

## Documento CISL

Contributo all'Affare assegnato sulle iniziative di sostegno ai comparti dell'industria, del commercio e del turismo nell'ambito della congiuntura economica conseguente all'emergenza da COVID-19 (10ª Commissione permanente Senato - Atto n. 445)

### PREMESSA

L'emergenza economica determinata dal contagio da covid19 ha assunto, come prevedibile, dimensioni enormi, potenzialmente disastrose. Le condizioni economiche e sociali che dovremo fronteggiare saranno simili a un dopoguerra. La transizione sarà lunga, e molte cose dovranno cambiare, a cominciare dal rapporto che lega la persona agli spazi e ai tempi del proprio lavoro.

Il nuovo equilibrio richiederà investimenti su infrastrutture ed ecosistemi tecnologici, formazione e nuove competenze - pensiamo solo alla sfida del lavoro agile -. Un impulso decisivo dovrà anche riguardare il sostegno alla contrattazione, in particolare quella aziendale e territoriale, le più adattive e in grado di rispondere alle specificità di ogni comunità lavorativa.

Dobbiamo avviare su come ammodernare, innovare, riregolare alcuni istituti contrattuali. Pensiamo al bisogno di aumentare flessibilità su orari, turni, organizzazione del lavoro. Sarà parimenti inderogabile un potente investimento sulle politiche attive, sulla formazione continua, sull'accompagnamento nelle fasi di transizione lavorativa, sulle leve di riqualificazione e ricollocamento dei lavoratori rimasti privi di occupazione. Allo stesso modo andranno consolidate le politiche passive, con ammortizzatori sociali ben collegati anche alle nuove risorse europee per sostenere il reddito di tutti.

Se vogliamo uscire da questa crisi dobbiamo farlo uniti, cogliendo l'opportunità di costruire modelli capaci di incrementare flessibilità e produttività, innalzando anche la partecipazione dei lavoratori alle decisioni d'azienda.

Lo schema di questa collaborazione deve essere triangolare. Il Governo deve mettere in campo risorse in grado di supportare l'adeguamento delle reti materiali e digitali, accordi di produttività e in deroga. Il "ponte" verso un modello più sostenibile, solidale e produttivo deve essere sorretto da investimenti massicci, che spezzino le diseconomie strutturali e diano protagonismo al dinamismo dell'incontro negoziale.

Si tratta di tenere in piedi lo scudo pubblico su reddito, occupazione, liquidità d'impresa; di mettere in campo la totalità delle risorse nazionali ed europee per riallineare l'Italia agli standard infrastrutturali degli altri grandi Paesi. Al Paese serve un grande piano Marshall di matrice europea in cui le Parti sociali mettano in campo disponibilità, soluzioni e contributi.

## 1. POLITICHE PER L'INNOVAZIONE E L'INDUSTRIA

### 1. *Il ruolo dell'industria nell'economia nazionale*

L'industria italiana è ancora oggi un chiaro *punto di forza* dell'economia nazionale. La crisi, a partire dal 2008, ha provocato un severo *ridimensionamento strutturale*, eliminando 650.000 posti di lavoro e quasi il 20% della capacità produttiva nel manifatturiero. In termini di competizione, si è persa una grande battaglia, non la guerra. L'industria manifatturiera ha mostrato prima una tenace *resilienza*, poi una sorprendente *reattività nel riposizionarsi a livello internazionale*, migliorando i prodotti in qualità-valore, difendendo le proprie quote e diversificando i mercati di vendita.

In dieci anni (2008-2018) le esportazioni nazionali sono aumentate del 16,9%, per un valore che corrisponde al 32% del PIL e per un saldo positivo della bilancia commerciale di 44 miliardi di euro, il 2,2% del PIL.

I settori di punta dell'export nazionale sono stati i *macchinari* (17,7% del totale export), i *prodotti tessili*, i *mezzi di trasporto*, l'industria e la trasformazione alimentare. Il farmaceutico, l'ICT e il comparto della moda sono cresciuti, nell'export, più della media settoriale.

In un difficile 2019, segnato dai dazi statunitensi e dalla Brexit le esportazioni in valore dell'Italia hanno rallentato il ritmo di crescita (+2,3%), ma meno che in Germania (+0,7%) e Spagna (+1,5%).

*Grazie al sistema industriale, l'Italia è ancora un paese competitivo e fortemente esportatore, il nono nel mondo, con una quota del mercato mondiale intorno al 2,9%.*

Nel 2019, con circa quattro milioni di addetti, il contributo dell'*industria manifatturiera* al Valore Aggiunto nazionale è tornato, dopo anni, a quasi il 20%, praticamente la quota del 2008. Il settore delle *costruzioni*, al contrario, non ha ancora trovato le condizioni per risollevarsi. Nel 2008 valeva il 6% del PIL, nel 2019 il 4%.

Le vocazioni industriali, insieme al loro fondamentale contributo al sistema Italia, non si sono affatto *spente*. Si sono solo *appannate*, non nelle concrete dinamiche reattive di territorio e intersettoriali, ma nelle lenti *deformate* di una cultura politica che si è concentrata sulle politiche di assistenza, ignorando le leve fondamentali di creazione di ricchezza e occupazione.

Il processo di *modernizzazione e innovazione* ha lavorato per conto proprio, per iniziativa delle imprese e dei territori, senza il supporto di una *strategia nazionale di politica industriale* e di rafforzamento delle reti infrastrutturali e di conoscenza.

