

# eCommerce, i supersconti valgono 800 milioni solo in Italia

Nei quattro giorni di acquisti online pre-natalizi che si aprono con il Black Friday e si chiudono con il Cyber Monday, il valore delle transazioni online in Italia sfiorerà gli 800 milioni di euro, con vendite tre volte tanto rispetto ad un giorno qualsiasi. Sono le stime dell'Osservatorio eCommerce B2c, mentre un rapporto di App Annie stima che negli Stati Uniti sarà il Black Friday con più acquisti da smartphone di sempre. E se lo sciopero dei lavoratori di Piacenza potrebbe influire negativamente sul black friday online di Amazon - fa notare la Confesercenti - i consumatori possono comunque contare su qualcosa come più di 200mila negozi che hanno aderito alla giornata di supersconti. La parte del leone, però, la farà l'e-commerce, in crescita del 17% rispetto allo scorso anno. I prodotti tecnologici come smartphone, tv e accessori saranno probabilmente quelli

più acquistati, seguiti da prodotti di abbigliamento e lifestyle. "Dopo che lo scorso anno i consumatori italiani hanno acquistato online per un valore di circa 600 milioni di euro, il 3% circa della domanda annua online, l'attesa è molto alta", spiega Riccardo Mangiaracina, Responsabile scientifico dell'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm-Politecnico di Milano. Uscendo dai confini italiani, secondo i dati dell'Holiday Readiness Report di Salesforce, basati sugli acquisti di oltre 500 milioni di consumatori il periodo che dà il via allo shopping di Natale è capace di rappresentare il 30% delle vendite annuali. Il Black Friday è la più grande giornata di shopping online dell'anno generando +19% di fatturato rispetto al Cyber Monday. Negli Usa, nel 2016, la spesa online è stata di 656 miliardi di dollari. E.C.

più ricco del pianeta (ha superato Bill Gates), si è guadagnato dall'Ituc il titolo di peggior datore di lavoro al mondo

# Primo ribasso sfuggono i diritti

## L'inarrestabile ascesa del black friday: 164 milioni di americani attesi alle casse

Occasione di risparmio per i consumatori, sempre più provati dalla crescente iniquità e particolarmente attenti ai bilanci familiari, o piuttosto rito collettivo in cui gli istinti predatori dei compratori seriali vengono improvvisamente scatenati sull'altare del nuovo mercato globale? Sono sempre più le università e i centri di ricerca indipendenti che investono su studi, di matrice tanto antropologica quanto economica, per spiegare il fenomeno del black friday, il venerdì nero dello shopping che, come la maggior parte delle nuove tradizioni commerciali, proviene direttamente dagli Stati Uniti. Le corse sfrenate all'acquisto conveniente a ridosso del

giorno del ringraziamento, che hanno contato negli ultimi anni incidenti, feriti e finanche un lavoratore ucciso dalla folia inferocita in un punto vendita Walmart nel 2008, hanno guadagnato oramai una dimensione globale grazie all'esplosione del commercio online. L'ascesa del black friday come giorno dello shopping globale appare oramai inarrestabile, come confermano i dati provenienti dalla National Retail Federation degli Stati Uniti. Nel 2017, 164 milioni di persone, il 69 per cento degli americani, sono attese alle casse, siano esse reali o virtuali, in occasione del venerdì nero. Un aumento esponenziale rispetto all'anno passato quando i compratori furono

137,4 milioni, il 59% degli americani. Le strategie di marketing per attirare i compratori non si fermano però qui. Quest'anno, per la prima volta, verrà lanciato il cyber monday, il lunedì dedicato agli acquisti elettronici, che promette, dalle prime stime, di attirare non meno di 78 milioni di compratori. A veder aumentare il loro giro d'affari ci sono, in prima fila, i retailers online che, per la prima volta, dovrebbero varcare la soglia dei cento miliardi di dollari in profitti tra novembre e dicembre: secondo le analisi Adobe Digital Insights, lo shopping online dovrebbe registrare una crescita del 13,8% raggiungendo così la cifra record di 107,4 miliardi di dollari. Al centro dell'attenzione degli

acquirenti, ci sono soprattutto gli apparati elettronici. Nel 2016, gli acquisti di smartphones e tablet hanno raggiunto la cifra di un miliardo di dollari. Una cifra che sembrerebbe destinata a crescere nel 2017. Trend al rialzo anche in Italia dove Amazon si è imposto come principale retailer online. In occasione del venerdì nero del 2016, oltre un milione di prodotti, uno ogni 12 secondi, sono stati ordinati online dai consumatori italiani. E' dunque Amazon a fare la parte del leone in un giornata che muove miliardi di dollari in tutto il pianeta, compresa l'Italia dove però, per la prima volta, si assiste a un fenomeno che darà molto da pensare agli analisti: gli operai del centro di smistamen-

to Amazon in provincia di Piacenza hanno infatti deciso di scioperare proprio nel giorno dello shopping più importante dell'anno per rivendicare migliori condizioni di lavoro e maggiori retribuzioni di fronte alle ottime performance aziendali. Il confronto con Amazon non sarà però dei più semplici, almeno considerando lo storico dell'azienda in materia di relazioni industriali. I sindacati globali sono da tempo scesi in campo per protestare contro le condizioni di lavoro all'interno degli stabilimenti mentre quelli internazionali dell'Ituc hanno recentemente insignito l'ad Jeff Bezos, l'uomo più ricco del mondo, del titolo di peggior capo del mondo. Se da un lato Amazon continua a crescere globalmente e ad assumere nuovo personale è da mettere in evidenza come l'azienda abbia da tempo espresso idee

