove: il saldo è positivo. Ciò vuol dire che ne perdo 75 milioni che sono diventate obsolete per qualche motivo, ma dall'altra parte ne acquisto 133 milioni di nuove. Il 2025 è dopodomani: non stiamo parlando di chissà quali tempi e noi dovremo saper far fronte a questa tendenza che è la tendenza globale e non solo della distribuzione commerciale.



Sempre questo studio dice che servono per ogni lavoratore 100 ore di formazione entro i prossimi due anni. Allora io voglio dire questo: io non so dare una risposta alla domanda se tutti i lavoratori che oggi sono impegnati nei grandi centri commerciali, che sono quelli un po' più in crisi, troveranno collocazione nello stesso lavoro, però noi sia come imprenditori – qui io rappresento delle cooperative, che sono in fondo degli imprenditori – sia come parti sociali, quindi i sindacati, dobbiamo oggi impegnare risorse e lavorare sodo, perché nei prossimi due o tre anni noi dobbiamo essere in grado di garantire a tutti la possibilità di formarsi, in modo da potere andare a lavorare nello stesso settore o trovare qualcos'altro.

Questo secondo me è il grande obiettivo, cioè dare 100 ore di formazione, che sono necessarie,



se è vero questo studio a cui ho fatto riferimento, entro i prossimi due anni. E 100 ore di formazione in effetti sono molte.

Secondo me, l'evoluzione di questo settore passa quindi attraverso un lavoro fatto tra la parte datoriale e la parte sindacale. Io credo molto nell'apporto che possono dare le organizzazioni dei lavoratori, perché nei sistemi in cui si disgrega questa collaborazione tra parte sindacale e parte datoriale, si arriva nella terra di nessuno, dove nessuno rappresenta niente e quindi non si può parlare di prospettiva.

L'altro aspetto importante è, secondo me, quello del welfare e io mi immagino che nei prossimi tempi, visto che siamo in scadenza dei vari contratti, questo diventerà un tema di grande rilevanza.

Oltre all'argomento della formazione e a quello welfare aggiungo un dato, che io non so se sia vero in tutto e per tutto ma che rappresenta sicuramente un dato interessante. Qualcuno prima parlava di automazione, domotica e robotica: pare che ognuno di noi nel 2050 avrà a fianco qualcosa come 7-8 robot che ci aiuteranno, cioè ognuno di noi, come persona fisica avrà questi assistenti personali. Quindi per forza non dobbiamo pensare alla macchina con due ruote che ci porta il caffè, ma dobbiamo considerare la robotica un qualcosa di complesso che sicuramente influirà sui nostri settori.

## **EMANUELE SCARCI**

*(Giornalista)*

A lei, Bussoni, volevo chiedere ma nel futuro prossimo sarà possibile conciliare il contratto nazionale con quello aziendale? Anche in considerazione del fatto che questo è motivo di contendere?

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Intervento di  
**MAURO BUSSONI**  
(Segretario Generale Confesercenti)





La più grande ricchezza di un'azienda sono i lavoratori. Dalla loro crescita dipende il successo dell'impresa.

For.Te., il Fondo Interprofessionale per la formazione continua, al quale aderiscono oltre 119.000 aziende, ha dato il via alla programmazione per i prossimi anni. Molte le novità, a partire dal ventaglio dell'offerta che si allarga, a favore delle aziende, e che comprende: gli **Avvisi tematici** finalizzati a fabbisogni specifici stabiliti annualmente, gli **Avvisi di sistema**, a sostegno di fabbisogni formativi aziendali, settoriali, territoriali, gli **Avvisi per progetti**

**speciali** e l'**Avviso Voucher** formativi, fruibili attraverso il catalogo on line del Fondo. Il totale delle risorse stanziato nel 2012 per gli avvisi è pari a **€ 44.000.000**.

Una veste rinnovata anche per i **Conti Aziendali** e di Gruppo, con grandi novità, sia sotto il profilo delle aziende che vi accedono, sia per l'entità delle risorse che vi vengono accreditate. Il totale delle risorse di spettanza dei **Conti per le aziende da 150 dipendenti e oltre**, che il Fondo attiverà automaticamente, è pari ad **€ 48.000.000**.

# Investiamo in talenti: insieme a Te.

*Fondo For.Te.*

**L'ADESIONE A FOR.TE. È GRATUITA!**  
SUL SITO TUTTE LE INFORMAZIONI

*for.te.*

Qui siamo nell'immaginario del futuro, ma le cose cambiano molto spesso più velocemente di quanto noi possiamo immaginare. Faccio dei piccoli esempi che ci permettono di capire come cambia il mondo, come cambia il modo di consumare e come cambia anche il modo da parte delle imprese di operare. Pensiamo al settore bancario: quanto eravamo giovani era considerato uno dei settori più sicuri dal punto di vista occupazionale, mentre oggi è stato praticamente sterminato.

Poi ci sono tantissimi esempi che si potrebbero fare anche nel mondo del Retail: non li faccio, perché sono noti a tutti, però anche qui dobbiamo parlare dell'e-commerce. È un fenomeno emergente e ha delle caratteristiche completamente diverse dalle altre forme di commercio. Sta modificando, sta trasformando il mondo del *Retail*, però anche all'interno dell'e-commerce le posizioni di vantaggio, che sono state acquisite dalle dot.com, sono posizioni di vantaggio che cominciano comunque a perdere quote.

Ci sono dei fenomeni, anche per quanto riguarda l'e-commerce, che potremmo definire di vicinato, perché sui social ormai si vende di tutto e lo stesso Facebook ha cominciato a lanciare delle offerte dal punto di vista commerciale.

Qui siamo di fronte ad una rivoluzione costante, per cui comunque io credo che chi governa, chi opera nel settore e chi fa impresa deve tener conto del fatto che la componente bene sarà sempre meno importante rispetto alla componente servizi. Quindi chi sarà capace di offrire quel bene con il servizio migliore, vincerà.

D'altra parte ci sono degli elementi naturali che comunque valorizzano il nostro mondo. Io adesso uso un termine che casomai non farà piacere a qualcuno, però è logico, credo, pensare ed è giusto pensare che la distribuzione tradizionale rappresenti oggi la distribuzione più verde che si possa avere nel Paese, nel senso che è quella più vicina ai consumatori, è quella che permette di avere un servizio immediato, è quella che permette di far vivere la città, che dà un valore aggiunto a quella che è la vita sociale nelle nostre comunità.

Non sempre è quella che dà l'offerta più efficace, più efficiente dal punto di vista del prezzo, dal punto di vista della varietà, però il vantaggio per il consumatore è quello di poter sempre avere davanti la possibilità di scegliere, quindi di avere diverse forme distributive, che cambiano, che si modificano, che si intersecano.

Faccio un altro esempio: il fenomeno degli outlet. Io ho sempre detto, da quando sono nati, che se io fossi in Armani, se fossi in Gucci, se fossi

in Valentino, invece di andare a vendere in un outlet nuovo, valorizzerei i punti vendita esclusivi che già ho e farei fare quelle offerte a loro. L'outlet è uno spreco dal punto di vista del consumo territoriale, è illogico dal punto di vista della distribuzione commerciale, però gli outlet sono diventati ormai dei fenomeni che viaggiano bene, sono tutte le seconde linee delle imprese di produzione, che hanno caratterizzato in modo diverso le loro merci. Così la gente nel fine settimana si reca negli outlet: è anche un modo per occupare il tempo.

D'altra parte sono cambiati sia il modo sia il tempo di fare acquisti: la digitalizzazione sta modificando tutto. Però ci sono due elementi che sono fondamentali: innanzitutto presto in Italia verrà applicata la legge per prevenire le crisi aziendali. È una legge importante, che prevede tutta una serie di cose, però io dico sempre che a monte ci sono i casi come quello di Auchan.

Pensiamo a tutte le attività che hanno chiuso, al fatto che ci siano comunque delle cattedrali nel deserto dove c'erano dei centri commerciali che non hanno funzionato, così come oggi ci sono delle vie ex commerciali con i negozi tutti chiusi. Questi fenomeni hanno purtroppo una genesi che va studiata.



Il problema vero è quello della formazione per affrontare l'era della digitalizzazione. Cioè oggi chi fa l'imprenditore deve essere iperinformato, così come deve essere iperinformato, deve avere conoscenza di tutti i prodotti chi lavora all'interno del Retail, deve saper dare quel valore aggiunto che altrimenti manca.

In precedenza si faceva riferimento agli elettrodomestici. È vero che si può andarli a vedere in negozio e poi, per acquistarli, andare su internet, però ha più valore l'acquisto su internet, pagando eventualmente meno l'elettrodomestico, o ha più valore l'informazione, che è in grado di dare un imprenditore capace, o un dipendente capace, sulle modalità di utilizzo, sulla riparazione dell'elettrodomestico e quant'altro?

Il consumatore ha bisogno non solo di fare l'acquisto, ma ha bisogno di qualcuno che comunque gli aggiusti la cosa, se non funziona. La componente servizio e conoscenza è la componente che assolutamente avrà più valore nel futuro e questo riguarda anche i rinnovi dei contratti.

Noi abbiamo passato una stagione di rinnovi contrattuali che ha visto una rincorsa da parte di tutti al ribasso. Io credo che si debba cambiare mentalità da questo punto di vista. Su questo va fatta chiarezza con quelle che sono le rappresentanze.

Ma va fatta altresì una politica di sviluppo oggi in Italia: è in crisi il settore del Retail perché non aumentano i consumi interni. O si fa una politica per aumentare i consumi e per dare più soldi in tasca alla gente, a chi lavora, in particolare nel settore del terziario, oppure il nostro Paese continuerà ad arrancare rispetto a tutti gli altri.

E questa non è una prassi obsoleta: il contratto nazionale è importante. Io credo che in prospettiva, nel prossimo futuro, presumibilmente, per come cambiano le aziende, per come cambia la distribuzione, per come cambia la proprietà, per come si svolge l'attività nel mondo del retail, il secondo livello sarà sempre più importante, anche perché offre un'opportunità aggiuntiva.

Prima di me c'è stato chi ha fatto riferimento al welfare, alla possibilità di avere comunque detassate alcune cose, ma io dico che si potrebbero fare anche interventi migliori da questo punto di vista.

Quando si andrà al rinnovo contrattuale – e lancio qui il messaggio perché questo è il posto giusto, visto che la CISL, la FISASCAT ci ospitano – nella prossima stagione dei rinnovi contrattuali non facciamo le corse, troviamo quelli che sono i meccanismi migliori per far funzionare il settore.

## **EMANUELE SCARCI**

*(Giornalista)*

Guidi, lei rappresenta un'azienda che negli ultimi anni ha vissuto una fase di profondo ripensamento della strategia aziendale, specialmente per quanto riguarda Alleanza 3.0. Come vede il futuro prossimo della grande distribuzione in riferimento alle grandissime superfici? Mi pare che Coop adesso stia puntando sempre di più, specialmente al Sud, sul franchising, che è un'altra forma di vendita.



Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Intervento di  
**STEFANO GUIDI**  
(Responsabile Nazionale Commissione Lavoro  
e Formazione ANCC – Coop)



## ENTI BILATERALI



**E.Bi.N.Vi.P.**  
Ente Bilaterale Nazionale  
Vigilanza Privata



Ente Bilaterale Lavoratori Domestici



## FONDI PREVIDENZA COMPLEMENTARE



## FONDI ASSISTENZA SANITARIA INTEGRATIVA



## FONDI INTERPROFESSIONALI PER LA FORMAZIONE CONTINUA



Ho più volte detto ed è appurato che noi non abbiamo dati concordanti su tutto il territorio nazionale rispetto a questo format. Intanto abbiamo delle zone dell'Italia in cui gli ipermercati funzionano e delle zone dove gli ipermercati non funzionano: solitamente riscontriamo che la crisi colpisce la grandissima struttura dove chiaramente la parte dell'extralimentare è stata veramente abbondante, mentre vediamo che gli ipermercati di prima generazione, quelli che stavano intorno a 4500-5000 metri quadri ancora oggi producono risultati.

Anche il superstore, sotto i 4500 metri quadri, è un formato che sta viaggiando abbastanza bene, d'altra parte noi si copre tutto: si copre dalla piccolissima cooperativa, dal negozio di 100 metri quadri, fino a una struttura di più di 12.000 metri quadri.

Ma oggi parliamo di ipermercati, in cui noi siamo leader di mercato, visto che ne abbiamo 106 in Italia.

Qual è la causa della crisi che ha investito il settore?

I motivi sono tanti e li stiamo analizzando proprio per capire come mai alcuni negozi stanno andando bene e altri male.

