

# La Festa non si vende

## *Campagna nazionale per un'alternativa ai consumi festivi*

Vorremo richiamare l'attenzione del mondo della cultura, dello spettacolo, dello sport su alcuni problemi che negli ultimi anni hanno sensibilmente peggiorato le condizioni di lavoro dei dipendenti del settore del commercio.

Il decreto Salva Italia, varato dal governo Monti nel dicembre del 2011, ha liberalizzato gli orari e le aperture domenicali e festive nel settore del commercio, in contrasto con la titolarità delle Regioni in materia, consentendo così una completa libertà di scelta da parte delle aziende commerciali su quando e dove aprire.

Contrariamente a quanto sostenuto dai fautori delle liberalizzazioni, il **“sempre aperto” non ha aumentato i consumi, tanto meno i posti di lavoro, né ha portato vantaggi economici alle imprese**, per il conseguente incremento dei costi di gestione.

**Per i dipendenti**, costretti a turni di lavoro più lunghi e meno retribuiti rispetto a prima, si è trattato di un significativo peggioramento della vita. In particolare per le donne, la grande maggioranza dei dipendenti, per le quali è diventata sempre più difficile la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro.

Sappiamo che sono tante le categorie di lavoratori che svolgono la loro attività durante le domeniche e i festivi, ma si tratta prevalentemente di servizi essenziali, importanti per la tutela e la coesione sociale (ospedali, trasporti, forze di polizia).

Fare la spesa la domenica o nei giorni festivi può essere certamente un vantaggio per i consumatori, ma non un servizio essenziale per la collettività. Tra l'altro **da anni le aperture domenicali e festive erano garantite a rotazione dalla programmazione dei comuni e dagli accordi sindacali**, salvaguardando gli interessi di tutti, consumatori, aziende, lavoratrici e lavoratori.

**Oggi, invece, lo shopping festivo** più che un'esigenza, **è diventato un fenomeno culturale**, una dinamica che caratterizza **il moderno consumo del tempo libero**.

Il centro commerciale è diventato il rifugio di una comunità sempre più individualizzata, non più in grado di consumare beni relazionali. Lo shopping festivo è la conseguenza di una società che non ha la capacità di reinventarsi durante i giorni di festa, di offrire un'alternativa al consumo di massa. Le nostre istituzioni, soffocate dai continui tagli finanziari, non sentono più la necessità di investire nel nostro inestimabile patrimonio culturale e la promozione dell'arte e dello spettacolo viene sempre più delegata all'iniziativa privata dei singoli.

Come Filcams Cgil abbiamo per questo lanciato **“La Festa non si vende, si vive”, una campagna nazionale per un'alternativa ai consumi festivi**.

La campagna rivendica una programmazione delle aperture commerciali che soddisfi le esigenze dei consumatori e che migliori le condizioni di vita e di lavoro delle lavoratrici, dei lavoratori e delle loro famiglie, e al tempo stesso vuole rilanciare una idea diversa di fruizione del tempo libero, che recuperi e valorizzi l'identità culturale del Paese e contribuisca a rafforzarne la coesione sociale