



Il lavoro intellettuale nelle industrie creative

Sono stufo di essere intelligente.

Abstract dell'intervento di Giannino Malossi

Chi lavora nelle *Creative Industries*, dove il lavoro conoscitivo e creativo è decisivo per la creazione di valore aggiunto (moda, design, comunicazione...) sa bene quanto le relazioni di collaborazione siano difficili, precarie, frustranti. Eppure il *mantra* sul valore economico della conoscenza e della creatività (il cui lancio si deve al primo governo laburista di Tony Blair nel 1997) viene ripetuto spesso oggi da politici, amministratori, *opinion maker* economici italiani. Nella realtà la prassi consolidata è quella di escludere il lavoro intellettuale creativo e conoscitivo dagli investimenti strategici e dai processi decisionali.

Per le aziende, creatività e cultura sono accessori di lusso; ornamenti decorativi della reputazione; *commodities* da acquistare da fornitori esterni al prezzo più basso possibile. Quando si nomina la parola cultura, sembra agire ancora il fantasma del mecenatismo paternalista, e alla fine prevale la sottovalutazione contabile delle competenze creative e conoscitive. Alle aziende manca la capacità di vedere che la cultura è oggi un passaggio obbligato nelle filiere di produzione di valore aggiunto non solo simbolico ma anche direttamente economico, così come è una delle motivazioni principali del consumo, e in quanto tale deve essere adoperata in tutte le fasi decisive di progettazione, produzione, distribuzione, comunicazione. La cultura è uno strumento per la creazione di ricchezza e di sviluppo materiale che le aziende non sanno usare da sole, ma non si fidano a lasciar usare da consulenti esterni. Perché? Forse nelle aziende si intuisce che il lavoro intellettuale è una risorsa preziosa e, semplicemente, si vuole pagarla meno? Timore reverenziale per la casta degli intellettuali? Paura di perdere potere nelle gerarchie interne? C'è qualcosa che non va nelle relazioni tra economia e cultura...

In questo intervento cercherò di dimostrare che il più duro ostacolo per la messa a valore delle competenze intellettuali e creative è costituito dalla configurazione prevalente nel rapporto tra cultura e imprese, cristallizzato nella visione feticista della cultura come veicolo di rappresentazione di status.

Un rapporto che deve cambiare. È interesse dei lavoratori cognitivi e creativi, ma anche delle stesse aziende, elaborare nuovi termini di discussione. Ad esempio, il termine industria culturale ibrida: l'industria che produce merci materiali, tangibili, il cui valore economico è determinato dal consumo di fattori immateriali, intangibili cioè culturali, simbolici, linguistici in esse incorporati.



Lavoro intellettuale autonomo

Come farsi pagare. Modelli di costruzione del prezzo e cultura d'impresa nella relazione con il consulente.

Abstract dell'intervento di Dario Banfi

Quotare il lavoro autonomo è un'attività complessa che trova difficili riferimenti generali e di mercato. Le società di ricerca non se ne occupano. Il compenso professionale dei professionisti senza tariffari non costituisce infatti un'informazione rilevante nella pianificazione dei costi imprenditoriali. Eppure la spesa viene allocata internamente ogni anno dalle divisioni produttive: quali logiche utilizzano?

La scarsità di studi e materiali informativi dedicati alla “costituzione del prezzo” per le prestazioni professionali dei consulenti senza tariffari non esclude comunque una cultura diffusa tra i professionisti che adottano esplicitamente o implicitamente logiche e metodologie sufficientemente codificabili e riconducibili a pochi modelli. La costruzione di offerte e preventivi segue regole comuni sulle quali è possibile confrontarsi tra famiglie professionali. Il costo orario o a giornata vale per tutti? Quanto vale un'ora del mio tempo? E quanto pagare un creativo che trova la soluzione adatta in pochi istanti? Ma è vero che la trova in pochi istanti?

L'intervento verterà sulla identificazione e la comparazione delle logiche più diffuse per quotare il lavoro intellettuale autonomo. In maniera empirica, ma avallata da anni di osservazione qualitativa e di confronto diretto e interviste ai professionisti con partita IVA, saranno illustrati alcuni elementi con cui si definiscono i prezzi per le prestazioni professionali. A fianco di un'analisi di differenti famiglie professionali, si valuterà l'incidenza della cultura legata al lavoro dipendente nella valutazione delle competenze e dei risultati richiesti.

L'impatto degli *overhead* sul lavoro autonomo, i costi di aggiornamento, la disparità tra “conto economico” e “dote patrimoniale intangibile”: come valutarli correttamente nella formulazione di preventivi? Come quotare la consulenza legata agli asset intangibili che non entrano nello stato patrimoniale di un'impresa? Per rispondere si analizzeranno questi modelli di costruzione del prezzo: “*Lavoro autonomo equiparato al lavoro dipendente*”; “*Lavoro autonomo equiparato al rapporto tra imprese*”; “*Cottimo, provvigione e diritto d'autore*”; “*Anticipo del risultato variabile nell'ambito della creatività*”. Insieme si presenteranno alcuni elementi per la composizione dei compensi (rischio, prestigio del cliente, entry level strategies, fattori psicologici, libertà di trattativa ecc.) e casi pratici di cultura aziendale e procedura interna nella definizione dei budget da assegnare alla consulenza. In ultimo si presenteranno alcuni spunti sul tema delle spese e del “farsi pagare” in senso più stretto, legato alla tempistica e alle modalità dei compensi.



LAVORARE. A che prezzo?