Nel frattempo la *quarta rivoluzione industriale*, quella *digitale*, era già partita in tutte le economie avanzate. Industria 4.0 è approvata solo a fine 2016, dopo otto anni di crisi, in cui lo Stato si è occupato d'altro. Il vuoto di politica industriale ci consegna un *ritardo competitivo* da recuperare, rispetto ad un *cambiamento epocale*, che sta trasformando il modo di produrre, di acquistare, di consumare, di muoversi.

Questa fase di dura emergenza deve riportare il “fattore industria” al centro dell’agenda nazionale. Vale a dire quel cuore pulsante fatto di settori, realtà produttive, territori, competenze, che ha storicamente garantito e che continua a garantire coesione e sviluppo, oltre che il protagonismo dell’Italia nei processi mondiali di crescita.

## ***2. Politiche per l'emergenza***

L'impatto dell'emergenza COVID19 sulla struttura industriale si sta rivelando *pesante* e d'incerta durata. Secondo un'indagine Confindustria, per il 43,7% delle imprese l'impatto è molto grave, mentre in media, rispetto a marzo 2019, il fatturato è in calo del 32,6%, le ore lavorate del 32,5%.

In sintesi sta agendo un *mix* inedito di riduzione della domanda, dell'offerta e della liquidità disponibile alle imprese. Se protratto, anche nella gradualità che si profila, il *mix* rischia di provocare danni gravi e permanenti, ben oltre la crisi del 2008.

*E' decisivo quindi disporre di una robusta linea difensiva.*

Da una recessione ci si può riprendere rapidamente, uscire da una lunga depressione è molto più difficile.

A *breve*, fin da ora, l'impegno pubblico sta nell'evitare un'onda di crisi e fallimenti. L'obiettivo di mettere in moto nuovi flussi di credito, come nel DL Liquidità, se è una condizione *necessaria*, può non essere *sufficiente*. L'emergenza inedita che stiamo vivendo potrebbe *paralizzare*, parzialmente o in tutto, diverse filiere dell'offerta, dalla raccolta di prodotti agricoli, al turismo, alla ristorazione, al rallentamento nella fornitura e nelle importazioni di componenti industriali. Oppure il ricorso al credito bancario, per le imprese artigiane e le microimprese dei servizi, potrebbe rivelarsi più lento e difficile degli auspici.

Ci si chiede quante aziende o esercizi commerciali non saranno in grado di riaprire, terminata o attenuata la fase di emergenza, in sostanza quanti posti di lavoro saranno cancellati.

E' il caso di prevedere forme *non ordinarie* di sostegno alle imprese, come:

- *forme di sostegno a fondo perduto* per microimprese che stentano ad accedere all'assistenza delle banche;
- un forte sostegno per le *imprese strategiche* che, accanto a linee di credito per la liquidità, preveda, in caso di difficoltà, la possibilità di un ingresso temporaneo dello Stato nel capitale;
- l'assorbimento temporaneo di imprese importanti, in via di fallimento o fallite in una *nuova agenzia pubblica*.

*La normativa europea sugli aiuti di stato, valida in tempi normali, oggi andrebbe sospesa su richiesta nazionale, a tempo determinato e da determinare, per evitare danni non più recuperabili del tessuto produttivo.*

### 3. Politiche per la ripresa e lo sviluppo

#### 3.1 Condizioni per la ripartenza e lo sviluppo

Solo lo Stato può attivare, con una spesa mirata, il sostegno della domanda interna e la creazione di *nuovi posti di lavoro* in settori ed attività che lo consentano. Si tratta di *programmare un flusso d'investimenti pubblico-privati* (con risorse nazionali ed europee) in aree-settori in grado di *sostenere* la ripresa e migliorare l'efficienza di sistema. La ripresa si deve basare su linee chiare.

Le leve principali si possono individuare in:

- un incremento degli *investimenti pubblici in infrastrutture materiali*, fino al 6% del PIL, per aumentare la produttività dei territori e del sistema Paese. Si tratta di completare le grandi opere strategiche; di investire in un piano straordinario per la manutenzione delle infrastrutture esistenti; di mettere in atto misure per la messa in sicurezza del territorio e per il contrasto ai disastri legati ad eventi sismici e al dissesto idrogeologico;
- lo sviluppo delle *infrastrutture energetiche e digitali*, che, dalla produzione alle reti d'impresa, costituiscono un pilastro della politica industriale;
- una forte iniezione di investimenti nella Ricerca, nella Sanità e nelle fonti di energia rinnovabile.
- un'accelerazione e potenziamento di Impresa 4.0
- l'incentivazione delle imprese start-up, non solo quelle giovanili.

Fra le priorità sicuramente entra il *settore sanitario*, in cui la domanda pubblica ha un ruolo di rilievo. Il miglioramento sostanziale delle condizioni di salute e sicurezza negli ambienti di lavoro (e relative attrezzature) è parte integrante di un auspicabile *piano di settore*.

Il *sistema del turismo* è da ricostruire, anche con iniziative pubbliche, riconfigurando la rete di accoglienza (musei, hotel, residenze, agenzie di viaggio, patrimonio archeologico).

Condizione per programmare la spesa, è la disponibilità di *un progetto nazionale*, preparato dai migliori esperti in circolazione. Non basta un *elenco*, ci sono da valutare *priorità ed effetti sinergici, di filiera e settore* e le iniziative per diffondere le tecnologie innovative e digitali.

Uno sforzo di questa portata richiede un ripensamento sostanziale della *governance pubblica*, basato sul riordino ed il coordinamento degli attori istituzionali, Ministeri economici, MIUR, ICE, Regioni, la Cabina di regia Strategia Italia e Investitalia.

