

LA FESTA NON SI VENDE, SI VIVE! PARTE LA CAMPAGNA PER UN'ALTERNATIVA AI CONSUMI FESTIVI

19 dicembre 2012

La festa non si vende, si vive! Parte la campagna per un'alternativa ai consumi festivi

partita la campagna lanciata dalla Filcams Cgil Nazionale La Festa non si vende, si vive, per un'alternativa ai consumi festivi.

Il **decreto Salva Italia**, varato dal governo Monti nel dicembre del 2011, ha liberalizzato gli orari e le aperture domenicali e festive nel settore del commercio, in contrasto con la titolarità delle Regioni in materia, consentendo una completa libertà di scelta da parte delle aziende commerciali su quando e dove aprire. Il decreto intervenuto sugli orari di apertura dei negozi **eliminando tre tipologie di vincolo: il nastro orario massimo di apertura**, (in precedenza di 13 ore giornaliere, potrà essere esteso, rendendo accessibile ai consumatori una offerta anche nelle ore notturne); **chiusura obbligatoria** infrasettimanale di mezza giornata e la **chiusura festiva**.

Un provvedimento per il quale dopo un anno, **non ha portato all'aumento dei consumi** ipotizzato dai fautori delle liberalizzazioni, **né vantaggi economici alle imprese**, per il conseguente incremento dei costi di gestione.

Secondo i dati elaborati dalla società Trade Lab per conto del CEMU, Centro Studi Filcams Cgil, infatti, le vendite del commercio al dettaglio (attivate dalla spesa per i consumi delle famiglie) hanno registrato un forte calo, raggiungendo il picco minimo nell'aprile/maggio 2012 (calo dell'indice delle vendite per il settore alimentare di 4 punti, e del non alimentare di 6,4 punti).

L'unica conseguenza delle liberalizzazioni stata il peggioramento delle condizioni delle lavoratrici e dei lavoratori, da noi sempre denunciata ha affermato **Franco Martini** segretario generale della Filcams Cgil.

Turni di lavoro più lunghi e meno retribuiti rispetto a prima, con sempre più difficoltà nel conciliare i tempi di vita e di lavoro soprattutto per le donne, grande maggioranza dei dipendenti del settore.

Nel 2012, tra l'altro **aumentato il ricorso al part time**: la reazione delle maggiori imprese di distribuzione alla caduta dei consumi che si verificata a partire dall'inizio dell'anno sembra prosegue. Martini ha portato a un tentativo di mantenere il numero di lavoratori occupati, ma riducendo il numero di ore lavorate, con il conseguente calo delle retribuzioni.

Sappiamo che sono tante le categorie di lavoratori che svolgono la loro attività durante le domeniche e i festivi, ma si tratta prevalentemente di servizi essenziali, importanti per la tutela e la coesione sociale (ospedali, trasporti, forze di polizia). **Fare la spesa la domenica** prosegue Martini o nei giorni festivi può essere certamente un vantaggio per i consumatori, ma **non un servizio essenziale per la collettività**. Con questa campagna, la Filcams Cgil rivendica una programmazione delle aperture commerciali che soddisfi le esigenze dei consumatori e che migliori le condizioni di vita e di lavoro delle lavoratrici, dei lavoratori e delle loro famiglie, ma al tempo stesso vuole rilanciare una idea diversa di fruizione del tempo libero, che recuperi e valorizzi l'identità culturale del Paese e contribuisca a rafforzare la coesione sociale.

Oltre al materiale di comunicazione che caratterizza la campagna, nei prossimi giorni sarà inviata una lettera/appello per sensibilizzare e coinvolgere sull'iniziativa i protagonisti di tutto il mondo della cultura, dello spettacolo e dello sport.

Clicca [QUI](#) per guardare lo spot della campagna