Il valore del lavoro intellettuale

Milano 17 Giugno 2009 – Hotel Machiavelli

Giannino Malossi

Freelance, autore

Giannino Malossi ha studiato filosofia (alla Statale) nella Milano turbolenta anni '70 molto distratto da interessi sul consumo culturale, arte, design, moda. Tra il '75 e il 1980 lavora con Elio Fiorucci. Nei primi anni '80 partecipa alla creazione di riviste sub-culturali come *i-D* e *The Manipulator* e condivide con Vivienne Westwood i primi passi della sua griffe post-punk. Dal 1986 al 2000 collabora alla definizione delle strategie di comunicazione di entità come Pitti Immagine, Camera Nazionale della Moda Italiana, ADI Associazione Design Industriale. Ha ideato Fiorucci Dxing e poi Fashion Engineering Unit, piattaforme interdisciplinari di studio sull'industria e l'economia della moda. Ha curato e prodotto mostre per Triennale Milano, Biennale Venezia, Stazione Leopolda Firenze, The Art Directors Club New York. Ha pubblicato vari libri tra i quali: *"The Style Engine: Spectacle, Identity, Design and Business; How the Fashion Industry Uses Style to Create Wealth"*; *"Volare: The Icon of Italy in Global Pop Culture"*; *"Material Man: Masculinity, Sexuality, Style"*. Dal 2001 è stato docente a contratto all'Interaction Design Institute Ivrea e alla Facoltà del Design Milano-Bovisa. È partner di Id-Lab, società di interaction design. Collabora con la rivista GQ e si dedica ancora alla teoria e pratica delle relazioni tra cultura e economia, industrie creative, comunicazione e consumo.

Dario Banfi

Giornalista freelance, consulente in comunicazione d'impresa

38 anni, è giornalista professionista e freelance. Libero professionista, consulente in comunicazione d'impresa. È specializzato sui temi del Mercato del Lavoro; Management e ICT. Collabora con testate giornalistiche nazionali (*Il Sole 24 Ore, Avvenire* ecc.) e scrive per numerosi periodici e pubblicazioni di editoria specializzata e online (*Corriere delle Comunicazioni, Apogeeonline.com* ecc.). Coautore di *Condizioni e identità nel lavoro professionale (Derive & Approdi, 2008)* e autore di *Diventare manager 2.0 (Apogeo, 2007)*; *Il mio blog (Apogeo, 2007)*; *Liberi professionisti digitali (Apogeo, 2006)*; *Trovare lavoro con Internet (Apogeo, 2006)*. Offre consulenza editoriale e in ambito di comunicazione d'impresa a grandi società del settore informatico, associazioni professionali, società di relazioni pubbliche e operatori privati attivi nel mercato del lavoro e nella consulenza direzionale d'impresa. È stato consulente del Ministero del Lavoro in materia di economia sommersa. Laureato in filosofia, è stato content writer e project manager per agenzie italiane di new media.

Associato ACTA.

Iscritto all'Ordine Nazionale dei Giornalisti Professionisti.

Il suo blog dedicato al mondo del lavoro:
<http://www.humanitech.it>



Sergio Bologna

CV in breve dal 1990 al settembre 2007

Sergio Bologna (Trieste, 28.03.37).

Membro italiano del Club Eurotrans, équipe di ricerca di 7 paesi europei (1990);

Rapporto di ricerca del Club Eurotrans al Congresso Mondiale di Economia dei Trasporti pubblicato nei Proceedings (Lione 1992);

Diversi Rapporti per la Conferenza Europea dei Ministri dei Trasporti (Parigi, 1989-1994-2002);

Indagine sui porti marittimi per l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (1994);

Piano regolatore del Porto di Cagliari (1996);

Coordinatore e responsabile del settore trasporto merci e logistica del Piano Generale dei Trasporti presso il Ministero dei Trasporti con i dicasteri Burlando, Treu e Bersani (1998-2000);

Vicepresidente dell'Associazione Italiana di Logistica (2000-2003);

Consulente della Presidenza del Cnel su reti e infrastrutture logistiche 2001- dicembre 2004;

Consulente dell'Amministratore Delegato di Trenitalia fino all'ottobre 2004;

Consulenze diverse per l'Interporto di Bologna sui collegamenti ferroviari coi porti (2004/05);

Consulente dell'Assessorato ai Trasporti e alla Mobilità della Regione Campania fino all'aprile 2006;

Membro del Comitato Tecnico-Scientifico dell'Unione Interporti Italiani fino al dicembre 2005;

Consulente di RAM Rete Autostrade Mediterranee (2005/2006);

Direttore del Dipartimento Trasporti della società svizzera Antoptima SA per la diffusione di sistemi di ottimizzazione del trasporto intermodale (Istituto di Studi sull'Intelligenza Artificiale presso la SUPSI di Lugano) fino al dicembre 2006;

Advisor di Sviluppo Italia su progetti di nuovi porti nel Mezzogiorno (2005/2006);

Consulente dell'Autorità Portuale di Trieste per l'elaborazione del Piano Operativo Triennale (2007);

Esperto della V Commissione del CNEL su reti e infrastrutture (in essere);

Consulente di Assoporti (in essere);

Consulente della Regione Emilia-Romagna per i progetti europei (in essere);

Esperto di Ferrovie dello Stato spa per i problemi di trasporto merci e logistica (in essere);

Collaborazioni saltuarie per "DVZ Deutsche Logistik Zeitung", "Logistica Management", "Logistica" e "Il Sole-24 Ore Trasporti".

È anche Membro del Comitato Tecnico Scientifico di UIRNET;

Socio onorario dell'Associazione Tedesca di Logistica (BVL);

Membro dell'Osservatorio Permanente sulle Politiche del Trasporto in Europa del Conseil National des Transports di Parigi;

Esperto del Freight Leaders Club;

Membro del Comitato Scientifico della Fondazione "Luigi Micheletti" di Brescia e del Centro Studi "Franco Fortini" dell'Università di Siena.