

Esse lunga di padron Caprotti, diritti dei lavoratori molto corti

di Manuela Cartosio

su Il Manifesto del 05/12/2007

In Lombardia e Toscana campagna per i diritti alla Esselunga. Prossime tappe, le altre catene della grande distribuzione «Coop comprese», promettono i sindacati

La porta di un gabinetto «modello miraggio», perché anche la pausa pipì «bisogna meritarsela». La valigia «modello trasferta», consigliata ai dipendenti che partecipano alle iniziative sindacali. L'orologio «modello sempre disponibili», in dotazione a tutti i lavoratori. La sbilancia «modello dispari opportunità», perché per le donne tutto è più difficile. Sono alcune delle immagini della campagna «Se la Esse è lunga i diritti sono corti», lanciata ieri in Lombardia (e in Toscana) dai sindacati del commercio Filcams, Fisascat e Uiltucs.

Una campagna a tappeto fatta di manifesti, depliant, sacchetti della spesa, spot radiofonici, presidi davanti ai punti vendita. «Che comincia con Esselunga e proseguirà nelle altre catene della grande distribuzione e, se ci riusciremo, anche nella piccola», premette Renato Losio, segretario della Filcams Cgil lombarda. Premessa d'obbligo per fugare la maligna insinuazione che il sindacato spalleggi le Coop nella guerra con Bernardo Caprotti (il padre-padrone di Esselunga, autore con Geminello Alvi di Falce e carrello). Si inizia da Esselunga perché oltre la metà dei suoi 120 punti vendita e dei 17 mila dipendenti si concentra in Lombardia. Perché il modello Caprotti, pugno di ferro senza guanto di velluto, un mix di caserma e istituzione totale, «ha fatto scuola e fa tendenza». Obiettivo della campagna far conoscere «la quotidianità», le condizioni di lavoro nella grande distribuzione. La fragilità e la ricattabilità di precari e assunti a part time - lo sono il 70% dei dipendenti Esselunga - rende tutti più deboli, compreso il 30% di lavoratori «normali». «Quando esco di casa mi metto l'elmetto», racconta Antonella Micca, 37 anni di anzianità all'Esselunga. E' molto arrabbiata perché i nuovi turni penalizzano le donne: sono costrette a lavorare sempre al pomeriggio, chi ha figli che escono da scuola deve prendere la baby sitter. C'è una logica in questo dispetto, spiega il segretario della Uiltucs Gazzo: «Tenere alte le dimissioni spontanee tra le donne, le vogliono giovani, fresche e scattanti». In Esselunga, «guai ad alzarci dalla cassa». Nel gruppo Bennet, «proibito sedersi». Scuole ergonomiche diverse? «Macché, puro esercizio di comando». Un comando sempre «maschile». La formula Esselunga è semplice: rigidità assoluta al vertice, tutti gli altri devono adattarsi. «Questa è un'azienda che non ti consegna nemmeno i bilanci. Chiedi informazioni e scrivono due numeri su un pezzo di carta da droghiere». Partecipare alle assemblee sindacali - figuriamoci agli scioperi - è un lusso che si paga (come minimo in permessi negati). Alcuni chiedono che la quota d'iscrizione al sindacato non venga detratta in busta paga, «così l'azienda non lo sa». Ciononostante i tesserati sono in crescita, afferma Losio, e tanti giovani delegati pur in condizioni difficili riescono a conquistare consenso. Il part time è uno dei principali strumenti per esercitare il comando. Con 500 euro al mese non si campa (e neppure con gli 800 che prende un neoassunto a tempo pieno). Per arrivare a mille servono tante ore «supplementari» (cioè di straordinario). Negarle a chi ne ha bisogno come il pane è un'arma di ricatto. Oltre a informare sul presente la campagna dei sindacati ha l'ambizione di porre un interrogativo sul futuro: «Che idea del mondo e della società possono avere ragazzi e ragazze costretti a lavorare in un posto dove vengono richieste soltanto obbedienza e disponibilità, dove l'unico bene è quello dell'azienda?»

La campagna «Esselunga diritti corti» cade alla vigilia del rinnovo del contratto aziendale. Le trattative per il rinnovo di quello nazionale sono interrotte, nonostante la modica richiesta d'aumento (78 euro). Vanno avanti solo con le Coop. Ma anche con loro ci sarà da rinnovare l'integrativo. «E non faremo sconti», promettono i sindacati di categoria lombardi lasciando intendere che il modello Esselunga ha fatto breccia anche nella grande distribuzione cooperativa. Solo Caprotti si ostina a definirla «rossa». Vada a leggersi sull'ultimo numero di Rassegna sindacale, il settimanale della Cgil, l'articolo sulle Coop che vogliono imporre, oltre al salario d'ingresso, il salario individuale di merito. Il titolo dice tutto: «L'isola che non c'è più».