

From: nicola augello Anasfim <nicola.augello@anasfim.it>
Date: Wed, 14 May 2014 15:34:55 +0200
To: Francesca Di Tocco <francesca.ditocco@ichinobrugnatelli.it>
Cc: Andrea Fortunat <andrea.fortunat@ichinobrugnatelli.it>
Subject: Re: Pro memoria

Gent.ma Dr.a Di Tocco,

il contenuto della memoria va benissimo, ritengo possa essere utile solo una precisazione riguardo al passaggio in cui si parla del Ccnl CONFASAL.

ANASFiM è l'unica associazione datoriale nazionale che raggruppa le agenzie di marketing operativo (o Field Marketing) ma non è stata l'unica parte datoriale firmataria del Ccnl Confasal che ha visto anche altre Associazioni di imprese tra i firmatari.

E' corretto invece rimarcare che ANASFiM per la sua parte non ha più sottoscritto il rinnovo di tale Ccnl essendo appunto scaduto il 30.11.2012, optando per l'Accordo con Fisascat CISL e Uiltucs UIL e conseguente applicazione del Ccnl TDS sottoscritto da CGIL CISL UIL e CONFCOMMERCIO. Se ritenete utile si potrebbe aggiungere che tale Ccnl (quello con CGIL-CISL-UIL, più conosciuto come Ccnl Commercio) è quello utilizzato dalle aziende produttrici di marca (i nostri committenti, associati in CentroMarca) ed è anche applicato dalle Insegne della Distribuzione (associate in FEDERDISTRIBUZIONE e COOP ITALIA), quindi vi sarebbero gli stessi interlocutori sindacali per tutta la filiera produttiva: Distributore-Produttore-Agenzia di marketing operativo.

Cordialmente

Nicola Augello

Il giorno 14/mag/2014, alle ore 12:21, Francesca Di Tocco <francesca.ditocco@ichinobrugnatelli.it> ha scritto:

Egr. dott. Augello

Su incarico dell'avv. Fortunat le invio il promemoria per il dott. Luigi Caso, Ministero del Lavoro.

Il contenuto è già stato verificato dal Prof. Ichino.

Restiamo in attesa di sue eventuali osservazioni per l'invio.

Con i migliori saluti

Francesca di Tocco

L'attività di marketing operativo, intesa come particolare tecnica di promozione commerciale, si è ormai diffusa ormai capillarmente nell'ambito delle grandi strutture della distribuzione al dettaglio e le centinaia di "agenzie" operanti in questo segmento di mercato si sono avvalse tradizionalmente di personale (merchandiser e promoter) inquadrato, dapprima, con contratti di collaborazione coordinata e continuativa e successivamente con contratti a progetto, con gravi problemi di tenuta sul piano giuridico di tali assetti contrattuali. Con l'avvento della legge "Fornero" e l'ulteriore restringimento delle condizioni per il legittimo ricorso a questo tipo contrattuale si è posto il problema di "traghetare" queste figure professionali nell'area del lavoro subordinato, senza scardinare gli equilibri economici e gestionali delle agenzie e pertanto curando, da un lato, di adeguare in modo graduale i livelli di trattamento per assorbire in parte i maggiori costi contributivi a carico delle agenzie stesse; dall'altro, di utilizzare al meglio gli strumenti di flessibilità nella gestione della forza lavoro previsti dalla legge. Si è giunti così nel dicembre 2012 alla stipulazione tra la ANASFIM e la FISASCAT CISL e UILTUCS UIL dell' "Accordo quadro contenente il protocollo per la contrattazione aziendale di secondo livello applicato al settore del marketing operativo", con il quale, avvalendosi degli spazi offerti dall'art. 8 del D.L. n. 138/2011, sono state dettate le linee guida per la stipulazione dei contratti collettivi aziendali o territoriali di secondo livello (pure essendo l'Accordo

quadro già di per sé strutturato come contratto di prossimità del più ampio settore regolato dal ccnl del Terziario, Distribuzione e Servizi essendo stato firmato dalle segreterie regionali delle OO.SS. sopra citate).

Punti salienti dell'Accordo quadro sono: la classificazione del personale, a prescindere dalle mansioni specifiche (tutte sostanzialmente assimilabili) nel 7° livello, la configurazione delle prestazioni (data la loro variabilità quanto a frequenza, durata, collocazione temporale degli interventi, ecc.) come di carattere discontinuo con utilizzo di un più favorevole minimale ai fini contributivi, la possibilità di adottare il contratto di lavoro intermittente, a termine e a part time con vincoli più blandi, deroghe in materia di licenziamenti e procedure di cambio di appalto.

