

IL LAVORO DOMENICALE NELLA CONTESA DEL PLUSVALORE (Prospettiva Marxista – marzo 2018)

Da qualche anno a questa parte, il riposo domenicale è sempre più sotto attacco. Il week-end, così come è stato concepito da intere generazioni di lavoratori, sembra ormai un ricordo lontano per una quota sempre crescente di salariati, tanto che i sociologi americani, definiscono la vita senza il riposo del fine settimana come «*la nuova normalità*»¹. Ma “la nuova normalità” (che noi chiamiamo invece “fame da lupo mannaro di plusvalore”, per dirla con le parole di Marx) sta prendendo possesso non solo delle domeniche, ma anche dei giorni festivi: Ferragosto, Pasqua, e dall’anno scorso in Italia, alcune realtà “pionieristiche” come l’outlet di Serravalle Scrivia (Alessandria)² e il centro commerciale Oriocenter di Orio al Serio (Bergamo)³, hanno privato i lavoratori anche di Natale e Santo Stefano. Questo attacco, che ha reso domeniche e giorni festivi al pari di normali giornate lavorative, è stato guidato in grande stile dai settori del commercio e della ristorazione, anche se, come vedremo, ormai in quasi tutti gli altri settori vi sono consistenti quote di salariati costretti al lavoro domenicale.

Sebbene in questo articolo ci concentreremo precipuamente sulla situazione italiana, il fenomeno riguarda sicuramente tutto il mondo occidentale e non solo.

Per fare soltanto un accenno agli Stati Uniti, un’indagine promossa dalla più grande azienda di autonoleggio americana (la Enterprise Rent-A-Car), testimonia di come il 70% dei cittadini statunitensi abbia lavorato almeno un week-end al mese, nonché di come il 63% degli imprenditori si aspetti che i propri dipendenti non si riposino per più di un giorno a settimana. Il risultato di tutto ciò, sempre secondo la ricerca di Enterprise, è che il 74% degli americani non smette di pensare al lavoro neanche quando è a casa⁴.

In Argentina, di fronte al ricorso delle grandi catene di supermercati, la Corte suprema di giustizia della provincia di Santa Fe ha dichiarato l’incostituzionalità della “legge del riposo domenicale”, varata nel luglio del 2016 con l’endorsement di Papa Francesco, dando il via libera alle aperture dei centri commerciali anche nei week-end⁵. Contro questa legge, la grande borghesia commerciale si era dimostrata da subito agguerritissima: la Carrefour, addirittura, aveva dato luogo ad una vera e propria rappresaglia all’indomani del varo della legge, con il licenziamento di 58 lavoratori nella città di Rosario⁶.

In Francia una sfilza di deroghe indebolisce la legislazione a tutela del riposo festivo. In Germania, la vecchia normativa sulla chiusura dei negozi nei giorni festivi risalente al 1956 è stata abrogata, e dal 2013 sono i singoli Land a legiferare in proposito. Nel Regno Unito, le aperture domenicali sono state vietate sino al 1994, tuttavia molti esercizi preferivano ignorare le norme restrittive e tenere aperto: le multe che dovevano pagare erano comunque inferiori agli incassi. Alla fine, le esigenze commerciali sono state recepite proprio in quell’anno, quando grazie alla legge denominata “Sunday Trading Act”, alla frazione borghese dei proprietari degli esercizi commerciali con superficie maggiore di 280 metri quadri, è stata concessa la libertà di apertura domenicale. In Spagna, dagli anni ‘80 è permesso aprire gli esercizi commerciali una domenica al mese, con l’eccezione di dicembre, periodo franco per lo shopping natalizio. Tuttavia, una gran quantità di deroghe specialmente nelle zone turistiche, fanno sì che il trovare negozi aperti ogni domenica sia la norma⁷.

In Italia l’obbligo di lavoro domenicale e festivo è regolato, per tutti i comparti, dai singoli Ccnl e dalla eventuale contrattazione di 2° livello, tuttavia, dal 2011 molti più datori di lavoro hanno imposto questo sacrificio ai dipendenti. Nel dicembre di quell’anno infatti si è avuto il varo, sotto il governo Monti, del cosiddetto decreto Salva Italia, contenente tra l’altro proprio l’articolo (art.31 d.l. 201 del 6/12/2011) sulla liberalizzazione totale degli orari di apertura degli esercizi commerciali. A scanso di equivoci è da specificare che anche prima di quella legge era permessa l’apertura domenicale e/o festiva, ma solo ad alcune categorie di esercizi commerciali e solo in determinate aree geografiche. Da quel momento in poi, qualunque negozio o supermercato avrebbe potuto tenere aperto anche 24 ore su 24 per tutti i giorni

