

**LA FESTA  
NON SI VENDE.**

I diritti  
si difendono



**FILOROSSO**

**FiloRosso**

Una collana a cura di CE.MU.  
Centro Multiservizi  
Centro Studi Filcams Cgil

**Progetto editoriale**

Dipartimento comunicazione Filcams Cgil  
[www.filcams.cgil.it](http://www.filcams.cgil.it)

**Testi**

Ambra Notari, Mauro Sarti  
Be Open Bologna

**Progetto grafico**

**Impaginazione e stampa**  
Redesign comunicazione, Bologna  
[www.redesignlab.it](http://www.redesignlab.it)

**Foto**

Simona Caleo

**CGIL****Illustrazioni di**

Daniela Bassi, Gaia Bracco, Raffaele Iodice,  
Angela Piacentini, Fabio Redaelli, Leonardo  
Settimelli, Andrea Tarli



10 MAGGIO

Festa dei lavoratori



**NON FARE  
LA SPESA!**

La festa  
non si  
vende



**FILCAMS**

Campagna contro la totale liberalizzazione  
delle aperture domenicali e festive nel commercio



GIUSEPPE NON VIENE ?

È DI TURNO  
AL REPARTO  
MOBILI

**LA FESTA NON SI VENDE, SI VIVE!**

CAMPAGNA NAZIONALE PER UN'ALTERNATIVA AI CONSUMI FESTIVI

**CGIL**



# Filcams Cgil è la categoria degli attivi con più iscritti, e più presenza femminile

I settori del terziario, turismo e servizi rappresentati dalla Filcams contano oltre **5,6 milioni** di lavoratrici e lavoratori nel nostro Paese



Anche nel 2022 la FILCAMS mantiene il primato tra le categorie degli attivi in CGIL, con totale iscritti pari a **586.926**.

Il **40,38%** degli iscritti alla FILCAMS lavora nel commercio. Seguono i lavoratori dei servizi al **36,73%** e quelli del turismo al **22,89%**.

Interviene nella contrattazione e nel rinnovo di **25 CCNL**.



**Sul totale degli iscritti, i migranti sono il 20,5%, in leggero aumento rispetto all'anno precedente. Continuano a prevalere le donne tra i lavoratori migranti iscritti alla Filcams.**

Sul totale degli iscritti, le donne si confermano al **64%** (passate da **63,96%** a **63,63%**) e gli uomini al **36%**. Le donne si concentrano in particolare nei settori del commercio e dei servizi.

**Gli under 35 sono il 20,5%; il 54,9% gli iscritti tra i 36 e i 54 anni; 19,8% sono gli iscritti dai 55 e fino ai 65; il 4,8%, invece, gli over 65.**

# I TURNI

# DELLA CASSIERA ASSUNTA



LUNEDÌ, MARTEDÌ, MERCOLEDÌ,  
GIOVEDÌ, VENERDÌ E SABATO



1° DOMENICA, 2° DOMENICA,  
3° DOMENICA E 4° DOMENICA



25 APRILE



1° MAGGIO

**CGIL**





# Indice

Franco Martini  
Una battaglia di coraggio e di orgoglio..... 11

Cecilia de' Pantz  
Un laboratorio di idee, le radici di una nuova  
cultura della contrattazione..... 15

Marco Alberio  
La pandemia, la società e i nuovi bisogni dei  
lavoratori e delle lavoratrici..... 19

Viviana Correddu  
Una battaglia che non passa di moda ..... 25

Leonardo Settimelli  
L'importanza del saper cambiare punto di  
vista ..... 29

Andrea Tarli  
Incapaci di scegliere, vogliamo tutto  
e lo vogliamo subito..... 35

Volontarietà, maggiorazioni, conciliazione  
Le voci delle lavoratrici e dei lavoratori..... 41 7}

Annalisa Dordoni  
Tempi di lavoro nel *retail*, conciliazione  
e progettualità di vita nella società  
contemporanea ..... 49



# Una battaglia di coraggio e di orgoglio

**Franco Martini**

Segretario generale Filcams 2008-2014

**I**l 2010 fu l'anno del rinnovo del contratto collettivo nazionale del terziario, in occasione del quale si ripropose l'annosa questione della volontarietà della prestazione del lavoro domenicale. Già da anni le associazioni del commercio spingevano per superare la norma contrattuale che garantiva quella volontarietà, tentativi sistematicamente respinti dalle organizzazioni sindacali. Ma nel corso di quel negoziato, a seguito di una divisione tra i sindacati, si determinò un nuovo scenario. Quel contratto modificò la natura volontaria della prestazione e introdusse l'obbligatorietà del lavoro domenicale sulla base dell'organizzazione aziendale dei servizi decisa dalle aziende. Filcams non

firmò, eravamo contrari e non ci fu neanche concesso di andare alla consultazione delle lavoratrici e dei lavoratori per verificare se fossimo in minoranza o meno.

Si aprì un grande dibattito che mise in relazione le aperture delle attività commerciali non più solamente le domeniche, ma anche in occasione delle festività. Noi non eravamo contrari a priori ad aperture frutto di negoziati: all'epoca, tramite intese sindacali, erano previste aperture nei giorni che precedevano il Natale o la Pasqua, per esempio. Abbiamo sempre garantito una flessibilità che riconosceva queste necessità. Dall'altra parte c'era chi sosteneva

l'arretratezza culturale di questa misura, confrontandola con la situazione negli altri Paesi europei, alcuni dei quali vocati alle aperture h24 come modello di sviluppo dell'economia.

Il punto per noi era tanto semplice quanto cruciale: si voleva aprire le domeniche a organici aziendali invariati. Contrariamente a quanto veniva addotto come giustificazione, questo non faceva crescere né l'occupazione né i consumi. La nostra battaglia assunse una duplice valenza: da un punto di vista contrattuale, volevamo una nuova modifica della norma, rivendicando almeno il fatto che le aperture domenicali fossero il frutto di un confronto con i sindacati. Le maestranze del settore erano prevalentemente femminili, e sulle loro spalle si scaricava anche tutto il lavoro di cura, della famiglia e della casa. Il capo negozio

poteva dare comunicazione dell'apertura domenicale anche con un solo giorno d'anticipo, mettendo in forte difficoltà tutti i dipendenti, ma soprattutto le donne, a partire da quelle sole o con familiari con problemi di salute. Poi c'era tutto l'aspetto più legato alle attitudini dei consumi, un discorso che si inseriva in quella che, a seconda, viene definita crescita infelice o decrescita felice. Così investimmo molto anche sulla natura culturale di questa battaglia: attenzione, non volevamo fare la guerra ai consumi, ma far riflettere sulla qualità del nostro sviluppo, sulla sostenibilità, sui rischi del consumismo. Il commercio, in Italia, era fagocitato dalle grandi superfici, dai grandi centri commerciali che spogliavano le città delle realtà minori: le botteghe, i negozi di vicinato, elementi di vitalità che favorivano - come favoriscono tuttora - la

presenza delle persone. Quello era il contesto in cui nacque "La festa non si vende". Un titolo scelto con attenzione proprio per il suo duplice valore. Significava: non svendiamo una normativa sindacale, non svendiamo il diritto al riposo "per un pugno di lenticchie", citando Luciano Lama. Ma significava anche che, nei festivi, non è assolutamente necessario vendere né comprare: andate con la famiglia al parco, sfruttate quel giorno per ossigenare le relazioni e la vita sociale. La contrattazione avrebbe in ogni caso offerto una risposta ai bisogni, con le aperture domenicali regolate. Per noi era chiaro che la liberalizzazione delle aperture, in regime di bassi salari, non avrebbe assolutamente contribuito alla crescita dei consumi, cosa che si verificò puntualmente. Raccogliemmo un discreto consenso, ma a parole.