Sicuramente è fondamentale la localizzazione: evidentemente tutte le strutture che sono state collocate vicino ai centri urbani – e questo era possibile per metrature di un certo tipo – stanno funzionando, mentre quelle che si collocano fuori, nel deserto delle cattedrali commerciali, stanno esaurendo la propria funzione, anche perché per andare a fare la spesa lì ci vuole tempo, merita un viaggio se c'è un acquisto consistente da fare.

Oggi i carrelli non si riempiono più e sotto questo profilo è difficile mantenere certe posizioni. Oltretutto la grande metratura impone dei costi di gestione enormi: basti pensare quanta illuminazione ci vuole, quanto riscaldamento, quanta refrigerazione. E quanto personale inutilizzato poi ci vuole, se non si vende.

Da qui il ripensamento che la più grande azienda che noi abbiamo, che è Alleanza 3.0, sta facendo all'interno della propria situazione, provando, come stanno facendo tutte le grandi aziende nostre, a sperimentare. E proprio una delle cose che forse ci contraddistingue maggiormente è che noi abbiamo sperimentato nel tempo tante cose, ma evidentemente dobbiamo ancora sperimentare.

C'è chi ha fatto la sperimentazione di una trasformazione totale degli ipermercati in superstore e ha avuto in Toscana dei buoni risultati. Chi ha deciso di puntare su altre strutture e, non riducendo più di quel tanto, sta verificando come può andare.



Allo stato attuale mi sento di dire che non è nostra intenzione di fare la fuga dal formato: bisogna stare attenti a non affrontare questo problema in maniera ideologica, per cui, se c'è un format che non renderà, sicuramente va lasciato. Io credo che bisogna analizzare bene le ragioni, trovare correttivi e in ultimo pensare anche a lavorare su tutti quelli che sono i risparmi.

Prima l'ingegner Sorial ha accennato a un'ipotesi di negozio del futuro, quella che noi presentammo quando partecipammo all'Expo di Milano: in buona parte c'erano proprio quelle cose lì.

Bisogna provare a sforzarsi, a inventarsi qualcosa di nuovo, per esempio qualcosa che ci permetta di intervenire sulla costosissima gestione del freddo.

Probabilmente bisogna cominciare a pensare a strutture che centralizzino questi costi, a fare dei risparmi energetici, operare una revisione di tutto quello che noi abbiamo fatto e facciamo rispetto anche ai servizi. Insomma una cassetta degli attrezzi che può impedire questa fuga dal format.

Un'altra cosa che stiamo rivedendo infatti sono i servizi, perché noi abbiamo fino ad oggi appaltato tanti servizi che non hanno funzionato bene, quindi occorre riportare dentro le nostre strutture certi servizi, il che potrebbe intanto risolvere un problema occupazionale.

Ogni volta che si tocca un negozio, che si fa una ristrutturazione, è una cosa costosissima, tanto che forse sarebbe conveniente rifarlo nuovo al punto di vista economico. Ma poi dobbiamo pensare alla gestione del personale: dobbiamo pensare che, se si riduce da 12000 metri quadri a 5000, poi ci sono centinaia di persone che perdono il lavoro e allora bisogna inventarsi qualcosa, siccome anche in questo siamo stati coerenti con il nostro essere e noi non abbiamo mai licenziato nessuno.

## **EMANUELE SCARCI**

*(Giornalista)*

Con Cuccello vorrei cambiare tema: sullo sfondo c'è la partita degli orari di apertura dei negozi, che era stata tanto conclamata dal governo verde giallo; ma comunque prima o poi questo tema sarà affrontato anche dal nuovo governo. Il 6 ottobre sono riprese le audizioni alla Camera per la rivisitazione della normativa sulle aperture. Le Confederazioni sono chiamate a dare un proprio contributo a questa discussione, a questo tavolo?

# Fon.Te.



FONDO PENSIONE COMPLEMENTARE PER I  
DIPENDENTI DA AZIENDE DEL TERZIARIO  
COMMERCIO TURISMO E SERVIZI

è  
*la nostra*  
previdenza integrativa.



Follow us:



@Fon.Te.2020

@Fondo\_Fonte



**Fon.Te.** è il Fondo di previdenza complementare per i dipendenti da aziende del Terziario (commercio, turismo e servizi).  
È, inoltre, il Fondo di riferimento dei dipendenti degli studi professionali, delle imprese artigiane e dei lavoratori in somministrazione.  
È costituito in forma di associazione riconosciuta senza scopo di lucro ed è lo strumento contrattuale che le parti sociali hanno messo a disposizione dei lavoratori dei settori rappresentati per costruirsi una pensione aggiuntiva alla prestazione pubblica, al fine di incrementare il livello della pensione futura.

Contact Center 06.83.39.32.07

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

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

La metamorfosi della GDO,  
le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Intervento di  
**ANDREA CUCCELLO**  
(Segretario Confederale CISL)





Sì, noi abbiamo fatto già le audizioni nei mesi scorsi, quando il governo precedente, il giallo verde, così come lo ha chiamato lei, era partito in pompa magna, con grande entusiasmo rispetto a questo argomento. Poi, cammin facendo, diciamo che questo eccezionale riscaldamento, che c'era stato all'inizio, pian piano è diventato un po' più freddo e solo adesso, in questi giorni, è ripartita un po' la discussione.

Però nel periodo intermedio abbiamo avuto un incontro proprio al Ministero dello Sviluppo Economico, a cui erano presenti l'amico Dell'Orefice e anche Sorial. A quel punto, vista la discussione che si era aperta, ovvero cercare di fare in modo che ci fosse il maggior numero di domeniche di chiusura, noi però abbiamo detto che quello che doveva essere il faro, il punto di riferimento fosse il contratto collettivo nazionale, perché è il contratto collettivo nazionale che di fatto guarda alla persona, cioè a colui che in quel momento lavora all'interno del supermercato.

Nel contratto c'è la possibilità di fare al massimo 26 domeniche, più le 12 che appunto erano già previste. Noi, guardando il diritto soggettivo, crediamo che questa sarebbe la strada giusta. Però mi permette di fare una piccola digressione rispetto alle domande che ha fatto ai nostri interlocutori.

Noi riteniamo che veniamo da dieci anni di crisi terribile. Questi dieci anni di crisi terribile hanno visto nel nostro Paese crescere in maniera esponenziale il numero dei poveri: parliamo di 5 milioni di poveri, più 4 milioni di lavoratori poveri, cioè persone che di fatto, avendo un reddito molto basso, non riescono a raggiungere un livello soddisfacente di vita.





Questo che cosa ha determinato? Sicuramente nell'ambito dei consumi, nell'ambito di quella che può essere la predisposizione alla spesa, ha cambiato di molto le abitudini all'interno del nostro Paese.

La politica ha tentato di dare una risposta a questa situazione, anche dietro una spinta molto forte delle organizzazioni sindacali CGIL, CISL e UIL nell'alleanza contro le povertà, con la nascita del REI, del reddito di inclusione, che poi con il governo giallo verde è diventato questo ibrido chiamato "reddito di cittadinanza", che per noi non ha dato grande soddisfazione, soprattutto per il fatto che noi siamo convinti che, per il rilancio dei consumi, siano necessarie due prerogative.

La prima è che ci sia un rilancio del settore delle costruzioni, che sarebbe fondamentale, visto che ci sono circa 100 miliardi accantonati all'interno del nostro Paese che devono ridare impulso all'economia nazionale. Infatti anche la grande distribuzione, con sistemi migliori di trasporto e con possibilità maggiori di spostamento delle merci sicuramente ne avrebbe un impulso.

Dall'altro lato però occorre anche una riforma fiscale, che riteniamo assolutamente necessaria, la quale vada a rimpinguare le tasche dei lavoratori dipendenti e dei pensionati. E questo potrebbe rimettere in moto la dinamica dei consumi.



Però voglio fare una domanda agli amici imprenditori. Noi siamo prossimi a una stagione contrattuale che deve aprirsi a breve e mi piacerebbe che dicessero qualcosa rispetto a tre temi che la FISASCAT chiede nell'ambito della sua piattaforma. Cioè che cosa pensano dell'aumento salariale, che deve essere il momento di discussione fondamentale? Che cosa pensano della possibilità di aggiungere alla contrattazione un pezzo molto importante che riguarda il diritto individuale alla formazione, in una fase come questa, che, come è stato detto, è una fase di transizione anche tecnologica, per cui i lavoratori sicuramente dovranno modificare un po' anche il loro modo di stare all'interno dell'azienda? E come pensano si possa fare in modo che il lavoratore sia protagonista, nel luogo di lavoro, anche dei processi di organizzazione?

Non parliamo della partecipazione in senso più ampio, però è evidente che i lavoratori devono essere portati all'interno del lavoro giorno per giorno, perché, se il lavoratore si sente protagonista, sicuramente fa qualcosa che va ben al di là del sorriso.

## **EMANUELE SCARCI**

*(Giornalista)*

A Dell'Orefice chiediamo adesso un consuntivo su questo primo giro di interventi.

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Approfondimento di  
**VINCENZO DELL'OREFICE**  
(Segretario Nazionale FISASCAT-CISL)



MYFISASCAT

# L'App creata per te



**Scarica l'App My FISASCAT e resta  
sempre aggiornato!**



Scarica su  
**App Store**



DISPONIBILE SU  
**Google Play**

Noi riteniamo che il livello della discussione sia giustamente molto, molto alto, nel senso che, rispetto all'impostazione iniziale, partiamo da un quadro quantomeno condiviso fra di noi.

Mi arrogo di dare la risposta a nome della FISASCAT: io credo che la risposta sia positiva nel senso che le variabili in campo ci sono note. Ci è anche noto il fatto che non vi sia una risposta univoca e unica per porre rimedio a una condizione che comunque è problematica, perché credo che il settore della grande distribuzione in particolare sia davvero un termometro della condizione economica e sociale del Paese e quindi è chiaro che le sue performance, così come la sua crescita, sono inevitabilmente legate alla condizione generale del Paese. In Italia qualche tempo fa qualche sociologo di una certa importanza ha parlato di un Paese depresso, che non riesce a darsi stimoli, che non riesce a recuperare la strada della crescita.

Io penso che, per esempio, la risposta di Sorial sia stata una risposta importante relativamente al fatto che, se ho capito bene, il tavolo di confronto permanente addirittura si possa allargare anche ad altri ministeri, che ci sia un accoglimento da parte loro di questa problematica. Speriamo che qualcuno si occupi anche a livello istituzionale della politica di settore del commercio e della distribuzione.

Cioè è tanto complessa la partita della concorrenza, è tanto complesso il tema del venir meno di alcune questioni fondanti e fondamentali nell'ambito di questo segmento economico commerciale, è tanto complessa la sfida dell'innovazione che, ripeto, ho l'impressione che da soli potremmo anche non farcela.

Insomma o facciamo un lavoro corale di messa a sistema di punti di vista e lo presentiamo al decisore politico, chiedendo delle politiche settoriali, oppure credo che ciascuna individualità ricercherà delle strade, magari anche sbrigative e non è detto che le strade sbrigative siano le strade giuste da percorrere. Tutto qui.

Io credo che questo settore, a differenza di altri, di grandi tavoli non ne abbia, quindi nemmeno ha il problema di moltiplicarli o di inflazarli. Già c'è l'Osservatorio, ma noi non ci siamo, per esempio, ed escludere una componente che rappresenta i lavoratori non credo possa fornire un quadro complessivo di un settore che si fa forte anche, naturalmente, dei lavoratori e di chi immodestamente li rappresenta.

Quindi, almeno per quello che ci riguarda, il tema della moltiplicazione dei tavoli non si porrebbe. Dopodiché io sono d'accordo con le sue osservazioni, nel senso che qui non ci sono dei burocrati che invocano la creazione di un tavolo perché fa chic: a noi piacerebbe occuparci di questioni

di carattere sostanziale.

Dobbiamo fare tutti un passo in avanti, capire che la grande distribuzione organizzata, il commercio in generale in questo Paese rappresenta una parte importante dell'economia nazionale così come dell'occupazione. Credo che questa sia una consapevolezza che a noi, a differenza di altri, non sempre fino ad oggi è stata presente e che noi dovremmo essere anche più orgogliosi di quello che rappresentiamo per il sistema Italia.

È solo questo che ci spinge a richiedere un tavolo, o, se vogliamo utilizzare espressioni più moderne, perché i tavoli sanno di un vetero sindacalismo d'antan, potremmo anche dire un momento di confronto.

