

“multiservizi”: un contratto *che dà il meglio, anche in gdo*

di Simone Finotti

Innumerevoli sono i lavori necessari a tenere sempre in ordine un ipermercato o un centro commerciale: le semplici operazioni di pulizia e manutenzione, ordinaria e straordinaria, non bastano. Il CCNL Multiservizi apre il campo a una serie di attività da vero “facility management” della GDO: un’opportunità che i committenti devono conoscere e che le imprese devono saper sfruttare.

Secondo un recente sondaggio a campione, presentato in novembre a Milano, circa nove consumatori italiani su dieci si dichiarano complessivamente soddisfatti delle condizioni igieniche percepite nei punti vendita della grande distribuzione organizzata. Insomma, pare proprio che quasi tutti, ormai, considerino supermercati, ipermercati e centri commerciali abbastanza puliti da entrarci e farci le loro spese al sicuro: cosa non da poco, se si considera che, negli ultimi anni, soprattutto per motivi culturali e per il tam tam dei media e dei network online, quando si parla di igiene siamo diventati estremamente più attenti (e quindi più esigenti e meno tolleranti). E se si considera anche quanto sia importante l’immagine per l’attività di questo tipo di struttura.

Un successo per la “terziarizzazione”

Un risultato di cui va dato atto ai gestori dei centri commerciali, dalle grandi catene ai più piccoli, ma anche (e forse soprattutto) alle imprese “terze”. Terziarizzare, infatti, nella Grande Distribuzione Organizzata è ormai una prassi consolidata da tempo, vuoi per



le peculiarità del lavoro (molto del quale viene svolto in orari estremi), vuoi per la necessità di interventi continui e ad hoc, vuoi anche, a ben considerare, per la pluralità di mansioni che si rendono necessarie in un simile contesto. Naturalmente è necessario che entrambi i soggetti coinvolti, cioè appaltante e appaltatore, parlino la stessa lingua e sappiano di che cosa parlano. Anche questo tipo di “incomprensione”, tuttavia, col passare degli anni, e con la costruzione di opportuni know-how e skills, è sempre meno frequente, e possiamo dire che, ad oggi, il rapporto fra chi gestisce le strutture della grande distribuzione e le imprese sia arrivato a un punto soddisfacente per entrambi, almeno nella maggioranza dei casi.

La GDO esternalizza sempre di più, e non solo le grandi catene

Questo ha portato molti soggetti, e non solo —ripetiamo— le grandi catene ad ampliare il ventaglio dei servizi richiesti (e dati in outsourcing) anche ben oltre la semplice pulizia: anche perché c’è un contratto che lo permette. Come è ormai noto a tutti gli addetti ai lavori del settore, infatti, dal 2001 (anno di un rinnovo che può ben definirsi “epocale”, per l’incredibile allargamento della sfera delle attività previste) non si parla più semplicemente di CCNL Pulizia e Manutenzione, ma di Imprese pulizie e servizi integrati/multiservizi. In qualche caso si trattava di formalizzare servizi che già, di fatto, erano svolti dalle imprese ed hanno trovato luogo nel contratto. In altri, però,



sono stati proprio definiti nuovi profili professionali che vanno ad integrare l'offerta già in essere dell'impresa stessa. In altre parole, l'impresa, per essere competitiva in tutti i settori (non ultimo quello della GDO) dovrà saper utilizzare il contratto come uno strumento di crescita, e trovare il modo di sviluppare al suo interno adeguate professionalità. A tale proposito vale la pena ricordare l'articolo 1, che definisce l'ampia sfera di applicazione del "Multiservizi".

Il Multiservizi: un'ampia sfera di applicazione

"Nella sfera di applicazione del presente contratto, si legge, sono ricomprese, a titolo

esemplificativo e non esaustivo, le seguenti attività: servizi di pulimento, disinfezione, sanificazione, disinfestazione e derattizzazioni (civili, industriali, ospedaliere, domiciliari, ecc.); servizi di manutenzione (aree verdi, impianti e macchinari industriali, ecc.); servizi di conduzione e gestione impianti (termici, climatizzazione, elettrici, idraulici, ecc.); servizi di controllo accessi, (reception, accoglienza, accompagnamento, custodia di locali, edifici, aree, ecc.); servizi di sanificazione ambientale (disinfezione, disinfestazione, derattizzazione, ecc.); servizi generali; servizi amministrativi; servizi alla ristorazione; servizi di pulizia, di manutenzione e altri servizi in domicili privati (abitazioni,