Poi, come sempre, chi doveva amministrare i comuni - gli enti locali che erogavano le concessioni per le aperture degli esercizi commerciali -, pressato com'era dai grandi interessi, si muoveva a fatica nella nostra direzione. Ma va detto anche che il fronte delle grandi catene distributive, in quella fase molto compatto, dovette misurarsi successivamente con gli effetti della crisi e la scarsa convenienza economica delle stesse aperture. Infatti, negli anni successivi, in diversi territori riuscimmo a condurre trattative più avanzate, sulla regolamentazione delle aperture domenicali.

E oggi? La campagna va ancora avanti, non si è mai trovato un punto di approdo soddisfacente. La storia ci dirà se eravamo noi a non cogliere il senso della modernità, come ci accusavano i detrattori, oppure

no. Oggi, seppur da esterno, qualcosa lo noto: in molti hanno capito che l'apertura domenicale ha un costo, che è quello del personale ma anche di tutte le spese vive. E allora, magari se non come effetto diretto della nostra campagna - non c'è mai stato un accordo nazionale - ma per l'evidenza, alcuni attori della grande distribuzione si sono resi conto che, la domenica, sarebbe meglio rimanere chiusi o aprire mezza giornata.

Guardandomi indietro, posso dire che, di quell'impegno, di quella campagna, ho un ricordo bellissimo. Da lì scaturirono due reazioni importanti. Per la categoria fu una grande prova di orgoglio. Eravamo alla ricerca della nostra identità, non ci sfuggivano le tante contraddizioni che caratterizzavano quella battaglia: perché i giovani nuovi assunti non aveva-

no mai avuto la possibilità di contare sulla volontarietà del lavoro festivo e facevano fatica a riconoscersi nel nostro impegno. Filcams non fece finta di nulla, ma aprì una discussione coraggiosa. In secondo luogo, come capivamo che il tour era apprezzato proprio per essere un proficuo momento di dibattito culturale, talvolta registravamo anche l'impotenza dell'agire. C'era chi sosteneva di inseguire i desideri degli italiani: ma noi che idea di società proponevamo? Non ci siamo mai sottratti al confronto, tanto esterno quanto interno. Se dovessi scrivere il diario della mia vita sindacale (cosa che non farò), a "La festa non si vende" dedicherei pagine di grande entusiasmo.





# Un laboratorio di idee, le radici di una nuova cultura della contrattazione

**Cecilia de' Pantz**

Segretaria Generale Filcams Veneto

**Q**uando partì la campagna “La festa non si vende” - era il 2011 - ero segretaria generale della Filcams di Padova. La mia città e tutto il Veneto, sin dal 2008, avevano cominciato a ragionare sul problema del lavoro nei giorni festivi: avevamo registrato un'esigenza forte da parte dei territori e ci siamo mossi subito con grande convinzione. Lo slogan era: “Fermiamoci a 12”, per limitare a una dozzina le domeniche di aperture all'anno. Cominciammo a distribuire cartoline ai clienti per chiedere la loro firma a supporto della regolamentazione delle aperture domenicali. Solo in città ne raccogliemmo 15 mila, sottoscritte puntualmente: le consegnammo all'allora assessore al

Commercio con l'esplicita richiesta di ridurre, e non ampliare, le aperture. Poi, nel 2011, ci inserimmo nel percorso condiviso con la struttura regionale e nazionale. Di fatto per noi si trattò della prosecuzione naturale del lavoro già avviato e che tanto riscontro aveva avuto sul territorio.

Con il decreto liberalizzazioni del governo Monti “Cresci-Italia” DL del 25 gennaio 2012 decidemmo di coinvolgere amministrazioni territoriali e regionali e associazioni di categoria perché si deliberasse sul piano regionale del Veneto per non andare oltre le 20 aperture domenicali all'anno. A Padova organizzammo moltissime iniziative di sensibilizzazione dell'opinione pubblica, riuscitissime, devo dire che anche le forze politiche ci sostenevano. Ai

banchetti, alle manifestazioni, i funzionari erano sempre a fianco degli iscritti. Per me, il mio impegno aveva un duplice valore: ero segretaria della sede provinciale della Filcams ed ero anche una commessa che tante, troppo volte, aveva lavorato la domenica, rinunciando alla famiglia e ai figli. Lavorare tutto il weekend, di fatto, significava non vivere più gli affetti.

Il 5 aprile del 2011 il tour nazionale de "La festa non si vende" fece tappa nella nostra città. Fu l'occasione per organizzare una tavola rotonda territoriale, sempre con tutti gli attori coinvolti: i lavoratori, ma anche le istituzioni e le associazioni di categoria. Le idee, da parte nostra, non mancavano: sostenere donne e uomini obbligati a lavorare (e, lo ricordo, quello del commercio è un settore a trazione femminile). Con gli asili pubblici chiusi la domenica e nei festivi, con il sostegno dell'amministrazione comunale abbiamo organizzato un baby parking per i

figli più piccoli. I servizi per la prima infanzia, poi, avrebbero dovuto essere a disposizione non solo dei residenti, ma di tutti coloro che lavoravano nel territorio di Padova. Per noi la mission era chiara: aiutare i nostri lavoratori e sostenere i servizi pubblici. L'alternativa per un genitore che la domenica lavora, infatti, è - ieri come oggi - rivolgersi ai servizi privati. C'era sinergia tra le posizioni datoriali e sindacali. La campagna andava a gonfie vele, il coinvolgimento era altissimo, l'opinione pubblica emotivamente coinvolta: cominciava a diventare chiaro a tutti che la domenica si poteva evitare di andare nei negozi o nei centri commerciali, dando la possibilità di riposarsi anche ai dipendenti del commercio.

