



Field Marketing: la giungla dei Contratti di Lavoro, la denuncia di Anasfim e la posizione delle istituzioni

Anasfim vuole combattere il fenomeno del dumping contrattuale per cui una parte del mercato offre retribuzioni orarie più basse del minimo contrattuale danneggiando i lavoratori e le imprese virtuose associate

Costituita il 21 ottobre 2008, ANASFIM - Associazione Nazionale Aziende Servizi di Field Marketing (www.anasfim.it) - è un'associazione di categoria affiliata a Confesercenti che annovera tra i suoi associati le più importanti aziende del marketing operativo. Un totale di circa 60 imprese, che rappresenta per fatturato, adesioni e professionalità circa 2/3 del mercato di riferimento.

Dal 2012 è Presidente dell'Associazione Nicola Augello (in foto), imprenditore socio di DPV spa, che ha incrementato il processo di sviluppo delle relazioni con i più rappresentativi interlocutori di riferimento. Da un lato le associazioni datoriali di categoria (Federdistribuzione, [CentroMarca](#), Confesercenti) e dall'altro le associazioni dei lavoratori del settore commercio (Filcams Cgil, Fisascat-Cisl e UILTuCS).

Nel 2012 prima l'accordo quadro e poi il contratto di secondo livello

Cogliendo le opportunità aperte dalla cosiddetta Riforma Fornero (Legge n.92 del 28 giugno 2012), che ha rivisto in termini più restrittivi la disciplina inerente l'inquadramento contrattuale delle collaborazioni coordinate e continuative o a progetto, ANASFIM, avvalendosi della collaborazione del giuslavorista Sen. Pietro Ichino, ha iniziato a costruire un percorso di relazioni

sindacali che consentisse ai propri associati (e committenti) di disporre di una soluzione giuslavoristica più adatta in risposta al nuovo scenario normativo, avviando una piattaforma contrattuale finalizzata alla normalizzazione degli inquadramenti.

Il progetto è portato a compimento quando il 7 dicembre 2012 ANASFIM sottoscrive con Fisascat-Cisl e Uiltucs-Uil l'accordo quadro per la contrattazione di 2° livello per disciplinare l'inquadramento contrattuale delle figure professionali del promoter e del merchandiser. Con il suddetto Accordo, specificamente dedicato al comparto del Marketing Operativo, ANASFIM ha assunto quale riferimento il Ccnl Terziario Distribuzione e servizi che viene applicato a tutto il personale dipendente già assunto e di nuova assunzione.

La svolta positiva: dipendenti da para-subordinati a subordinati

Dal 1° gennaio 2013, quindi, tutti i dipendenti del comparto del marketing operativo sono passati da para-subordinati a subordinati. Questa normalizzazione ha avuto come riflesso una differenza del costo del lavoro con un aumento di circa il 25%, onere che ha gravato sulle aziende del comparto. Le aziende committenti, in molti casi grandi multinazio-

nali, hanno, ovviamente, salutato con grande favore questa iniziativa che offriva maggiori garanzie e oltretutto ha incrementato la stabilità giuridica del mercato del lavoro in Italia.

Il problema: le scappatoie trovate da alcuni operatori del mercato

Parallelamente a questo sviluppo positivo, tuttavia, sono state sempre più numerose le realtà imprenditoriali non associate ad ANASFIM che, per abbattere il costo del lavoro, hanno adottato, con una certa spregiudicatezza, i contratti di lavoro più diversi (di 1° e di 2° livello), riportando di fatto una disordinata deregulation nel settore e arrecando pesanti danni economici alle imprese più virtuose. Le azioni di sensibilizzazione presso i sindacati e le Dtl e, perfino, la redazione di un documento sulle best practice da parte di CentroMarca hanno, purtroppo, sortito scarsi risultati.

Nel 2016 arriva la nota di chiarimento del Ministero del Lavoro

Nel 2016 ANASFIM si è, quindi, rivolta direttamente al Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (Direzione Generale Attività Ispettive), che il 24 maggio 2016, ha pubblicato una nota di chiarimento finalizzata a tutelare l'intero settore del marketing operativo attraverso l'indicazione di strumenti concreti per sanzionare le aziende poco virtuose.

Il contratto Anasfim viene riconosciuto come accordo nazionale eppure le malpractice continuano

Nonostante l'Accordo quadro del 2012 rinnovato il 6 marzo 2017 direttamente con le Federazioni Sindacali Nazionali sia venuto a configurarsi come accordo nazionale e il Ministero del Lavoro abbia chiaramente indicato

strumenti concreti per sanzionare le aziende poco virtuose, la situazione è oggi in fase di stallo: molte sono le malpractice e le aziende non aderenti all'associazione che applicano i contratti più disparati, creando, di fatto anche un ritorno alle "gabbie salariali" tra Nord e Sud. D'altra parte le aziende associate, che, invece, applicano l'accordo, devono farsi carico di una differenza del costo del lavoro circa il 25%-30% che sta generando una situazione ormai insostenibile dal punto di vista economico-finanziario.

Il Seminario del 3 maggio 2017 a Roma: denuncia degli illeciti e riaffermazione della certezza del diritto

ANASFIM, prima di rassegnarsi ad abbandonare il settore alla "giungla contrattuale", a tutto discapito dei lavoratori e della certezza del diritto, ha deciso di mettere in atto un ultimo tentativo: una DENUNCIA FORMALE di alcune situazioni illecite evidenziate in occasione del seminario di studio "CCNL DI RIFERIMENTO, REGOLARITÀ CONTRIBUTIVA E RESPONSABILITÀ SOLIDALE NEL SETTORE DEL MARKETING OPERATIVO". Convegno che si è tenuto a Roma il 3 maggio scorso e del quale sono visibili alcuni estratti video sul sito Anasfim www.anasfim.it.



Nicola Augello
Presidente ANASFIM

La Presidenza del Consiglio dei Ministri e l'Avvocatura Centrale dell'Inps hanno risposto all'appello di ANASFIM intervenendo al Convegno rispettivamente con il Consigliere economico Marco Leonardi e l'Avvocato Antonino Sgroi, che, nei loro interventi, hanno evidenziato i vari profili di rischio per aziende e committenti che applicano contratti irregolari. A completare il quadro dei temi toccati dal seminario, in punta di diritto, Michele Faioli, ricercatore giuslavorista dell'Università Tor Vergata di Roma, ha definito il contratto Anasfim come "il contratto" di riferimento del settore al quale, per rappresentatività degli enti coinvolti sia datoriali sia dei lavoratori, non possono non uniformarsi anche le aziende non associate. Messaggio rafforzato da parte del Sindacato, negli intervenuti di Mirco Ceotto e Gabriele Fiorino, delle Segreterie Nazionali rispettivamente della Fisascat CISL e della Uilutcs. Ora si aspettano le risposte dagli Enti ispettivi.

ANASFIM
www.anasfim.it