residenze, ecc.); servizi ausiliari del trasporto; servizi di controllo degli accessi e custodia di aree, edifici ed attrezzature comprese la custodia e la gestione di parcheggi non a pagamento in aree confinate private, con l'ausilio di impianti tecnologici e servizi cinofili; movimentazione e trattamento fisico del materiale librario (copertinatura, apposizione bande antitaccheggio, applicazione codici a barre) ecc.ecc.. Una lettura che, fatta così d'un fiato, significa poco: ma iniziamo a vederla nell'ottica di chi deve gestire un centro commerciale, cominciando con il dire che più la struttura è in ordine, l'atmosfera è accogliente, pulita, con la giusta illuminazione e temperatura e nessun segno di incuria, più il cliente è invogliato a tornare (e quindi ad acquistare di nuovo) o a restare di più (e quindi, al pari, ad acquistare di più). Tutto, insomma, dovrà funzionare come in una macchina perfetta, e in questi casi avere un unico interlocutore di fiducia può rivelarsi la carta vincente. A patto che l'impresa sappia rispondere alla pluralità di esigenze dell'appaltante.

Impressione di efficienza, pulizia, perfetta funzionalità: un must nella GDO

Ora, dopo esserci opportunamente rinfrescati la memoria con la sfera di applicazione del CCNL multiservizi, si tenga presente tutto ciò che c'è da fare in un centro commerciale: oltre ad ogni tipo di pulizia, ordinaria e straordinaria, da svolgere con diverse periodicità (dalle operazioni quotidiane ai servizi una tantum) e manutenzione, in-





fatti, il centro commerciale, come struttura complessa, necessita ad esempio di operazioni di controllo, manutenzione e riparazione impianti (condizionamento dell'aria, impianti elettrici, macchinari): non è difficile immaginare quante cose si rompano, ogni giorno, in un grande magazzino: si va dalla lampadina alle ventole dell'aria condizionata, dai bocchettoni degli impianti di aerazione ai fili elettrici. Banalmente, vi è mai capitato di vedere una luce al neon spenta o sfarfallante, o un indicatore luminoso delle casse mal funzionante? O ancora, una cassa il cui rullo trasportatore si inceppa? Uno scaffale pericolante, in cui sembra che tutto debba cadere da un momento all'altro. E gli esempi potrebbero andare avanti, pressoché infiniti.

Dal piccolo danno alla grande pulizia: l'impresa deve saper fare tutto

A volte si tratta di danni riparabili al momento, ed è meglio procedere velocemente: sembrano cose banali, se accadono a casa propria, ma il cliente è molto attento a questi piccoli segni di incuria, che danno immediatamente l'impressione di una struttura lasciata a se stessa: e chi compra volentieri laddove nemmeno il padrone di casa tiene alle proprie cose? Insomma, l'ipermercato, proprio per ragioni connesse al marketing, deve dare nel suo insieme, quindi come struttura, un'idea di perfetta efficienza, funzionalità, pulizia: il mi-



nimo guasto dev'essere riparato, proprio come gli sversamenti di prodotto, le cadute accidentali di materiale, i vetri rotti o i frutti spalmati al suolo devono essere immediatamente raccolti. Ma non è tutto: a volte, infatti, ci sono problemi meno visibili ma assai più... fastidiosi e rischiosi. Parliamo ad esempio della disinfestazione (spesso capita che alcune aree dei centri commerciali abbiano il problema degli infestanti, una cosa che nella GDO non ci si può certo permettere...). Laddove ci sono parchi o aiuole, c'è bisogno anche della gestione delle aree verdi, e per i parcheggi; spesso inoltre è richiesta la custodia (non armata), che per contratto è possibile nei limiti consentiti dalla legge: infatti il poter disporre di personale di custodia ai parcheggi è sempre più apprezzato dalla clientela. Ci riferiamo però anche ad altro: si possono ricordare piccole movimentazioni di oggetti (pensiamo alle cassette dei cibi, ma anche ai cestini per la spesa, e a volte anche i carrelli), ma pensiamo anche alla predisposizione di strumenti come i lettori di codici a barre a disposizione dell'utenza (se ne vedono sempre di più, e quante volte si rompono? Per non parlare di quando sono presenti dispositivi per l'ascolto di musica, o in generale oggetti o prodotti destinati all'uso "in prova" da parte dei potenziali acquirenti, tutte cose che vanno riparate), alla cura del materiale comune, fino all'applicazione di etichette, cartellini indicanti prezzi e tipologie di merce (spesso questo viene però svolto da

personale di reparto), e di strumenti come le bande antitaccheggio: tutte attività espressamente previste dal contratto, tanto che, a pieno titolo, si può parlare di servizi integrati (o anche, volendo, di "facility management") nella GDO.

Ancora una volta un Contratto moderno e flessibile

Tutto questo, va da sé, per l'impresa è un'opportunità da non sottovalutare. Quest'ultima, dal canto suo, dovrà però saper sviluppare le necessarie professionalità per risultare un partner affidabile, versatile e adatto a fare fronte alle svariate esigenze della GDO. Come in tanti altri settori, anche in questo il Contratto si rivela uno strumento moderno e flessibile: basta solo saperlo sfruttare al meglio.