molto chiare sul futuro dell'occupazione. In una parola, automazione. Amazon ha, da almeno tre anni a questa parte, imboccato la strada della robotica, arrivando fino al punto di acquisire, per 775 milioni di dollari, una compagnia specializzata nel settore, la Kiva System, rinominata successivamente Amazon Robotics. Dal 2014 ad oggi, l'azienda ha introdotto oltre 100 mila robots nei suoi stabilimenti. Si tratta soprattutto di macchine in grado di spostare, in maniera intelligente, grandi quantitativi di merci e predisporle per le spedizioni. Ai lavoratori della Amazon è stato offerto un corso di formazione per "accudire" i robots ma la direzione appare segnata con macchine capaci di lavorare coadiuvate da interventi sempre più marginali da parte degli esseri umani.

Manlio Masucci

Un pò come Davide contro Golia. Forse si sono sentiti così i sindacati che per la prima volta in Italia hanno "sfidato" Amazon, il colosso di Jeff Bezos che, come nessun altro, incarna il modello di azienda - mondo, punto di intersezione tra reale e virtuale, tra la dimensione fisica della old economy e quella immateriale fin quasi all'evanescenza dell'Internet economy. Scioperare a Piacenza per farsi sentire a Seattle, dove ha sede il nuovo, fiammante quartier generale - con tanto di serre per le piante carnivore - di un impero su cui non tramonta mai il sole. Può funzionare? "Probabilmente sì a livello simbolico, sono scettico invece sui risultati concreti", risponde il giuslavorista Michele Faioli dell'università romana di Tor Vergata.

### Perché questa doppia lettura?

Partiamo da un dato: in Amazon convivono due contratti nazionali, quello del terziario e quello della logistica, ma la convivenza avviene in un sistema - impresa integrato: accanto al lavoratore addetto al packaging ce n'è un altro che si occupa del trasporto. Se questi elementi sono integrati nella produzione, allora devono esserlo anche dal punto di vista delle relazioni sindacali.

### Che cosa significa in concreto?

Significa che negli stabilimenti di Amazon dovrebbero costituirsi delle rappresentanze sindacali aziendali, preferibil-

L'esperto. La protesta ha più forza se in azienda il sindacato è uno, dice il giuslavorista Michele Faioli

## "Per giocare alla pari con i giganti del web serve una rivoluzione della rappresentanza"

mente unitarie, in grado di tutelare in modo solidale gli interessi di tutti i lavoratori.

### Quindi una rappresentanza unica a prescindere dal fatto che si applichino due contratti aziendali

Sì, certo. In casi del genere la contrattazione deve essere *wall to wall*, comprendere l'intero perimetro aziendale. E' qui che vedo i limiti dello sciopero: essendo circoscritto ai soli lavoratori del terziario, Amazon ne subirà le conseguenze in misura modesta, magari ricorrerà ad un altro stabilimento fuori dall'Italia. L'effetto sarebbe probabilmente diverso se a scioperare fossero anche i lavoratori della logistica. Ecco perché credo che il punto sia costruire relazioni industriali mature, basate su rappresentanze che danno vita a piattaforme valide per l'intera azienda, allargate fino a ricomprendere tutta la catena del valore.

### Servirebbe anche una semplificazione del panorama dei contratti nazionali?

Sono a favore del pluralismo, ma è chiaro che bisogna innovare. Ciò che serve è la

piena applicazione del protocollo sulla rappresentanza del 2014 o una norma di legge che definisca il raggio d'azione delle rappresentanze aziendali in realtà complesse come è appunto Amazon.

### Il legislatore dovrebbe intervenire anche se le parti non trovassero un'intesa tra loro?

Considero il protocollo del 2014 un'ottima base di partenza, ma non escludo che il legislatore possa introdurre delle novità. Di sicuro c'è la necessità di riflettere sul modo in cui la rappresentanza può operare in questo tipo di aziende. Noi abbiamo una norma sulla rappresentanza aziendale che risale agli anni '70 e fotografa la realtà della fabbrica di quegli anni; poi sono arrivati i protocolli del '93 e, appunto, del 2014, che hanno provato ad innovare senza riuscirci fino in fondo.

### Qual è allora la strada?

Si potrebbe raccogliere, mediante intervento legislativo, il suggerimento contenuto nella sentenza della Corte Costituzionale sull'articolo 19 dello Statuto dei Lavoratori, quella sul caso Fiat, per intenderci. Una rappresentanza dei lavoratori

eletta, sul modello tedesco, potrebbe "coprire" l'intera catena del valore presente in azienda. E potrebbe anche avviare un'evoluzione in chiave partecipativa delle relazioni industriali.

### La sproporzione tra le forze in campo balza agli occhi. Amazon è un colosso mondiale, i sindacati - ma il discorso vale pure per i governi - si muovono in ambito nazionale. Non sarebbe più opportuno premere sull'Unione Europea?

L'Europa non ha competenza su queste materie. Le direttive sui Cae, i Comitati aziendali europei, o sui diritti di informazione e consultazione si basano sul principio del confronto tra le parti, mirano cioè a promuovere la partecipazione istituzionale dei lavoratori; non regolamentano l'attività negoziale né tanto meno il conflitto, quindi lo sciopero. Il legislatore europeo non ha competenza a definire l'ambito di applicazione di un contratto europeo. Insomma, oltre non si può andare, a meno di non modificare i trattati.

Carlo D'Onofrio