dell'anno⁸. Iniziava dunque, in campo commerciale, il feroce circuito vizioso della concorrenza basata, stavolta, sull'intercettazione della clientela nei giorni festivi. Si pensi all'uopo che a seguito del decreto, il 23% dei consumatori si reca a far compere proprio di domenica, e siccome questa quota contiene anche molti di coloro che prima andavano a fare acquisti sopra settimana⁹, è facile capire il meccanismo con cui si innesca il soprascritto tipo di concorrenza. Un supermercato aperto di domenica, attira anche la clientela del supermercato che apre solo sopra settimana. Per questo, quando un esercizio decide di aprire anche di domenica, gli altri sono gioco forza costretti ad uniformarsi, per porsi quanto meno sullo stesso piano concorrenziale.

Ad ogni modo, nonostante il comprovato aumento della quota di dipendenti costretti a lavorare di domenica (specialmente dopo il varo del soprascritto decreto legge), nel 2016, l'Italia si piazzava al 24° posto nella UE a 28 Paesi per l'incidenza del fenomeno¹⁰. Un segno questo in parte sicuramente attribuibile all'azione del Vaticano, tesa a conservare la domenica quale giorno di nutrimento spirituale e di convivialità familiare. Azione che, comunque, si è fatta anno dopo anno meno efficace di fronte alle più "concrete" esigenze di competitività delle imprese e di valorizzazione del capitale, unico dio, oggi, di fatto riconosciuto.

In Italia, nel 1992, la quota di lavoratori che prestavano la propria opera di domenica risultava essere del 7,7%, ovvero la percentuale più bassa tra Spagna (14,1%), Regno Unito (11,5%), Germania (10%) e Francia (8,8%). Sei anni dopo, nel 1998, la quota era salita all'8,4%, ponendosi al pari della Francia, ma pur sempre sotto la Germania (11,3%), il Regno Unito (13,3%) e la Spagna (14,8%)¹¹. Non è noto se queste percentuali, siano riferite ai soli lavoratori dipendenti o al totale della popolazione attiva (lavoratori dipendenti più autonomi), tuttavia è lecito pensare per chiunque abbia conosciuto l'Italia del 1992, che si trattasse sostanzialmente degli addetti ai servizi essenziali (trasporto pubblico, sanità e forze dell'ordine), di una parte degli addetti del settore alberghiero, dei ristoranti e dei bar, e di una quota residuale degli addetti all'industria su ciclo continuo.

Grazie ai dati diffusi dall'Ufficio studi della Cgia di Mestre, negli anni compresi tra il 2006 ed il 2016 siamo in grado di osservare il numero di coloro che hanno lavorato di domenica, stavolta diviso per componenti sociali: lavoratori dipendenti e autonomi. È da specificare che il rapporto della Cgia di Mestre, per lavoratori autonomi intende «*artigiani, commercianti, agricoltori, esercenti, ambulanti, liberi professionisti, imprenditori ecc.*». Il grafico sottostante mostra l'evoluzione del fenomeno nei dieci anni. Nel caso dei lavoratori dipendenti è lampante il crescere progressivo della percentuale di coloro che sono costretti al lavoro domenicale: nel 2006 il fenomeno riguardava il 16,9% dei lavoratori dipendenti, mentre dieci anni dopo, la percentuale è salita al 19,8%, che in termini assoluti significa 3,43 milioni di salariati su di un totale di circa 17,3 milioni. Per quanto riguarda gli imprenditori invece, l'andamento è più discontinuo. Ad ogni modo nel 2016, gli imprenditori che lavoravano la domenica erano il 24,1% del totale, ovverosia 1,3 milioni su di un totale di circa 5,4 milioni¹².

Per completezza di comparazione, va detto che se nel 2015 il fenomeno del lavoro domenicale colpiva il 19,5% dei lavoratori dipendenti italiani (ovvero il 132,1% in più rispetto al 1998), nel Regno Unito colpiva il 25,5% (+91,7% rispetto al 1998), in Germania il 23,8% (+110,6% rispetto al 1998), in Francia il 19,3%, percentuale vicina a quella italiana così come il gap rispetto al 1998 (+129,7%). L'unico Paese in cui la crescita del fenomeno, seppur presente, è stata "moderata" rispetto a 17 anni prima, è la Spagna, dove nel 2015 era impegnato a lavorare di domenica il 20,3% dei lavoratori dipendenti (+37,2% rispetto al 1998)¹³.