Nell'architettura di una nuova *governance* va inserito il *potenziamento strutturale*, per risorse e competenze, *dell'unità di crisi del MISE*, sia come primo sportello su cui canalizzare imprese in difficoltà, sia per costruire credibili percorsi di reindustrializzazione e di vero rilancio delle varie aziende.

Già prima della crisi determinata dalla pandemia i tavoli di crisi aziendali erano oltre 150, con oltre 300mila persone coinvolte. La tempesta in atto è destinata ad amplificare drammaticamente il quadro, portandolo a livelli potenzialmente catastrofici.

Ancor più in un simile contesto, il Ministero non può limitarsi a una gestione burocratica e istruttoria delle vertenze. Vanno costruiti percorsi attivi di reindustrializzazione e riconversione, cercati acquirenti e partner, vigilare su amministrazioni e piani industriali credibili e sostenibili.

Per fare questo serve una struttura di gestione crisi rinnovata, capace, competente. E serve una politica industriale in grado di rilanciare i comparti produttivi del nostro Paese con investimenti veri.

La struttura di governance e di promozione pubblica va innovata e rafforzata tanto sul piano nazionale quanto nelle declinazioni regionali e territoriali, consolidando le Aree di Sviluppo Industriale, i contratti istituzionali di sviluppo, le leve di fiscalità di sviluppo. Vanno inoltre potenziati ed estesi i servizi resi alle Imprese dalle Camere di Commercio

Non si può pensare di risolvere tutto con leve passive e ammortizzatori sociali. Bisogna stimolare e promuovere lo sviluppo, ricostruire un tessuto produttivo frammentato e sfibrato dalla mancanza di investimenti capaci di sostenere reti, occupazione e produzione, anche alla luce dei grandi cambiamenti tecnologici in atto.

### 3.2 *Industria, tecnologia e territorio*

Il piano *Industria 4.0* (un mix di incentivi fiscali, sostegno al venture capital, diffusione della banda ultralarga, formazione dalle scuole all'università) ha rappresentato una spinta positiva per il settore manifatturiero nazionale, con aumenti negli investimenti e nella produttività.

Nel 2018, cambiato il nome in *Impresa 4.0*, è stato parzialmente ridimensionato e rimodulato per ampliare la platea delle imprese beneficiarie degli incentivi.

Di fatto, è *l'unico strumento di politica industriale operativo a livello di sistema paese*, inserito in una rete di Politecnici, Università e Centri di ricerca.

Va quindi *rilanciato*, in termini di risorse ed operatività, superando alcuni limiti, come la dimensione troppo grande delle reti, e dotandolo di una *valutazione più rigorosa* della effettiva strategicità dei progetti finanziabili, in base alle ricadute sul tessuto produttivo *dei diversi territori* e non solo a valutazioni accademiche.

Una possibilità già in atto, da spendere con la massima attenzione, è di *estendere la fibra ottica a banda larga in tutte le maggiori città italiane, nelle aree e distretti industriali, con l'obiettivo di realizzare una rete larga diffusa ed efficiente*.

Si tratta di una *condizione* importante per dare slancio e linfa alle filiere interconnesse dei distretti industriali e all'organizzazione del lavoro basata sul lavoro a distanza e lo *smart working*. Come noto, è già operativa *Open Fibre* (Enel e Cassa Depositi e Prestiti), mentre TIM sta trattando per una partecipazione diretta alla nuova rete concorrente. Va risolta la questione della *cabina di comando* e accelerato il processo.

A livello *territoriale* e dei distretti, vanno rafforzate:

- la rete esistente di *centri tecnologici di assistenza alle imprese*, promuovendo forme di cooperazione interregionale;
- le politiche di *export* di distretto e reti d'impresa
- la valorizzazione di *marchi di qualità* e produzioni tipiche del *made in Italy*

### 3.3 Europa, Innovazione e Ricerca

Le attività a maggior contenuto di conoscenze scientifiche e tecnologiche sono, negli ultimi due decenni, la base di *sviluppo dell'Europa*. Nell'insieme costituiscono una piattaforma che, se valorizzata, può galleggiare nel mare aperto dei grandi player mondiali, come Stati Uniti e Cina.

Una *cooperazione rafforzata* a livello di Unione Europea, fra centri di ricerca e poli di eccellenza tecnologica, rappresenta una carta fondamentale per il futuro.

L'Europa deve fare scelte più equilibrate, indicando la via di una "fortificazione produttiva" che possa unire i paesi membri in tutti i settori, promuovendo i grandi generatori di innovazione come l'aerospazio, l'avionica, l'alimentare, il biologico, l'energia alternativa, il farmaceutico.

Va considerato che, nell'accedere ai fondi europei per la ricerca, s'incontra una limitatezza delle risorse disponibili e una fortissima selezione. Ottimi progetti non vengono approvati perché le risorse sono finite.

La tendenza recente (Horizon 2020) è di formare grandi reti, molto centralizzate, concentrando su queste le risorse. Le iniziative italiane sono spesso penalizzate, o entrano in progetti a guida di altri paesi, anche a causa di una burocrazia nazionale molto meno agile e snella che in altri paesi. Un limite che la *nuova governance deve superare*.

A *livello nazionale* lo Stato, da tempo, non investe seriamente in progetti di Ricerca meritevoli di gruppi italiani, esclusi dai finanziamenti europei. Anche questo è un *limite da superare*, con la tempestiva riapertura e coordinamento dei canali di finanziamento nazionali.

Una prospettiva interessante per coniugare *nuove tecnologie e sostenibilità ambientale*, si è aperta con il *piano di investimenti per un'Europa sostenibile*, che prevede di mobilitare investimenti pubblici e fondi privati per almeno 1.000 miliardi. L'orizzonte al 2050 potrebbe essere anticipato anche di venti anni, con forti incentivi agli utilizzatori, come impegno straordinario a mettere in moto un efficace volano per la ripresa.