In quel momento emersero vecchi e nuovi problemi, a partire dalla necessità di una nuova cultura della conciliazione e della contrattazione. Riguardava chi lavorava nei negozi, certo,



ma coinvolgeva anche altre mansioni, i lavoratori dell'indotto come i magazzinieri e gli informatici, solo per fare due esempi che vedevano modificati i loro orari in seguito alle aperture domenicali. Di fatto, era il modello di città che andava rivisto. Progettammo, a proposito, anche un Osservatorio per la raccolta delle buone pratiche in materia di contrattazione di secondo livello, un centro in cui convogliare le azioni positive in tema di conciliazione. Per noi già allora era importante che le lavoratrici avessero spazio e ascolto, sebbene nel 2011 la presenza femminile ai tavoli di trattativa e decisionali fosse decisamente ridotta. Coinvolgendo le Camere del lavoro definimmo offerte formative a tema da proporre a tutti i livelli, affinché i delegati chiamati alla contrattazione tenessero conto delle necessità di genere e delle modifiche degli orari delle città.

Fu un laboratorio di idee, di fatto gettammo le basi per promuovere una contrattazione

sociale che tenesse conto di tutti gli ambiti di vita: dai servizi ai trasporti, passando per l'infanzia. La campagna "La festa non si vende" non è stata l'epilogo di una lotta, ma l'inizio di un percorso verso la costruzione di relazioni con le controparti, per costruire intese adatte a una società in evoluzione con sempre nuovi bisogni. L'impegno di Filcams per la regolamentazione del lavoro domenicale e festivo ha portato - e continua a portare - piccoli e grandi risultati. Uno su tutti: il sempre maggior coinvolgimento delle donne, ormai protagoniste in tutti i settori.





# La pandemia, la società e i nuovi bisogni dei lavoratori e delle lavoratrici

**Marco Alberio,**  
Professore di sociologia dei processi  
economici del lavoro

Dipartimento di Sociologia e diritto  
dell'economia - Università di Bologna

**N**el mercato del lavoro esistono disparità e polarizzazioni che negli ultimi anni si sono rafforzate. L'ondata di liberalizzazioni iniziata verso la fine del primo decennio degli anni Duemila - che ha avuto il suo apice con la cosiddetta legge Fornero del 2012 e le conseguenti modifiche all'art. 18 - ha certamente svolto un ruolo importante. Non solo: negli ultimi due anni anche la pandemia da Covid-19 ha contribuito a peggiorare la situazione. Ha certamente esacerbato le disuguaglianze nel mercato del lavoro agendo da acceleratore di alcuni processi strutturali in atto; ha messo in luce le incongruenze e le problematiche legate alle trasformazioni socioeconomiche in essere

da almeno trent'anni, come la globalizzazione e l'attuale modello di sviluppo basato su un ipersfruttamento del lavoro e della natura. La pandemia ha anche avuto un impatto sulle filiere produttive e dei servizi, evidenziandone le debolezze e il malfunzionamento.

Sebbene abbia causato una crisi socioeconomica generalizzata e ad ampio raggio in termini di occupazione e mercato del lavoro, questa pandemia ha contribuito principalmente all'aumento delle disuguaglianze (già presenti) tra i vari settori occupazionali e tra le diverse categorie all'interno di un medesimo settore. Ciò è avvenuto naturalmente e in maniera mol-

to forte anche nel settore dei servizi e del commercio.

Il primo elemento da prendere in considerazione osservando il mercato del lavoro degli ultimi anni riguarda la perdita di posti di lavoro. Soprattutto durante la prima ondata della pandemia, in diversi Paesi del mondo i posti persi sono stati moltissimi, causando un drastico aumento del tasso di disoccupazione. Alcuni settori, soprattutto quelli a predominanza femminile o con una forte presenza di altre categorie di lavoro-

ratori a rischio come giovani e immigrati - ad esempio il settore dei servizi o della ristorazione, ovvero tutti i contesti di riferimento di Filcams -, sono stati fortemente colpiti e tuttora non sono tornati a regime. Tra le conseguenze, passaggi forzati a impieghi part-time e crescita dei lavoratori inattivi. Categorie più colpite, come noto, sono le donne, i giovani e, più in generale, le persone con i redditi più bassi. Con la pandemia sono anche aumentati i cosiddetti 'lavoratori poveri', ovvero quelle persone, quelle

famiglie che, nonostante il proprio lavoro, si attestano sotto la soglia di povertà. Da non sottovalutare inoltre è il divario ancora più forte tra pubblico e privato: è infatti in quest'ultimo settore - dove i giovani sono più presenti - che si sono registrate le perdite maggiori in termini di posti di lavoro.

Dal punto di vista dell'opinione pubblica, la perdita di occupazione da parte di giovani - a maggior ragione se studenti - potrebbe apparire meno drammatica di quella che riguarda i

“  
***Si pensi ai lavoratori  
e alle lavoratrici della Gdo,  
del turismo e dei servizi che,  
da tempo, lavorano sabato,  
domenica e giorni festivi come  
fossero giorni feriali.***  
”

lavoratori adulti capi famiglia. Tuttavia, in un contesto in cui gli adulti (soprattutto le donne) sono stati fortemente colpiti dalle conseguenze della crisi, la mancanza di autonomia finanziaria dei giovani può diventare un problema anche per le famiglie e per la società, oltre ad avere un effetto sul futuro dei giovani stessi, sulla loro salute mentale e sul loro benessere. Nonostante le condizioni di lavoro non sempre ottimali, il lavoro è infatti anche fonte di realizzazione personale: in un contesto di pandemia, dunque,

un'occupazione facilita anche il mantenimento di un minimo di legami sociali, aspetto che i giovani (ma non solo) hanno già visto ridursi con la didattica a distanza e l'obbligo di isolamento.

Sebbene fondamentale, la perdita di posti di lavoro non è che una delle manifestazioni dell'impatto che la pandemia ha avuto sulla società. Basti pensare alle difficoltà di conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, ma anche alla questione cruciale della divisione del

lavoro domestico (cura della casa, cura dei figli, cura dei familiari anziani, ruoli sociali diventati ancora più gravosi in tempo di pandemia e lockdown). Ma ci sono settori e categorie per le quali la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro non è un problema recente. Si pensi ai lavoratori e alle lavoratrici della Gdo, del turismo e dei servizi che, da tempo, lavorano sabato, domenica e giorni festivi come fossero giorni feriali. Uomini e donne - soprattutto donne - che tra l'altro non possono go-

dere del telelavoro, strumento che, nonostante le difficoltà che non vanno certo ignorate, può avere anche qualche vantaggio per i lavoratori, se regolato e usato in maniera corretta, nel rispetto dei limiti tra vita personale e lavorativa.

Diversi autori hanno dimostrato che la distribuzione delle responsabilità genitoriali è peggiorata in diversi Paesi, soprattutto quando le donne hanno perso (definitivamente o anche solo in modo temporaneo) il lavoro. Fenomeno consistente soprattutto nel settore dei servizi, del commercio e della ristorazione. Una ricerca internazionale mostra che le donne sono state fortemente colpite non solo in termini di occupazione, ma anche in termini di distribuzione dei compiti e delle responsabilità domestiche e genitoriali. Anche se le statistiche di alcuni Stati indicano che

gli uomini durante la pandemia hanno visto crescere la propria partecipazione al lavoro di cura familiare, il sovraccarico e le mansioni più cronofagiche pesano ancora troppo spesso sulle donne.

