

Nessuna chiave interpretativa come i mutamenti del lavoro serve per capire l'oggi

DIBATTITI - Una frattura tra richieste delle aziende e atteggiamento di chi cerca

Il lavoro che non si vede

Gina Beltrami, fashion blogger, Federico Caiumi, della start-up Voilap digital, e Nicola Contri, direttore di un'agenzia del lavoro agli Aperitivi di Voce. Un dibattito su valori che mutano, atteggiamenti da cambiare, nuove esigenze e auto imprenditorialità

DI ELISA PALTRINIERI

Il lavoro prossimo futuro è stato al centro del secondo "Aperitivo di Voce", incontro aperto al pubblico e che questa volta si è tenuto in redazione. In una dimensione molto salottiera e raccolta, abbiamo affrontato un argomento come quello del lavoro che ci ha portati nella contemporaneità e nelle trasformazioni del mondo attuale, perché coinvolge demografia e invecchiamento della popolazione, scuola e formazione, costume e cultura. Abbiamo preso in considerazione anche due termini che vanno per la maggiore, come precarietà e flessibilità, per capire quanto sia cambiato l'atteggiamento dei lavoratori. D'altra parte il lavoro prima era standardizzato e basato su contratti, orari, tempi e luoghi precisi mentre oggi notiamo la perdita di tanti riferimenti, così come il mutamento del valore che gli si attribuisce: un tempo era legato a fattori strumentali e di sopravvivenza, mentre oggi appare subordinato ad altre priorità o condizionato dall'espressività personale o ancora dalle nuove possibilità offerte dal web e dalle nuove tecnologie. Come ospiti dell'evento abbiamo perciò invitato **Nicola Contri**, che lavorando da quindici anni nell'ambito delle risorse umane in aziende e in agenzie, ha saputo illustrare i diversi risvolti legati alla ricerca e all'offerta di lavoro; **Gina Beltrami** che, essendo una fra le 80 top italian fashion blogger, ha spiegato su che cosa ha puntato per trasformare una passione in una professione; **Federico Caiumi** che, unendo formazione umanistica e interesse per la tecnologia, nel 2013 ha ideato Voilap digital, una startup innovativa rivolta al mondo del retail e delle smart city e che ha portato servizi per il cittadino a portata di display. Non sono mancate le domande da parte del pubblico, segno che il tema è quanto mai sentito.

A marzo è venuto al cinema Corso davanti a un migliaio di studenti il professor Carnevale Maffè della Bocconi che ha detto (non necessariamente in termini negativi): "Scordatevi il lavoro perché nella vita ne farete almeno sei". Da questo punto di vista hai notato una deadline, un prima e un dopo?

Nicola Contri: «Sì, è stato il biennio 2008-2010: con la crisi le aziende hanno preso coscienza delle loro difficoltà strutturali, perciò ora le agenzie non lavorano più solo sulla quantità di personale,

ma sulla qualità. Con la razionalizzazione delle risorse le aziende cercano persone con specifiche competenze e che facciano, ognuna, il lavoro che prima facevano quattro persone; inoltre, con l'aumento dell'automazione, servono meno operatori ma più specializzati. Oggi però le aziende hanno difficoltà sia nel reperire personale qualificato (periti e ingegneri vengono subito assorbiti dalle aziende ma non sono sufficienti) sia quella di trattenerlo in una situazione di crisi. Di pari passo sono scomparse le professionalità basse, come il famoso "jolly" che faceva un po' di tutto. La flessibilità può essere un valore aggiunto se rappresenta il polmone a cui attingere nei momenti di necessità e se porta a un aumento di competenze nel momento in cui ogni volta che si fa un passaggio da un'esperienza lavorativa a un'altra ci si porta via il know-how. Una sfida vincente secondo me è quella di puntare sulla formazione del personale interno: aumentare le capacità e le qualifiche dei propri dipendenti fa sì che si fidelizzino e che l'azienda corra meno pericolo di vederselo fuoruscire oppure di non sapere dove inserire la figura che ha all'interno. C'è molta gente che arriva a non cercare più da lavorare perché le

competenze sono poche, per cui sono delusi nel trovare lavoro»

In quest'epoca di trasformazione del lavoro i social network possono offrire nuove possibilità come youtubers e influencer (per cui è stato creato anche un corso di laurea apposta), però c'è già molta concorrenza: tu, Gina, come hai fatto a far diventare il tuo blog un lavoro?