## **EMANUELE SCARCI**

*(Giornalista)*

Cominciamo il secondo giro di interventi. Vorrei chiedere alla dottoressa Prampolini, visto che ci apprestiamo alla scadenza contrattuale, qual è la vostra posizione rispetto a certi capisaldi come, ad esempio, la classificazione del personale, la flessibilità dell'orario, ecc. Insomma quali saranno i punti che ritenete necessari, su cui punterete maggiormente la vostra attenzione?

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Approfondimento di  
**DONATELLA PRAMPOLINI MANZINI**  
(Vice Presidente Confcommercio)



Io vorrei intanto partire facendo però un passo indietro, perché prima si diceva che nel corso dell'ultima tornata contrattuale si è giocato al ribasso. Ecco, io devo dire che

Confcommercio non ha fatto esattamente questa cosa: mi dispiace che non ci venga riconosciuto che Confcommercio, in una fase di piena crisi, ha fatto un rinnovo contrattuale valido, visto che si è presa anche delle brutte parole dalle aziende associate. Non pensiate che sia stata una cosa così leggera, però con grande senso di responsabilità sono state fatte delle scelte anche impopolari.

Ora io non so, con il senno di poi, se fossi stata io all'epoca la responsabile, l'avrei fatto oppure no, dico però che all'epoca è stato fatto un contratto basato sul senso di responsabilità e io da quel senso di responsabilità voglio ripartire. Ma deve essere un senso di responsabilità bilaterale, nel senso che sicuramente siamo ancora in una fase in cui i consumi non sono ripartiti.



Conosciamo tutti le problematiche che ci sono ancora, sappiamo c'è un problema gravissimo, che è quello legato al costo del personale, che non è colpa dei lavoratori, ma non è neanche colpa delle imprese, perché, quando si dice che il netto in busta dei lavoratori italiani è uno tra i più bassi in Europa, spesso si dimentica di dire che il lordo non lo è.



Quindi perché non facciamo davvero una bella lotta, seria sul cuneo fiscale, non diciamo che bisogna cominciare a lavorare sulla riforma dell'IRPEF?

Perché la corda, quando la si tira troppo, da qualche parte poi si strappa.

Quindi noi non ci sottrarremo alla discussione su tutti i temi che lei ha detto e che ci stanno cuore. Lo faremo con senso di responsabilità, ma ci aspettiamo lo stesso senso di responsabilità dalle parti sindacali.

Prima è stato fatto anche un accenno al discorso sul rapporto tra contrattazione decentrata e contrattazione nazionale. A questo proposito quello che a me dispiace è vedere come su alcuni territori, in alcune aziende si rimanga attaccati a contrattazioni fatte 40 anni fa. Bisogna avere il coraggio, delle volte, di cancellarla quella roba, perché altrimenti questo è un modo per far fuggire le imprese dalla contrattazione di secondo livello.

Non si può rimanere attaccati a delle cose che ormai sono superate. Ne cito una per tutte. Si parlava prima delle domeniche: anche su questo tema non mi voglio sottrarre, perché quello delle domeniche e delle festività è un tema importante. Ve lo dico subito e così mi smarco immediatamente, anche se domani il Presidente magari mi prenderà per un orecchio: fosse per me si terrebbe chiuso tutte le domeniche e ve lo dico chiaramente, anche se faccio parte di un sistema, faccio parte di una Confederazione che può pensarla altrimenti.

D'altra parte capisco che chiudere oggi tutte le domeniche creerebbe uno tsunami dal punto di vista dei posti di lavoro e quindi capisco anche che non si accetti di fare un passo indietro e che si ragioni di superfestivi, quindi lo facciamo. Però, detto questo, io non posso accettare che sul territorio ci siano dei contratti fatti appunto 40 anni fa con delle maggiorazioni festive che non stanno né in cielo né in terra e obbligare le aziende, che ancora lo applicano, a non poterlo disdettare, pena chissà che cosa, quando i concorrenti a volte non applicano nemmeno la maggiorazione di legge.

Bisogna che ci veniamo incontro tutti perché, ripeto, il senso di responsabilità deve essere bilaterale. Non c'è neanche uno dei temi che lei ha indicato che non sia sottoposto alla possibile discussione: si può discutere di tutto, purché lo si faccia guardando avanti.

Questo vale anche per la formazione, visto che prima si parlava anche dei fondi interprofessionali per la formazione. Guardate che siamo tutti d'accordo sul fatto che la formazione è l'unico strumento che oggi abbiamo per uscire da questo pantano, però evitiamo di farci del male da soli: semplifichiamo le procedure, perché se siamo noi stesse parti datoriali e

sindacali che ci mettiamo dei vincoli per far passare la formazione, per farci qualche dispettuccio tra di noi, soprattutto in certi territori, il lavoro non funziona.

Quindi cerchiamo di guardare avanti davvero in maniera molto progressista, chiamiamola così, e di fare in modo che quello che ho chiamato all'inizio senso di responsabilità ci sia a tutti i livelli e in tutti i luoghi.



## EMANUELE SCARCI

*(Giornalista)*

Quattrone, avete fatto molta fatica nel concludere lo scorso contratto. Adesso, che siamo in prossimità della nuova trattativa, avete qualche cosa da dire alle vostre controparti, qualcosa da mettere sul piatto?

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Approfondimento di  
**FRANCESCO QUATTRONE**  
(Direttore Area Lavoro e  
Relazioni Sindacali Federdistribuzione)





**ENTE BILATERALE INDUSTRIA TURISTICA**

Viale Pasteur, 10

00144 Roma (Palazzo Confindustria)

Tel. +39 06 5914341 - Fax +39 06 5910670

**[www.ebitnet.it](http://www.ebitnet.it)**

E-mail: [ebit@ebitnet.it](mailto:ebit@ebitnet.it) - [postaebit@pec.it](mailto:postaebit@pec.it)  
[presidenzaebit@ebitnet.it](mailto:presidenzaebit@ebitnet.it)

**APPRENDISTATO**

**FORMAZIONE  
PROFESSIONALE**

FORME DI SOSTEGNO  
AL **REDDITO**

**STUDI E RICERCHE  
OSSERVATORIO SETTORE TURISMO**



ASSOCIAZIONE ITALIANA CONFINDUSTRIA ALBERGHI



FEDERTURISMO  
CONFINDUSTRIA



Abbiamo chiuso una stagione di contratti complicata per tutti i motivi che si diceva prima, io però amo essere pragmatico, perché purtroppo poi, a parte tutti i discorsi che possiamo fare, i numeri non aiutano: non è più il periodo in cui si riuscivano a fare contratti anche interessanti, non è più il periodo in cui si potevano fare anche contratti aziendali interessanti, perché la coperta è corta.

Possiamo girarci intorno quanto vogliamo, ma la coperta è corta, quindi bisogna essere particolarmente intelligenti, particolarmente coraggiosi nel trovare soluzioni: il compito è diventato estremamente più difficile rispetto a 10-15-20 anni fa. Io devo dire che mi viene difficile pensare a un rinnovo del contratto con aumenti salariali a pioggia: possiamo dircelo, ma non sarà così, perché il momento è complicato, la redditività delle aziende è bassissima, a parte qualche elemento aziendale che va particolarmente bene.

Se si guarda lo scenario generale, il messaggio che devo dare è che occorre fare attenzione, perché è sempre un elemento determinante per un'azienda della grande distribuzione il costo del lavoro: rappresenta quasi più del 50% di tutti i costi dell'azienda e, se si sbaglia a impostare il costo del lavoro, si finisce sott'acqua in brevissimo tempo e infatti è quello che è successo ad alcune grandi aziende. Ora, se si è consapevoli di questo punto e non viene affrontato in termini ideologici, si mettono sul tavolo i numeri, si mettono sul tavolo i dati e si devono trovare delle soluzioni.



Sicuramente potrebbero esserci forse degli altri istituti che varrebbe la pena valorizzare, magari anche con l'aiuto dello Stato. Non vorrei chiamare in causa Pantalone, però effettivamente welfare, detassazione dei premi di produttività e altre formule potrebbero forse essere una via d'uscita.

Ci aggiungo sicuramente la formazione, anche se io ho una visione

dell'evoluzione delle professionalità forse anche qui molto pragmatica. Forse investiremo molto di più su quei lavoratori che hanno un aspetto relazionale molto forte, temo che però, se ce la vogliamo dire tutta, ci sarà invece una categoria di lavoratori da cui si cercherà di ottenere invece la produttività in maniera ancora più forte rispetto al passato, con una popolazione che tuttavia invecchia. La popolazione dei lavoratori over 50 negli ultimi 10 anni infatti è raddoppiata.

Questi sono i numeri: è difficile non vederli e quindi o li si affrontano e poi, come dicevo prima, si accompagna il cambiamento, o altrimenti verremo travolti o dalle crisi aziendali o dalle crisi delle relazioni sindacali.

Per noi questo lavoro è un elemento sempre puntuale, c'è sempre stato e non è che lo scopriamo oggi, non è che scopriamo l'acqua calda. Forse oggi dobbiamo spingere di più di quanto abbiamo fatto con gli interventi precedenti per avere degli strumenti capaci di scaricare il peso del costo del lavoro da una parte e dall'altra parte trovare degli istituti che riescano a dare soddisfazione, magari anche indirettamente, al lavoratore, perché poi i benefici si possono prendere da varie parti.

Quindi è un sistema questo che ci vedrà discutere, perché obiettivamente non sarà semplice trovare la quadra. Teniamo conto che 10-15 anni fa tutte le nostre aziende viaggiavano in territorio positivo, ben intruppate, che nel gruppo c'era chi andava molto meglio e chi andava un po' meno bene, ma più o meno tutte crescevano: era un momento in cui si apriva il fatturato e arrivavano magari anche gli errori di organizzazione, ma questi venivano in qualche modo tritati dall'apertura, perché c'era mercato, quindi non era, se mi posso permettere, difficile fare contrattazione fino a vent'anni fa.

Adesso anche l'errore dello zero-virgola si paga e si paga subito; e quando si ragiona di zero-virgola in merito a delle aziende molto grandi, si tratta comunque di decine di milioni di euro. Ecco perché adesso siamo diventati ossessivi nella ricerca della produttività, ossessivi nella ricerca della riduzione del costo del lavoro: non per cattiveria imprenditoriale, perché gente cattiva non ce n'è, ma perché veramente i margini sono diventati talmente risicati che non ci si può permettere il minimo errore. Quindi è per questo che io credo che dovremo affrontare la prossima tornata con reciproco rispetto e reciproche attenzioni: l'unica è mettere le cose sul tavolo con molta chiarezza e provare a trovare delle soluzioni.

## **EMANUELE SCARCI**

*(Giornalista)*

Condini, in Italia abbiamo, se non sbaglio, quattro contratti nazionali: Confcommercio, Confesercenti, Distribuzione Cooperativa e Grande distribuzione organizzata. È possibile che ce ne sia un quinto, quello di CONAD?

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

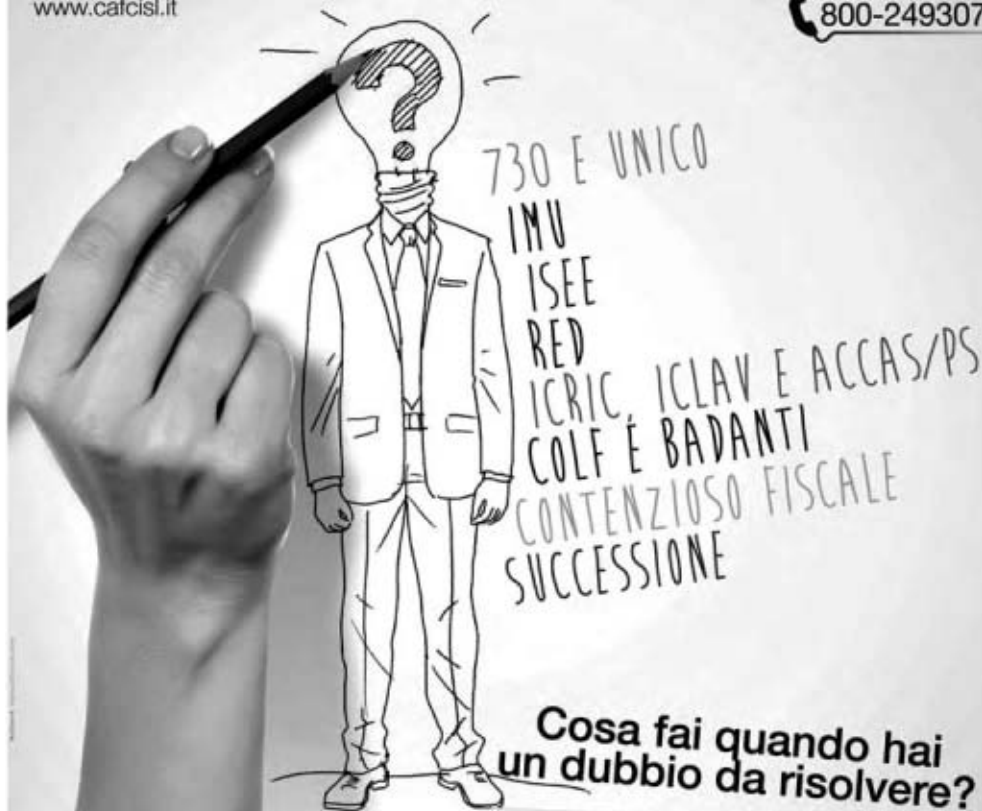
## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Approfondimento di  
**PAOLO CONDINI**

(Responsabile Relazioni Sindacali ANCD)





Cerca le persone giuste...