Dopo questo breve excursus sulle attualità del mercato del lavoro, appare forse più chiaro perché, ieri come oggi, è importante tornare a ragionare sull'obbligatorietà del lavoro festivo che tanto pesa sugli equilibri delle aziende, ma anche e soprattutto su quelli delle lavoratrici e dei lavoratori del settore. Perché a rimetterci, in questo comparto molto variegato e polarizzato - elemento che incide anche sul potere di negoziazione - sono ancora una volta le ormai famose categorie più vulnerabili: le donne, i giovani e gli immigrati. E tra questi i lavoratori meno garantiti, con i contratti

più precari. Il lavoro festivo, per come lo conosciamo oggi, con pochi incentivi e con molte imposizioni, è diventata una forma di lavoro al ribasso, che pesa soprattutto sui lavoratori meno garantiti, quelli che hanno meno capacità di negoziare e di ottenere i turni "migliori".

Il problema di fondo è che questo tipo di liberalizzazioni non crea nuovi posti di lavoro. Anzi. Il lavoro risulta frammentato, parcellizzato. Inoltre, anche se si riuscissero a creare nuovi posti di lavoro, questi dovrebbero essere buoni posti di lavoro: va dunque condotta un'analisi qualitativa che prenda in considerazione durata, stipendi, condizioni dell'esercizio del lavoro.

All'interno di tutto questo dibattito è quindi la qualità del lavoro e del suo esercizio che devono essere posti come elementi centrali.

**OH PARTIGIANO  
PORTAMI VIA...**



**25 APRILE**

**La FESTA non si VENDE**  
Campagna contro la totale liberalizzazione  
delle aperture domenicali e festive nel commercio





# Una battaglia che non passa di moda

**Viviana Correddu**

Responsabile comunicazione Filcams Liguria  
dal 2017 al 2021

**S**ono una lavoratrice del commercio, oggi “in prestito” con distacco sindacale alla Filcams Cgil. Sono stata assunta nel 2005 con un contratto ad hoc che prevedeva un part-time verticale a 16 ore settimanali distribuite sul sabato e la domenica, uno dei primi contratti individuali con inserito l’obbligo di lavorare anche nei giorni festivi in base alle necessità del punto vendita. Nella mia condizione di neoassunta avevo pochi appigli per avanzare delle richieste: ero lì proprio per coprire gli spazi vacanti dovuti alle liberalizzazioni degli orari e delle aperture. Prima di me - e di quante vennero assunte con me, per le stesse esigenze - tante colleghe non avevano l’obbligo di lavoro

domenicale e festivo. Poi il mio contratto è diventato a 21 ore, orizzontale, ma la variazione è stata di orario e non di condizioni. Il lavoro domenicale e festivo all’interno del contratto individuale era ormai elemento imprescindibile in quel contesto. È a quel punto che ho iniziato a interessarmi all’attività sindacale e, di lì a poco, sono stata eletta come delegata della Filcams di Genova.

Quello del lavoro domenicale e festivo è un tema importante, che deve essere affrontato nella sua complessità ed estrema delicatezza. È sempre stato affrontato sindacalmente su tutti i tavoli possibili, soffocato certamente dal 2011 in poi, ma mai abbandonato, anzi! Dal li-

“

**Anche i lavoratori sono persone che la domenica e nei giorni di festa preferirebbero fare altro** ”

vello nazionale ai territori e sui posti di lavoro, si è continuata una battaglia sindacale che non è mai stata solo ideologica, ma ispirata dal basso. Una battaglia pratica e di senso. La necessità è sempre stata quella di regolamentare un sistema che non ha mai retto né prodotto risultati oggettivi di aumento occupazionale e fatturato. Piuttosto, il dato di fatto è che la liberalizzazione selvaggia delle aperture e degli orari nella grande distribuzione e nel commercio ha portato solo aumento del disagio

(sociale e lavorativo), dumping tra aziende, sfruttamento e precarietà per molte lavoratrici e lavoratori del settore che si sono ritrovati come me a firmare, già molto prima del decreto Monti, contratti individuali di assunzione con la specifica delle domeniche e delle festività obbligatorie. Il punto focale è che la legge vigente va superata senza se e senza ma, concretizzando finalmente le istanze sindacali che nel tempo si sono espresse anche attraverso azioni di sciopero, cause vinte contro l'ob-

bligatorietà della prestazione lavorativa durante le festività e campagne di comunicazione come “La festa non si vende” promossa dalla Filcams Cgil Nazionale. Da delegata e poi da funzionaria, ma soprattutto come lavoratrice del commercio, ho scritto molto sul tema, rilanciando il posizionamento della Filcams nel tentativo di lanciare dal basso i miei sassolini nello stagno della politica che, per molte - troppe - volte, ha annunciato di volersi occupare di questo stallo normativo. In realtà siamo ancora in

attesa di una nuova normativa che regolamenti le aperture e imponga la chiusura nei giorni festivi.

Anche in epoca pandemica ci siamo ritrovati a discutere della necessità di tenere chiuso almeno nei festivi. Di fatto, anche lì, abbiamo registrato una situazione variegata a livello territoriale. In alcune regioni c'è chi è riuscito a ottenere il risultato, in altre solo parzialmente. Ancora una volta abbiamo constatato che la politica ha paura di fare queste scelte, perché di fatto le parti datoriali danno per scontato quel tipo di introito, e una fetta importante di clientela è ormai abituata all'acquisto 365 giorni l'anno. Noi continuiamo strenuamente a spingere a livello politico

e a sensibilizzare l'opinione pubblica. Invitiamo tutti a non guardare esclusivamente al proprio interesse, ricordando che anche i lavoratori sono persone che la domenica e nei giorni di festa preferirebbero fare altro.

Ribadiamo l'importanza della conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, parliamo di contrattazione di genere. Urge un intervento politico-legislativo perché, finché la legge ti permette di aprire h24, non ci sono strumenti sufficientemente validi per porre un limite a questa liberalizzazione sfrenata. A livello territoriale, i delegati devono gestire le problematiche di chi ha l'obbligatorietà nel contratto - chi non

ce l'ha deve rifiutarsi di lavorare -, ma non è semplice.

Nel mio percorso, ho visto entrambe le facce della medaglia: prima come commessa, ora come funzionaria. Da dipendente e delegata, ho scelto di giocarmela: mi sono rifiutata di lavorare il 25 aprile e il 1° maggio rivendicando anche l'aspetto valoriale di quelle festività. La Filcams mi ha coperto e supportato e davanti a una battaglia abbiamo fatto fronte comune. Ho difeso le mie ragioni e ho vinto, ma il mio successo non è stato un unicum. Tante lavoratrici e lavoratori, sui territori, hanno vinto la stessa battaglia. Non ci fermiamo nemmeno oggi: questo è un argomento che non passerà mai di moda.



