

FILCAMS IN



All'incontro del 16 maggio, finalizzato all'esercizio dei diritti di informazione, ha preso parte il nuovo Amministratore Delegato del Gruppo che ha cominciato a delineare, pur in termini di estrema sintesi, alcuni tratti del **piano commerciale e gli investimenti che l'azienda è intenzionata a sostenere nel prossimo triennio**, a partire dai 30 milioni di euro previsti per il 2018.

La situazione in cui versa ormai da diverso tempo Pam Panorama, lo ha ribadito l'AD, continua ad essere di **forte difficoltà**; ne è conferma l'andamento della società soprattutto negli ultimi anni: un decremento delle vendite di 40 milioni di euro (2017 su 2016) e rilevanti perdite di bilancio, circa 6,5 milioni di euro nel 2017 e quasi 14 milioni di euro l'anno precedente.

La Filcams, nel contesto della riunione, ha evidenziato come il Sindacato, innanzitutto le Rappresentanze Sindacali nei punti di vendita e le Organizzazioni Sindacali a livello territoriale, si sia fortemente responsabilizzato rispetto alla gestione dello stato di crisi aziendale, non sottraendosi in nessuna circostanza al confronto e definendo soluzioni che hanno consentito di salvaguardare complessivamente l'occupazione.

Il modello organizzativo adottato unilateralmente da Pam Panorama, rispetto al quale l'impresa non si è mai resa disponibile ad un reale confronto con le Organizzazioni Sindacali, e **le disdette dei Contratti Integrativi Aziendali**, dalle quali sono trascorsi ormai 10 anni, hanno però nel contempo determinato un **forte arretramento delle condizioni di lavoro** all'interno dei punti di vendita, un **generalizzato peggioramento della qualità dell'occupazione** indistintamente nei diversi canali ed **una crescente ed ormai insostenibile situazione di disagio per le migliaia di dipendenti Pam Panorama** (7100 lavoratori in forza presso 180 negozi, secondo i dati forniti dall'azienda).

Il piano commerciale di cui si è parzialmente cominciato a discutere, al di là degli aspetti positivi riconducibili ad un rilancio della rete di vendita, anche attraverso ristrutturazioni (24 in via di definizione) e nuove aperture (una decina nel triennio), in realtà porta con sé **ripercussioni organizzative**, che pur non ancora approfondite da parte della direzione aziendale, non possono non destare preoccupazione, a partire da non meglio precisate "riduzioni delle superfici di vendita" e dall'individuazione di nuovi format e dalle conseguenti trasformazioni delle attuali formule distributive.

Per la Filcams, è necessario ritornare ad un confronto fattivo, dopo un decennio di sostanziale assenza di relazioni sindacali a livello nazionale, attraverso il quale si approfondiscano i termini del nuovo piano commerciale e se ne affrontino le implicazioni organizzative. In tal senso devono essere definite soluzioni che lo rendano sostenibile per consentire la piena salvaguardia occupazionale e condizioni di lavoro accettabili e dignitose per vecchi e nuovi assunti.

Per quanto ci riguarda, come ribadito ancora una volta il 16 maggio, **strumento imprescindibile** per fronteggiare questa nuova fase è rappresentato dalla **Contrattazione Integrativa Aziendale**, rispetto al recupero della quale è necessario tornare a discutere fin dal prossimo incontro, previsto per il 13 luglio.

DOPO L'INCONTRO DEL 16 DI MAGGIO, PER LA FILCAMS, LE PRIORITÀ, ANCHE IN CONSIDERAZIONE DEL NUOVO PIANO COMMERCIALE PRESENTATO DALL'AZIENDA, CONTINUANO AD ESSERE LA SALVAGUARDIA OCCUPAZIONALE E CONDIZIONI DI LAVORO DIGNITOSE E SOSTENIBILI.



filcams.cgil.it