## 4. Ruolo del lavoro e nuove relazioni industriali

Sia il presente della graduale ripresa, sia il futuro di una completa integrazione del sistema industriale nell'onda della "quarta rivoluzione industriale", implicano forti misure di sostegno a un *modello di relazioni industriali* autonomo, innovativo e partecipativo, in grado di garantire la protezione del lavoro nella graduale ripresa, aumentare le condizioni di salute e sicurezza, sostenere la competitività di settori e filiere produttive. Il lavoro, nelle sue declinazioni, è la prima risorsa da difendere nell'emergenza e la speranza su cui si basa la ripresa futura.

La CISL chiede la definizione di un "Piano nazionale per il Lavoro 4.0", per promuovere e sviluppare un *lavoro di qualità*, basato su competenze adeguate e condizioni contrattuali eque. Un Piano sostenibile per tutte le fasce di popolazione lavorativa, organico alla competitività delle imprese e al benessere delle persone. Un Piano basato sul diritto all'apprendimento e formazione permanente, anche attraverso il rafforzamento dei Fondi bilaterali interprofessionali.

## 2. IL SETTORE COMMERCIO AI TEMPI DEL COVID19

Secondo le stime dell'Organizzazione mondiale del commercio (WTO), a causa dell'epidemia di COVID-19, nel 2020 il commercio globale diminuirà di una quota compresa tra il 13 e il 32 per cento. La forbice è così ampia perché la contrazione degli scambi commerciali dipenderà molto dall'efficacia delle misure prese dagli stati.

Il WTO si aspetta che nel 2021 ci sarà una ripresa dei commerci, ma l'entità di questa ripresa dipenderà da quanto durerà la crisi. I volumi di merci commerciate diminuiranno di almeno 10 punti percentuali in tutte le regioni del mondo; le esportazioni del Nord America e quelle dell'Asia dovrebbero essere le più colpite, mentre i settori che ne risentiranno di più, secondo il WTO, saranno quelli di prodotti come le automobili e i dispositivi elettronici.

### *1. Cosa si evidenzia riguardo all'andamento delle vendite della GDO e degli eCommerce tra fine febbraio ed inizio aprile 2020 in Italia?*

Una recente ricerca di Nielsen stima **una forte accelerazione delle vendite della GDO** a partire dalla settimana tra lunedì 17 e domenica 23 febbraio, in particolare nei supermercati (+8,69%), negli ipermercati (+8,61%) e nei discount (+8,28%) del Nord Italia. Si registra un incremento degli acquisti di prodotti alimentari a lunga conservazione, quali riso (+33%), pasta (+25%), sughi e salse (+19%) ed all'aumento delle vendite delle categorie della cura persona, come il comparto parafarmaceutico (+112%) e quello dell'igiene personale (+15%).

Durante le due settimane successive la crescita si è registrata anche al Sud, sempre trainata dai due effetti citati in precedenza, a cui se n'è aggiunto uno nuovo: #Restoacasa.

A seguito delle nuove misure restrittive, prese dal governo l'8 marzo 2020, le vendite della GDO sono letteralmente esplose.

Durante la quinta e la sesta settimana (tra il 16 marzo e il 29 marzo), le vendite della Grande Distribuzione Organizzata sono continuate a crescere, ma in modo più contenuto, probabilmente a causa delle nuove procedure d'ingresso nei negozi e quelle relative allo spostamento (che può avvenire solo all'interno del comune di residenza). Secondo l'osservatorio Lockdown di Nomisma si prediligono ordini online, negozi di vicinato e prodotti a km zero, ma a differenza delle settimane precedenti è il Nord Est a registrare gli incrementi più alti su base tendenziale (+8,9%).

Al contrario, il Cash & Carry ha subito un calo molto forte (-44,7%) e probabilmente questo andamento si protrarrà fino alla fine della quarantena, quando verranno riaperti bar e servizi di ristorazione

#### *1.1 Mentre l'Italia chiudeva, "aprivano" gli eCommerce*

Nel frattempo si è cominciato sempre più a **rivolgersi agli eCommerce per soddisfare i propri bisogni**. Il trend delle vendite di prodotti di largo consumo online è notevolmente cresciuto,

passando da un 81,0% (rilevato da Nielsen tra lunedì 24 febbraio a domenica 1 marzo) ad un +162,1% (rilevato tra lunedì 23 a domenica 29 marzo).

### **Andamento delle vendite online a seconda del settore**

Analizzando i dati di Qaplà, a Marzo 2020 ci si rende conto che le performance non sono per tutti uguali, anzi.

#### **Settori in crescita: spesa online, pharma, articoli sportivi e bricolage**

La categoria che ha fatto segnare numeri da record, in particolare nei primi giorni di Marzo, è quella della **spesa online**. Tuttavia, nel giro di una decina di giorni il sistema ha fatto crash: nessun player era organizzato per far fronte a una domanda ingigantitasi da un giorno all'altro.

Un altro **settore destinato a una crescita esponenziale è quello delle farmacie online**: sempre secondo Qaplà nella seconda metà di Marzo c'è stato un incremento degli ordini del +54%, rispetto allo stesso periodo del mese precedente, mentre Adabra ha registrato un 37% di fatturato in più rispetto all'anno precedente. Tuttavia, anche in questo settore mostra un andamento simile a quello dei supermercati: un boom di vendite nelle prime settimane, che si è poi lentamente assestato su livelli tradizionali.

