

Lavoro, le due facce delle multinazionali

Opportunità per i più giovani, ma anche minori tutele per il personale

Nella transizione dalla Grande Crisi alla ripresa, il ruolo delle multinazionali sembra essere il più delicato: da una parte, il ruolo dei grandi gruppi può fare da volano, con investimenti mirati, a un recupero dei livelli occupazionali smarriti con la recessione; dall'altro, la decisione di eventuali delocalizzazioni porta inevitabilmente con sé rischi di esuberi e licenziamenti. Lo si è visto, nel dibattito pubblico nazionale, con i casi simbolo di Electrolux prima e di Micron poi. In entrambe le vicende, alla scelta iniziale di spostare investimenti (e se necessario personale) dall'Italia verso altri Paesi, si è sostituito l'impegno preso, in una fase successiva, a rimanere con stabilimenti e personale sui territori di riferimento, anche grazie alle mediazioni istituzionali e alla mobilitazione dei lavoratori. Eppure le vertenze continuano, così come i piani industriali che promettono nuovi posti. Per questo,

sulle politiche occupazionali, le multinazionali presenti in Italia continuano ad avere due facce, come nelle storie che ci propone oggi l'attualità. Proprio ieri una ricerca Microsoft-Harris Interactive fotografava le nuove tendenze in materia. Primo: il lavoro "da remoto" rappresenta un fenomeno ampiamente diffuso anche nel nostro Paese. Secondo: da una parte ci si aspetta che i lavoratori siano sempre più connessi e dall'altra sono gli impiegati stessi ad aspettarsi di poter lavorare fuori sede e a chiedere più flessibilità. Sono molte le esperienze significative in questa direzione, ma è evidente che prima dei processi di organizzazione interna, i grandi gruppi dovranno chiarire se e come risolvere i nodi ancora aperti con i territori e le loro comunità di appartenenza. Una sfida questa, che come sempre richiede grande responsabilità sociale.

(D.M.)

La storia/1

Nestlé e i mille da assumere «La lotta alla disoccupazione? Parte dai maestri del mestiere»

CHIARA MERICO
MILANO

Nell'Italia della crisi, con la disoccupazione giovanile a livelli record, offrire opportunità concrete ai giovani è una priorità non solo per le istituzioni, ma anche per le aziende private. Va in questa direzione l'iniziativa NestléNeedsYouth, partita a gennaio e con la quale la multinazionale si è impegnata a creare in tre anni 20mila nuove posizioni lavorative per giovani (tra contratti e stage) in Europa, di cui mille in Italia.

Dopo sei mesi, il primo bilancio dell'iniziativa è positivo: nel nostro Paese 270 giovani con meno di trent'anni hanno avuto la

possibilità di entrare in Nestlé, una cifra in linea con l'obiettivo di 360 nuovi ingressi entro il 2014. Sono 121 i giovani inseriti con contratti lavorativi (di cui il 30% a tempo indeterminato) mentre altri 150 hanno ottenuto un'opportunità di stage o di tirocinio curriculare, in tutti i settori del business di Nestlé in Italia.

«Dal lancio del programma – ha spiegato Giacomo Piantoni, direttore delle risorse umane del gruppo Nestlé in Italia – abbiamo ricevuto più di 8mila candidature: non è vero che i giovani in Italia sono apatici e non vanno alla ricerca attiva di una possibilità occupazionale». I primi risultati di NestléNeedsYouth, ha aggiunto Piantoni, «sono davvero significativi e rappresentano il concreto contributo che anche noi in Italia

vogliamo dare al progetto. Crediamo fortemente nell'impegno preso, come prova tangibile di quanto anche le aziende debbano fare la propria parte». Un impegno condiviso dall'agenzia per il lavoro Gi Group, che dal 2011 ha avviato il programma Young First per facilitare l'inserimento professionale dei giovani. «Per incrementare la presenza di giovani nelle aziende – ha spiegato Zoltan Daghero, direttore delle vendite per l'Italia di Gi Group – è fondamentale comprendere in che modo è cambiato il mercato del lavoro: spesso durante la formazione si creano aspettative che vengono poi disattese. Le agenzie per il lavoro sono in grado di far incontrare le esigenze delle aziende e le competenze dei giovani».

È necessario anche migliorare

le interazioni tra scuola e lavoro: per questo a settembre Nestlé lancerà "Maestri di Mestiere", un programma di alternanza scuola-lavoro dedicato agli studenti del quarto anno delle scuole superiori. «Quando termina la formazione, il giovane entra in una terra di nessuno – ha ricordato Michele Tiraboschi, ordinario di Diritto del Lavoro all'Università di Modena e Reggio Emilia –. Servono intermediari: nei Paesi con bassi tassi di disoccupazione giovanile c'è un'alta penetrazione delle agenzie per il lavoro». L'elemento decisivo, ha aggiunto Tiraboschi, «non è la flessibilità, ma la modalità con cui i giovani iniziano a lavorare, oltre alla loro età. In questo senso l'apprendistato è un sistema che favorisce l'incontro tra domanda e offerta di lavoro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La storia/2

Oggi lo sciopero a Groupon, il leader delle offerte on line

Duello tra sindacati e azienda

ANDREA D'AGOSTINO
MILANO

Flessibilità, produttività, aggiornamento, qualità. Ma anche lavoro a distanza. È su questi temi che si giocano le sfide di molte imprese, soprattutto se multinazionali. E la sorpresa è che anche le società leader di mercato in un settore come l'Ict adesso finiscono sotto accusa.