Il dato più rilevante è l'accelerazione compiutasi nel 2012, all'indomani dell'entrata in vigore della legge sulla liberalizzazione degli orari commerciali. I lavoratori dipendenti costretti al lavoro domenicale sono passati dal 17,5% al 18,5% in un sol colpo, segno che ad esacerbare il fenomeno è stata proprio la borghesia commerciale. Un'affermazione, questa, corroborata anche dai dati sul lavoro domenicale settore per settore, riferiti anch'essi al 2016, di cui infra.

Si noterà come, in termini assoluti, il primo settore per lavoratori operanti di domenica sia

proprio quello degli alberghi e ristoranti (688.300 lavoratori dipendenti impegnati di domenica), seguito da difesa e sanità (due branche della pubblica amministrazione il cui portato di lavoro domenicale è storico), seguito a sua volta dal commercio (579.000 lavoratori). È poi interessante osservare come lo scarto con il settore successivo, ovverosia l'industria (con 329.300 dipendenti che lavorano la domenica), sia di ben 249.800 unità. Non esiste scarto così massiccio tra nessuna delle categorie contigue per numero di dipendenti impegnati la domenica. Come mai dunque proprio la borghesia commerciale ha fatto da traino al fenomeno?

Il plusvalore una volta estorto, viene pienamente realizzato solo tramite la vendita. Ovvero attraverso il riconoscimento sociale del valore d'uso della merce prodotta. La rete di vendita è sempre stata, in maniera più o meno marcata, separata dalle realtà deputate alla produzione. Difficilmente infatti si sono visti consumatori acquistare merci direttamente dai luoghi in cui sono state prodotte (accade ad esempio nelle vendite dirette a filiera corta, ma sono realtà del tutto marginali).

Essa, la rete di vendita, può essere proprietà del produttore, o comunque ad esso collegata (concessionarie d'auto, negozi in franchising ecc...), oppure completamente indipendente (botteghe, supermercati, aziende di e-commerce). In ogni caso, il mantenimento della rete di vendita costa una parte di plusvalore estorto ai lavoratori che hanno prodotto le merci che da essa vengono vendute.

Nel caso in cui la rete di vendita sia di proprietà del produttore, egli investirà in essa parte del plusvalore ottenuto nella produzione allo stesso modo in cui ne investe nelle attività amministrative, contabili, e in tutte quelle divisioni non produttive, ma pur necessarie ad agevolare ed a completare il ciclo di valorizzazione del capitale. In questo caso, è il produttore a decidere quanto plusvalore destinare alle attività di vendita.

Nel caso in cui la rete di vendita sia indipendente, il proprietario dei mezzi di produzione delle merci deve cedere al proprietario dei mezzi e delle strutture deputate alla vendita una quota di plusvalore, in quanto il secondo sta rendendo di fatto un servizio esternalizzato al primo. In questo caso, l'entità della quota di plusvalore che il produttore cede al venditore, dipende dai rapporti di forza che si instaurano tra i due soggetti.

Dunque, del plusvalore concretizzato monetariamente tramite la vendita d'una merce presso un negozio, parte rimane al negoziante e parte torna al produttore. Questo spiega tra l'altro il motivo per cui una merce acquistata direttamente dal produttore costa meno rispetto a quella acquistata con la mediazione del venditore: essa infatti è priva di quella quota di plusvalore di cui il venditore si approprierebbe se realizzasse egli stesso la vendita.

Ecco dunque che il lavoro domenicale e festivo, che come abbiamo visto è un fenomeno esploso proprio nei settori legati al commercio, rientra in una serie di logiche tra loro sinergiche e compenstrate che vedono conseguenze su tre fronti: quello della borghesia commerciale, quello della borghesia produttiva e quello dei lavoratori dipendenti.

La borghesia commerciale è quella che più di tutti ci guadagna, poiché evitando le chiusure domenicali e festive, intercetta ininterrottamente la clientela, aumentando così il volume di merce venduta ed incrementando proporzionalmente il plusvalore accaparrato. Grazie a questo incremento, oltre al mantenimento e all'ampliamento delle strutture già esistenti, la borghesia commerciale potrà investire ulteriormente in tecniche atte ad aumentare ancor di più le vendite ed a fidelizzare la clientela, ponendosi come già in moltissimi casi avviene, quale chiave di volta, quale trait d'union insostituibile tra produttori e consumatori, raggiungendo in questo modo un potere contrattuale tale da imporre ai produttori l'entità della quota di plusvalore che questi ultimi le devono cedere.

