

## **Conferenza Globale UNI Commercio**

30.9 – 2.10.09, Dublino (Irlanda)

### **Sindacato globale UNI Commercio – Breaking Through [Fare Breccia n.d.t.]**

#### **Sfide per l'industria commerciale**

L'industria commerciale è tra le maggiori datrici di lavoro al mondo. E' dominata da un numero di grandi multinazionali, ma attività economiche piccole ed informali sono molto significative nel commercio al dettaglio. L'industria è fondamentale nel fornire lavoro a donne e giovani, includendo coloro che per la prima volta entrano nel mondo del lavoro.

Il lavoro e le condizioni lavorative nel commercio possono essere altamente precarie. Un gruppo centrale di persone regolari, lavoratori a tempo pieno, è integrato da lavoratori casuali, part-time, temporanei o interinali. L'incremento dei prezzi e altre forme di competizione stanno incoraggiando gli amministratori delle risorse umane ad adottare pratiche che favoriscono il lavoro part-time, orari di lavoro incerti, bassa remunerazione, alto ricambio di staff e dunque un basso tasso di formazione ed aggiornamento.

La crisi economica vigente, che deriva direttamente dalla crisi finanziaria, ha influenzato in maniera significativa l'economia mondiale e i mercati del lavoro. Ha un impatto diretto sia sulle imprese nel commercio, a cui l'accesso al credito è reso più difficile, sia su i consumatori, il cui potere d'acquisto è gravemente diminuito. La disoccupazione mondiale potrebbe aumentare di 38 milioni di unità per la fine del 2009, con alcuni gruppi sono colpiti in maniera non proporzionale: donne, lavoratori migranti e giovani persone.

E l'impatto della crisi sui mercati del lavoro andrà oltre la semplice perdita di posti di lavoro. In particolare, l'incidenza del lavoro informale e la povertà del lavoro continueranno ad aumentare. Misure sostenibili devono essere utilizzate per enfatizzare la necessità di lavoro dignitoso, protezione sociale, riabilitazione e diritti dei lavoratori. Queste misure dovrebbero essere implementate attraverso il dialogo sociale a livello nazionale, regionale e globale.

Aziende che vendono al dettaglio o beni di consumo sono direttamente influenzate dal diminuito potere d'acquisto, e il segnale più ovvio è dato dal fallimento di numerose di queste aziende. La perdita di posti di lavoro sta aumentando nel settore. Come con le ridondanze, le aziende stanno riducendo il conto dei presenti in altri modi, con larghe sospensioni delle assunzioni o un affidamento al naturale ricambio generazionale. Come risultato della crisi, l'industria mondiale del commercio vedrà prender forma un forte consolidamento.

Ma a questo punto della crisi, vi sono stati anche dei cambiamenti in cosa la società ricerca in un'azienda. I consumatori si aspettano che i venditori al dettaglio siano resi consci della loro responsabilità lungo l'intera filiera produttiva. Sono ritenuti responsabili per i loro fornitori di materie prime così come lo sono delle condizioni lavorative sociali ed ecologiche del processo di produzione. Quindi le aziende, per implementare le loro responsabilità sociali, devono lavorare con i loro fornitori e produttori nei paesi a rischio per risolvere effettivamente i problemi.

#### **Costruendo il potere sindacale**

Rispetto ad un'industria commerciale che si sta globalizzando rapidamente, i sindacati sono spesso considerati senza poteri e visti come anacronistici. Il sindacato globale UNI commercio sfida direttamente queste proposizioni e vede sé stesso come l'avanguardia di quella sfida. Per affrontare con successo la sfida in maniera sostenibile, il sindacato globale UNI commercio deve acquisire un ruolo di guida tra i suoi affiliati per sviluppare, condurre e coordinare un approccio mirato a costruire il suo potere a livello nazionale ed internazionale.

I sindacati non possono raggiungere con successo i propri obiettivi di costruire una società ed un'economia più giusta senza potere. Costruire il potere per il sindacato globale UNI commercio richiede un piano di azione strategico che è proprietà degli affiliati. Deve mirare a dare potere ai sindacati commerciali e ai lavoratori del commercio nel mondo e raggiungere condizioni dignitose di lavoro per loro costruendo e proteggendo i loro diritti.

Il lavoro del Sindacato globale UNI Commercio per concludere accordi globali con le multinazionali del settore deve includere l'organizzazione di alleanze dei sindacati e la conduzione di campagne di organizzazione di pari passo alla conclusione dell'accordo.

Il piano strategico del sindacato globale UNI Commercio è un documento vivente che guiderà il lavoro del sindacato globale UNI commercio per i prossimi quattro anni. Fornisce le basi per i piani di lavoro annuali adottati dalla Commissione globale di Guida che, in maniera trasparente e affidabile, definiscono le azioni che devono essere intraprese e le responsabilità di tutti gli attori.

In questa cornice i piani strategici d'azione regionale e lo sviluppo dei sindacati a livello regionale necessitano di essere affiancate ai piani globali di settore.

L'azione del sindacato globale UNI commercio e i piani di lavoro annuali devono includere:

- Una definizione di cosa vuole dire avere poter per il sindacato globale UNI commercio.
- Le aree chiave di interesse che devono essere considerate per acquisire quella posizione di potere e le strategie chiave per ciascuna area.
- Campagne globali esaurienti focalizzate su datori di lavoro fondamentali, sviluppate ed implementate congiuntamente dal sindacato globale UNI commercio e i suoi sindacati affiliati.

- Ruoli, risorse, tempi e strutture di certificazione.

Attraverso la ricerca e l'analisi, sono state identificate tre aree di interesse per il settore, le strategie di accompagnamento e gli obiettivi chiave, ognuno dei quali ha il proprio piano di campagna.

- Multinazionali;
- Più occupazione e migliore;
- Comunicazione e lavorare attraverso Internet; (Networking n.d.t.)

Il sindacato globale UNI commercio deve esercitare la leadership mondiale nelle campagne di settore, includendo lo sviluppo della campagna, la sua coordinazione e l'implementazione. Ulteriore ricerca ed analisi sarà volta ad identificare tattiche appropriate e assegnare chiaramente il ruolo agli affiliati nella programmazione successiva e le strutture e i processi di implementazione.