# L'importanza del saper cambiare punto di vista

Leonardo Settimelli  
videomaker

**E**ra il dicembre 2010 quando ho realizzato il primo video per Filcams, l'occasione era proprio la campagna "La festa non si vende". Già collaboravo con la Cgil nazionale, così mi hanno contattato e spiegato il progetto, il senso dell'iniziativa. Ho colto l'occasione al volo e cominciato a pensare a come rendere, visivamente, un tema tanto profondo quanto simbolico. Mi venne subito in mente come i giorni festivi vengono indicati sul calendario, in rosso. Così immaginai una mano che, con un pennellino, li colorava di nero trasformando, di fatto, i giorni festivi in feriali e dunque lavorativi.

*Nel video, la mano in primo piano con un pennellino ricalca i giorni scritti in rosso sul calendario con tempera nera. In sottofondo, più voci*

*si sovrappongono: voci di datori che comunicano l'orario continuato ai dipendenti per la domenica; le voci diffuse dagli altoparlanti dei supermercati che annunciano che i punti vendita rimarranno aperti dalle 9 alle 21 tutti i giorni, domeniche e festivi compresi. "La liberalizzazione delle aperture - chiosa una voce fuori campo al termine dello spot - non è la ricetta per combattere la crisi dei consumi e peggiora le condizioni di vita e di lavoro dei dipendenti, per la maggioranza donne. Invertiamo la tendenza, cambiamo la cultura del consumo". Intanto il pennello, questa volta intinto nella tempera rossa, ricolora i giorni festivi. "La festa è per tutti. Regoliamo le aperture domenicali e festive" mentre, col pennello, la mano destra dà lo smalto alla sinistra.*



“

*Mi venne subito in mente come i giorni festivi vengono indicati sul calendario, in rosso. Così immaginai una mano che, con un pennellino, li colorava di nero trasformando, di fatto, i giorni festivi in feriali e dunque lavorativi*

”

Lo spot è circolato bene, ha ottenuto un'ottima risposta. Ne abbiamo poi fatto diverse versioni, tra cui quella natalizia, ispirandoci al calendario dell'avvento. Sotto ogni finestrella, invece che un ninnolo, gli oggetti legati a una faticosa giornata lavorativa: il semaforo rosso, il traffico, il rumore del registratore di cassa. L'avvicinamento alle festività, invece che dai dolciumi, era scandito da situazioni lavorative. Al termine, come nel primo spot i giorni festivi tornavano rossi, le finestrelle tornavano a essere occupate da cioccolatini e caramelle.

{28

Dopo questa prima esperienza, sono tornato a lavorare su "La festa non si vende" nel 2017, questa volta con l'illustratrice - ma anche autrice e animatrice - Gaia Bracco. Insieme abbiamo individuato le date fondamentali - una decina - su cui concentrarci per dedica-

re a ognuna una specifica vignetta. Abbiamo adottato sempre lo stesso, riconoscibile, stile. Il nostro protagonista era un lavoratore, un po' la parodia del dipendente costretto a lavorare durante le festività. Anche in questo caso, i feedback sono stati ottimi, per noi una grande soddisfazione.

Immergendoci dentro questa campagna ho capito quanto impegno ci fosse dietro. Mi sono reso conto delle difficoltà di portare avanti una battaglia così imponente. È importante cambiare prospettiva e adottare un nuovo punto di vista: non più quello del cliente, ma quello della persona chiamata a lavorare di domenica, obbligata a sottostare a cambi di turno dell'ultimo minuto e a sacrificare sempre la famiglia e gli affetti.

*È importante cambiare prospettiva e adottare un nuovo punto di vista: non più quello del cliente, ma quello della persona chiamata a lavorare di domenica, obbligata a sottostare a cambi di turno dell'ultimo minuto e a sacrificare sempre la famiglia e gli affetti.*



**CAMPAGNA PER LA  
REGOLAMENTAZIONE  
DELLE APERTURE  
DOMENICALI E FESTIVE  
NEL COMMERCIO**



**CAMPAGNA PER LA  
REGOLAMENTAZIONE  
DELLE APERTURE  
DOMENICALI E FESTIVE  
NEL COMMERCIO**





25/26  
DICEMBRE  
**LA FESTA  
NON SI VENDE**

**CAMPAGNA PER LA  
REGOLAMENTAZIONE  
DELLE APERTURE  
DOMENICALI E FESTIVE  
NEL COMMERCIO**

**CGIL**  
FILCAMS

EUROPEAN  
BUSINESS  
ALLIANCE



MAGGIO  
**LA FESTA  
NON SI VENDE**

**CAMPAGNA PER LA  
REGOLAMENTAZIONE  
DELLE APERTURE  
DOMENICALI E FESTIVE  
NEL COMMERCIO**

**CGIL**  
FILCAMS

EUROPEAN  
BUSINESS  
ALLIANCE





# Incapaci di scegliere, vogliamo tutto e lo vogliamo subito

**Andrea Tarli**

illustratore e street artist

**A**vevo uno studio ad Ascoli Piceno, la Filcams mi conosceva. I funzionari della Filcams nazionale hanno visionato il mio lavoro, l'hanno trovato adatto e, dopo un anno, nel 2015, è cominciata la nostra collaborazione. Nel mentre mi ero trasferito a Lisbona: conoscevo e frequentavo molte persone che lavoravano la domenica, a partire dai centralinisti dei call center. Era il periodo post crisi portoghese, un momento di grande austerità: alcune festività erano state soppresse, si lavorava anche le domeniche. Così mi ritrovai a occuparmi di lavoro festivo proprio in quella situazione surreale: trovavo la battaglia di Filcams molto giusta anche oltreconfine, accettai con entusiasmo.

Per Filcams - tante illustrazioni, una per ogni festività su cui volevamo concentrarci - ho mantenuto il mio stile, vagamente fumettistico. Una delle prime illustrazioni era dedicata a Pasquetta: disegnai commessi e dipendenti dei supermercati prigionieri dentro un enorme carrello della spesa che scorreva su un prato apparecchiato con un pic-nic.

Per il 1° maggio rappresentai un gruppo di persone 'armato' di bandiere rosse che 'assaltava' un carrello: una sorta di liberazione dalla schiavitù del lavoro nelle domeniche e i festivi. Il 2 giugno la protagonista era l'Italia turrita, la personificazione nazionale dell'Italia, seduta

“  
*Lo ritengo un  
problema di sistema:  
il consumismo ci  
porta a volere tutto  
subito.*  
”

a una cassa del supermercato controllata a vista da due corazzieri. Per Ognissanti mi dedicai al divino, con tutti i Santi intenti a osservare, dall'alto, un centro commerciale avvolto dal traffico. E poi l'Epifania, un'illustrazione propositiva, con la Befana che, in viaggio sulla scopa, si trovava di fronte a una vetrina chiusa con le inferriate.

fare a meno dell'e-commerce, esploso in pandemia. Di fatto, il problema al centro de "La festa non si vende" è ancora vivo e vegeto, tant'è che si è esteso anche ad altre categorie. Lo ritengo un problema di sistema: il consumismo ci porta a volere tutto subito. Non sappiamo più aspettare, non riusciamo più a scegliere, travolti dalla foga, il negozio sotto casa, di fatto condannandolo.

