



---

FEDERAZIONI NAZIONALI LAVORATORI COMMERCIO TURISMO E SERVIZI

---

*Segreterie Nazionali*

## **COMUNICATO SINDACALE**

### **FACCIAMO CHIAREZZA SU COSA STA ACCADENDO IN MEDIAWORLD E PERCHE' SI DEVE SCIOPERARE IL 3 MARZO**

Tre anni fa in occasione dello scioccante annuncio di Mediamarket dei 700 equivalenti full time in esubero (circa 1000 dipendenti) insieme si trovò la strada del contratto di solidarietà e degli incentivi al licenziamento e al trasferimento volontari; un percorso che ha portato risultati soddisfacenti e che ha ridotto gli esuberanti a circa 130 full time equivalenti. L'azienda per sua parte avrebbe dovuto avviare il processo di omnicanalità; investire risorse per trasformare i negozi e il servizio al cliente; aprire piccoli negozi più adeguati al nuovo mercato e che avrebbero potuto essere un'opportunità per assorbire altri esuberanti. Le lavoratrici ed i lavoratori hanno fatto i loro sacrifici ma l'impresa ha sprecato tempo nonostante parli di velocità di azione. La riduzione degli organici nei punti vendita ha fatto perdere i clienti che ancora utilizzano i negozi fisici per fare acquisti e le politiche dei prezzi sull'online non sono state abbastanza competitive, il tutto aggravato dal mancato riconoscimento ai negozi del fatturato dell'online, neanche quello della merce lavorata in punto vendita.

Quello che Mediamarket sta perdendo nei negozi non lo recupera nell'online e il bilancio del 2017, fortemente negativo, ne è la prova. Nei punti vendita il sistema informatico è vetusto e in alcuni negozi non funziona correttamente neanche il wi-fi. Il layout degli accessori per la telefonia, unico segmento di prodotti con margini alti, è vecchio e confusionario, in alcuni punti vendita il rifornimento è addirittura affidato a una società esterna. Il tentativo di recuperare margini vendendo le garanzie non è stato supportato da un'adeguata formazione del personale; l'unica politica aziendale per incentivare a vendere polizze è stata quella di organizzare gare tra punti vendita che rasentano il ridicolo. A dimostrazione degli errori commessi a luglio 2017 viene cambiato il gruppo dirigente.

Le organizzazioni sindacali in quel periodo hanno dato disponibilità a trattare dopo che l'impresa aveva dichiarato di voler ridurre le maggiorazioni domenicali chiedendo la garanzia dei livelli occupazionali. Nonostante girassero voci su Grosseto, e l'azienda aveva negato che fossero previste ulteriori chiusure e altri esuberanti, dichiarando che fosse necessario solo ridurre il costo del lavoro per avere risorse da investire. Di contro le organizzazioni sindacali avevano chiesto di fare un contratto integrativo più ampio che fosse in grado affrontare vari aspetti: innanzitutto migliorare le condizioni di lavoro in virtù dei peggioramenti dovuti alla riduzione degli organici e alla totale liberalizzazione degli orari; affrontare in modo organico il tema della videosorveglianza ed escludere il controllo a distanza dei lavoratori; contrattare il riconoscimento della corretta professionalità degli addetti in virtù dei cambiamenti in atto e la dovuta formazione di supporto. L'impresa aveva inoltre proposto un premio variabile incentivante su cui le organizzazioni sindacali avevano dato disponibilità a valutare una proposta concreta.

## **Filcams, Fisascat e Uiltucs si ponevano l'obiettivo di trovare un equilibrio tra le richieste dell'azienda e le esigenze dei lavoratori.**

Da luglio 2017 l'impresa è invece scomparsa e nulla di tutto questo è stato affrontato. Nonostante le sollecitazioni Mediamarket non ha dato più disponibilità al confronto fino a Febbraio 2018. Si è ripresenta quindi al tavolo raccontando la solita favoletta dell'omnicanalità e senza presentare un piano industriale credibile. Al contempo ha annunciato la chiusura di Milano Centrale e Grosseto (proprio quello che a Luglio 2017 negava), ha annunciato di voler chiudere la solidarietà sulle province dove ancora ci sono esuberanti, unica alternativa il trasferimento forzato. Inoltre ha aggiunto che dal 1 Maggio 2018 (casualmente la festa dei lavoratori) non applicherà più il 90% di maggiorazione domenicale e non riconoscerà più il bonus presenza. Ha poi dichiarato il trasferimento della sede a più di 50 km di distanza. A coronare un quadro già drammatico annuncia che tutti i punti vendita dovranno avere la sostenibilità economica.

A quel punto, con un po' di semplice logica, le organizzazioni sindacali hanno posto alcune domande: se l'azienda perde 17 milioni di euro, ci dite come si determina questa perdita e qual è il preventivo di bilancio del 2018 per capire quanto volete recuperare quest'anno? Considerato che la perdita di 17 milioni di euro non è evidentemente riconducibile solo a Grosseto e Milano Centrale, ci dite quali e quanti sono i negozi non sostenibili? L'azienda ha negato qualsiasi informazione negando un diritto di legge e di contratto. Tutte le imprese presentano nel dettaglio i dati di bilancio e gli obiettivi, Mediamarket è l'unica che si sottrae a questo confronto.

**A questo punto le federazioni di categoria CGIL, CISL e UIL hanno deciso congiuntamente ai delegati di tutta Italia di proclamare sciopero per l'intera giornata del 3 Marzo 2018 (2 marzo per i lavoratori della sede e della piattaforma on-line).**

Le lavoratrici ed i lavoratori hanno il diritto di avere informazioni preventive sul loro destino occupazionale, è inaccettabile ritrovarsi, come sta avvenendo, senza lavoro nell'arco di 40 giorni, dietro ogni lavoratore c'è una famiglia con spese da sostenere, un progetto di vita, tutto questo deve essere tenuto in considerazione.

Le lavoratrici e i lavoratori hanno il diritto di avere la giusta retribuzione per il lavoro che svolgono la domenica, hanno il diritto di avere degli orari di lavoro sostenibili per avere una vita privata dignitosa, hanno il dovere di svolgere la loro mansione con competenza ed essendo formati per questo.

Mediamarket deve affrontare una situazione di mercato difficile, per farlo servono investimenti e serve la partecipazione di tutti i lavoratori, per essere motivati i lavoratori non hanno bisogno di feste sfarzose e dispendiose ma di rispetto.

Mediamarket in passato si è arricchita e si è sviluppata nel nostro paese utilizzando le infrastrutture e la forza lavoro italiana. Ora deve dimostrare di avere ha anche un minimo di responsabilità etica e sociale concordando con il sindacato vere misure di salvaguardia occupazionale.

Roma, 28 febbraio 2018