I dati positivi sono stati **trainati dalla ricerca di prodotti legati al COVID-19**, ovvero i detergenti per le mani, le mascherine, i guanti ed i termometri (secondo IQVIA e Pharmacy Scanner +455%), di fatto introvabili nelle farmacie locali e nei supermercati. Durante il corso delle settimane c'è anche stato un incremento di ricerche anche per i termometri e per i pulsossimetri, ovvero strumenti utili per misurare la temperatura e l'ossigenazione del sangue.

Dopo il lockdown, l'attenzione degli utenti si è concentrata su altre due categorie di negozi online: **eCommerce specializzati nella vendita di attrezzature per l'home fitness e del bricolage**. Gli articoli sportivi sono molto ricercati e acquistati, in particolare quando si è vietata l'attività sportiva.

**-Rimangono alte anche le visite ai siti di elettronica di consumo**, di giocattoli e di pet care. La necessità di seguire le lezioni e lavorare da remoto, ha incrementato l'acquisto di accessori quali webcam, monitor, cuffie e microfoni.

Al contrario, **secondo GfK hanno subito una decrescita prodotti** quali smartphone (-6,7%), TV (-10,2%), macchine del caffè (17,4%), stampanti (-27%), condizionatori (-27,4%) e asciugatrici (-31,4%). E mentre i genitori lavorano, i bambini hanno bisogno di distrazioni, di conseguenza non sono mancate le impennate alle visite degli store di giochi e giocattoli; molti di essi però, purtroppo, rimangono chiusi fino a nuova ordinanza. Oltre i bambini, **anche gli animali domestici in questo periodo reclamano le dovute attenzioni**: il trend delle visite dei negozi di "pet care" è stabile, mentre gli ordini di cibo, integratori e peluche, secondo Qaplà, sono aumentati del 100% nel giro di un mese.

Ovviamente, in tutto questo periodo i marketplace sono rimasti il punto di riferimento per tutti gli italiani, in particolare Amazon ed Ebay. Inutile dire che, anche qui, i prodotti più cercati in assoluto sono state le mascherine e l'amuchina, il termometro ed il saturimetro. Nella top ten compaiono anche libri, accessori per bambini, il Risiko ed il Kindle. **Anche l'acquisto su Amazon ha subito una lieve battuta d'arresto**: secondo quanto riportato da Bloomberg, anche il grande colosso è rimasto spiazzato dall'enorme aumento della domanda a livello globale e dal 21 marzo, ha dovuto prendere la decisione di dare la priorità



di **consegna ai beni di prima necessità**, appartenenti alle categorie della salute e degli alimenti.

Settori in calo: fashion, lifestyle e travel.

Secondo il Consorzio Netcomm, **l'emergenza sanitaria ha causato un calo delle vendite degli eCommerce dell'abbigliamento, dell'arredamento e delle calzature**. Nonostante le grandi catene di abbigliamento abbiano incentivato gli acquisti online con sconti e promozioni dedicate, il mercato sembra aver subito un calo pari all'84,62%. I motivi di questa tendenza potrebbero essere due.

In primis, alla **preoccupazione e all'ansia dovuta alla pandemia in corso**, si aggiungono i timori per le conseguenze economiche derivate dal lockdown. Non c'è spazio per sfizi ed acquisti accessori, ma solo per beni di prima necessità o articoli particolarmente scontati. A questo, si aggiungono i problemi legati all'operatività e alla logistica: **ordinare senza sapere quando si riceverà la merce è un deterrente** per molti consumatori. Il mondo del lusso, invece, ha deciso di convertire la propria produzione in strumenti di protezione individuale: sono molti i famosi brand di moda che hanno deciso di impegnarsi in questa causa: da Mango a Gucci, da Dior ad Armani.

## ***2. Cosa aspettarsi dal prossimo futuro degli eCommerce?***

Secondo la Cisl è probabile che per alcuni settori aumenti ancora la portata degli ordini, per via dell'esaurimento delle scorte in casa. Inoltre, dal momento in cui sarà dato il via alla riapertura dei punti vendita, il ruolo del commercio online diventerà ancora più importante: molti preferiranno acquistare online, piuttosto che stare ore ed ore in fila al negozio o correre rischi per la propria salute.

Per alcuni settori sarà comunque necessario tenere conto che **il fattore economico potrebbe impattare negativamente**: molte aziende, che sono state costrette a rimanere chiuse, subendo ingenti perdite ai profitti, non saranno in grado di pagare i propri dipendenti, e a ciò si aggiungerà un tasso di disoccupazione molto elevato.

Questa preoccupazione è resa nota da una ricerca di SWG del 19 marzo scorso: il 53% degli intervistati teme che *"la propria azienda o attività possa subire delle conseguenze"* mentre **il 44% ha paura di poter perdere il lavoro a causa di questa crisi**.

Già il potere d'acquisto delle famiglie, molte spese saranno annullate o rimandate (già lo sono) e fra queste abbigliamento e trasporti, servizi ricreativi, viaggi, cultura, ristorazione.

E' evidente che la pandemia ha accelerato l'evolversi di una serie di processi già in atto nel settore della distribuzione commerciale, con la fuga dai grandi format distributivi, la crescita esponenziale come sopra descritto dell'e-commerce, l'innovazione tecnologica e l'assoluta liberalizzazione del mercato per cui nasceranno anche delle nuove opportunità di sviluppo per le imprese se realmente saranno capaci di affacciarsi ai nuovi mercati investendo nella multicanalità dell'offerta.