Da allora, sebbene siano passati solo sei anni, sono cambiate moltissime cose: per esempio, oggi pare nessuno possa più





**CAMPAGNA PER LA  
REGOLAMENTAZIONE  
DELLE APERTURE  
DOMENICALI E FESTIVE  
NEL COMMERCIO**



AL LAVORO PER NATALE

TUTTI I SANTI GIORNI

MERRY CHRISTMAS! TORNANO ALLE 12:00

E NATALE SOLO PER TE

MERRY CHRISTMAS! NATALE IN BIANCO

Men at Work

Anche quest'anno, stessa musica.

**La FESTA non si VENDE**  
Campagna contro la totale liberalizzazione delle aperture domenicali e festive nel commercio

**Lavorerò anche l'8 dicembre**

**La FESTA non si VENDE**  
Campagna contro la totale liberalizzazione delle aperture domenicali e festive nel commercio

**1° Novembre**

**Io non ho Santi in paradiso**

Campagna contro la totale liberalizzazione delle aperture domenicali e festive nel commercio









# Volontarietà, maggiorazioni, conciliazione

## Le voci delle lavoratrici e dei lavoratori

“**F**ino al 2016 lavoravamo due domeniche al mese: non era male. Avevi un piccolo guadagno e, le domeniche libere, potevi anche goderti la famiglia. Dal 2017 abbiamo cominciato ad aprire tutte le domeniche, senza turnazione. Nel frattempo, io ho avuto un bambino così, da full time, ho chiesto di passare a part-time. Ho ottenuto un part-time con obbligo di lavoro tutti i sabati e tutte le domeniche”. A raccontare la propria esperienza è Alice, dipendente in un negozio di una multinazionale dell’abbigliamento all’interno di un centro commerciale in provincia di Pistoia. Caddeo, nel punto vendita, è Rsa e Rls (rappresentante dei lavoratori per la sicurezza): “Ho quotidianamente modo di confrontarmi con i colleghi e le colleghe - spiega -. Non tutti vorrebbero non lavorare le domeni-

che, chi per un motivo, chi per un altro. Il nostro punto d’incontro è equidistante e fondato su un’equa turnazione: due domeniche aperte, due domeniche chiuse. Ma, per il lavoro domenicale, deve essere previsto un sensibile aumento della maggiorazione. Se dall’attuale 30% si passasse al 70, 80% sarebbe un bell’incentivo”. È questo l’auspicio che culla e la battaglia per cui combatte: “La multinazionale per cui lavoro non ha problemi a concedere alle lavoratrici con figli il part-time. Io ho scelto, dopo quel periodo, di chiedere un part-time definitivo: forse un po’ me ne pento, ora che il bambino è più grande ed è tornato il desiderio di fare carriera, ma ormai è tardi”. L’orario di lavoro di Caddeo è 16.30-21.30, weekend inclusi: “Nella prima fase della pandemia, con i negozi chiusi nei fine settimana,



{40

na, abbiamo provato 'il lusso' di stare a casa. Oggi le cose sono cambiate e in costante evoluzione: che il sabato sia lavorativo, è un dato di fatto unanimemente accettato. Ma la domenica... La domenica no, va messa in discussione. Ritengo che, per un negozio d'abbigliamento come il nostro, sia sufficiente essere aperto dal lunedì al sabato dalle 9 alle 20. Intendiamoci: chi lavora nel commercio sa bene che ci sono periodi dell'anno in cui si può palesare la necessità di fare orari diversi - penso alle loca-

lità turistiche in alta stagione, per esempio. Ma non è il nostro caso. Perché attenzione: per i festivi c'è ancora la volontarietà, per le domeniche no. E allora, come detto, è qui che bisogna intervenire: chiudendo due domeniche al mese e aumentando la maggiorazione".

Luciano Liotta da una decina d'anni lavora in un punto vendita della Gdo alimentare di Catania: "Da contratto le festività e le domeniche risultano libere, ma è fatta palese

la volontà delle aziende di farci lavorare. Da 4, 5 anni a questa parte la domenica è diventata un altro sabato quanto a incassi. Un negozio medio come il nostro la domenica fattura quanto un venerdì o un lunedì di inizio offerte". In emergenza sanitaria, Liotta ammette di aver trovato utile diluire il flusso di utenti su 7 giorni: la quantità di persone non aumentava ma, se prima su un turno si aveva a che fare con 600-700 persone, trovarsi con 300-400 persone faceva lavorare più tranquil-



lamente. “Un pensiero figlio di una situazione particolare, quella pandemica. Con il passare dei giorni e parlando con i colleghi mi sono reso conto che molti di noi - soprattutto le lavoratrici - sentono l’esigenza di sganciarsi dalle festività per stare con i figli quando le scuole sono chiuse. Per loro il turno mattutino domenicale o festivo significa rimanere lontani dalla famiglia anche quelle poche ore che sarebbero potuti rimanere insieme”. In buona parte della Gdo alimentare non sono

previsti giorni di chiusura, fatta eccezione per Pasqua e Natale: il lavoro nei festivi è su base volontaria e prevede una piccola maggiorazione, “un centinaio di euro che a molti fanno comodo: è questo il grimaldello con cui l’azienda scardina la resistenza dei lavoratori. Dal mio punto di vista, il lavoro festivo dovrebbe prevedere una maggiorazione adeguata, oltre che essere formalizzato come volontario: oggi non lo è se non ‘di facciata’”. Trend e abitudini al consumo sono mutati, ma non in meglio, né mettendosi dalla parte del

lavoratore, né da quella della sua famiglia: “Con questo trend e l’attuale debole potere contrattuale, temo si vada verso le aperture generalizzate h24 e 7 su 7. Con il mio contratto, firmato dieci anni fa, posso rifiutarmi di lavorare domeniche e festivi. Ma i giovani no: con i contratti a tutele crescenti i ragazzi non potranno mai rifiutarsi. È la tendenza a dover essere cambiata, ma con misure drastiche. Drastiche come quelle che hanno portato alle liberalizzazioni del 2012”.



