

Rovesciare i luoghi comuni sul lavoro A Bologna la seconda volta di Nobilita

di Manuela Gatti

La vendita di un brand italiano a stranieri non è per forza un male. Fare il rider non è un lavoretto da studenti universitari. E la schiavitù, siamo davvero sicuri di averla abolita?

La seconda edizione di Nobilita, il festival del lavoro di FiordiRisorse organizzato a Bologna dal 21 al 23 marzo 2019, si è data un obiettivo preciso: sfatare gli stereotipi che pervadono il mondo del lavoro. E rovesciare un certo tipo di narrazione 'pigra' spesso veicolata dai media.

Tra i 70 relatori ospiti dell'Opificio Golinelli c'era anche Alessandro Lazzaroni, CEO di Domino's Pizza in Italia. Approdato nel nostro Paese nel 2015 e presente oggi con 23 pizzerie e 400 dipendenti, Domino's ha come diretti concorrenti i più noti servizi di *food delivery*, ma ha scelto un modello di business diverso. Partendo dalla consapevolezza che la Gig economy non sforna solo lavoretti per studenti: la realtà è che la maggior parte dei rider, per citare la categoria più consistente, lavora 40 ore alla settimana, quindi a tempo pieno, e con quel reddito ci vive. "Puntiamo molto sulla formazione dei ragazzi, cui vogliamo insegnare un mestiere e dare una prospettiva di crescita e di carriera", ha detto Lazzaroni. Da Domino's si può partire come rider e arrivare nel giro di pochi anni a essere il responsabile formazione dell'azienda, come è effettivamente accaduto. "Tenersi stretti i dipendenti paga, mentre il turnover a lungo andare pesa sulle tasche dell'azienda, che deve continuamen-

te andare a cercare nuovo personale e spendere tempo e risorse per formarlo".

Nuove forme di schiavitù

I casi come quello di Domino's restano, però, delle eccezioni nel panorama delle nuove professioni contemporanee. Secondo il sociologo Aldo Bonomi nel lavoro sta tornando attuale l'inattuale. Compreso il lavoro servile. "Che cosa sono il bracciantato, il badantato, alcuni contratti di subfornitura, se non schiavitù?", ha lanciato la provocazione Bonomi. Il lavoro normato, a vita e salariato non esiste più da un pezzo, e ciò che l'ha sostituito non rispetta sempre gli standard di dignità dei lavoratori. Secondo il sociologo, il lavoro servile sta tornando a essere sdoganato, sulla spinta delle App che mettono in Rete questa nuova categoria di giovani pronta allo sfruttamento e al lavoro a cottimo. Una nota positiva? La *Carta dei diritti fondamentali del lavoro digitale*, il primo e unico accordo territoriale metropolitano in Italia sulla Gig economy nato nel 2018 a Bologna e appena firmato da Domino's.

Restando nell'ambito del lavoro digitale, un altro capitolo è stato dedicato ai (tanti) incubatori di startup nati nel nostro Paese negli ultimi anni, soprattutto grazie alla spinta del piano Industria 4.0. Anche qui di miti da sfatare ce n'è in abbondanza. Il dubbio è che si sia parlato di queste realtà in termini troppo entusiastici. Stando ai dati contenuti nel report del Politecnico di Torino su un campione di 77 incubatori e accelerato-

ri italiani, nel 2017 solo il 5,9% dei loro ricavi derivava dagli investimenti nelle startup, mentre il grosso arriva dagli affitti e dagli altri servizi che gli acceleratori hanno messo in piedi per sostenersi, a partire dai corsi di formazione per le stesse startup. "L'idea di sostenere i giovani è venuta meno lasciando spazio ad altri tipi di attività, perché si è capito che investire nelle startup non paga. Anche perché, a differenza degli Usa in cui a investire sono i venture capital, in Italia si è troppo legati ai fondi pubblici: quando arrivano è meraviglioso, ma quando finiscono c'è il baratro e non si sa come andare avanti", ha spiegato Rossella Grasso, giornalista freelance.

Arriva lo straniero

Il caso Pernigotti, l'azienda di Novi Ligure dal 2013 di proprietà turca e ora a rischio chiusura, ha riportato in auge il tema dei brand italiani passati in mani straniere. Acquisizioni che vengono solitamente raccontate in chiave negativa. Ma è davvero così? A rovesciare questa narrazione ci ha pensato Ducati, passata al Gruppo Volkswagen sette anni fa. "Avevamo paura delle reazioni degli operai e del mercato, essendo noi un marchio profondamente italiano", ha raccontato Luigi Torlai, Direttore delle Risorse Umane. E invece la notizia è stata presa bene e la vendita è stata un'occasione di crescita per l'azienda. "Le acquisizioni non sono né positive né negative, questi sono solo luoghi comuni", ha commentato Torlai. "Nel nostro caso abbiamo imparato molto da Volkswagen, per esempio in termini di pianificazione a lungo termine e di attenzione alla sostenibilità del business". Parallela a quella di Ducati è la storia di Ruffino, storico produttore di Chianti di Pontassieve, Firenze. Nel 2011 il marchio è stato ceduto alla multinazionale statunitense Constellation Brands. Un tradimento delle radici toscane, affondato nel lontano 1877? Niente affatto. L'acquisizione ha raddoppiato il fatturato e azzerato i debiti. E gli Stati Uniti sono diventati il principale mercato di Ruffino, che ha quindi allargato la platea di bottiglie prodotte. "Abbiamo da poco comprato un'azienda agricola veneta per produrre il prosecco e oggi siamo il secondo esportatore negli Usa", ha spiegato Emanuele Rossini, a capo delle HR di Ruffino. Basta guardare le cose da un'altra prospettiva, insomma. E non lasciarsi frenare dagli stereotipi.

www.nobilitafestival.com



Una momento dell'edizione 2019 del festival del lavoro di FiordiRisorse organizzato a Bologna