

**Accordo Nazionale di secondo livello
Settore Marketing Operativo
Proroga del termine di cui all'Accordo 30 giugno 2021**

Oggi 15 dicembre 2021

ANASFIM, in persona del Presidente Nicola Augello assistita da Confesercenti nella persona di Elvira Massimiano

E

Fisascat -CISL Nazionale, nella persona di Mirco Ceotto



UILTuCS nella persona di Gabriele Fiorino

(di seguito anche le "Parti")

Premesso che

Le Parti hanno in questi mesi avviato un confronto sull'evoluzione del Marketing Operativo sempre più digitalizzato, individuando alcune prime priorità e considerazioni che qui vengono riportate:

1. Negli ultimi anni abbiamo assistito ad un cambiamento di paradigma e di scenario legato alla diffusione ed allo sviluppo delle tecnologie ed applicazioni digitali, che hanno reso sempre più accessibile a tutti gli attori, l'utilizzo di piattaforme di vendita\acquisto\condivisione\analisi su tutti i mercati e settori di riferimento.
2. Questa diversa modalità di azione\interazione ha modificato nella Distribuzione Moderna i modelli di acquisto, di consumo e le abitudini di lavoro compreso quindi anche il Marketing Operativo.
3. In questo scenario sempre più digitale, caratterizzato da rapidi cambiamenti è necessario un ripensamento complessivo dell'assetto contrattuale oggi vigente -

Elvira Massimiano   

4. riferito alle intese Anasfim Confesercenti - Fisascat-Cisl e Uiltucs, - tenendo in considerazione, da una parte, gli effetti della digitalizzazione sul settore e, dall'altra, gli effetti della crisi economica che derivano dalle riorganizzazioni in atto nelle catene di valore che riguardano anche il settore del marketing operativo digitale.
5. Anasfim ha presentato un testo di discussione su cui è in atto un confronto.
6. I segnali di ripresa del settore sono ancora deboli per effetto della Pandemia Covid-19 ancora in atto e vista anche la proroga dello stato d'emergenza sino a marzo 2022.

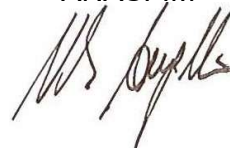
Tanto premesso si conviene quanto segue

- A. le Parti data la complessità degli interventi reputano opportuno proseguire il negoziato nei prossimi mesi (con incontri da calendarizzare) per confrontarsi sugli effetti della crisi derivante da Covid-19 sul settore del marketing operativo e sulle modalità digitali di riorganizzazione del lavoro in tale settore, in vista di una sottoscrizione di un Protocollo aggiuntivo al CCNL TDS Confesercenti, con possibile coinvolgimento di tutti i firmatari del CCNL TDS, che risponda pienamente a tali vicende;
- B. il termine di cui all'Accordo del 30 giugno 2021 (31 dicembre 2021) è prorogato al 30 giugno 2022.

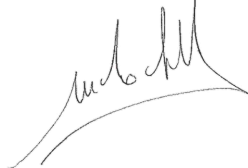
CONFESERCENTI



ANASFIM



Fisascat-Cisl



UILTuCS