{42

“Con i lavoratori della Gdo alimentare e delle multinazionali dell’abbigliamento abitiamo le stesse trincee”: parola di Michele Cialdini, Rsu per Filcams in un punto vendita della grande distribuzione dell’elettronica all’interno di un centro commerciale di Empoli. “Da quando siamo presenti in questo ramo - la malaugurata occasione è stata un’enorme crisi aziendale - siamo entrati nelle dinamiche delle contrattazioni sindacali. Un primo passo per cominciare a parlare di tutti i nostri diritti, non solo quello ad avere un

lavoro”. Cialdini parte sottolineando la necessità di sensibilizzare maggiormente coloro che frequentano i centri commerciali, “isole nelle quali spesso i diritti vengono calpestati, dove ‘comandano’ i negozi più grandi. Ma noi ci impegniamo quotidianamente per parlare a tutti i lavoratori di come i loro diritti, negli ultimi tempi, siano stati drasticamente erosi. Vent’anni fa, a Pisa, lavoravo una domenica al mese con una maggiorazione del 90% sullo stipendio giornaliero. Poi avevamo benefit, gli straordinari venivano pa-

gati - oggi, se va bene, l’azienda chiede di recuperarli - Insomma, c’era una cultura diversa di commercio, si ragionava sulla rotazione: una domenica apriva il centro commerciale in provincia di Pisa, quella dopo toccava a Lucca, quella dopo ancora a Livorno. A tutt’oggi mi sembra la scelta più indicata: purtroppo, le liberalizzazioni a tappeto non permettono una cosa del genere. Perché la mia - la nostra - non è una lotta contro le aperture domenicali tout court, ma affinché si formalizzi una regolamentazione.



La motivazione a monte di queste aperture indiscriminate non può essere: apro perché lo fanno tutti. Dunque, sì a una regolamentazione regionale o nazionale, anche dividendo l'Italia per zone - le zone turistiche, per esempio, per periodo e stagionalità hanno necessità diverse". Michele Cialdini ricostruisce gli ultimi vent'anni per la Gdo che, dice, "ci hanno stravolto la vita. All'inizio ci dicevano che, aprendo anche le domeniche e i festivi, si sarebbe fatturato di più e ci sarebbero state nuove assunzioni. Non è vero: l'anno

scorso, con il Covid, pur restando chiusi sabati e domeniche il fatturato non cambiava, perché si fatturava di più i giorni d'apertura. Il personale è drasticamente diminuito, si moltiplicano i casi di stress da lavoro correlato. Tra costo del personale e utenze, ho l'impressione che talvolta l'azienda ci rimetta, a tenere aperto la domenica. Torno dunque al punto di partenza: i clienti vanno educati; infatti, io non me la prendo con loro, ma con chi organizza le nostre vite. L'etica sta tutta lì. È una questione politica, e il sindacato

è chiamato a fare una convinta pressione politica. Allora, avanti. Manteniamo i riflettori accesi su questa battaglia, facciamolo insieme".



8 DICEMBRE 2019



**PREPARARSI  
PER LE FESTE...**

**IN FRANCIA**

8 DICEMBRE 2019



**PREPARARSI  
PER LE FESTE...**

**IN GERMANIA**

8 DICEMBRE 2019



**PREPARARSI  
PER LE FESTE...**

**IN ITALIA**

8 DICEMBRE 2019



**PREPARARSI  
PER LE FESTE...**

**IN ITALIA**

8 DICEMBRE 2019



**GRAZIE AL GOVERNO MONTI  
L'ITALIA È UNO DEI POCCHI  
PAESI EUROPEI  
A NON AVERE REGOLE  
SULLE APERTURE  
FESTIVE E DOMENICALI  
NEL COMMERCIO**

8 DICEMBRE 2019



**PREPARARSI  
PER LE FESTE  
CON CHI AMI...**

8 DICEMBRE 2019



**CI SONO COSE,  
CHE NON HANNO  
PREZZO...**

8 DICEMBRE 2019



**PER TUTTO  
QUESTO  
C'È FILCAMS**

la festa  
non si  
vende!



#laFestaNonSiVende

ANCHE L'8 DICEMBRE



la festa  
non si  
vende!

#laFestaNonSiVende



**NATALE  
2019**



**PIÙ  
DIRITTI!**

**I LAVORATORI DEL COMMERCIO  
CHIEDONO RISPETTO!  
A NATALE  
STOP ALLE APERTURE!**





# Tempi di lavoro nel *retail*, conciliazione e progettualità di vita nella società contemporanea

**Annalisa Dordoni**

Ricercatrice Post-Dottorato Università degli Studi di Milano-Bicocca. Autrice di "Sempre aperto. Lavorare su turni nella società dei servizi 24/7"

**I** processi di globalizzazione, di deindustrializzazione e delocalizzazione e le innovazioni tecnologiche hanno determinato in Europa l'espulsione di gran parte della forza lavoro dal processo produttivo, insieme alla chiusura di molte fabbriche. Parallelamente a questo, vi è stata una crescita dell'occupazione nel terziario, soprattutto nei servizi e nel terziario di consumo. Negli ultimi decenni sono aumentati gli "operai dei servizi": lavoratori poco retribuiti e considerati non qualificati, intercambiabili, sostituibili. Impiegati in catene nazionali o multinazionali, sono spesso assunti con contratti a tempo determinato o a chiamata e part time involontari.

Tra questi, vi sono i lavoratori del retail.

Si tratta di addette e addetti alla vendita al cliente, e soprattutto di donne, che devono gestire vita privata, familiare e lavorativa con tempi e ritmi sempre più destrutturati, cambiando turni all'ultimo momento e lavorando nei fine settimana e nei festivi. Molto spesso sono giovani lavoratori, che lavorando su turni faticano a progettare il loro futuro e pianificare la loro vita adulta.

Nella società contemporanea, lavoratrici e lavoratori si trovano spesso ad affrontare problematiche e criticità, nella vita quotidiana come nel lavoro, connesse alla percezione di non avere mai tempo: siamo sempre di fretta,

“  
**Oggi, tra le questioni  
più urgenti da  
affrontare, vi è  
il problema della  
deregolamentazione  
di tempi e ritmi di  
lavoro**”

spinti a fare e dare di più, a essere costantemente produttivi e attivi, in casa e fuori. A fronte di questo, forse come sublimazione della difficile e complessa gestione dei tempi, vi è un grande desiderio di gratificazione immediata, istantanea, di consumo immediato, di acquisto di prodotti e merci sempre nuove, sempre all'ultimo modello. In una spirale di accelerazione dei tempi, della vita quotidiana e del lavoro, ma anche dei tempi globali dei cicli di produzione, distribuzione e vendita delle merci, questo

crea però un aumento della percezione di scarsità del tempo, di brevità, invece che una sua diminuzione. I tempi sociali e quotidiani subiscono una forte accelerazione, ma la società ha bisogno di tempi ciclici e lenti per strutturarsi, per creare e ricreare ogni giorno le premesse per la riproduzione della vita sociale. Gli esseri umani hanno bisogno di tempo per creare relazioni, per avviare progetti di vita, per capire qual è il loro obiettivo per il futuro e per compiere i passi per arrivarci, e anche per

costruire una famiglia propria. Le persone hanno bisogno di tempi strutturati, cioè tempi che si possono organizzare, gestire, programmare.