L'Accordo quadro è stato recepito dalle agenzie associate alla ANASFIM (e a quanto consta anche da alcune non associate).

A seguito della stipulazione dell'Accordo quadro il ricorso nel settore al co.co.pro. non è venuto meno anche se si è assai ridotto e varie agenzie hanno stipulato contratti collettivi con altre sigle sindacali CONFASAL, CISAL.

In particolare, il contratto collettivo CONFASAL non è più in vigore perché scaduto nel novembre 2012, è stato disdetto formalmente dalla ANASFIM (unica parte datoriale firmataria) e non è più stato rinnovato.

Entrambi i contratti collettivi suddetti prevedono trattamenti economici di vari punti percentuali inferiori rispetto ai parametri, già calmierati, dell'Accordo quadro.

Dovrebbero pertanto porsi anzitutto problemi di sufficienza retributiva ex art. 36 Cost., ben potendo i trattamenti previsti dall'Accordo quadro considerarsi i livelli minimi inderogabili di riferimento per l'intera categoria, stanti i requisiti di rappresentatività degli stipulanti; requisiti che difettano invece in capo ai firmatari degli altri contratti. Si pone altresì un problema di ordine contributivo poiché i livelli di trattamento dell'Accordo quadro dovrebbero individuarsi come imponibili di riferimento a norma dell'art. 1 del D.L. n. 389/1989, con conseguente adeguamento automatico dei trattamenti meno favorevoli.

Allo stesso modo e per le stesse ragioni sono solo le agenzie che applicano l'Accordo quadro a poter utilizzare in modo legittimo strumenti di flessibilità quali il contratto di lavoro intermittente che, al di fuori dei casi assai limitati specificamente autorizzati dalla legge, necessita di apposita regolamentazione nella sede collettiva comparativamente più rappresentativa.

Considerazioni analoghe valgono per il contratto a tempo determinato e per il part time.

In caso di contenzioso con i lavoratori o con gli uffici ispettivi, tutti questi profili di criticità dei contratti collettivi alternativi all'Accordo quadro sono destinati a ripercuotersi anche nei confronti dei committenti delle agenzie di marketing operativo, vale a dire delle Case fornitrici dei prodotti commercializzati nella catena della grande distribuzione, in qualità di responsabili in solido.

E' pertanto auspicabile un'azione di sensibilizzazione (come quella realizzata ad. es. con lettera circolare del Ministro del Lavoro del 1° giugno 2012 n. 10310) e anche di dissuasione ai vari livelli rispetto a una tendenza più o meno consapevole delle Case fornitrici a privilegiare l'aspetto del risparmio certo e immediato sui costi di distribuzione commerciale, rispetto ai rischi futuri e ipotetici di un coinvolgimento in azioni di regolarizzazione contrattuale e contributiva.

Occorre perciò alzare il livello di dissuasione anche perché lo scarto a detrimento dell'Accordo quadro è destinato ad ampliarsi con l'applicazione degli aumenti economici connessi alla gradualità imposta dall'Accordo stesso; dinamica, anche questa, non prevista dai più concorrenziali contratti collettivi vigenti nel settore.

Dott.ssa Francesca di Tocco

<image001.jpg>

Via Mascheroni, 31 - 20145 Milano

tel. 02.4819.3249

fax 02.4810.0102

www.ichinobrugnatelli.it

Le informazioni contenute nel presente e-mail e nei documenti eventualmente allegati possono essere confidenziali e sono comunque riservate al destinatario della stessa. La loro diffusione, distribuzione e/o copiatura da parte di terzi è proibita. Se avete ricevuto questa comunicazione per errore, Vi preghiamo di eliminarla e informare immediatamente il mittente del messaggio. L'interessato può, inoltre, esercitare tutti i diritti di accesso sui propri dati previsti dall'art.7 del Dlgs. n. 196/2003, tra i quali i diritti di rettifica, aggiornamento e cancellazione.

The information in this e-mail (which includes any files transmitted with it) is confidential and may also be legally privileged. It is intended for the addressee only. Access to this e-mail by anyone else is unauthorised. It is not to be relied upon by any person other than the addressee, except with our prior written approval. If no such approval is given, we will not accept any liability (in negligence or otherwise) arising from any third party acting, or refraining from acting on such information. Unauthorised recipients are required to maintain confidentiality. If you have received this e-mail in error please notify us immediately, destroy any copies and delete it from your computer system. Any use, dissemination, forwarding, printing or copying of this e-mail is prohibited. Copyright in this e-mail and any document created by us will be and remain vested in us and will not be transferred to you. We assert the right to be identified as the author of and to object to any misuses of the contents of this e-mail or such documents