QUOTIDIANO NAZIONALE

01-NOV-2026
da pag. 2 / foglio 1

Quotidiano - Dir. Resp.: Agnese Pini
Tiratura: 137439 Diffusione: 84577 Lettori: 903000 (Data Stampa 0004811)

DATA STAMPA
45° Anniversario

Data Stampa 4811-Data Stampa 4811

I giovani seguono l'Usb È il marketing sindacale

Competizione generazionale con la Cgil a suon di cortei. Mancano i Grandi Maestri

di **Alberto Orioli**

C'è piazza e piazza. Quella dei facinorosi che spaccano tutto e sono guidati da una rabbia razziatoria, derivante più che dal carovita, da una versione neo consumista degli espropri proletari 4.0. Sono felpe nere senza rappresentanza se non quella frutto del network creato dai social, a volte manipolati, a volte no. Poi c'è la piazza del sindacalismo 'istituzionale', quello confederale, con la Cgil che ne cerca la leadership. Una piazza ad uso dell'opposizione con Maurizio Landini e il suo sindacato in chiave di federatori esterni, come fossero un enzima prepolitico. O forse politico senza pre.

In quell'occasione la coreografia dei cortei è orchestrata da folle di pensionati e da boomer in via di pensionamento, giovani pochi. Per le piazze cosiddette dei giovani come quelle di venerdì 30 ottobre il marchio del marketing sindacale va all'Usb, l'unione dei sindacati di base. L'Usb è il distillato di decenni di cultura dei Cobas, i gruppi di lavoratori sorti negli anni 90 in contrasto aperto con il sindacalismo confederale, animati da richieste puramente corporative e per nulla preoccupate delle compatibilità di sistema che invece stanno al centro dell'azione dell'idea confederale del sindacalismo. Si definisce sigla del «sindacalismo conflittuale e indipendente» e denuncia al ministero del Lavoro oltre 600mila iscritti, triplicati dal 2010 anno della fondazione formale. Per l'inevitabile spartizione in nome del marketing sindacale, che è il cuore della rappresentanza del lavoro, è un segnale di cui tenere conto: le folle di giovani che chiedono un futuro più decente e più riguardo verso i loro talenti è finito sotto l'egida della più corporativa delle sigle sindacali. Che ha fatto proseliti nel pubblico impiego, nel mondo dell'industria segnata da vertenze epocali come quella dell'Ilva e anche nel cosiddetto mondo del non lavoro che fa dell'Usb un «sindacato meticcio», come lo definiscono i suoi leader, dedicato alle frange di emarginazione e di esclusione sociale. In diversi casi le ultime manifestazioni sono state organizzate in parallelo, in base a una tolleranza tattica, tra le sigle confederali (sempre soprattutto la Cgil) e l'Usb.

Ma stavolta il confronto tra le due visioni di sindacato è diretto e frontale: venerdì scorso lo sciopero generale dell'Usb, il 20 novembre quello della Cgil. È un altro segno dei tempi questa competizione a suon di scioperi generali, ma rischia di risultare solo cinicamente strumentale sulla pelle delle nuove generazioni ancora in cerca di Grandi Maestri. Che la politica, il sindacalismo, l'accademia e la società forse ancora non hanno prodotto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA


Scuola, 7mila posti in meno

I giovani seguono l'Usb: È il marketing sindacale

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS4811 - S.45117 - L.1849 - T.1849