Gina Beltrami: «Penso che sia perché ci sono pochi blogger e influencer della mia età, credo che la mia forza sia quella, nel senso che non mi sono mai voluta mettere a confronto con le ragazze più giovani e questo probabilmente mi ha lasciato spazio. Inizialmente ho parlato di moda e ho dato molta importanza al blog, anche perché ho iniziato nel 2013 e, sì, i social c'erano, ma di sicuro non c'era l'esponenzialità che c'è adesso. Ora do più importanza ai social, ma mantengo il blog perché resterà sempre, mentre facebook è un piattaforma che se domani decide di chiudere io non ci sono più. Il tutto è nato per gioco: un collega mi diceva sempre: "Proponi le tue cose, fai un blog", ma io mi sentivo troppo vecchia per queste cose, poi alla fine l'ho ascoltato e con l'aiuto di mia figlia ho aperto il blog. Nel 2016 ho deciso di

lasciare il lavoro che avevo (mi occupavo di accessori, scarpe e borse in un'azienda), però ho voluto completare la mia preparazione, nonostante avessi anni di professionalità nel settore moda: mi sono iscritta all'Academy di Carla Gozzi, ho seguito un corso come personal shopper e consulente d'immagine e questo secondo me è stato un altro punto di forza. Tante ragazze che si avvicinano magari non hanno delle basi, mentre sono convinta che in questo ambito, come in ambiti più tecnologici, la professionalità e la preparazione siano indispensabili. Nel corso del tempo poi i contenuti sono diventati più seri, precisi e curati; ho cercato di avere un profilo alto, di dare sempre contenuti di qualità dai temi alle immagini ai testi. Ho cercato di instaurare dei rapporti di fiducia con le mie follower e man mano che crescevo ho avuto un riscontro positivo anche da parte di aziende che hanno cominciato a contattarmi per collaborazioni che si sono sviluppate, inizialmente nell'ambito della moda e poi di altro. Visto che viviamo in una culla di eccellenze gastronomiche (leggevo proprio oggi che l'Emilia-Romagna è la regione con più ristoranti a tre stelle Michelin), un'altra cosa che ho sempre cercato di fare nel mio piccolo è di far conoscere Carpi, perché nel tempo purtroppo l'importan-

za è andata un po' scemando. Ho cominciato a parlare di cucina, delle nostre eccellenze, dal vino ai ristoranti al parmigiano all'aceto balsamico. Faccio poi la commessa a domicilio, organizzo degli eventi, special sales rivolti a signore della mia età»

Gli aspetti di web marketing, quelli tecnici, li maneggi tu?

Gina Beltrami: «Inizialmente qualche dritta me l'ha data mia figlia oppure ogni tanto mi ha dato una mano mio marito, però alla fine mi sono arrangiata. Faccio tutto da sola e sono contenta, nel senso che ho delle belle soddisfazioni: col tempo ho iniziato a sviluppare la parte travel, ho iniziato a viaggiare, a seguire le fashion week a Parigi, Londra, ... Tutto questo mi arricchisce e proba-

bilmente arricchisce anche chi mi segue che trova spunti e sempre qualche novità. Ho cercato di instaurare un dialogo semplice, molto confidenziale. Per il momento sono contenta e le soddisfazioni ci sono»

Sentiamo anche Federico. Una caratteristica che viene richiesta è la capacità di stare al passo con i tempi e di formarsi costantemente, mentre tempo fa ci si preparava



Gina Beltrami



Nicola Contri

Alcuni mo
Gina Beltr



In Teatro il concerto della Banda dell'Arma dei Carabinieri

Fa parte delle celebrazioni delle Forze armate il concerto della Banda dell'Arma dei Carabinieri che si terrà sabato 16 novembre, alle 20,30, in Teatro comunale. La formazione, oggi composta da oltre cento orchestrali, è diretta dal maestro Massimo Martinelli. Ingresso libero (dalle 20) fino a esaurimento dei posti disponibili.



momenti dell'incontro di Voce sul lavoro. Nella pagina a fianco, i relatori Federico Caiumi, Nicola Contri e Nicola Contri tra i due conduttori, Elisa Paltrinieri e Florio Magnanini



per un mestiere e quello era per tutta la vita professionale. Quali competenze hai messo in campo con la tua startup?