Chiaramente ciò rappresenta un'astrazione, poiché i rapporti di forza della borghesia commerciale verso quella produttiva variano tantissimo in base al peso delle varie realtà. Se infatti Amazon può imporre a determinate industrie la quota di plusvalore che queste debbono cedergli, lo stesso non si può dire del piccolo commerciante, il quale, non avendo lo stesso volume di vendite del colosso dell'e-commerce, non ha neppure lo stesso potere contrattuale nei confronti delle varie realtà produttive. Avviene dunque, in base a questo aspetto, una selezione: i soggetti commerciali che non avranno la forza di imporre alle industrie i loro

prezzi, subiranno la concorrenza di chi invece può farlo a proprio vantaggio. Essi dunque finiranno fuori mercato e falliranno, oppure camperanno di evasione fiscale e sovvenzioni pubbliche a seconda del loro peso politico nella realtà capitalistica di riferimento.

La borghesia produttiva, se da un lato guadagna aumentando la produzione per soddisfare l'accresciuto numero di consumatori intercettato dalla borghesia commerciale, dall'altro lato si trova sotto scacco da parte di quest'ultima, che alza il suo prezzo avendo il potere di chiedere, per i motivi descritti poc' anzi, una quota maggiore di plusvalore.

In questi termini, anche la borghesia produttiva subisce una selezione: chi ha le spalle larghe e riesce a sopravvivere ugualmente pur tenendo per sé una quota minore di plusvalore, e chi invece, non potendo più stare sul mercato con margini di profitto così risicati, è costretto a chiudere, ovvero, a seconda del proprio peso politico, a campare di sovvenzioni pubbliche come ad esempio fa la borghesia agricola. Tuttavia, anche la borghesia produttiva ha le sue carte da giocare nei confronti di quella commerciale, scegliendo tendenzialmente quelle realtà distributive che chiedono una quota minore di plusvalore.

Nell'attuale contesto e con gli odierni rapporti di forza, i lavoratori dipendenti rischiano di perderci su tutti i fronti. Vediamo come.

I lavoratori in genere e precipuamente per quelli che vendono la loro forza lavoro presso le attività commerciali, come già abbiamo costatato, subiscono, nel complesso, un aumento del tempo dedicato all'alienazione lavorativa, a detrimento del tempo libero, ovvero quello da dedicare alla propria sfera umana, sociale e affettiva. Spesso e volentieri infatti il riposo infrasettimanale (dovuto al lavoratore in caso di lavoro domenicale), non corrisponde con quello dei propri cari, mentre anche lo svago assicurato dalle feste comandate, per molti è ormai un ricordo, così come i ponti in occasione di festività a ridosso dei fine settimana. Il lavoratore si trova dunque a non avere mai due giorni di svago consecutivi. La sua vita spesso si riduce ad un vero e proprio carcere a cielo aperto, in cui l'unico scorcio di mondo di cui può godere è quello sulla strada tra casa e lavoro. Spesso, si perdono tutti gli amici, e diventa impossibile veder crescere i propri figli (si vedano all'uopo le testimonianze video dei lavoratori dell'Outlet di Serravalle Scrivia, che dal 2017 è aperto 363 giorni l'anno). Senza contare che, nella maggior parte dei casi, tutto ciò avviene senza una adeguata corresponsione salariale.

A questa prima, lampante conseguenza (sicuramente la più immediata a percepirsi), se ne sommano altre, legate proprio al processo di selezione che l'aumento dei giorni di apertura delle attività commerciali genera.

I lavoratori delle attività commerciali che non riusciranno ad imporre i loro prezzi alle industrie e che per questo finiranno fuori mercato, verranno licenziati in caso di fallimento dell'attività, ovvero subiranno tagli e/o contrazioni del proprio salario in caso di ridimensionamento o di assorbimento dell'attività da parte di una compagine più grande e competitiva.

I lavoratori delle attività commerciali che, invece, riusciranno ad imporre i loro prezzi alle industrie, oltre a dover sacrificare sempre più tempo libero sull'altare del capitale, andranno incontro comunque a decimazione nel caso di loro sostituzione con automatismi e robot acquistati dall'azienda con il plusvalore intercettato grazie al loro lavoro (si vedano le casse automatiche che sempre più sono presenti nei supermercati, o le massicce robotizzazioni dei magazzini Amazon e delle logistiche in generale). È d'uopo ricordare infatti che il lavoratore di attività come quelle commerciali e logistiche, non essendo produttivo di plusvalore, rappresenta nella maggior parte dei casi un costo a perdere per l'azienda. Ergo, quanti meno lavoratori vengono impiegati per portare a termine il lavoro, tanto più plusvalore l'imprenditore commerciale riesce a tenere per sé.

