



Unione Sindacale di Base

Lo strapotere della GDO

La Gdo è composta di sempre meno attori che controllano e condizionano tutti i canali di vendita



Nazionale, 23/12/2020

Concluso l'accordo, il gruppo Selex dal primo gennaio controllerà il Consorzio Sun, compresi i cinque marchi dei Supermercati Uniti Nazionali, portando la sua quota di mercato al 13,7% con un fatturato in crescita di più del 30%.

Lo scorso anno Conad spa ha acquisito il gruppo Auchan, comprensivo di Sma, per un giro di affari di 17 miliardi e un aumento del fatturato del 6% ad appena sei mesi dalla conclusione dell'operazione.

Metro entra in collaborazione con Vegè, dopo l'acquisizione di Bennet, chiudendo il 2020 con un giro di affari pari a 11 miliardi, rispetto ai 7,5 del 2019.

Questi sono solo gli ultimi esempi del continuo accentramento di potere e profitto messo in atto dalla Grande distribuzione, che controlla e condiziona il 70% di ciò che viene venduto.

Un accentramento di potere che pagano completamente i lavoratori.

Commessi e cassieri vivono nella liquidità delle proprie mansioni, non esiste più la formazione specializzata e la possibilità di carriera interna. Si è tutti assunti al livello più basso, come addetto alle vendite o addirittura merchandising, per poi essere impiegati dove serve. Pochissime le nuove assunzioni, mentre i dipendenti, normalmente assunti part time,

si vedono allungare l'orario per coprire i turni sempre più lunghi imposti dalla Gdo. Un aumento che non comporta alcun aumento di stipendio. Infatti fra cancellazione delle pause, diminuzione dei permessi e tecnicismi vari, i lavoratori sono costretti a tutto il giorno nei negozi con una retribuzione che è sempre la stessa, se non più bassa.

Il centro commerciale è l'approdo finale della vendita e da solo non è sufficiente a sfamare la voglia di profitto della Grande distribuzione che detta gli ordini a tutta la filiera.

La Gdo è ormai dotata del proprio settore della logistica, fondato per lo più su lavoratori precari, iper sfruttati che non hanno alcuna autonomia decisionale.

La Grande distribuzione orienta i consumi grazie a strategie di marketing dettagliate e precise, studiate intorno alla tipologia dei vari clienti, da quello attento alle etichette a quello con poche possibilità economiche, passando per chi cerca il prodotto gourmet o quello "senza qualcosa". Fare la spesa è una necessità e il marketing la trasforma in un'esperienza sensoriale ed emozionale per cui ci sentiamo appagati quando usciamo da un centro commerciale.

Se questo è vero, è conseguente che nemmeno la produzione primaria è più libera, la Gdo determina le produzioni agricole, quali varietà e in quali luoghi, ma soprattutto a quale prezzo. I fornitori che vogliono vedere i propri prodotti sugli scaffali sono costretti a sottostare a diversi voci fuori fattura, contributi non previste nei contratti. Condivisioni dal rischio di impresa con la Grande distribuzione, quasi come fossero soci, peccato non vi sia alcuna divisione dei guadagni. I fornitori pagano perché il proprio prodotto sia presente nel supermercato, magari in una posizione visibile, pagano una tantum per le nuove aperture, pagano i vari sottocosto o 3*2. In tutto sono stati contati 15 tipi di contributi che i fornitori devono alla Gdo, pari al 24% del proprio fatturato annuale.

Se la Grande distribuzione ci vuole incasellati, silenziosi e schiavi nelle sue maglie, noi dobbiamo forzare i lacci e mettere in atto tutte le azioni di boicottaggio necessarie.

Usb Commercio