Federico Caiumi: «Io vengo da una formazione classica, quella per cui ti dicevano: "Hai studiato lingue morte, non ti serviranno a niente", però avevo e ho una grande passione per la tecnologia che, finché ero ragazzino, era più legata a gaming e Internet e dopo si è trasformata in un mestiere. La sfida era quella di portare la parte calda della mia formazione umanistica dentro il mondo freddo della tecnologia basata sulla ricerca spasmodica dell'innovazione con poca attenzione spesso al principio di adozione, un principio che abbiamo appreso leggendo. Leggere tanto aiuta moltissimo me e tutti i miei collaboratori a stare al passo coi tempi: aprire tutte le mattine enne piattaforme

o semplicemente fare uno swipe sull'iPhone (scorrere sullo schermo del cellulare, ndr) e guardare le news, ti aiuta a metterti in bolla per la giornata e a capire di più le persone che hai di fronte. Porto sempre questo esempio, perché è simpatico e perché secondo me il principio di adozione è riassunto tutto qua: anni fa regalarono a mia nonna una tv con l'assistente vocale (prodotto della Samsung, top di gamma), ma

nessuno le aveva spiegato che la tv seguiva solo determinati comandi vocali, quindi un giorno sono andato da lei ed era due ore che stava dicendo alla televisione: "Metti sulla Clerici", ma ovviamente la televisione non faceva niente di tutto questo. Questo è un esempio di cosa significhi la ricerca di innovazione tecnologica, dimenticandosi però di chi la deve fruire. La tecnologia deve andare un po' più incontro alle esigenze del cliente o del consumatore in generale. Questa è stata la parte che abbiamo appreso con studi vari, leggendo

tanto, e che ci ha fatto appunto pensare a come doveva essere la nostra azienda». **Puoi spiegarci quindi in cosa consiste la tua startup?** **Federico Caiumi:** «Siamo nati sei anni fa: adesso siamo circa trentacinque persone, ma all'inizio eravamo partiti in due. Noi sviluppiamo tecnologie hardware e software per i negozi e per la smart city, cioè tecnologie per configuratori virtuali per prodotti e schermi per interazione digitale. Per darvi un'idea Leroy Merlin usa le nostre tecnologie: grazie ai nostri schermi i clienti possono capire come starebbe casa loro cambiando pavimento o rinnovando le finestre o usando un altro colore per le pareti. Da un po'



Federico Caiumi

di tempo abbiamo sviluppato anche una sezione inerente la smart city che tratta i totem all'esterno con servizi di primo soccorso (abbiamo un prodotto che fa chiamata di pronto soccorso con un defibrillatore e che viene erogata automaticamente nel caso di un incidente o di un'urgenza), di connettività, di security (con telecamere per monitorare le zone), di informazione. I nostri clienti sono anche i comuni e Grandi stazioni: a Milano abbiamo installato nostri schermi. Crediamo moltissimo nella tecnologia display; noi riusciamo a portare tutta l'innovazione dentro al display per lo stesso motivo che vi dicevo prima, perché non abbiamo perseguito il tema del visore o di tutta la tecnologia di realtà aumentata o di virtuale, perché ci sembrava ancora troppo distante dalle persone, ma abbiamo lavorato sugli schermi perché sono qualcosa che conosciamo bene, tutti i giorni bene o male ci avviciniamo a uno schermo e quindi, abbiamo detto, lavoriamo su quelli. Insomma tanta tecnologia a servizio del cittadino in generale. Il principio di adozione che vi dicevo all'inizio è la chiave che riunisce tutto, cercare di portare la tecnologia il più vicino possibile agli utenti in generale, ai clienti, ai consumatori, ai cittadini tutti»