Al Caf Cisl troverai persone che conoscono i tuoi problemi e ti aiuteranno ad affrontare i dubbi di carattere fiscale o legati a prestazioni sociali, e a trovare le soluzioni più vantaggiose per te.

Rivolgendoti ad un operatore del Caf Cisl troverai professionalità, perché saprà rispondere sempre con rapidità e competenza alle tue esigenze, grazie alla formazione continua e consolidata che gli viene garantita.

Ma troverai soprattutto qualcuno che dà importanza alla relazione con le persone che assiste e sa come accogliere ognuna di loro, con i suoi bisogni.

Chi si rivolge a noi non sarà mai un semplice "cliente".

Siamo prima di tutto  
un'associazione di persone,  
attenta alle persone.





Questo lo posso dire tranquillamente: ufficialmente non è nella nostra agenda attualmente. Non posso dire che cosa succederà fra 3 anni, però in questo momento non se ne parla assolutamente, anche perché, se dovessimo fare una cosa di questo genere, la faremmo solo per le cooperative, considerato che gli imprenditori sono liberi di fare quello che vogliono. La maggioranza dei nostri imprenditori – dico la maggioranza e non la totalità, perché se lo facessi direi una cosa falsa – applica i due contratti, o quello di Confcommercio o quello di Confesercenti.

Sicuramente l'ultima tornata contrattuale è stata una tornata difficile per i nostri imprenditori, anche perché c'era il confronto fra i due contratti; poi c'era Federdistribuzione che non firmava, la Coop non firmava e tenere tutti a bada non è stato facile, infatti abbiamo avuto delle forti tensioni.

Comunque nel futuro prossimo per noi non ci sarà un contratto nostro: quello che comunque chiederemo sicuramente alla contrattazione – e lo

faremo con forza – è che per noi l'imprenditore deve sempre rimanere al centro. Quindi, per quanto riguarda sia la formazione, sia, per esempio, gli orari di lavoro, sia l'organizzazione del lavoro, secondo noi è l'imprenditore che deve decidere e ciò vale anche per le aperture, che noi facciamo fatica a pensare di limitare. Noi tuttavia siamo disponibili al confronto, siamo disponibili a tante cose, ma il doverlo concordare è un modello che abbiamo difficoltà a sposare.

Infatti, a parte Esselunga, fondamentalmente tutte le grandi catene succursali sono un po' in crisi. Questo non succede alle catene che appartengono a imprenditori sul territorio, perché l'imprenditore sul territorio ha una sensibilità maggiore. L'Italia è lunga, l'Italia ha sensibilità diverse: ecco perché io



dico che imporre l'orario di lavoro per legge, determinare in questo modo l'apertura o la chiusura è sbagliato.

Noi abbiamo verificato, quando c'è stata la discussione sulle aperture domenicali, che dei nostri punti vendita solo il 60% teneva aperto la domenica e di quel 60% più della metà apriva solo la domenica mattina. Quindi non è detto che l'apertura domenicale sia un atteggiamento diffuso, lo è solo quando l'imprenditore lo ritiene necessario e lo ritiene profittevole, altrimenti non apre.

Ecco perché dire che un contratto nazionale possa definire tutte queste situazioni mi risulta un po' complicato. Comunque noi rispetto alla contrattazione saremo molto attenti a quello che succederà.

## **EMANUELE SCARCI**

*(Giornalista)*

Credo che nelle prossime settimane questo sarà il focus del tavolo ministeriale. La ringrazio molto.

Savini, a lei volevo chiedere: Confcooperative consumo e utenza rappresenta senza dubbio una particolare attività di imprese che ha introdotto un modello di sviluppo e di rilancio sostenibile del territorio. Può questo modello costituire un formato di rilancio della distribuzione italiana fatta di province, fatta di tanti campanili?

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Approfondimento di  
**ROBERTO SAVINI**  
(Presidente Confcooperative  
Settore Consumo e Utenza)





QUADRIFOR

FORMAZIONE PER LO SVILUPPO DELLE  
COMPETENZE PROFESSIONALI DEI QUADRI



## GUARDIAMO ALLA FORMAZIONE DEI QUADRI *con un occhio di riguardo*

Da oltre vent'anni QuadriFor - l'Istituto Bilaterale per lo sviluppo della Formazione dei Quadri del Terziario, Distribuzione e Servizi - promuove iniziative di formazione in aula e a distanza con un'offerta tra le più ricche sul mercato e un'attenzione costante al digitale con oltre 200 corsi e percorsi in aula e 60 corsi e-learning, progetti aziendali e interaziendali, eventi tematici, ricerche e studi. Guardando a un progetto che coinvolge oltre 58.000 Quadri e 12.600 Aziende. I cui risultati, oggi, sono sotto gli occhi di tutti.

[WWW.QUADRIFOR.IT](http://WWW.QUADRIFOR.IT)

Via Cristoforo Colombo, 137 - 00147 Roma T +39 06 5744.304/305 E [info@quadriFor.it](mailto:info@quadriFor.it)

Forse la forma più antica e storica della cooperazione è quella del consumo. Proprio quest'anno noi abbiamo celebrato i nostri primi 100 anni e le cooperative che abbiamo premiato come le più storiche, quelle nate nel Centenario, spesso sono state proprio delle cooperative di consumo.

Le cooperative di consumo certamente non nascevano nell'ottica del profitto, ma in ottica di dare un servizio a delle zone dove era difficile pensare di impiantare attività imprenditoriali per la rivendita di prodotti, perché mancavano le condizioni economiche o perché erano isolate. Oggi qualcuno le chiamerebbe le aree di market failure, perché l'impresa lì perderebbe.

In effetti tendenzialmente tra le aziende che io rappresento nessuna corrisponde a modelli di grande taglia, più o meno tutte rientrano al massimo nel taglio Superstore, se vogliamo dare dei modelli.

Probabilmente noi stiamo vedendo questa crisi dell'Iper perché c'è un cambio di paradigma: io sarei per sottolineare la grande differenza tra il luogo che viene creato apposta per il mercato, quindi veramente il modello del grande centro commerciale, che potremmo definire forse il modello urbs nel senso proprio fisico del termine, e un modello invece di civitas, cioè il modello dei piccoli luoghi, delle relazioni.

Noi che tipo di risposte stiamo cercando di dare? Noi siamo attenti soprattutto al problema occupazionale, specialmente nei piccoli centri, da cui va via l'ufficio postale, va via la scuola elementare, va via la parrocchia, perché non c'è neanche più il parroco titolare della parrocchia. E alla fine cosa resta? Qualche volta resta proprio il negozio, che è una piccola realtà artigianale, la quale spesso nasce da una realtà cooperativa antica, magari collocata in una proprietà immobiliare interessante, molto bella, legata ai giardini storici.

Ecco, noi oggi stiamo lavorando, per esempio, sui cosiddetti servizi di interesse economico generale, cosa che si è sviluppata principalmente in Trentino, dove l'unico baluardo, l'unica Fortezza Bastiani che resiste in questi piccoli centri è un piccolo negozio, a cui viene data la possibilità, attraverso dei contributi europei, di rimanere in vita acquisendo dei contributi a fondo perduto, che possono arrivare anche a €15.000 l'anno, grazie ai quali si potrebbe pagare un mezzo dipendente.

Questi negozi, oltre al fatto del consumo, mettono in opera anche altri servizi, che potrebbero essere semplicemente quello di soddisfare la ricetta del medico, di potere dare i farmaci, di potere dare un servizio Internet, di poter cedere i biglietti dei trasporti pubblici e così via.

Tutto questo è proprio un cambio di paradigma che permette di resistere in certi posti offrendo un servizio in più. E questo ha fatto sì nei nostri

casi che riusciamo in questo momento a mantenere viva una prima occupazione di personale che è passato attraverso un processo di formazione.

Quindi io credo che oggi noi stiamo riscoprendo quello che forse cento anni fa qualcuno aveva inteso fare con le prime cooperative. In fin dei conti crisi fondamentalmente vuol dire trasformazione nella sua accezione etimologica greca e noi vogliamo operare questa trasformazione nel solco della tradizione.



## **EMANUELE SCARCI**

*(Giornalista)*

88

A Guidi volevo chiedere, sempre a proposito del contratto, considerato che avete una situazione interna delle cooperative abbastanza variegata, per cui qualche realtà va bene, mentre altre sono più in difficoltà, avete messo giù qualche punto per il prossimo rinnovo contrattuale? Ci sono dei punti che possono unificare tutte queste realtà, abbastanza diverse tra di loro?

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Approfondimento di  
**STEFANO GUIDI**

(Responsabile Nazionale Commissione Lavoro  
e Formazione ANCC – Coop)



SCADENZA 10 SETTEMBRE 2021

**CISL FISASCAT**  
FEDERAZIONE ITALIANA SINDACATI ADDETTI SERVIZI COMMERCIALI, AFFINI E DEL TURISMO

**FIST**  
FEDERAZIONE ITALIANA SINDACATI ADDETTI SERVIZI COMMERCIALI, AFFINI E DEL TURISMO

# PER IL TUO FUTURO SOSTENIAMO IL TUO IMPEGNO

## PREMI DI LAUREA



La FISASCAT Cisl (Federazione Italiana Sindacati Addetti Servizi Commerciali, Affini e del Turismo), da oltre 10 anni, bandisce un concorso per lo stanziamento e l'assegnazione di Premi di Laurea, conseguite in Università italiane, del valore di € 1.500,00, riservati alle tesi che riguardano l'ambito del Terziario Privato con particolare riferimento al Commercio, Turismo, Servizi e Socio-assistenziale.



**BANDO DI CONCORSO 2020-2021**

Bando di concorso su: [www.fisascat.it](http://www.fisascat.it)



Noi abbiamo alla base una contrattazione che è diversa dalle altre e che si è costruita negli anni d'oro della cooperazione delle vendite, questo spiega perché noi abbiamo elargito la concessione di istituti contrattuali e di situazioni a livello contrattuale favorevoli ai lavoratori. Ma con l'arrivo della crisi – e noi ci siamo dentro più che troppo – ci siamo resi conto, come diceva il collega prima, che, essendo il costo del personale più del 50%, tra i tanti costi che devono essere limati va limato anche quello, soprattutto se quel costo è superiore a quello dei concorrenti, in un'ottica di avere una condizione economica uguale per tutto il terziario.

Noi ci siamo impegnati a chiedere proprio questo alle organizzazioni sindacali: siamo tutti coesi, noi della Cooperazione, a chiedere la revisione di tutta una serie di istituti contrattuali, che creano ancora oggi una differenza. Come si è sviluppato il contratto collettivo nazionale e la sua conclusione sono figli di questa situazione e a questo punto bisogna fare un appello al sindacato affinché sia meno ideologico sulle prese di posizione rispetto a certi istituti e a certe situazioni e più concreto nei confronti delle compagini datoriali al fine di eliminare il *dumping*.



Non so come saranno le piattaforme e quali saranno le richieste. Certo, se i sindacati avanzassero solo una semplice richiesta economica, sbaglierebbero chiaramente il tiro.

Ci va bene se invece si mira a una revisione, per quanto riguarda noi, del contratto in modo che si allinei gli altri, pur rimanendo il nostro un contratto diverso.

E questo ci teniamo a dirlo, che, per come siamo fatti, per quelle che sono le nostre idee, vogliamo avere un contratto diverso: quindi su tanti istituti, su tante cose siamo disposti ad accollarci quello che noi consideriamo un elemento distintivo, senza per questo dire che siamo meglio degli altri.

Noi siamo frutto di un certo contesto e abbiamo una storia nostra, per il resto bisogna andare sui mercati e farci la guerra su come siamo bravi a vendere.

Prima dell'inizio della contrattazione ultima il nostro contratto era più caro di quelli della concorrenza di 3 punti percentuali, con l'ultima contrattazione si è ridotto all'1,5%. In precedenza noi avevamo il contratto insieme a CONAD ma loro poi ci hanno lasciato.

