

# Contratti di lavoro del commercio una disparità da risolvere

In previsione della prossima stagione contrattuale è importante che i soci Conad facciano sentire la propria voce presso l'associazione a cui sono iscritti.

di **Sergio Imolesi** segretario nazionale Ancd Conad

**L**e aziende del settore Terziario (che comprende aziende del commercio, distribuzione e servizi) possono scegliere di aderire alle diverse associazioni nazionali. Per il commercio le più note e rappresentative sono Confcommercio, che conta circa 700 mila imprese aderenti, e Confesercenti, con oltre 350 mila. L'adesione di un'azienda a tali associazioni comporta l'applicazione ai propri dipendenti del Contratto Nazionale di Lavoro da queste sottoscritto. C'è poi il mondo Coop che stipula il proprio Contratto Nazionale di Lavoro della Distribuzione Cooperativa.

Nel 2015 Federdistribuzione, fuoriuscita da Confcommercio, si è presentata ai sindacati proponendo una propria piattaforma per addivenire ad un Contratto Nazionale di Lavoro focalizzato sulla distribuzione moderna organizzata. Ad oggi tale trattativa non è ancora arrivata a conclusione e pertanto Federdistribuzione ha provveduto all'erogazione unilaterale ai lavoratori delle imprese associate di tre aumenti retributivi scadenzati nel tempo.

Questa "articolazione" dei contratti di lavoro del settore Commercio ha portato come conseguenza ad una forte disparità di trattamento dei lavoratori. La notevole differenza del costo del lavoro per le imprese è evidenziata nel grafico che mostra l'evoluzione del montante a marzo 2018 riferito agli aumenti retributivi lordo dipendente, parametrato ai lavoratori di 4° livello.

Confcommercio e Confesercenti sono oggi pressoché allo stesso livello, mentre Federdistribuzione ha un montante complessivo molto più basso (circa mille euro in meno a persona) e addirittura Coop si è limitata ad un'erogazione una tantum di

200 euro a persona a titolo di anticipo sui futuri miglioramenti contrattuali (presumibilmente accettata dai sindacati a fronte delle difficoltà organizzative interne).

Tutto questo, rapportato a quanto erogato dai punti di vendita Conad, che aderiscono per lo più a Confcommercio e Confesercenti, significa ad oggi una sperequazione complessiva del sistema a svantaggio del mondo Conad rispetto alle aziende associate a Federdistribuzione, che si può approssimativamente valutare in oltre 50 milioni di euro.

## Che cosa fare

In previsione della prossima stagione contrattuale – il Contratto Collettivo Nazionale della Confcommercio è in scadenza il 31 luglio 2018, quello della Confesercenti è scaduto il 31 dicembre 2017 e quello di Federdistribuzione non è mai stato sottoscritto – è importante che i soci Conad facciano sentire la propria voce presso l'associazione a cui sono iscritti: un ruolo che deve essere assunto dai singoli, in quanto Ancd ha la rappresentanza solo per le cooperative. L'auspicio è che anche in questo ambito al nostro interno si arrivi a una sempre più puntuale condivisione di comportamenti, valori e obiettivi, considerando che i circa 50 mila lavoratori dei punti di vendita sono i primi testimoni del nostro essere "Persone oltre le cose".

## La lettera

Un certo numero di soci, circa trecento, si è già attivato nei confronti delle due organizzazioni principali denunciando con una lettera l'insoddisfazione per la gestione della passata fase contrattuale e, pur mantenendo gli accordi per i servizi percepiti (paghe, contributi, ecc.), hanno annunciato per il futuro il ritiro della propria delega sindacale, non sentendosi adeguatamente rappresentati e salvaguardati.

Una protesta che ha già avuto i primi riscontri e che, seppure ancora in modo informale, ha dato il via ai primi contatti con le associazioni di categoria. Certo è che allo stato attuale sembra impossibile recuperare quanto già perso e l'auspicio è che si possa arrivare almeno a fermare l'evoluzione delle differenze retributive nei prossimi anni ripartendo da basi competitive comuni alle varie organizzazioni.

Rimane fermo un problema di fondo e cioè il limite di una rappresentanza di categoria frammentata, con orientamenti discordanti e spesso non adeguata alla spinta evolutiva del commercio in Italia, come verificiamo nelle costanti problematiche sulle giornate e orari di apertura dei punti di vendita, sulle aree di vendita, ecc.

Siamo alle prime battute di un percorso che vogliamo affrontare facendo valere la posizione di Conad, che sarà tanto più forte quanto più la base sociale saprà e vorrà appoggiare la volontà di arrivare alla sottoscrizione di un Contratto Collettivo Nazionale che contenga soluzioni equilibrate per lavoratori e imprese. ■

