



“ 2[^] Conferenza Programmatica Nazionale ANVA ”

Sintesi dei lavori della 2[^] Commissione “ConSORZI, autogestione, servizi di mercato”

La 2[^] Commissione conferma pienamente i contenuti e gli obiettivi già indicati nel documento approvato in occasione della prima conferenza programmatica.

In particolare riprende e sottolinea la necessità di dotare la categoria di strumenti operativi, quali i Consorzi, per l'autogestione dei servizi delle fiere e dei mercati.

Tali forme di associazionismo fra gli ambulanti sono un importante momento di partecipazione diretta della categoria che oltre a realizzare le giuste politiche di marketing e di promozione, possono consentire di risolvere i tanti problemi logistici presenti sulle aree di mercato quali, ad esempio, la migliore possibilità di sosta e accessibilità per i clienti ed il razionale posizionamento dei posteggi stessi.

Possono, fra l'altro, realizzare campagne pubblicitarie, operazioni di fidelizzazione della clientela, acquisti collettivi, ecc...

Contemporaneamente, con apposite convenzioni, è possibile realizzare economie di scala attraverso sconti sulla occupazione del suolo pubblico, tariffe agevolate per la raccolta dei rifiuti ed altre eventuali simili vantaggi.

Rispetto a ciò, ogni realtà territoriale, in piena autonomia e sulla base delle proprie necessità e convenienze, dovrà realizzare le forme più idonee al raggiungimento di questi obiettivi privilegiando di volta in volta quelle azioni che più si prestano alle necessità collettive degli operatori commerciali su area pubblica di quella zona.

Come si è detto, però, queste forme di autogestione devono essere attentamente orientate ad una gestione meramente operativa e che risponda a problemi concreti della categoria, compresa la possibilità di realizzare vere e proprie nuove iniziative commerciali come fiere e mercati straordinari o feste promozionali e quant'altro.

Nella maggioranza dei casi, i Consorzi degli operatori su area pubblica hanno avuto origine proprio da quest'ultima esigenza, quella, cioè, di creare uno strumento con cui gli imprenditori commerciali su area pubblica, potessero realizzare momenti di promozione della propria attività,

valorizzando il ricco sistema di offerta commerciale rappresentato dalle fiere e dai mercati settimanali.

In molte realtà questo sistema rappresenta ancora uno dei settori commerciali più vitale e dinamico, con un buon livello di attrattiva ed elevata competitività.

La ricchezza della offerta merceologica, la varietà dei prezzi, l'ampiezza delle possibilità offerte dal sistema fiere/mercati è paragonabile solo a quello della grande distribuzione. In più, vi si trova la tradizione ed il piacevole tessuto di relazioni economiche e sociali, caratteristiche di questa attività di vendita.

Offrire, nell'arco dell'anno, una opportunità di frequentazione di questi momenti commerciali ad un pubblico nuovo e diverso può essere, quindi, un effettivo vantaggio per tutti gli ambulanti, alla condizione che si valuti attentamente l'impatto che queste nuove iniziative possono produrre sulla rete dei mercati e delle fiere già esistenti.

Nella realizzazione di queste iniziative, devono essere, quindi, rispettate le condizioni necessarie a mantenere inalterati gli equilibri economici del territorio e questa valutazione deve essere effettuata su ampia scala, sicuramente tenendo conto dei bacini di utenza commerciale sovracomunali ma in alcuni casi si deve tener conto anche di realtà provinciali e regionali.

Situazioni in cui, organizzazioni private (ma anche gruppi di operatori in forma associata) si propongono ai Comuni per organizzare iniziative commerciali (spesso di scarsa qualità) si stanno facendo molto frequenti e si spostano sul territorio con una logica "imperialistica".

D'altra parte, queste iniziative, con il pretesto che sono realizzate in abbinamento con spettacoli o altro tipo di animazione, trovano facile consenso nelle Amministrazioni Comunali che vedono una occasione in più per rivitalizzare i propri centri storici e per arricchire i propri programmi turistici.

Vengono, inoltre, registrate situazioni in cui sono i Consorzi stessi, quelli che l'Anva ha contribuito a far nascere, che realizzano iniziative per i propri associati al di sopra di ogni valutazione di impatto economico e non tanto per promuovere l'immagine generale del commercio ambulante quanto per favorire opportunità economiche singole dei propri associati o, ancora peggio, per produrre utili al Consorzio stesso.

Appare evidente quale inevitabile conflitto possa scaturire fra i Consorzi che privilegiano gli interessi privati ed il "Business" ed il sindacato che deve invece privilegiare gli interessi collettivi della categoria.

Questi conflitti possono diventare dirompenti se non si presta tutta l'attenzione necessaria da un lato nel distinguere nettamente il ruolo del sindacato da quello

del Consorzio e dall'altro se contemporaneamente l'ANVA non riesce ad essere egemone in relazione ai programmi ed ai progetti del Consorzio stesso.

Il rischio da evitare, e che purtroppo in diverse occasioni si è invece verificato, è quello di sovrapporre compiti e funzioni propriamente sindacali con quelle esclusive di un Consorzio di operatori; pertanto occorre ribadire con ancora maggiore determinazione che è fondamentale evitare che i due ruoli quello di definizione strategica degli interventi e quello gestionale non si sovrappongano o si trovino in conflitto fra loro.

La presenza nella direzione dei Consorzi da parte dei migliori dirigenti sindacali dell'Anva sarà la condizione con cui si potranno evitare i possibili contrasti ed allo stesso tempo la garanzia che l'operato di queste forme associative risponda alle indicazioni del sindacato ed agli obiettivi dell'Anva.

Ad ogni buon conto dovrà essere compito dell' ANVA, per il ruolo di rappresentanza politico-sindacale che gli è proprio, vigilare che non siano realizzati interventi (seppur organizzati da Consorzi stessi) al di fuori di una logica di interesse generale e senza il massimo consenso e la condivisione della categoria.

Così come non è opportuno che i Consorzi adottino, nella gestione dei servizi delle fiere e dei mercati regolarmente istituiti, politiche differenziate quali l'accesso privilegiato alle iniziative, costi ridotti o altre forme di agevolazioni.

Infine particolare attenzione dovrà essere posta nell' evitare che i Consorzi assumano compiti che in realtà sono propri delle Amministrazioni Comunali e che le normative attribuiscono precipuamente ai Comuni ed ai loro organi di vigilanza soprattutto in termini di rispetto dei diritti degli operatori e contro ogni forma di abusivismo.

Anzi i Consorzi dovranno essere, in quanto coinvolti nella gestione dei servizi di fiere e mercati, il primo soggetto a verifica del rispetto di ogni legalità.