

LA PERCENTUALE DI GUADAGNO CALCOLATA SUL COSTO DEI VECCHI TICKET DA UN EURO E VENTI

# Edicolanti in rivolta verso lo sciopero dei biglietti del bus

## I giornalisti: «Patti non rispettati, blocchiamo la vendita»

**EMANUELE ROSSI**

IL BIGLIETTO non va più in edicola. «Nei prossimi giorni saremo forse costretti a sospendere la vendita dei biglietti bus per contrasti sindacali con Amt. Ce ne scusiamo con la rispettabile clientela». Il testo è quello di un volantino che da ieri è affisso in alcune delle edicole di Genova. Foglio firmato dalla Fenagi, la Federazione nazionale giornalisti, sigla che rappresenta circa il 50% degli oltre quattrocento edicole e giornalisti genovesi. Uno scenario disastroso, quello di uno «sciopero» del biglietto per la municipalizzata dei trasporti e anche per gli utenti, che sarebbero costretti a prenderli nelle rivendite di tabacchi oppure presso gli altri punti vendita abilitati (ad esempio i supermercati Carrefour), venendo a mancare la principale fonte di vendita al pubblico. Per il momento, comunque, si tratta solo di un'ipotesi, ma il contrasto verso la dirigenza di Amt da parte dei giornalisti è forte.

La causa scatenante è, secondo Fenagi, il mancato rispetto di un accordo sottoscritto più di due anni

orsono tra giornalisti e Amt: «Secondo l'accordo quadro rinnovato nel 2011 da sindacati e Amt - spiega Giacomo Pippo, presidente provinciale della sigla degli edicolanti - dovremmo oggi percepire un aggio (una percentuale) del 5% pieno sui titoli di viaggio venduti. Invece continuiamo a percepire una cifra molto inferiore, cioè quella del 5% ma sul prezzo del 2010, un euro e venti invece che uno e cinquanta (uno e sessanta nel caso di biglietto integrato), quindi 6 centesimi invece di 8». In pratica: ogni edicolante incassa il 5% sul prezzo dei biglietti dei bus venduti, all'epoca del penultimo rialzo di prezzi (da 1,20 a 1,50) i giornalisti si accordarono con Amt per non alzare la quota loro spettante per 24 mesi. Ora, il 18 gennaio questo accordo è scaduto, ma, denunciano i sindacati, non c'è stato alcun adeguamento da parte di Amt che «ai nostri ripetuti solleciti non ha dato alcuna risposta dimostrando uno sconcertante disprezzo per la nostra categoria». Per due centesimi a biglietto vale la pena di minacciare una forma di sciopero? Secondo Pippo bisogna ragionare sul-

le cifre complessive: «La stima sui biglietti venduti è che nei due anni dell'accordo la nostra categoria ha rinunciato a 600mila euro l'anno. E invece la quota che ci spetterebbe con l'adeguamento da gennaio è superiore ai 150mila euro». Vista la situazione di cassa dell'azienda del trasporto pubblico, però, è difficile pensare che quei soldi tornino agli edicolanti. «Sappiamo bene che Amt è in crisi e abbiamo dimostrato disponibilità rinunciando a una parte di ciò che ci sarebbe stato dovuto negli anni scorsi. Ma è ingiusto che l'azienda si faccia scudo della sua situazione per non dare risposte alla nostra categoria e per non adempiere a un accordo regolarmente sottoscritto. Tra l'altro stanno cercando di dividerci contattando i singoli giornalisti nelle rivendite per fare accordi separati», sostiene Pippo. Così nei primi giorni della prossima settimana la Fenagi ha convocato due assemblee cittadine per discutere della possibilità di un rifiuto di vendere i biglietti di autobus al pubblico che non avrebbe davvero precedenti.

emanuele.rossi@ilsecoloxix.it





## L'AZIENDA DISPOSTA A TRATTARE MA SU UN AGGIO INFERIORE DI UN PUNTO AMT SCEGLIE IL MURO CONTRO MURO «PUNTIAMO ANCHE SU ALTRI PUNTI VENDITA»

DIVIDE et impera. Sulla questione dell'aggio sui biglietti e abbonamenti, Amt tiene la posizione. Anzi, rilancia: «Prossimamente la rete di vendita sarà ampliata». Il riferimento non è soltanto all'accordo raggiunto di recente con Carrefour - 23 negozi della catena della grande distribuzione abilitati alla vendita dei ticket - ma anche alla possibilità di stringere ulteriori intese che diversifichino la tradizionale rete di distribuzione. «Questo - fa sapere l'azienda - fermo restando la massima disponibilità al confronto con gli edicolanti Fenagi, che non è mai venuta meno».

Se le versioni dei contendenti sono difformi, e non sembrano lasciare grande spazio per una ricomposizione, quella che già si è concretizzata è una spaccatura - se così si può chiamare - del fronte composto dalle circa novecento rivendite genovesi. Perché la proposta di Amt, che nella sostanza prevedeva di mantenere le condizioni al ribasso - dell'accordo precedente, è stata accettata da quella che, numericamente, costituisce la spina dorsale della rete commerciali: le tabaccherie. Che hanno accettato di vedersi riconosciuto un aggio del 4% su tutti i titoli di viaggio venduti. Una soluzione equilibrata, almeno agli occhi di Amt, perché contempera sia le esigenze dell'azienda - in difficoltà oggi perfino più di quanto non lo fosse tre anni fa, all'atto della stipula del precedente accordo - sia, in piccola parte, quelle dei rivenditori, che possono beneficiare del ritocco al rialzo (l'aggio si calcola sul valore di vendita del biglietto, ndr) delle tariffe applica-

te da Amt. Un aumento generalizzato, in media del 6%, che il 1° maggio ha portato su i prezzi di tutti gli abbonamenti e di una serie di biglietti, come la corsa semplice degli ascensori, e da giugno ha invece riguardato i biglietti treno+bus, a fronte della nascita del ticket ordinario da 100 minuti valido sulla sola rete di Amt.

Come andrà a finire? L'azienda di via Montaldo, che proprio con la manovra tariffaria - si stima - ha perso per strada 750 mila euro. Cioè: la differenza che passa tra l'esistenza del solo biglietto integrato a 1,60 euro e la coesistenza con un biglietto solo bus, al quale si rivolgono i passeggeri che non utilizzano anche i treni. Un'ulteriore falla, insomma, in uno scafo che imbarca acqua. La linea, in ragione dell'emergenza finanziaria, non prevede sconti. Amt resterà sulle sue posizioni. E continuerà, come è stato fatto in questi mesi, a contrattare accordi separati con le edicole, a partire da quelle principali. Che servono più persone e trattano volumi più ampi.

**R. SCU.**

### DIVIDE ET IMPERA

**I tabaccai hanno già  
 accettato il ribasso della  
 percentuale al 4%. Ora si  
 tratta edicola per edicola**

