

Web e partita Iva Così i giovani s'inventano il lavoro

In Italia record di nuovi mestieri grazie a Internet

GIUSEPPE BOTTERO
TORINO

La fuga dei cervelli dall'Italia rischia di fermarsi molto presto, più o meno all'altezza della camera da letto. Se l'ultima mossa per trovare un lavoro è inventarselo, qualcuno tra i ragazzi più intraprendenti l'ha già fatto, anche senza lasciare il Paese: si fanno chiamare *wwworkers*, per ora sono alcune centinaia. Sono i ragazzi che hanno deciso di lanciarsi nell'imprenditoria dopo lunghe trafale di precariato e stage e, senza passare per un'assunzione, hanno provato il brivido della partita Iva, scegliendo come luogo di lavoro il Web.

«Mi sono dato un anno di tempo per studiare il fenomeno, per definire i profili, per capire cosa sta accadendo - racconta Giampaolo Coletti, ideatore di *wwworkers.it* (un blog che raccoglie le storie di chi ha tentato, riuscendoci, di mettersi in proprio), agitatore culturale della Rete, ex flessibile dell'informazione -. I *wwworkers* sono apparsi timidamente in Italia dallo scorso anno, anche a seguito della crisi che ha vissuto il mondo del lavoro. E c'è da giurarci si imporranno con il 2010. Sono una razza in via di moltiplicazione».

Mentre i loro fratelli maggiori hanno lasciato l'Italia per cercare fortuna all'estero, i lavoratori della generazione Y hanno sfruttato i nuovi strumenti per creare un network di relazioni e per trasformare le loro passioni in mestiere.

Secondo una ricerca di Accentu-

re che ha coinvolto oltre 5500 giovani di tutto il mondo, i ragazzi italiani sono tra i primi a livello globale per l'uso delle tecnologie emergenti nei contesti lavorativi insieme con cinesi e statunitensi, ben più avanzati di giapponesi e tedeschi. La maggior parte degli italiani sotto i 25 anni comunica con i propri clienti attraverso chat online, instant messaging, messaggistica mobile e feed Rss, a scapito dei mezzi di comunicazione più tradizionali. «Dal made in Italy siamo passati al live in Italy», sintetizza Coletti. Già, perché le caratteristiche principali dei *wwworkers* sono due, inconciliabili solo sulla carta: un forte radicamento sul territorio e la possibilità di scegliersi un posto di lavoro virtuale.

A guidare la carica dei neo-imprenditori c'è Alessandro Carena, appassionato di animali, ventiduenne milanese, diplomato in tecnologie alimentari, che ha lasciato il suo posto fisso come receptionist in una grande azienda per fondare un sito che offre servizi di «dog sitting»: porta a passeggio i cani degli altri, offre una disponibilità di 24 ore su 24, 7 giorni su 7 e una risposta immediata e - spiega - «la crisi non si sente».

Franco Zullo, invece, dopo gli inizi nel marketing ha mollato tutto per aprire una lavanderia prenotabile solo online che offre servizi a domicilio. La sua attività è partita nel 2007 e si è rafforzata anche nell'anno più nero per l'economia. «Abbiamo chiuso il

2009 con un +12%. E le previsioni sono tutte col pollice su», racconta.

Poi ci sono gli insospettabili. Come i pastori sardi Franca ed Emilio Concas, che con l'aiuto dei figli hanno abbandonato i pascoli per aprire una web tv con servizio di e-commerce. Su *www.sardiniafarm.com* si può adottare una pecora a distanza: con poche centinaia di euro è possibile ricevere quattro forme di pecorino, oppure due cesti di prodotti tipici con olio, vino, mirto e i dolci cucinati dalla signora Franca.

Dopo la sbornia della new economy e la bolla del Web, però, nessuno si deve aspettare grossi introiti. «I *wwworkers* si mantengono, ma non hanno grandi ricavi», ammette Coletti, che boccia i paragoni con il telelavoro, mai decollato veramente. «Il telelavoro ti cambia la prospettiva ma non il padrone - ragiona -. Oggi per lavorare per se stessi basta una connessione Web».

Proprio come ha fatto l'eroina dei *wwworkers*, una ragazza americana con i capelli rossi, ex impiegata modello di una compagnia di assicurazioni che lascia tutto per lanciare il suo blog di cucina. Si chiama Julie, ed è la protagonista di «Julie&Julia», il film del 2009 con Meryl

Streep e Amy Adams che ha fatto boom al botteghino anche in Italia. «E' la nostra icona - gongola Coletti -. Quando vede i frutti del suo lavoro le brillano gli occhi. E' esattamente come noi».