## **EMANUELE SCARCI**

*(Giornalista)*

Bussoni, rispetto a quello che ha detto prima Cuccello, in percentuale quante possibilità pensa che ci siano di firmare il prossimo contratto in fretta?

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

La metamorfosi della GDO,  
le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Approfondimento di  
**MAURO BUSSONI**  
(Segretario Generale Confesercenti)





Ente Bilaterale della Distribuzione Moderna Organizzata

## Chi siamo

E.Bi.Di.M. è l'Ente bilaterale nazionale della Distribuzione Moderna Organizzata, costituito in attuazione del CCNL DMO del 19 dicembre 2018.

L'Ente mette a disposizione dei lavoratori del settore prestazioni di assistenza e welfare, con interventi a favore della famiglia, a tutela della maternità e della salute e a supporto dei lavoratori che utilizzano i mezzi di trasporto pubblici.

## Chi può richiedere le prestazioni

Lavoratori a tempo indeterminato - compresi apprendisti - e lavoratori a tempo determinato con un contratto non inferiore a 6 mesi continuativi, che svolgono la propria attività presso datori di lavoro in regola con il versamento delle quote contributive e che applicano integralmente il CCNL DMO.

## Come richiedere le prestazioni

Le richieste dovranno essere presentate ad E.Bi.Di.M. esclusivamente attraverso la procedura online del sito [www.ebidim.it](http://www.ebidim.it) che sarà disponibile dal 2 gennaio 2020. Da quel momento sarà possibile verificare il possesso dei requisiti soggettivi per poter fruire delle prestazioni offerte dall'Ente, come specificato nei «Regolamenti» delle singole prestazioni.

### Prestazioni Offerte



Asilo nido



Familiari non autosufficienti



Malattia grave



Genitorialità



Trasporto pubblico

Prima non ho fatto previsioni, invece adesso faccio una previsione rispetto ai rinnovi contrattuali: non ci sarà sicuramente la corsa a firmare per primi, questo è sicuro. Quindi mi sono ritrovato molto d'accordo su alcune considerazioni che ha fatto chi mi ha preceduto: la contrattazione ha una derivazione storica, si porta dietro tanti anni di esperienze, di evoluzioni, di fatti anche positivi che sono stati posti in essere, però ci sono alcune incrostazioni che dovrebbero essere eliminate.

La parte normativa è molto importante, ma io dico che è molto importante anche l'aspetto economico e siccome noi abbiamo fatto questa proposta 3 anni fa, penso che aiuterebbe tutti coloro che sono seduti attorno a questo tavolo e tutti quelli che sottoscrivono, che condividono i rinnovi contrattuali fare una sana lotta contro il dumping contrattuale.

Noi operiamo nel settore del terziario e le nostre imprese sono soggette costantemente a sollecitazioni da parte di pseudo organizzazioni sindacali o pseudo organizzazioni imprenditoriali che firmano contratti pagando molto meno, così che le imprese ci mollano, ci dicono che li facciamo pagare troppo e ne scelgono delle altre.



Allora io dico che coloro i quali sono riconosciuti, che reciprocamente si riconoscono come organizzazioni rappresentative in questo settore potrebbero chiedere aiuto allo Stato, perché lo Stato deve dare un aiuto da questo punto di vista. Ad esempio, tutti gli aumenti contrattuali che vengono applicati da chi rispetta i minimi contrattuali che fanno riferimento ai nostri settori, li mettiamo in detassazione, così facciamo dei rinnovi contrattuali che portano comunque più soldi nelle tasche dei lavoratori.

Ma lo dobbiamo fare solo nel momento in cui siamo in grado di eliminare tutti coloro che operano facendo concorrenza sleale, altrimenti non ne usciremo più. Dopo fra tutti noi cerchiamo di trovare quelli che sono gli aggiustamenti necessari nella diversità che ciascuno di noi rappresenta.

Ad esempio, noi tuteliamo le imprese di minori dimensioni, che hanno tanti esercizi sul territorio: ci sono delle specificità che ciascuno deve mantenere.

Però io credo che debba finire il tempo in cui ci sono contratti che di fatto contraddicono quello che è stato sottoscritto sei mesi prima o tre mesi prima all'interno dello stesso settore: dobbiamo dare delle regole. Poi chi rappresenta 100 conterà per 100, chi rappresenta 50 conterà per 50 e avremo fatto una moralizzazione, da questo punto di vista, della contrattazione.



Io credo che il futuro sia quello: regole chiare per tutti, interventi nei confronti di coloro che operano fuori dalle regole e detassare tutti i rinnovi contrattuali, utilizzando anche il welfare, utilizzando tutte quelle forme che oggi possono essere utilizzate e che danno molto di più dal punto di vista del valore economico rispetto a quello che può essere dato all'interno della busta paga. Quindi lavoriamo con intelligenza, ma lavoriamo non per andare in basso, lavoriamo per andare in alto, cioè diamo soddisfazioni a chi lavora e diamo serenità anche agli imprenditori. Quelli che operano all'interno della correttezza devono essere premiati e invece oggi questo non avviene. Noi siamo costretti costantemente a far fronte a situazioni di natura contrattuale che sono al di fuori delle regole e nei confronti delle quali nessuno interviene: è arrivato il momento in cui, nel prossimo rinnovo, credo che tutti noi ci dobbiamo mettere intorno al tavolo e cominciare a risolvere questi problemi.

## EMANUELE SCARCI

(Giornalista)

Cuccello, ha sentito ciò che pensano i rappresentanti di sei controparti. In quale di esse si ritrova?

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

La metamorfosi della GDO,  
le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Approfondimento di  
**ANDREA CUCCELLO**  
(Segretario Confederale CISL)





*Alla tua ASSISTENZA SANITARIA  
ci pensiamo noi!*

## **PRESTAZIONI DIRETTE FONDO FAST**

*Consulta il piano sanitario diretto FAST*

✉ [prestazioni@fondofast.it](mailto:prestazioni@fondofast.it)

## **PRESTAZIONI IN CONVENZIONE UNISALUTE**

*Consulta il piano sanitario FAST*

☎ numero verde unisalute 800.01.66.39

Via Toscana, 1 - 00187 Roma



Tel. 06 42034670

Fax 06 42034675



[info@fondofast.it](mailto:info@fondofast.it)



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

**FEDERALBERGHI**  
Federazione delle Associazioni Italiane Albergatori e Turiste





Dire che mi ritrovo in quello che è stato detto da chi mi ha preceduto è un parolone, ma, a parte le battute, io mi rendo conto che c'è come una asimmetria tra quello che immaginiamo che possa essere il futuro dell'imprenditoria, che possa essere il futuro di un settore così importante e quello di cui ci sarebbe effettivamente bisogno, al livello dell'imprenditore. Lo dico perché, nel momento in cui l'amico di CONAD dice che l'impresa deve essere al centro, allora, come contrapposizione, io dico che il lavoratore deve essere al centro.

È vero che io gioco in casa, ma non lo faccio per strappare un applauso: io credo che, proprio perché stiamo per andare verso scenari che sono del tutto nuovi, proprio perché credo che stiamo andando in un mare che non conosciamo – ma se non lo conosciamo noi, non lo conoscete nemmeno voi – credo che il confronto, credo che la capacità di saper affrontare insieme la situazione – in alcuni casi essendo capitano e in alcuni casi essendo mozzo – possa dare una possibilità di navigare in questi mari nuovi.

Con quel tipo di atteggiamento invece credo che non andremo lontano. Sicuramente voi siete un gruppo galoppante, avete fatto una scelta imprenditoriale importante, però non so nel lungo periodo, con questo tipo di atteggiamento, quanto potrà essere ancora duratura.



Per quanto mi riguarda, ritengo che il problema del dumping contrattuale si stia andando risolvendo, anche perché in questi giorni c'è stato un

fatto molto importante: dopo mesi nei quali la convenzione con l'INPS era stata bloccata, perché l'attenzione da parte del precedente governo era diventata scarsa e di fatto aveva bloccato il Presidente dell'INPS, è stata ripresa la convenzione che dovrà essere sottoscritta tra le organizzazioni sindacali e le parti bilaterali. In questo caso sto parlando di Confindustria e Confapi, ma io credo che questo aprirà una stagione, uno scenario di riferimento che porterà alla certificazione della rappresentanza.

Però il tema è molto serio e qui mi rivolgo sempre agli amici imprenditori: c'è un problema di rappresentanza delle organizzazioni sindacali, ma ancor più grave è il problema della liquefazione delle associazioni di rappresentanza degli Imprenditori. Se noi non abbiamo nel Paese una rappresentanza certa degli imprenditori e si moltiplicano i contratti collettivi nazionali anche con altre associazioni, magari non con le organizzazioni qui presenti, io credo che questo sia un problema che fa male ai lavoratori, fa male a tutto il sistema d'impresa e soprattutto al nostro Paese.



## EMANUELE SCARCI

*(Giornalista)*

Prima di dare la parola conclusiva a Guarini, chiedo a Vincenzo Dell'Orefice se ha ancora qualcosa da aggiungere.

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Riflessioni di  
**VINCENZO DELL'OREFICE**  
(Segretario Nazionale FISASCAT-CISL)





**Cosa fare in caso di sinistro?**  
Per prima cosa contattare i  
a Centrale Operativa.  
Quando un lavoratore ha bisogno di prestazioni sanitarie occorre che contatti il più presto possibile, e comunque prima della prestazione, la Centrale Operativa al numero verde gratuito 800-016646 (dall'estero prefisso internazionale per l'Italia - 0514399046).

**SINISTRI IN STRUTTURE CONVENZIONATE PER IL FONDO FONTUR ATTRAVERSO UNISALUTE**  
Vengono liquidate direttamente alla struttura le prestazioni sanitarie autorizzate, con l'esclusione di eventuali somme a carico del lavoratore. All'atto della prestazione (che deve essere preventivamente autorizzata dalla Centrale Operativa), il lavoratore dovrà presentare alla struttura convenzionata:  
• documento comprovante la propria identità  
• prescrizione del medico curante, contenente la natura della malattia accertata o presunta e le prestazioni diagnostiche e/o terapeutiche richieste.  
• dovrà inoltre firmare le ricevute per attestare i servizi ricevuti.

**SINISTRI IN STRUTTURE NON CONVENZIONATE**  
In questo caso, il lavoratore, per ottenere il rimborso delle spese sostenute dovrà inviare, appena possibile, direttamente al Fondo Fontur viale Pasteur, 10 - 00144 Roma, la documentazione necessaria:  
• modulo di richiesta di rimborso debitamente compilato  
• copia della cartella clinica conforme all'originale in caso di ricovero;  
• copia della prescrizione contenente la patologia presunta o accertata da parte del medico curante in caso di prestazioni ambulatorie;  
• copia della documentazione di spesa (ticket e ricevute, ticket del SSN), debitamente giustificata.

**SINISTRI NEL SERVIZIO SANITARIO NAZIONALE**  
Per le prestazioni effettuate in strutture del Servizio Sanitario Nazionale (S.S.N.) e da esse accreditate le spese sostenute vengono rimborsate con le modalità previste al punto precedente. Nel caso di corresponsione all'indennità sostitutiva, l'assicurato dovrà presentare:  
• modulo di richiesta di rimborso debitamente compilato  
• copia della cartella clinica conforme all'originale.

Per informazioni dettagliate sulle condizioni del piano, si consulti la Guida al Piano sanitario su [www.fontur.it](http://www.fontur.it).

Per tutelare il bene più prezioso, la tua salute. Le prestazioni di Assistenza Sanitaria Integrativa sono prestate a favore di tutti i dipendenti iscritti al Fondo Fontur in applicazione del CNL Istitutivo del Fondo Fontur stesso.

**I vantaggi per gli iscritti**  
• Avere a disposizione una rete di strutture sanitarie convenzionate con Fondo Fontur attraverso Unisalute (Case di Cura, Ospedali, Centri diagnostici) diffuse in tutta Italia in grado di offrire un servizio di assoluta qualità in termini di professionalità medica, tecnologia e comfort.  
• Ridurre al minimo i tempi di attesa sia richiesta e prestazione sanitaria.  
• Contare su una Centrale Operativa telefonica che permette di prenotare direttamente visite ed esami e di ricevere pareri medici immediati.  
• Poter godere di una copertura completa in Italia e all'estero.