I lavoratori delle attività produttive che vengono tagliate fuori dal mercato poiché stritolate nell'ingranaggio della concorrenza fatta di guerra dei prezzi imposti dalle grandi realtà commerciali, verranno licenziati o comunque subiranno tagli, decimazioni e riduzioni di salario.

I lavoratori delle attività produttive che invece rimarranno sul mercato, si troveranno di fronte alla seguente situazione: al loro datore di lavoro rimarrà, per le cause sopra descritte,

meno plusvalore mentre le commesse aumenteranno. L'imprenditore dunque cercherà di aumentare la produttività oraria dei lavoratori a parità di stipendio, oppure, tramite accordi aziendali firmati da sindacati compiacenti, cercherà di contrarre i salari a parità di orario di lavoro, ovvero ancora, qualora i rapporti di forza gli siano estremamente favorevoli, diminuirà i salari, aumentando produttività e/o tempo di lavoro. In ogni caso, sarà oltretutto facile assistere ad una diminuzione di risorse destinate alla sicurezza ed alla prevenzione degli infortuni sui luoghi di lavoro, con conseguente aumento degli incidenti e delle morti bianche. Con ciò detto, pare dunque lapalissiano che la lotta di classe sia l'unico strumento a disposizione dei lavoratori per limitare il rischio di essere stritolati sotto i cingoli dei carri armati di queste frazioni borghesi, in guerra tra di loro per la spartizione del plusvalore.

Tuttavia, anche gli episodi più significativi di lotta per riprendere possesso del tempo libero (come lo sciopero all'Outlet di Serravalle Scrivia a Pasqua del 2017, o quello dell'Oriocenter di Orio al Serio a Natale 2017), rimangono dequalificati in efficacia tanto dai rapporti di forza contingenti tra capitale e lavoro, quanto dall'inadeguatezza di molti quadri sindacali, che preferiscono promuovere raccolte firme o appellarsi all'improbabile volontà dei clienti di disertare lo shopping, piuttosto che intraprendere un lungo, costante ed impegnativo lavoro di agitazione e propaganda tra i lavoratori, per motivarli e prepararli ad affrontare scioperi seri e prolungati, compensando così almeno in parte lo svantaggio dato dai suddetti rapporti di forza sfavorevoli. Solo in questo modo si può affrontare una lotta che abbia un impatto commisurato all'ambizioso obiettivo per il quale viene ingaggiata.

NOTE:

¹ Francesco Olivo, "Il tramonto del weekend", *La Stampa*, 13 gennaio 2018.

² "Outlet di Serravalle, lo sciopero è confermato", *La Stampa*, 10 aprile 2017.

³ Alessandra Corica, «Negozzi aperti a Natale, sciopero nel maxi mall di Orio e proteste nel Milanese: "I clienti ci devono aiutare"», *la Repubblica*, 19 dicembre 2017.

⁴ Francesco Olivo, "Il tramonto del weekend", *La Stampa*, 13 gennaio 2018.

⁵ Ibidem.

⁶ "Argentina: a Rosario Carrefour risponde con i licenziamenti alla legge sul riposo domenicale e festivo", sito web Unione Sindacale di Base, 27 luglio 2016.

⁷ Enrico Marro, "Shopping nei giorni di festa, ecco le regole nei Paesi europei", *Il Sole 24 Ore*, 1° aprile 2017.

⁸ "Liberalizzazione degli orari del commercio, si torna indietro?", *il Fatto Quotidiano*, 30 settembre 2015.

⁹ Ibidem

¹⁰ "Sono 4,7 milioni gli occupati che lavorano di domenica", *Ufficio studi Cgia di Mestre*, 15 aprile 2017.

¹¹ Daniela Feliziani e Manuela Samek Lodovici, "La regolazione degli orari di lavoro nei paesi europei", *Liuc Papers* n°71 (pubblicazione dell'Università Carlo Cattaneo), 21 febbraio 2000.

¹² "Sono 4,7 milioni gli occupati che lavorano di domenica", *Ufficio studi Cgia di Mestre*, 15 aprile 2017.

¹³ Ibidem.