Oggi, tra le questioni più urgenti da affrontare, vi è il problema della deregolamentazione di tempi e ritmi di lavoro. È la grande questione contemporanea, che si somma a quella della deregolamentazione del mercato del lavoro, alla frammentazione delle diverse forme con cui si può assumere ed essere assunti; nonché delle

diverse durate dei contratti, purtroppo ormai molto spesso non più a tempo indeterminato. Nel settore del retail la questione dei tempi va a braccetto con la deregolamentazione delle aperture degli esercizi commerciali, che crea difficoltà di conciliazione e ha profonde conseguenze sui tempi di vita. In Italia, il decreto Salva-Italia attuato a febbraio 2012 durante il Governo Monti ha determinato una totale deregolamentazione dei tempi di apertura degli esercizi commerciali, istituendo la possibilità di tenere negozi, supermercati, e ogni altro tipo di attività di vendita al cliente, "sempre aperti" sette giorni su sette, 24 ore su 24, per tutti i 365 giorni dell'anno. Si trattava di liberalizzazioni avviate allo scopo di aumentare i consumi, che invece hanno avuto l'effetto di rendere de-strutturati i tempi di lavoro, cioè non gestibili, non orga-

nizzabili, non programmabili. Tempi di lavoro che vengono divisi in turni sempre diversi, in giorni e orari comunicati all'ultimo momento, compresi festivi e domeniche, anche il 25 Aprile e il 1° Maggio. L'Italia è l'unico paese europeo in cui vi è una totale deregolamentazione. Alcuni paesi europei permettono di tenere sempre aperto in determinate zone, con deroghe locali per centri turistici o grandi città, oppure in determinati periodi dell'anno, come nel mese di dicembre. Invece in Italia la deregolamentazione è totale, poiché riguarda non solo la totalità del tempo sull'arco dell'anno, ma anche la totalità dello spazio, dei contesti territoriali: non vi sono regole, in qualsiasi località su tutto il territorio nazionale è possibile per legge tenere un esercizio commerciale aperto per tutto l'anno, in tutti i giorni, e persi-

no di notte, 24/7.

Le politiche neoliberiste di deregolamentazione degli orari condizionano l'organizzazione e la pianificazione della vita familiare, la vita quotidiana di lavoratrici e lavoratori, la possibilità di avere relazioni sociali, la progettazione del futuro, e questo accade senza una giusta remunerazione, poiché spesso non vi sono grandi maggiorazioni di stipendio per il lavoro festivo e domenicale, e senza una concertazione tra le parti, perché addette e addetti nella maggior parte dei casi non hanno possibilità di decidere i propri turni insieme con i datori di lavoro. Qui sta l'importanza del sindacato, sia per far valere diritti già acquisiti, sia per fare pressione affinché nuovi diritti vengano pensati e immaginati al passo dei nuovi tempi. Inoltre, con l'impatto della pandemia da Covid-19 sul

mondo del lavoro la questione temporale diventerà sempre più dirimente. Se lo spazio di lavoro non è più quello fisico di un negozio o di un ufficio, ma si smaterializza e può essere ovunque, allora sarà sempre più importante regolamentare il tempo. Pensate a quando andate al lavoro. Non è tanto lo spazio che determina l'inizio dell'attività lavorativa o la sua fine (il tragitto dal lavoro a casa e viceversa, l'ufficio o il negozio) ma anche il tempo. Pensate a chi lavora da casa oggi, con il pc, ma anche a chi lavorava in casa nei primi del '900, nei laboratori casalinghi di tessuti, molte donne filavano in casa loro e il laboratorio era la casa. Il lavoro non è dato dallo spazio, il lavoro è tempo. Sappiamo che la giornata lavorativa è stata storicamente regolamentata in ore, che sono divenute otto grazie alle lotte. Sappiamo che la dome-

nica libera è stata una conquista di lavoratrici e lavoratori, così come le feste, soprattutto quelle laiche come il 25 Aprile e il 1° Maggio. Oggi pare che ci siamo dimenticati di ciò. Il tema dei tempi di lavoro, e dei ritmi di lavoro, è il tema del millennio. I diritti che oggi sono da reinventare (o rispolverare?) sono tanti, e riguardano anche il lavoro da casa. Qualche esempio? Concordare con il datore delle pause strutturate, regolamentate per legge, sia nel lavoro offline che nel lavoro online; fissare dei tempi di lavoro strutturati, con un orario di inizio chiaro, e possibilmente insieme flessibile, e con un orario di conclusione e disconnessione che non permetta l'invasione del lavoro nella vita personale e familiare. Si tratta di obiettivi da perseguire sia nel lavoro in presenza sia da remoto, che possono migliorare il benessere lavorativo

e la qualità della vita, oltre che la soddisfazione e la qualità del lavoro.

Poter organizzare il proprio tempo, avere potere sul proprio tempo - ovviamente al di là dei tempi strettamente dedicati al lavoro per ricevere in cambio il salario - dovrebbe essere un diritto. Tempi di lavoro destrutturati creano tempi di vita destrutturati, e si formano così delle forti disuguaglianze di accesso al tempo. Chi lavora nel settore del retail sta iniziando a rivendicare il diritto sul proprio tempo, a lottare per domeniche e festivi liberi e tempi di lavoro non alienanti, che non fagocitino la vita personale e familiare.



1° NOVEMBRE 2019



1° NOVEMBRE 2019

I SANTI  
SIAMO NOI!



1° NOVEMBRE 2019

I SANTI  
SIAMO NOI!



1° NOVEMBRE 2019

LA FESTA  
NON  
SI VENDE!

1° NOVEMBRE 2019

NO ALLE  
APERTURE  
COMMERCIALI  
NEI FESTIVI

1° NOVEMBRE 2019

PER TUTTO  
QUESTO  
C'È FILCAMS



31.12.2019

STAPPIAMO!  
PER UN ANNO  
MIGLIORE.



01.01.2020

STOPPIAMO!  
LE APERTURE  
COMMERCIALI



ANCHE A CAPODANNO

la festa  
non si  
vende!

AUGURI DA FILCAMS!



**25 APRILE 2020**

**APRIAMO  
LE FINESTRE**



**CHIUDIAMO  
LE SERRANDE**



**NELLA FESTA CHE CELEBRA I DIRITTI  
GARANTIAMO I DIRITTI DI TUTTI.  
CHIUDIAMO I NEGOZI  
E I SUPERMERCATI**

**SIAMO CGIL  
DOVE  
SEI**



**#laFestaNonSiVende**

**UN' ITALIA  
CHE RESISTE**



**2 GIUGNO 2020. RICOMINCIAMO DAI DIRITTI.  
ORA PIU CHE MAI. LA FESTA NON SI VENDE!**

**SIAMO CGIL  
DOVE  
SEI**



**#laFestaNonSiVende**

PRENDIAMOCI UNA  
**PAUSA**



2 Giugno  
Festa della Repubblica

**#LaFestaNonSiVende**  
CHIUDERE NEI GIORNI FESTIVI E  
REGOLAMENTARE  
LE APERTURE DOMENICALI



**A FERRAGOSTO IL CARRELLO  
SI USA SOLO COSÌ**



**LA FESTA NON SI VENDE**