**SERVIZIO DI CONSULENZA**  
I seguenti servizi di consulenza telefonica vengono forniti dalla Centrale Operativa telefonando al numero verde 800-016646 dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 19.30. Dall'estero prefisso internazionale per l'Italia - 0514399046.  
• Pareri medici immediati  
• Prenotazione di prestazioni sanitarie nelle strutture convenzionate  
• Informazioni sanitarie telefoniche

## RICOVERO IN ISTITUTO DI CURA PER INTERVENTO CHIRURGICO

Se il lavoratore viene ricoverato per effettuare un intervento chirurgico (vedi elenco interventi chirurgici sul sito [www.fontur.it](http://www.fontur.it)) ha diritto al pagamento delle spese sostenute nei 120 giorni prima e nei 120 giorni dopo il ricovero e durante la degenza. Durante la degenza sono comprese le spese sostenute, quali ad esempio la retta di degenza, l'accoppiatore, l'assistenza medica.  
Nel caso di utilizzo del Servizio Sanitario Nazionale vengono rimborsati integralmente le eventuali spese per ticket sanitari o per trattamento ambulatorio (ad esempio le spese per un'eventuale camera a pagamento) rimasti a carico del lavoratore.  
**Indennità sostitutiva**  
Se il lavoratore non richiede alcun rimborso, avrà diritto ad un'indennità di € 80,00 per ogni giorno di ricovero fino al 30° giorno di ricovero. A partire dal 31° giorno fino al 100° l'indennità diventa pari a € 100,00 al giorno.  
Nel caso di utilizzo di strutture convenzionate con il Fondo Fontur attraverso Unisalute  
Le spese vengono liquidate direttamente alle strutture stesse senza applicazione di scoperti o franchigie, ad eccezione delle garanzie che prevedono specifici limiti.

**Nel caso di utilizzo di strutture non convenzionate**  
Questa modalità potrà essere attivata solo nel caso in cui il lavoratore sia domiciliato in una provincia priva di strutture sanitarie convenzionate. Le prestazioni vengono rimborsate nella misura del 70%, con un minimo non indennizzabile pari a € 2.000,00 e nel limite di un massimale di € 8.000,00 per ciascun intervento, nel massimale complessivo dell'anno ricovero.  
**Somma massima a disposizione**  
€ 90.000,00 per anno e per persona.

## TICKET PER ACCERTAMENTI DIAGNOSTICI E PRONTO SOCCORSO

Il Piano sanitario prevede il rimborso integrale del ticket sanitari per accertamenti diagnostici effettuati nel Servizio Sanitario Nazionale e al rimborso integrale del ticket per pronto soccorso.

**Somma massima a disposizione:**  
€ 500,00 per anno e per persona.

## VISITE SPECIALISTICHE

Prestazioni garantite solo nel SSN e nelle strutture sanitarie convenzionate con il Fondo Fontur attraverso Unisalute

Il Piano sanitario prevede il pagamento delle visite specialistiche con esclusione delle visite odontoiatriche e ortodontiche, ad eccezione di quelle previste nella sezione "Prevenzione Odontoiatrica".

**Nel caso di utilizzo del Servizio Sanitario Nazionale**  
Vengono rimborsati integralmente i ticket sanitari.

**Nel caso di utilizzo di strutture convenzionate con il Fondo Fontur attraverso Unisalute**  
Le spese vengono liquidate direttamente alle strutture.

**Somma massima a disposizione**  
€ 700,00 per anno e per persona.

## PACCHETTO MATERNITÀ

Sono comprese nel piano sanitario le ecografie e le analisi cliniche effettuate in gravidanza.  
Sono inoltre comprese al massimo di € 80,00 le visite di controllo ostetrico ginecologico orientato a rischio di gravidanza a rischio.

**Nel caso di utilizzo del Servizio Sanitario Nazionale**  
Vengono rimborsati integralmente i ticket sanitari.

**Nel caso di utilizzo di strutture convenzionate con il Fondo Fontur attraverso Unisalute**  
Le spese vengono liquidate direttamente alle strutture.

**Nel caso di utilizzo di strutture non convenzionate per il Fondo Fontur attraverso Unisalute**  
Le spese vengono rimborsate senza applicazione di scoperti o franchigie.

**Somma massima a disposizione:**  
€ 1.000,00 per anno e per persona.

In aggiunta, la garanzia prevede in occasione del parto e previa presentazione della cartella clinica, un'indennità di € 80,00 per ogni giorno di ricovero per un massimo di 7 giorni per ogni ricovero.

## PRESTAZIONI DI DIAGNOSTICA E TERAPIA

Il Piano sanitario prevede il pagamento di una serie di prestazioni diagnostiche e terapeutiche di alta specializzazione estracomplex (tra cui TAC, chemioterapia, mammografia ecc., vedi elenco dettagliato sul sito [www.fontur.it](http://www.fontur.it)).

**Nel caso di utilizzo del Servizio Sanitario Nazionale**  
Vengono rimborsati integralmente i ticket sanitari.

**Nel caso di utilizzo di strutture convenzionate con il Fondo Fontur attraverso Unisalute**  
Le spese vengono liquidate direttamente alle strutture, lasciando a carico del lavoratore € 35,00 per ogni accertamento o ciclo di terapia, da versare alla struttura sanitaria all'atto della fruizione della prestazione.

**Nel caso di utilizzo di strutture non convenzionate**  
Le prestazioni vengono rimborsate al lavoratore nella misura del 70%, con un minimo non indennizzabile pari a € 55,00 per ogni accertamento o ciclo di terapia.

**Somma massima a disposizione**  
€ 6.000,00 per anno e per persona.

## PREVENZIONE

Prestazioni garantite solo nelle strutture sanitarie convenzionate con il Fondo Fontur attraverso Unisalute

Le prestazioni devono essere effettuate in un'unica soluzione e prenotate preventivamente attraverso la Centrale Operativa.

**PER GLI UOMINI**  
Una volta l'anno, prevenzione cardiovascolare (ad es. glicemia, colesterolo, elettrocardiogramma di base).  
Una volta ogni due anni per gli uomini di età superiore ai 45 anni, prevenzione oncologica (ad es. PSA, ecografia prostatica).

**PER LE DONNE**  
Una volta l'anno, prevenzione cardiovascolare (ad es. glicemia, colesterolo, elettrocardiogramma di base).  
Una volta ogni due anni per le donne di età superiore ai 45 anni, prevenzione oncologica (ad es. visita ginecologica e PAP-Test).

## PREVENZIONE DELLA SINDROME METABOLICA

Per tutti gli iscritti, lo screening si attiva facendo l'esame del sangue (colesterolo HDL, colesterolo totale, glicemia, trigliceridi) in SIN oppure attivando il pacchetto di prevenzione cardiovascolare in un'unica soluzione nella struttura sanitaria convenzionata con il Fondo Fontur attraverso Unisalute, previa prenotazione da parte della Centrale Operativa. Una volta effettuata la visita, l'iscritto potrà collegarsi al sito [www.fontur.it](http://www.fontur.it) e nella sezione riservata agli iscritti, leggere le istruzioni e compilare il questionario con i dati richiesti. Una volta compilato il questionario, il personale medico preposto al servizio provvederà ad analizzare i risultati ed entro 2 giorni comunicherà all'iscritto l'esito della valutazione tramite e-mail.

**Nel caso in cui l'iscritto si trovi in uno stato di sindrome metabolica non dichiarata** ha diritto a ripetere le prestazioni di seguito elencate (colesterolo HDL, colesterolo totale, glicemia, trigliceridi) a cadenza semestrale.

## PRESTAZIONI DI IMPLANTOLOGIA

Il Fondo Fontur prevede al pagamento delle prestazioni per impianti ortodontici e relative corone fisse. La garanzia opera nel caso di applicazioni di un numero minimo di 2 impianti, previsti nel medesimo piano di cura, per un massimale annuo di € 3.000,00. La presente garanzia è prestata esclusivamente nel caso in cui l'iscritto si avvalga di strutture sanitarie e personale convenzionato con il Fondo Fontur attraverso Unisalute.

## PREVENZIONE ODONTOIATRICA

Fondo Fontur prevede al pagamento di una visita specialistica e di una seduta di igiene orale professionale, una volta l'anno, nelle strutture sanitarie convenzionate indicate dalla Centrale Operativa, previa prenotazione. Le prestazioni sotto indicate, che costituiscono la prevenzione, devono essere effettuate in un'unica soluzione.

- Abblazione del tartaro mediante utilizzo di ultrasuoni, o in alternativa, se necessario, mediante il ricorso ad un altro tipo di trattamento per l'igiene orale.
  - Visita specialistica odontoiatrica.
- Quindi, a causa della particolare condizione clinica e/o patologica dell'iscritto, il medico della struttura convenzionata ricorrendo, in accordo con il Fondo, la necessità di effettuare una seconda seduta di igiene orale nell'arco dello stesso anno associativo, il Fondo provvederà ad autorizzare e liquidare la stessa nei limiti sopra indicati.

Giusto una riflessione rispetto ai contributi, che io comunque reputo tutti interessanti, nel senso che sappiamo ed è giusto che ci siano delle differenze, delle divisioni tra di noi, non diciamo sulla parte di analisi generale, ma rispetto alle soluzioni da affrontare.

In ambito contrattuale il settore si trova in una fase di passaggio molto delicata: qui non è solo in discussione come saranno i format del futuro prossimo, ma si sta vivendo davvero una trasformazione anche in seno agli assetti proprietari del settore. Vi è un balzo in avanti molto importante della distribuzione organizzata o associata rispetto alla grande distribuzione e questo comporterà un riposizionamento di fette non solo di mercato, ma anche di popolazione attiva presso il settore. Ecco, io credo che chi aspira ad essere leader di mercato, se vuole anche essere leader di settore, deve rendersi conto che difficilmente si riescono a fare le cose senza il coinvolgimento e la condivisione dei lavoratori, ma sicuramente è assai difficile fare delle cose contro i lavoratori. Quindi è probabile che quello che siamo stati fino a questo punto non abbia più corso, ma non è detto che l'alternativa alla ipertrofica normativa contrattuale di qualsiasi aspetto riguardi la vita dell'azienda abbia come contrario speculare solo le mani libere per gli imprenditori. Non ci credo, non credo che in un Paese occidentale si possa fare impresa in questo modo. Francamente quindi ho l'impressione che di queste cose torneremmo a discutere. Io credo che a casa nostra tutto ci si possa imputare, tranne che di avere una posizione ideologica: non ce l'abbiamo mai avuta, non ce l'abbiamo avuta nemmeno nell'ultima stagione contrattuale, a giudizio universale fra le più difficili che la storia della contrattazione abbia visto, non fosse altro perché noi uno sforzo lo abbiamo fatto. Noi abbiamo presentato una sola piattaforma con una piccola appendice per la distribuzione cooperativa. Altri hanno chiesto di moltiplicare i tavoli in una sorta di miracolo postmoderno.



Questa organizzazione sindacale, non senza preoccupazione, raccoglie anche la sfida della certificazione della propria rappresentanza per

scongiurare il rischio della mala pianta del dumping contrattuale. Voi lo sapete anche meglio di chi sta parlando: la CISL, almeno nel terziario di mercato, era radicata su un modello di rappresentanza che era al massimo livello baricentrato sulla figura delle RSA e non delle RSU. Noi sappiamo che questa è una sfida che dobbiamo raccogliere, perché ci siamo vincolati a misurare una parte della media ponderata della rappresentatività anche su quel dato elettorale.

E quindi questa è un'organizzazione che sfida se stessa nel raccogliere la sfida. Ma noi la raccogliamo la sfida: probabilmente sono altri che rallentano i processi di pesatura della rappresentatività e della titolarità a sedere ai tavoli. Noi ci uniformiamo e condividiamo l'impostazione che la nostra Confederazione ha avuto a riguardo e quindi sicuramente non abbiamo timore rispetto al fatto che qualcuno ci possa venire a pesare, a dire se dobbiamo sedere ai tavoli.

Però è stato già detto e io lo ribadisco: le regole devono valere per tutti. Anche dall'alto delle associazioni datoriali è giusto che ci si vincoli a misurarsi, a farsi misurare, a sedere a dei tavoli, a non ricercare firme di associazioni più accondiscendenti per portare a casa un risultato contrattuale che con le associazioni che avrebbero avuto diritto a sedere a quel tavolo magari non si è portato a casa.

Dopodiché chiudo con una battuta: abbiamo fatto gli insieme alle elementari, per cui, quando si parla di differenza di costo tra contratto e contratto, che si incominciassero però a dire quant'è la differenza degli istituti economici retributivi fissi dei contratti e quant'è la differenza che deriva dalla somma degli istituti fissi e degli istituti variabili, per il semplice fatto che un istituto variabile è appunto una variabile e non è detto che sia un costo. Il costo è rappresentato solo dai fissi, i quali, da che mondo è mondo, sono la retribuzione conglobata e gli scatti di anzianità.

