

Il lavoro «alla spina». Modernità e opportunità

La copertina con cui l' Economist ha inaugurato il 2015 non passa inosservata: un rubinetto dal quale esce un getto di lavoratori autonomi (dai tassisti, agli addetti alle pulizie, ai manutentori) e di liberi professionisti (dai consulenti di direzione ai medici, passando per avvocati e commercialisti), disponibili su chiamata a prestare la loro opera per fare ciò che serve, quando serve e finché ce n'è bisogno.

Ad aprire il rubinetto, ci pensa una nuova generazione di imprese, con le competenze per intercettare la domanda di servizi di ogni tipo e per soddisfarla con una rete capillare di freelance qualificati, attivata e coordinata dalla potenza di connessione delle app per smartphone.

Si chiama «on-demand economy», sta ridefinendo il funzionamento dell'economia dei servizi in tutto il mondo e, con lo sbarco di Uber a Padova, ha fatto breccia anche in Veneto. Tutto fa pensare che siamo di fronte all'ennesimo fenomeno dirompente per il lavoro. Per i prestatori di servizi sarà come esternalizzare la funzione commerciale.

I più giovani ne trarranno vantaggio: entrano subito nel network di un operatore specializzato, aumentano la probabilità di incrociare richieste di servizi coerenti con le loro competenze ancora acerbe e così fanno rapidamente esperienza.

Per i lavoratori autonomi e i professionisti più anziani, esposti al rischio di essere messi fuori mercato dall'età e dalle innovazioni, l'accesso al portafoglio clienti dell'intermediario è la via più semplice per raggiungere l'età della pensione.

Per quelli che si rifiuteranno di lavorare «alle dipendenze di

un'anonima app» per rimanere ostinatamente indipendenti, la via maestra è differenziare il portafoglio di servizi con soluzioni più qualificate o più economiche della concorrenza: qualunque sarà la modalità scelta, i clienti ringrazieranno.

A dirla tutta, esiste anche un'altra strada da esplorare: mettersi nella scia della «on-demand economy» e avviare forme di imprenditorialità collaborativa, con l'obiettivo di condividere la funzione commerciale invece di affidarla ad altri e perderla per sempre.

In Veneto, esistono già esperienze positive di network territoriali di esperti e professionisti. Queste reti saranno tanto più competitive quanto prima faranno propri i nuovi modelli di gestione e di coordinamento.

Non si tratta di scimmiettare i grandi operatori emergenti, ma di individuare con cura i leader a cui ispirarsi e poi scegliere le pratiche da imitare (e da adattare). È una strategia nobile: copiare da uno è plagio, ma copiare da tanti è ricerca.

[link all'articolo](#)