Il 40% delle aziende italiane, legate attraverso il market place ad Amazon, vende prodotti italiani all'estero; è proprio nelle piattaforme on line che si vedrà la vera capacità di sviluppo del prodotto italiano nei prossimi anni. Non sarà più l'esportazione classica a sostenere la nostra economia, perché non ci sarà più un meccanismo di esportazione tradizionale. Ci sarà

un sistema attraverso il quale le piattaforme dei colossi del Commercio elettronico si sostituiranno agli esportatori tradizionali.

In questo contesto il Sindacato deve implementare le strategie negoziali e contrattuali per fare fronte allo sviluppo del commercio elettronico ed alle previsioni di crescita dell'occupazione nel comparto in Europa e nel mondo. Entro il 2020, secondo stime del sindacato internazionale Uni Commerce Global Union, i posti di lavoro nell'e-commerce quintuplicheranno nei due settori principali del Business to Consumer (B2C) e del Business to Business (B2B).

I temi dell'organizzazione del lavoro e della partecipazione dei lavoratori dovranno essere sempre più presenti nella contrattazione nazionale e settoriale con l'obiettivo di raggiungere un nuovo modello economico-sociale per una reale responsabilità sociale delle imprese a livello globale, per una più giusta ed equa distribuzione della ricchezza, per tornare a confidare in un futuro migliore per tutte le lavoratrici e i lavoratori.

La proposta di un "big deal", dove tutela sociale e dignità sia il vero capitale delle lavoratrici e dei lavoratori di tutto il mondo, deve rimanere al centro del fare sindacato.

La fuga dal format ipermercato in Italia produrrà dei cambiamenti profondi sulla struttura della grande distribuzione organizzata e sulle modalità di consumo, già fortemente condizionate dall'impatto della tecnologia e dalla diffusione dell'e-commerce. Il Sindacato da tempo si interroga sul come affrontare la ristrutturazione profonda di un settore che oggi vale oltre 100 miliardi di euro, con un apporto al Pil del 5,8%, e occupa circa mezzo milione di addetti nel suo complesso. La Cisl suggerisce la strada della concertazione e della contrattazione e il ruolo propositivo e partecipativo dei sindacati per supportare la inevitabile trasformazione del settore in una logica di responsabilità e solidarietà.

Se il rilancio del retail passa necessariamente da una offerta commerciale che punti alla omnicanalità, alla qualità e alla sostenibilità del prodotto, ma che all'implementazione dell'offerta dei servizi, sarà necessario investire sul potenziale professionale delle lavoratrici e dei lavoratori della grande distribuzione commerciale: concentrarsi sulle nuove forme di organizzazione del lavoro e sulla formazione e aggiornamento professionale delle lavoratrici e dei lavoratori.

Il lavoro nella Gdo non è solo capacità relazionale ma sempre di più avrà una insopprimibile componente di professionalità strettamente connessa alla capacità di spiegare il prodotto, agevolare l'esperienza di acquisto ed interagire con le nuove tecnologie applicate alla vendita. Per la Cisl è quindi necessario prevedere nella contrattazione il diritto individuale alla formazione. Sarà anche necessario prevedere la costituzione di un tavolo permanente con le parti economico-sociali con il coordinamento istituzionale del Mise, per monitorare la ristrutturazione in atto della rete commerciale ma anche per avere una visione complessiva delle politiche di settore.

Ragionando sugli scenari futuri ci sarà un ritorno al negozio di vicinato e di quartiere che si rifletterà non solo sulle modalità dei consumi ma soprattutto sullo stile di vita dei lavoratori.

Resta prioritario anche nel comparto della distribuzione commerciale contrastare la contrattazione in dumping, essenziale in un settore altamente polverizzato del terziario privato, come anche intervenire fattivamente al dibattito sulla revisione del decreto sulle liberalizzazioni che negli ultimi anni, caratterizzati dalla crisi economica e dei consumi, non hanno prodotto i risultati sperati ma piuttosto favorito la precarizzazione dell'occupazione.

### 3. IL SETTORE TURISMO E L'IMPATTO DELLA PANDEMIA

Se prendiamo l'intero comparto del turismo, si tratta del settore con più ramificazioni e realtà di tutte le tipologie e dimensioni, con una moltitudine di attività collegate. Secondo l'Enit (Ente nazionale italiano del turismo) i numeri del 2018 relativi al turismo in Italia corrispondono al 13,2% del PIL nazionale, con un giro d'affari di 232,2 miliardi di euro ed il 15% dell'occupazione totale, ovvero circa 3,5 milioni di addetti.

L'emergenza Coronavirus ha generato una grave crisi in tutto il comparto turistico: le importanti e necessarie misure restrittive per arrestare il virus hanno portato, infatti, a partire da fine febbraio alla progressiva chiusura di tutte le attività del settore, con la conseguente impossibilità di generare nuovi flussi economici in entrata. Una situazione che durerà presumibilmente per diversi mesi, con una prospettiva di ripresa lenta e lunga.

Di questo ne è convinta anche l'Unione Europea, il Commissario responsabile per Mercato interno e industria Thierry Breton, non ha dubbi: bisogna dare risposte sostanziose per il settore del turismo, perché si tratta del settore "più colpito" dalla crisi innescata dalla pandemia, e quello che si riprenderà "più lentamente" di tutti gli altri. Proprio per questo il commissario si è sbilanciato e negli ultimi giorni ha affermato che il 20-25% delle risorse del fondo per la ripresa potrebbe essere destinato al solo turismo.

Si tratta di contributi tra i 200 e i 300 miliardi che potrebbero far esultare, ma Breton ricorda che solo per il 2020 si stimano perdite tra i 275 e i 400 miliardi di euro per le industrie del turismo e del settore dei trasporti. Data la situazione Breton annuncia un summit europeo sul turismo "a settembre o a ottobre che servirà a plasmare il turismo di domani e che dovrà essere resiliente, innovativo e sostenibile". Naturalmente non si può aspettare quella data ed il Commissario afferma che già nei prossimi appuntamenti del G20 si dovrà lungamente affrontare l'argomento.