Su quelli facciamo le verifiche rispetto a ciò che abbiamo fatto in termini negoziali sui vari tavoli che abbiamo affrontato. Ma se si continua a mettere l'onere per la malattia, o meglio l'onere per i giorni di carenza di malattia in un mischione generale per dire che i costi sono diversi, siccome noi siamo cresciuti leggendo, interpretando e spiegando le buste paga dei lavoratori, vi diciamo che non siamo più d'accordo, perché questo è un trucco un po' vecchio. Grazie.

## **EMANUELE SCARCI**

*(Giornalista)*

Per le conclusioni di questa giornata diamo la parola a Davide Guarini, Segretario Generale della FISASCAT CISL.

Tavola rotonda:

# IPER-EXIT 2019 FUGA DAL FORMAT

## La metamorfosi della GDO, le implicazioni sul lavoro

Hotel Quirinale – Roma  
10 Ottobre 2019

Conclusioni di  
**DAVIDE GUARINI**  
(Segretario Generale FISASCAT-CISL)





Ci ha già pensato l'amico Vincenzo e credo che non sia stato proprio leggero. Io cercherò di mediare, di fare il cisilino di ferro, di attuare la mediazione.

Mi preme intanto ringraziare veramente tutti voi per aver partecipato a questa iniziativa e aver colto l'invito, anche nelle condizioni più complicate di Confindustria, che è stato quello più tartassato oggi. Però effettivamente poi tutto si misura dalle azioni e dai comportamenti, quindi forse era preparato a questo proposito. Comunque in qualche modo ha cercato di mantenere la posizione.

Vi ringraziamo come FISASCAT perché noi questo appuntamento l'abbiamo pensato certamente nella prospettiva del rinnovo del contratto, ma non solo, dato che, approcciando la prospettiva del rinnovo del contratto, partiamo da un presupposto: siccome noi abbiamo delle aspettative molto alte, abbiamo bisogno di capire come sta il settore e che cosa vive il settore. In questo momento, che certamente è particolare.

Questo è un settore che, a differenza di altri settori industriali e anche dell'Artigianato, ha delle dinamiche molto diverse rispetto al terziario in generale. Nel settore del Commercio, con i vari formati che venivano qui analizzati – la grande distribuzione, la media, la piccola, il discount, il dettagliante, perché alla fine anche questi continuano a mantenere la loro funzione e continuano ad essere quel negozio di vicinato che veniva evidenziato come presidio del territorio – noi esercitiamo la contrattazione nazionale, tenendo presente tutti questi contesti, questo è fuori discussione.





La contrattazione di secondo livello invece è un'altra partita e, come voi tutti sapete da questa parte del tavolo, partendo dal Segretario confederale della CISL, noi ci teniamo a parlare di primo livello di contrattazione e di secondo livello, rafforzando il concetto della contrattazione di secondo livello. Su questo punto noi siamo appassionati e accettiamo la contrattazione di secondo livello, ma poi, se ci assumiamo gli impegni, la dobbiamo fare, perché altrimenti diventa anche questa un costo variabile non quantificabile, che gli imprenditori ci fanno pesare nel primo livello di contrattazione, quando andiamo a discutere di salario, ma che poi, alla fine, non riusciamo a portare a casa.

E badate che con la contrattazione di secondo livello possiamo usare tante cose, possiamo cogliere opportunità e cogliere specificità anche legate all'organizzazione del lavoro. Siamo disposti a fare ragionamenti concreti di contrattazione di secondo livello, non c'è dubbio, ma facciamola e non disdettiamola. Di solito la disdettate voi, nostro malgrado, perché noi vorremmo invece avere un approccio un pochino diverso, vorremmo rinnovare i contratti di secondo livello come rinnoviamo i contratti di primo livello.

E poi attorno al tavolo cerchiamo anche di cogliere tutte le evoluzioni che in questo settore ci sono e di cui abbiamo consapevolezza anche noi come organizzazioni sindacali, perché quei lavoratori, a differenza di quello che potete pensare, ci parlano molto spesso, quando vengono nei nostri uffici, e ci raccontano tutte le problematiche che hanno nel rapporto di lavoro con l'imprenditore, ma ci raccontano anche le difficoltà che l'imprenditore vive nel fare impresa oggi, in questo momento.

Quindi sappiamo quali sono le problematiche che dentro un'impresa vive il lavoratore, il quale vorrebbe essere parte integrata del sistema dell'impresa e non essere trattato alla stregua di un carrello, di un bene strumentale, perché lì passa la differenza, lì c'è chi ci mette la faccia quotidianamente con la gente.

Certo il sorriso aiuta, è fuori dubbio, ma aiuta anche la competenza, aiuta anche la soddisfazione. Mi hanno insegnato nei corsi di formazione che, se un lavoratore è soddisfatto del proprio posto di lavoro, si presenta al lavoro certamente col sorriso e probabilmente trasmette questa soddisfazione, trasmette questa positività alla clientela, la quale la percepisce dove c'è il contatto col cliente.

Ma se pensiamo di andare verso un sistema distributivo come quello che raccontava l'ingegnere Sorial, per cui dentro un ipermercato di 8000 m o 10.000 m ci stanno tre persone e tutto il resto viene automatizzato, beh allora parliamo di altro e facciamo altro. Non so se in Italia questo modello attecchirà, anche per quello che veniva analizzato, ovvero le differenze

culturali del nostro Paese. L'Italia è lunga e stretta, c'è un approccio diversificato al momento di andare a fare la spesa.

Quindi abbiamo consapevolezza di tutto quello che sta venendo avanti, anche dell'e-commerce, abbiamo consapevolezza della necessità di avere delle regole certe e questa è una partita che dobbiamo giocare insieme. Infatti noi comprendiamo che fare impresa oggi non sia facile per tutto quello che sta avvenendo nel contesto della distribuzione, per la maggior facilità di avere un prodotto a casa già pronto, sotto il portone, o addirittura al pianerottolo.

È indubbio che questo è un tema che dobbiamo attenzionare, che dobbiamo seguire e dobbiamo cercare di creare le condizioni perché non sia totalmente distorsivo del sistema distributivo tutto il mutamento che c'è in questo settore. Noi ne abbiamo consapevolezza e se abbiamo fatto questo incontro oggi, se lo abbiamo programmato come Segreteria nazionale insieme al nostro gruppo dirigente, che viene da tutta Italia, dal Nord fino al Sud e dal Sud fino al Nord, è proprio perché insieme stiamo cercando di fare un percorso in evoluzione per cambiare il nostro sistema di approccio alla contrattazione, alle relazioni sindacali, tenendo in considerazione appunto quella che è l'evoluzione del settore, un settore molto dinamico.

Ciò comporta necessariamente per noi affrontare delle sfide che a mio avviso possono darci anche delle soddisfazioni. Io voglio affrontare il tema in maniera positiva, vogliamo affrontare il tema in maniera positiva e la stiamo pensando in questo modo. Però in questo governo delle trasformazioni noi riteniamo che le relazioni sindacali siano un elemento fondamentale: dialogare, confrontarsi e cercare di affrontare i problemi è fondamentale per noi, perché, se qualcuno pensa di riuscire a fare azienda senza regole in Italia – dove fra l'altro un competitore importante a livello mondiale sarebbe venuto volentieri e parlo di Walmart – ho l'impressione che ci sia qualche difficoltà.



E non perché siamo ostici al voler fare impresa in un certo modo nei fondamentali. Noi amiamo pensare che in un settore come questo, anche se si potrà introdurre dell'automazione, ci sia un elemento fondamentale che è la costante legata alla forza lavoro, quindi ai collaboratori delle aziende, e che questi collaboratori sono il valore aggiunto delle aziende, che le aziende hanno a disposizione e sui quali si possono realizzare delle sfide che portano a migliorare anche le performance di vendita.

Credo che su questo abbiamo bisogno di dialogare e di confrontarci. Scarsi nel primo giro è stato bravo nell'affrontare il problema in senso un pochino più generale e, tutto considerato, il risultato che ne abbiamo avuto – adesso perdonatemi se vado giù un po' con l'accetta e banalizzo un attimino – è che il settore è in salute. Al di là delle problematiche dei zero-virgola, qualche sofferenza c'è, ma c'è chi va bene e c'è chi va un po' meno bene: fa tutto parte delle regole del mercato e della capacità di fare impresa.

Invece nel secondo giro, quando siamo entrati nella contrattazione, purtroppo ha incominciato ad andare tutto male: non ci sono soldi, non ci sono risorse. Allora dobbiamo intenderci: se non va poi così male, cerchiamo di non avere un approccio così restrittivo nel ragionare di salario, perché, se noi non diamo un po' di soldini in tasca alla gente, la macchina si ferma.

E badate che in questo settore noi, quando ragioniamo di retribuzione, ragioniamo della retribuzione di un full time nel contratto nazionale di lavoro. Ma che percentuale di full time avete nelle vostre aziende associate? 60%? 50%? 40%? ma tutti gli altri sono sotto e se avete dei 40 ore, avete certamente dei 32 ore, ma avete anche dei 20 ore.

E se cominciamo ad analizzare il potere d'acquisto non tanto dei 500.000 della grande distribuzione, perché qui non c'è solo chi rappresenta la grande distribuzione, ma anche la media, la piccola e il dettagliante, scopriamo che, prendendo tutti i lavoratori del contesto, arriviamo quasi a 2 milioni di teste e quelli sono consumatori.

Non è che voi ci venite a chiedere di rinnovare i contratti con dei livelli contrattuali più alti rispetto agli altri settori e poi, quando è il vostro turno, marcate il passo.

Quindi cerchiamo di affrontare questa nuova stagione, ormai prossima e speriamo veramente non così complicata come quella precedente, con un approccio un pochino diverso, con la consapevolezza che c'è qualche problema nel settore, che, tutto considerato, abbiamo bisogno di adeguare anche il sistema contrattuale e che nel contesto contrattuale abbiamo bisogno di aggiornare il contratto non solo nella parte retributiva, ma anche nella parte normativa.



Certamente su questo bisogna che lavoriamo e non basta mettere in piedi un'azione di contrasto al dumping, noi vorremmo tanto poter ragionare anche di razionalizzazione dei contratti, perché è vero che noi per primi, i sindacati, poniamo il problema di quei tanti contratti che sono depositati al CNEL, che sono troppi in particolare nei nostri settori, ma se poi continuiamo ad aumentare proprio noi il numero dei contratti, non va bene.

Poi capisco che stare insieme, come è difficile per CGIL-CISL-UIL, è difficile anche per voi, però noi ci sentiamo di stare insieme. Non c'è

dubbio che c'è la possibilità di diversificarsi, possiamo anche azzardare a dire, insomma c'è una bella discussione poi se dobbiamo cambiare copertina, ma quattro trattative mi sembrano decisamente troppe.

Mi viene facile adesso prendere le parti di chi si è sfilato dal contratto nazionale: almeno su questo ci ha dato una soddisfazione. Prendiamola con un po' di filosofia: è stato un bel dibattito e mi permetto, anche proprio per il rapporto che abbiamo costruito con voi, di scherzare un pochino e di fare qualche battuta.

Proviamoci, come abbiamo fatto l'altra volta. Molto probabilmente noi e i nostri due compagni di viaggio riusciremo a elaborare un qualcosa che metta insieme quantomeno le richieste dei lavoratori e che conduca quelle richieste ad un'unica piattaforma.

Poi sono contento di sentir dire dalla Cooperazione, quindi da ANCC, che sono molto affezionati alla distintività. Anche noi siamo affezionati alla vostra distintività e quindi caratterizzate quella distintività, non cercate di farci andare sulle stesse regole.

È una sfida quindi che nel contratto noi dovremo cogliere tutta e che passa, a nostro avviso, in modo particolare veramente sulla riqualificazione della gente che lavora in questo settore: è fondamentale. Badate che la formazione professionale, la formazione continua è un bene non esclusivo dell'azienda, ma vediamo così: è un patrimonio del lavoratore ed è un patrimonio dell'azienda, perché, se il lavoratore che sta dentro quella azienda è qualificato, intanto quella professionalità la mette a disposizione di quell'azienda. Però molto egoisticamente dico che, se un lavoratore è

professionalizzato, forse gli rendiamo più facile, quando ha qualche sofferenza in quella azienda, trovare una nuova collocazione.

Quando affrontiamo il tema della riqualificazione e della qualificazione professionale, dobbiamo avere il concetto che lo facciamo non esclusivamente per l'interesse dell'azienda, ma lo facciamo per la collettività.