Ecco, adesso Nicola vorremmo sentirti sul dettaglio del tuo lavoro. Ci interessa anche il campionario umano con cui hai a che fare tutti i giorni. Apri l'ufficio, ti siedici... spiegaci come si svolge la tua giornata. **Nicola Contri:** «Io ormai non

ho più il contatto diretto con le persone, però l'ho fatto e ne ho viste di tutti i colori, dal ragazzino che ti entra coi rollerblade e le cuffie girato di spalle e che non ti risponde al direttore commerciale fino all'extra-comunitario che non parla l'italiano. È cambiata molto la tipologia di utenti: sono sempre meno i ragazzi in età lavorativa e sempre più le persone che hanno difficoltà a rientrare nel mondo del lavoro. I ragazzi hanno un concetto di lavoro smart, cioè immediato, facile, non voglio dire che non hanno voglia di far fatica, forse però non sono stati abituati. L'etica del lavoro viene trasmessa: io ho avuto un nonno che era abbastanza quadrato da questo punto di vista e che mi ha tirato su dicendo: "Se vuoi qualcosa, devi guadagnare, devi lavorare", era semplice. Tante volte invece ti senti dire: "E però io devo uscire prima, perché ho calcetto" e anche a fronte di posizioni di tutto rispetto, come il trasferta che per un giovane che non ha legami né orari può essere un'esperienza formativa, incredibile e retribuita come pochi altri lavori, ci sono pochissime persone, mentre le aziende hanno una necessità folle di avere queste figure. Bisogna riuscire ad attrarre queste nuove generazioni e motivarle nell'inserimento nel mondo del lavoro. Ci sono anche quelli che fanno la differenza, che arrivano con le idee chiare e che sanno che bisogna fare la gavetta e dei sacrifici, ma li identifichi e li noti perché sono rari. Come i giovani immigrati (quelli di seconda generazione) che hanno una concezione del lavoro più

simile a quella di mio nonno, cioè che è necessario lavorare e, a parità di qualifiche, hanno una predisposizione più aperta, sicuramente perché vengono da una situazione sociale diversa» **L'altra faccia della flessibilità è la precarietà, però in certi casi sembra essere diventata un'attitudine esistenziale per quelli che usano il lavoro come un taxi: entrano, escono, con la costante di non impegnarsi mai troppo...** **Nicola Contri:** «Io l'ho sempre visto: persone che fanno il calcolo preciso delle settimane lavorative per accedere alla disoccupazione e magari, a fronte di un rinnovo di contratto, dicono di no. I furbetti o le persone che hanno un approccio diverso al lavoro ci sono sempre stati, anche prima del reddito di cittadinanza, persone che a fronte di un'offerta di lavoro dicono: "Tu mi offri 1.400 euro, io in realtà a stare a casa ne prendo 800/900, prendo la disoccupazione e magari lavoro in nero". È un fatto solido, concreto e delle volte fa anche arrabbiare: io ti tiro fuori un lavoro che è commisurato alle tue competenze e non ti sto mandando a 50 chilometri di distanza ma a 5 da casa, perché devi rifiutare? Dato che stai percependo dei soldi pubblici, che li prendono poi da noi, sarebbe bello poter fare non dico una denuncia, però... Tempo fa ho conosciuto un importante manager che ha fatto un discorso forse un po' estremizzato, ma che resta in parte vero anche in tempi di crisi, lui diceva: "A Modena se sei disoccupato è perché lo vuoi essere".»

14 novembre 2019
Anno XXVI n. 42

VO
CE

APERITIVI DI VOCE 17



Gli "Aperitivi di Voce"

Incontri della redazione per il piacere del dialogo e del confronto dal vivo

Plastica: risorsa o problema?

**Mercoledì 4 dicembre ore 18,30
In redazione (via Catellani 11/A)**

Qualche decina di anni fa il futuro era rappresentato dalla plastica che – essendo innovativa, versatile ed economica – ha velocemente sostituito i materiali tradizionali, rivoluzionando il nostro modo di vivere e di consumare. Oggi siamo tutti preoccupati per i problemi ambientali a essa legati: in questo incontro ne parleremo con chi conosce i processi di trasformazione, di applicazione e i mercati di utilizzo attraverso la conduzione di analisi e prove o lungo i percorsi di raccolta e smaltimento.

Con **Giovanni Antonio Canalini**
(Società Superlab di Salvaterra)
e con un referente Aimag

Conducono: Fabrizio Stermieri ed Elisa Paltrinieri

Dato il numero limitato di posti, ci si può prenotare allo 059 694050 o scrivendo a posta@voce.it.
La precedenza verrà data agli abbonati

Il resoconto sarà pubblicato sul numero successivo di Voce