Fioccano a ritmo accelerato in questo periodo, cancellazioni e disdette in tutta Italia, mettendo in ginocchio il mercato. Secondo la rilevazione, realizzata dall'Istituto Demoskopika lo scorso 11 marzo, sarebbero almeno 14 milioni i cittadini che, al netto di una ulteriore proroga dei provvedimenti restrittivi, avrebbero **già deciso di non trascorrere l'estate 2020 sotto l'ombrellone**: un tasso che si ripercuoterebbe sul sistema turistico con una **perdita di circa 5,8 miliardi di euro** a cui si aggiungerebbero 3 miliardi, già calcolati per le perdite delle festività pasquali.

Valori negativi anche per l'incoming turistico italiano, che potrebbe provocare una perdita di circa 15 milioni di turisti stranieri. Questi numeri trovano conferma nelle percentuali di prenotazione rilevate nel report di Darwin, che si assestano attorno **al -84% per i viaggi organizzati**, -80% per i voli, -73% per i trasporti e -67% per le strutture ricettive.

Dopo questo azzeramento dell'attività turistica, cosa succederà in concreto nel nostro Paese? A tutti gli osservatori appare evidente che i primi fattori propulsivi deriveranno dal turismo domestico, puntando sulla voglia degli Italiani di uscire finalmente di casa. Questo anche perché il nostro Paese è stato il primo in Europa ad affrontare la pandemia e dal 4 maggio, parzialmente, tra i primi ad uscirne. Dunque il nostro turismo, almeno per il 2020, tornerà quello degli albori: dal 1958 infatti (primo anno di rilevazione) alla metà degli anni Ottanta,

circa il 70% delle presenze era composto dai nostri connazionali. Soltanto negli ultimi 35 anni, complice la globalizzazione, il dato si è notevolmente modificato arrivando ad oggi, quando il mercato dell'*incoming* costituisce seppur per poco, più della metà del nostro turismo (50,5% su base nazionale). Anche qui però è interessante rilevare che l'Italia non è tutta uguale ed i flussi stranieri sono concentrati in alcune aree particolari, così diventa facile capire quali territori soffriranno maggiormente. Ad esempio, il turismo di Bolzano dipende per quasi il 70% dall'estero (soprattutto dal mondo di lingua tedesca), il Veneto per il 68%, Lazio (con Roma da fondamentale attrattore) e la Lombardia rispettivamente per il 62% e 60%. Al sud solo la Sardegna e la Sicilia, a livello regionale, hanno rilevanti quote di flussi stranieri e come territorio, solo Sorrento, al di là di queste regioni sarà fortemente impattato al sud.

Il turismo per sua natura opera attraverso un rapporto fiduciario: le aziende devono potersi sentire sicure sul come operare; servono indicazioni chiare che, oltre la salvaguardia della salute degli addetti, garantiscano la salute dei turisti stessi, aiutando a superare le normali paure che il covid19 ha instillato in ognuno di noi e nello stimolare la voglia a muoversi ed andare in vacanza.

Siamo fortemente preoccupati ad esempio, dalla sensazione per la quale, il muoversi in ordine sparso delle regioni, il mancato e particolareggiato piano della "mappatura" del Paese a livello epidemiologico, non dia garanzie valide per una adeguata ripartenza. Così come è esiziale, pur comprendendo le paure, l'impossibilità di mettere in moto la mobilità interregionale.

**In questo momento, ci sembra di poter dire che manchi tutto questo.** Siamo nella fase della libera interpretazione e del fai da te, con singoli annunci all'attuazione di regole varie e poco chiare che alimentano confusione ed atteggiamenti che possono portare ad un altissimo livello di concorrenza sleale, evasione delle norme sanitarie e contrattuali.

Nell'analisi degli effetti emerge che l'impatto dell'epidemia è diverso da settore a settore. E proprio per il Turismo è evidente che i tempi della ripresa saranno più lunghi rispetto ad altri. Per tali ragioni è necessario prevedere, per alcuni settori, un rafforzamento e una durata maggiore dell'ammortizzatore sociale, anche allargando la possibilità di accesso a lavoratori che non ne hanno potuto usufruire (o ne hanno usufruito parzialmente, ad es. colf e badanti, spettacolo, sport). Inoltre, una volta usciti dall'emergenza sanitaria sarà necessario riordinare la disciplina degli ammortizzatori sociali, le cui procedure e deroghe nella fase di emergenza si sono moltiplicate, per semplificare e riportare a regime il sistema. È importante rafforzare e prolungare le misure a partire dai congedi parentali per il sostegno alle famiglie.

Altro aspetto sugli ammortizzatori sociali per il settore stagionale. Serve individuare uno strumento straordinario che possa dare sostegno a tutti i lavoratori stagionali che non avranno nel 2020 l'attivazione del contratto. Ci sono gli stagionali del turismo, i termali, ma anche tutte le attività connesse, in qualche modo anche le attività commerciali ubicate nelle località turistiche e i pubblici esercizi.

Le persone che vivono di un impiego stagionale nel turismo e nel commercio e la quasi totalità non hanno una prospettiva di lavoro per questa stagione, ormai già ampiamente compromessa.