È toccato a Groupon finire nel ciclone delle polemiche, con otto ore di sciopero proclamate oggi dai sindacati e una manifestazione di protesta dei dipendenti (in Italia sono 300) in una delle arterie principali dello shopping milanese, corso Buenos Aires. Il nodo principale sarebbe la volontà del gruppo - leader mondiale degli acquisti on line, quotato alla Borsa di

New York - di concentrare gran parte delle attività (a partire dal marketing) in Irlanda. Non solo: secondo i sindacati, l'azienda avrebbe avuto un approccio «di intimidazione verso i lavoratori, colpevolizzandoli del trend negativo dei risultati», arrivando, durante alcuni confronti, a parlare di «corpi infetti da eliminare» e minacciando di poter anche «chiudere in Italia».

Fin qui la versione di Filcams Cgil e Fisascat Cisl, che oltre a scongiurare il trasferimento all'estero, chiedono anche di migliorare l'inquadramento contrattuale e aumentare la formazione. Groupon ha replicato, negando ogni piano di ridimensionamento e dichiarando di voler assumere nuove figure professionali in diversi dipartimenti aziendali. «In anni difficili per il mondo del lavoro - ha fatto sapere l'azienda - abbiamo as-

sunto a tempo indeterminato più di 400 giovani ai quali vengono riconosciuti anche benefici aggiuntivi come ticket restaurant, revisione annuale delle retribuzioni (l'ultima avvenuta lo scorso aprile), progetti di formazione, sistemi di incentivazione decisamente superiori alla media del mercato».

Quelle raccontate da Microsoft sono invece storie più positive: "L'ufficio a cielo aperto" è il nome dell'iniziativa presentata ieri, che ha visto coinvolti i dipendenti di tre gruppi di settori diversi quali Credito Valtellinese, Alpitour World e Leitner, per testare il successo del "lavoro da remoto". «Che è un'altra cosa rispetto al telelavoro», ha precisato Vieri Chiti, direttore della divisione Office di Microsoft Italia. Durante tre giornate dedicate allo "smart working", i dipendenti di queste aziende hanno lavorato dalle piazze centrali di Son-

Polemica sull'eventualità che le attività vengano spostate in Irlanda
Ricerca di Microsoft: serve più flessibilità

drio, Torino e Vipiteno, le città dove si trovano i loro uffici: scopo, dimostrare che, se messa in pratica, può funzionare la flessibilità abilitata dalle nuove tecnologie, grazie alle quali è ormai possibile lavorare ovunque (in questo caso, la piattaforma cloud Office 365 e i device Windows e Windows Phone). Nell'incontro di ieri, Chiti ha presentato una ricerca Microsoft-Harris Interactive che conferma come oggi il confine tra vita personale e professionale è molto labile; il 67% di chi lavora in ufficio è in grado di lavorare anche fuori sede e solo un quarto degli impiegati afferma di non lavorare nei weekend o fuori dall'orario di ufficio. In conclusione, afferma Chiti, «grazie alla tecnologia che consente di lavorare in mobilità, gli impiegati si sentono più produttivi (92%) più collaborativi (85%) e meglio focalizzati (75%)».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL CASO

Con Lucisano il cinema italiano torna in Borsa

È una delle più antiche società cinematografiche italiane: la Lucisano Media Group, fondata da Fulvio Lucisano nel 1958 e produttrice di tante commedie italiane, è pronta a quotarsi in Borsa, dopo Leone Film e Notorius Picture. Ieri è stato presentato il roadshow che la porterà su Aim dal 16 luglio ad un prezzo compreso tra 3,7 e 4,5 euro per azione; previsto un aumento di capitale da 20 milioni per investitori istituzionali e da 4,99 milioni per quelli retail, con un obiettivo di raccolta di 10/15 milioni. Di film la Lmg ne ha prodotti finora 150, tra cui il penultimo di Buster Keaton ("Due marine e un generale"), "Ricomincio da tre" di Massimo Troisi, "Il Tassinaro" di Alberto Sordi, fino a "Notte prima degli esami" di Fausto Brizzi. Con i proventi della quotazione, Lmg intende «aumentare la produzione nazionale e le co-produzioni internazionali», ha detto Paola Lucisano, presidente del gruppo. Tra gli obiettivi c'è poi «la crescita nei centri storici con nuove sale multiplex ed il rafforzamento dei legami artistici con la creazione di nuovi talenti». Lmg ha chiuso il 2013 con 35,23 milioni di ricavi, ne prevede 48,8 per quest'anno, oltre 55 per il 2015. L'utile è previsto in rialzo a 4,3 milioni nel 2014.

(A. D'A.)