E non dobbiamo mischiare gli accordi sulla formazione continua con altre dinamiche del contesto contrattuale: non è che noi siamo considerati esclusivamente quando c'è un elemento di interesse comune e non siamo tenuti in considerazione quando anche per noi c'è un interesse comune, che è quello della contrattazione.

Veniamoci incontro, perché lo so che in alcuni territori è complicato riuscire a chiudere gli accordi per i fondi interprofessionali, ma ci lavoriamo su e l'approccio deve essere diverso da ambo le parti. Infatti, se si fa contrattazione integrativa, se si fa a livello territoriale o a livello aziendale, andiamo a scrivere le regole che ci distinguono anche nel programmare la formazione continua.

C'è un tema in questo settore che è necessario che affrontiamo nella contrattazione anche attraverso la bilateralità, attraverso gli strumenti che abbiamo a disposizione, perché c'è anche qualcuno che è ostico alla bilateralità, agli ammortizzatori sociali, alle politiche passive e alle politiche attive del lavoro.

Anche nelle nostre confederazioni spesso e volentieri, quando si parla di politiche attive e di politiche passive, ci sono quelli che pensano soprattutto all'industria e al manifatturiero, mentre l'artigianato e noi, "quelli là", abbiamo la NASPI. Perciò anche a questo proposito dobbiamo essere un pochino più sfidanti e cercare qualche soluzione, che possiamo trovare proprio attraverso la bilateralità, attraverso la contrattazione.



Sulle politiche attive poi è fondamentale che ci organizziamo per il settore, perché succede anche in questo settore che, se c'è qualcuno che ha dei lavoratori in esubero, c'è qualcun altro però che ne cerca: perché disperdere le professionalità che ho contribuito a costruire nel settore attraverso la formazione e attraverso la riqualificazione?

La contrattazione di secondo livello non deve essere percepita come quell'elemento dove si affrontano gli affari più intimi, quelli più interni a livello aziendale: non è così, perché noi abbiamo la necessità nell'esercizio contrattuale di creare strumenti che sempre di più ci risolvano i problemi e non ne creino di nuovi.

Il contratto del terziario è un contratto che spesso viene considerato Omnibus, che considera al suo interno, nella sfera di applicazione, tutta una serie di settori e che veramente può essere da esempio, può essere una buona pratica anche per combattere il dumping. Questo porta a dover approcciare una stagione contrattuale certamente innovativa non solo sul piano della retribuzione e quindi del reddito dei lavoratori, ma anche su altre tematiche. Quindi è fondamentale parlare di classificazione, perché le figure professionali sono variate, poi ci sono tutti i temi legati al welfare, partendo dalla previdenza complementare.

Qui in questa sala incominciano a prendermi un po' in giro, perché faccio la figura del passionario della previdenza complementare, ma è uno strumento che abbiamo individuato e messo a disposizione dei lavoratori nel tempo e mi vien da dire che però non abbiamo mai fatto un percorso, eventualmente anche insieme, per promuoverlo e per farlo crescere.

Ma, se vogliamo essere un pochino lungimiranti e se vogliamo pensare alle future generazioni, dobbiamo avere consapevolezza che – siccome qui sono in un contesto dove ragiono di Commercio e ragiono di consumi – se io avrò dei pensionati che avranno l'abbattimento del 50% del loro potere d'acquisto, quelli saranno pensionati poveri.

Quindi sappiate che per la FISASCAT il tema della previdenza complementare è un tema fondamentale anche nel contesto del rinnovo contrattuale. Non so se i nostri compagni di strada avranno la stessa sensibilità, ma noi lo annunciamo oggi, così, a scanso di equivoci. L'abbiamo fatto in un ambiente protetto, mettiamola così, ma lo diremo anche ai nostri amici.

E poi c'è tutto il tema, che veniva evidenziato, della necessità di riconoscere aspetti di positività nel rinnovo contrattuale all'assistenza sanitaria integrativa. Certo su queste partite, oltre alla manutenzione classica che va fatta in un contratto, dobbiamo impegnarci per dare quel quid, quel valore aggiunto alla discussione che faremo sul salario.

Noi facciamo una proposta: ragioniamo con tutti in un unico tavolo di un aumento salariale uguale per tutti, dopo di che decliniamo i tavoli per singola associazione sulla parte normativa, così la distintività sarà salvaguardata e tutti avranno delle regole che saranno più confacenti alle esigenze del format che pensano di rappresentare.



Inoltre c'è un altro tema che sta molto a cuore alla FISASCAT: il tema legato alla flessibilità e al governo della flessibilità, quello legato alla conciliazione vita-lavoro. Noi abbiamo delle opportunità, che forse non cogliamo neppure tutte, anche attraverso la legislazione di supporto a queste tematiche. Cerchiamo di cogliere queste opportunità, perché credo che avere delle condizioni di lavoro positive all'interno dei posti di lavoro aiuti certamente – anche se non quanto può aiutare la dinamicità imprenditoriale – a superare meglio la crisi in questo momento di questo settore.

Se avremo la capacità di uscire un po' dagli schemi classici della contrattazione, potremo misurarci veramente anche sul piano della rappresentatività, che è stata spiegata in maniera eccellente da Vincenzo, per cui non ci torno sopra.

Andrea, che ragiona sul piano confederale, sarà chiamato a chiudere la partita degli accordi rispetto alla rappresentatività: noi ne abbiamo bisogno proprio per quello che veniva detto a proposito del dumping della contrattazione e per quei fenomeni che stanno venendo avanti, i quali danno fastidio certamente a noi, ma in modo particolare a voi.

Infatti, se noi perdiamo un lavoratore, la cosa ci pesa, ma pesa molto di più a voi se perdete un'azienda. Quindi credo che la partita sia comune e questo principio dobbiamo sostenerlo, perché non vorremmo mai che qualcuno ci mettesse il cappello su, mentre noi l'accordo vorremmo farlo con le parti sociali.





La contrattazione deve essere quell'elemento distintivo che rafforza l'esistenza delle parti sociali, dei corpi intermedi, quello che noi vogliamo rappresentare, cioè il mondo del lavoro. E chi interferisce con questo a noi dà un pochino fastidio. Quindi vorremmo poter giocare una partita insieme per essere rappresentativi, per tutelare al meglio i lavoratori – per quel che ci riguarda – del settore, ma anche per dare quell'elemento di positività e quell'impulso ai consumi interni che oggi purtroppo non ci sono.

La partita è molto complessa, noi ne abbiamo consapevolezza, però io credo che, se la affrontiamo senza pregiudizi e senza le sclerotizzazioni del passato, forse la scommessa la possiamo anche vincere. Grazie.

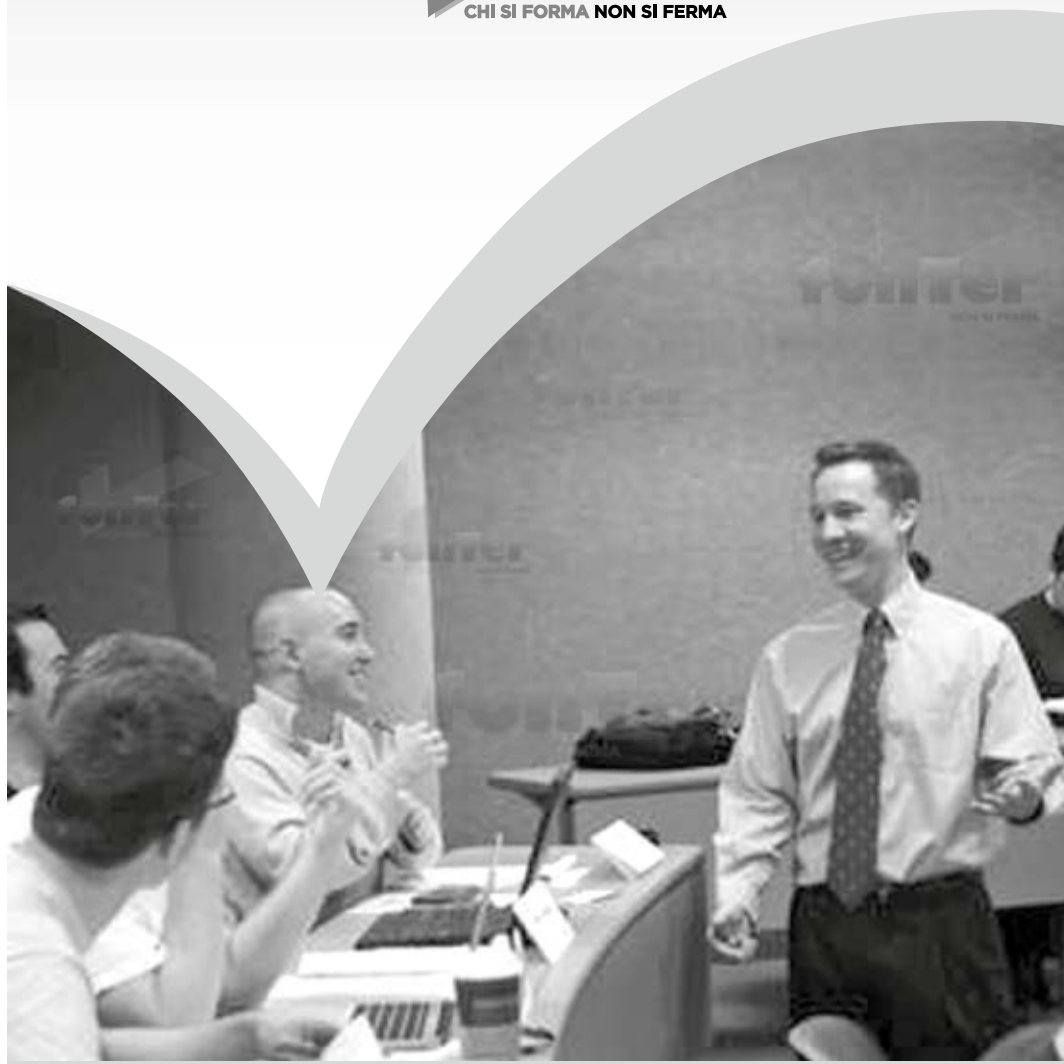
## **EMANUELE SCARCI**

*(Giornalista)*

Ringraziamo tutti gli intervenuti per loro presenza. Grazie ancora e arrivederci.







Via Vittorio Emanuele Orlando, 83 - 00185 ROMA  
Tel. 06 4204691 - Fax 06 4746256  
[info@fonter.it](mailto:info@fonter.it)



**E.Bi.N.Vi.P.**

Ente Bilaterale Nazionale  
Vigilanza Privata

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

E.Bi.N.Vi.P., Ente Bilaterale Nazionale della Vigilanza Privata, si rivolge alle Organizzazioni sindacali dei lavoratori e delle Associazioni datoriali del comparto Vigilanza Privata, scorta e trasporto valori, stipulanti il CCNL di settore.

**EROGA** prestazioni per attività istituzionale, sociale e culturale.

**INCENTIVA** e promuove studi e ricerche sul settore vigilanza.

**PROMUOVE** la costituzione degli enti bilaterali a livello regionale.



PARTI SOCIALI  
COSTITUENTI



CGIL



SEDE: Via Gorta, 23 • 00185 Roma T +39 06.4820303 F +39 06.48976060 E [info@ebinvip.it](mailto:info@ebinvip.it)



Il TUO diritto  
alla salute

Assistenza  
Sanitaria  
Integrativa  
per i dipendenti  
del Commercio  
del Turismo  
dei Servizi.

Chiamaci: 06/ 97 27 18 81

Scrivici una e-mail: info@enteaster.it

VISITA IL  
NOSTRO SITO

www.enteaster.it



CISL

FISASCAT

FEDERAZIONE ITALIANA RINGHIERA ASSISTENTI COMMERCIALI E TURISMO



FISASCAT Cisl

# #OpenDOORS

SPORTELLO WELFARE



## SEI IMPIEGATO NEL SETTORE TERZIARIO TURISMO E SERVIZI

Puoi contare sugli **esperti Welfare** della Fisascat Cisl per informarti e trovare risposte a tutti i quesiti in materia di contratti nazionali e integrativi di settore e sui sistemi di Welfare di origine contrattuale in materia di:

- ASSISTENZA SANITARIA INTEGRATIVA
- PREVIDENZA COMPLEMENTARE
- FORMAZIONE PROFESSIONALE CONTINUA
- SOSTEGNO AL REDDITO
- INTEGRAZIONE

**CISL FISASCAT**  
SINDACATO TURISMO, SERVIZI, ATTIVITÀ CULTURALI, ATTIVITÀ DI SVILUPPO



TROVA LE SEDI SU: [www.fisascat.it](http://www.fisascat.it)