Per questo riteniamo indispensabile che si ripristini la Aspi, con i 24 mesi indennizzati, o che venga ripristinata la cassa integrazione in deroga per tutti i lavoratori del turismo. La considerazione che ad oggi ci sono solo le 600 euro del decreto "Cura Italia" (ed i 1000 euro per il mese di maggio, contenuti per adesso nel Decreto "aprile").

Difronte a questo scenario è facilmente intuibile come l'incubo sia lontano dall'essere terminato. Federalberghi ha evidenziato come il 95% degli hotel italiani è chiuso e molti avranno non poche difficoltà a riaprire.

### **1. Il settore Turismo - Le proposte della Cisl**

Per quello che rappresenta il Turismo in Italia merita un intervento organico, complessivo, che vada dalla tutela dell'ambiente alla valorizzazione del patrimonio culturale e artistico alle infrastrutture, ai servizi, agli incentivi fiscali soprattutto per il Sud. Non si può pensare che il comparto turistico si basi solo sulle capacità degli imprenditori piccoli e grandi e sull'impegno dei lavoratori impegnati in questo settore.

Il Turismo, tra i settori che sconterà più di altri gli effetti della pandemia, soffre anche di una serie di carenze infrastrutturali e sistemiche che spetta al livello politico sanare.

La Cisl mira ad avviare un dialogo costruttivo con il Governo e con tutti gli stakeholders finalizzato ad individuare nuove prospettive di sviluppo una volta superata l'emergenza.

La proposta Cisl verte su una serie di azioni volte a rilanciare il settore turistico con:

- l'istituzione di un Osservatorio Nazionale del Turismo per il monitoraggio costante dei flussi turistici;
- il potenziamento e la razionalizzazione delle attività di promozione del Turismo italiano nel mondo;
- il rafforzamento degli interventi mirati ad accrescere la competitività del settore e dei servizi turistici a livello internazionale con l'avvio di percorsi di formazione continua dedicata;
- l'avvio di azioni di sistema per favorire una maggiore sinergia tra i settori Turismo e Agroalimentare con l'obiettivo di stimolare la competitività e la capacità di commercializzazione dei prodotti, lo scambio di beni e nuove rotte turistiche nel bacino del Mediterraneo;
- la definizione di un piano sulle rotte turistiche collegate all'agroalimentare e ai prodotti tipici del Mediterraneo, volto anche a stimolare la competitività e la capacità di commercializzazione di beni e prodotti del made in Italy conosciuti in tutto il mondo;
- l'utilizzo delle risorse Ue per la promozione di iniziative rivolte allo sviluppo turistico;
- la promozione di un canale dedicato all'incontro tra domanda e offerta di lavoro, anche attraverso il collegamento tra scuola, formazione post-scolastica, master e mondo del lavoro, valorizzando gli strumenti contrattuali finalizzati all'inserimento nel mercato anche attraverso il sistema della bilateralità di origine contrattuale;
- la stabilizzazione dei rapporti di lavoro attraverso l'avvio di processi di destagionalizzazione;
- realizzare un'apposita iniziativa per la promozione del turismo italiano e del sistema produttivo di alta qualità del nostro Paese;
- azioni legislative nazionali e regionali per favorire la destagionalizzazione e l'ampliamento del periodo ricettivo;

- approfondire la conoscenza e l'interpretazione del fenomeno della destagionalizzazione attraverso sperimentazioni settoriali e soprattutto locali, nelle quali le tradizionali economie di scala di tipo industriale vengano sostituite da economie di scopo finalizzate a una distribuzione equa dei benefici;
- avviare un percorso politico-gestionale con il coinvolgimento dei diversi attori pubblici, privati e sociali, così come manager e responsabili politici: istituzioni locali, associazioni rappresentative di categoria e operatori turistici;
- valorizzare e rilanciare le attività turistiche nelle aree geografiche caratterizzate da un clima mite e costante nell'arco dell'anno, in grado di accogliere le richieste del turismo invernale nord-europeo, promuovendo lo sviluppo locale anche attraverso specifiche iniziative di intrattenimento e accoglienza;
- programmare manifestazioni anche nei periodi considerati fuori stagione;
- una gestione ottimizzata dei flussi da parte dei vari soggetti;
- sostenere, anche attraverso politiche nazionali, un turismo sociale accessibile nei diversi periodi dell'anno;
- introdurre incentivi all'utilizzo dei buoni vacanza nei periodi di minor afflusso turistico;
- rilanciare il sistema di relazioni sindacali e delle relazioni con le Istituzioni attraverso cui promuovere un ruolo attivo della bilateralità e dei fondi interprofessionali, sia per i processi di formazione che per creare strumenti di sostegno al reddito mirati alla destagionalizzazione.

Come Cisl concordiamo sul sostegno al settore Turismo, ma solo per le aziende che applicano i contratti leader sottoscritti dai sindacati comparativamente maggiormente rappresentativi di settore.

La riflessione del Sindacato confederale verte poi sulla necessità di accompagnare la fase post emergenziale con il rafforzamento della contrattazione ai vari livelli da rendere sempre più incisiva, in grado di supportare il lavoro e le imprese nella ripresa anche attraverso la bilateralità di settore.

L'Istat segnala che i contratti che a fine marzo 2020 in attesa di rinnovo ammontano a 51 e interessano circa 9,9 milioni di dipendenti - l'80,4% del totale - con un monte retributivo pari al 79,9%. Di questi circa 4 milioni sono riconducibili al terziario privato.

Nel nuovo scenario economico e sociale "post covid 19" e del mercato dei servizi in Italia resta prioritario aprire i negoziati di rinnovo contrattuale e contrastare il fenomeno del dumping che riduce drasticamente salari, diritti e tutele e debellare la piaga del lavoro nero e sommerso.

Roma, 7 maggio 2020