

Il paradosso della Fiat.

La vertenza Fiat è ancora aperta! È il dissenso verso il modello neoaziendalista, a condizioni di lavoro piú gravose, senza certezze sui prodotti, con limitazioni delle libertà sindacali, che la tiene in vita. Certo, dentro una crisi economica e industriale senza precedenti per le nostre generazioni e che vede nell'auto il prodotto simbolico della crisi stessa. Con il prodotto auto che riscontra, da un lato, un eccesso di capacità produttiva teorica installata nel mondo pari a circa 80-90 milioni di auto producibili dagli impianti esistenti, contro una domanda di 50 milioni di vetture all'anno¹ e, dall'altro lato, una distribuzione della domanda che vede crescere la nuova motorizzazione in paesi come Cina, India e Brasile mentre le vendite calano in Europa e oscillano negli Stati Uniti; quindi con una distribuzione degli impianti produttivi che non corrisponde all'evoluzione della domanda.

Questa vertenza che ha voluto la Fiat ha portato alla ribalta, nel nostro paese, il tema di che

cosa è oggi il diritto al lavoro in termini sostanziali e di che cosa può diventare il diritto formale del lavoro, a partire da una messa sotto pressione della Costituzione (di cui l'articolo primo recita che la Repubblica italiana è fondata sul lavoro). Adottare questo punto di vista si rivela una scelta molto forte: è evidente infatti che la vertenza Fiat ha aperto in questo paese, nelle sue relazioni sociali e sindacali, un conflitto che comunque si concluda segnerà, in Italia, tra l'azienda e il movimento dei lavoratori – come è quasi sempre accaduto –, nuovi rapporti sociali e di forza, o, per dirla in termini classici, un nuovo equilibrio tra capitale e lavoro.

E allora diventa necessaria una premessa: almeno fino a oggi, la vicenda Fiat ha aspetti più politici che economico-industriali o produttivi, come può apparire a prima vista. Consideriamo la situazione paradossale che si è creata (e spesso non viene raccontata). Stiamo discutendo di un'impresa che chiede un maggior utilizzo degli impianti e disponibilità a lavorare su diciotto turni, che vuol dire lavorare sei giorni su sette con il sabato «strutturale», anche se a scorrimento, lungo l'intero anno solare, per ventiquattr'ore, su tre turni, sei giorni alla settimana. Un'impresa che chiede, inoltre, di poter disporre di duecento ore di straordinario all'anno obbligatorie e «a comando». Sono tantissime duecento ore di straordinario, soprattutto se in alternativa, o in combinazione, si arriva a diciotto turni: ne risulterebbero venticinque giorni di

lavoro in piú all'anno o, in altri termini, sei mesi consecutivi di straordinario al sabato.

La Fiat chiede poi di tagliare le pause, di avere la garanzia che il flusso dei prodotti non si arresti e si adegui, anche improvvisamente, alla domanda del mercato. E per ottenere tutto ciò pretende «l'esigibilità» dai lavoratori. Una vera e propria garanzia sulla prestazione fornita, con tanto di penale eventuale (sanzioni), che le lavoratrici e i lavoratori dovrebbero dare all'impresa per il mancato consenso. C'è però una «piccola» contraddizione: l'azienda che pretende queste condizioni dai suoi operai, in questo momento (ed è cosí da piú di tre anni nella crisi) lavora nello stabilimento di Mirafiori tre giorni al mese e, nel 2011, ci ha lavorato per 41 giorni; 42 giorni si è lavorato nello stabilimento di Pomigliano; 94 nello stabilimento di Termini Imerese (che ha chiuso i battenti alla fine del 2011). L'unico stabilimento che ha lavorato tutti i giorni del 2011 è quello della Sevel in Abruzzo, dove si produce il veicolo commerciale, e dove negli ultimi mesi sono stati lasciati a casa 350 giovani lavoratrici e lavoratori interinali ed è iniziata la cassa integrazione².

Le prospettive sono che nel futuro prossimo si replicherà aumentando l'uso degli ammortizzatori, ciò al netto dei risultati che porterà a Pomigliano la nuova Panda con il compito ambizioso di assorbire tutti i 5000 lavoratori (mentre oggi, in fase di salita produttiva, ne occupa 2147, nessuno

attualmente iscritto alla Fiom-Cgil). Quindi noi stiamo «litigando» su fatti ipotetici, che ancora non ci sono. Non ci sono prodotti che necessitino di uno specifico utilizzo degli impianti, o meglio, non ci sono ancora sufficienti nuovi prodotti, né un mercato che li reclami, né quindi produzioni che richiedano queste disponibilità ai lavoratori. Né c'è questa necessità di adeguarsi istantaneamente a una domanda di autoveicoli in crescita, a un mercato in cui la variazione continua dei prodotti mal sopporta i lacci e laccioli della negoziazione sindacale (che è un po' come dire di non sopportare la partecipazione e i processi democratici).

Per questo io penso che siamo principalmente di fronte a un'operazione di segno politico, ideologico, con un obiettivo abbastanza preciso: riposizionare il lavoro in una condizione più subordinata, selezionando nella globalizzazione i lavoratori dei paesi emergenti, e appiattendolo e facendo precipitare la collocazione degli operai e degli impiegati italiani ed europei, costringendoli a ridiscendere quella scala sociale faticosamente risalita nel Novecento. Il lavoro deve avere, secondo questa ipotesi, un unico diritto: il lavoro stesso. La disponibilità dev'essere totale, con un'idea dispotica del lavoro umano, il tempo di vita subordinato al mercato, al flusso dei suoi prodotti, all'investimento. Un'ipotesi dove il rischio d'impresa viene garantito dall'impegno senza limiti delle donne e degli uomini che lavo-

rano, dalle operaie e dagli operai che dovrebbero quindi sacrificare anche i propri affetti e le cure per sé e per gli altri, appunto, al dio pagano del mercato. Così si genera un rovesciamento paradigmatico tra le merci e gli esseri umani: con le prime che prendono vita, soggettività e finalizzazione, le donne e gli uomini che lavorano diventano merci, mere risorse disponibili, purché obbedienti.

In quest'offensiva si è distinto, ritagliandosi una parte da protagonista principale, proprio l'amministratore delegato della Fiat: non c'è mai stato, io credo, nella storia di quest'azienda un amministratore delegato che si sia così esposto nelle relazioni sindacali, interpretando un ruolo più politico che manageriale, le cui enunciazioni filosofiche su come dovrebbe essere il mondo sono molte di più dei dati e degli aggiornamenti su come si fanno e si vendono le autovetture del gruppo da lui gestito. Non si può considerare normale che un Ad voglia essere di fatto anche il capo del personale, che si occupi di relazioni sindacali o politiche, della comunicazione, e anche dei tre dipendenti licenziati di Melfi, fino a compiti più propri e istituzionali, come l'accordo col presidente Obama e, ovviamente, quello di definire le strategie finanziarie, industriali e di prodotto (di cui invece parla il meno possibile).

Un'altra anomalia sta nel fatto che dispone di un potere molto ampio, anche questo senza precedenti in Fiat, e contemporaneamente di

una linea molto corta di comando. C'è lui, l'Ad, con pochi altri, a prendere decisioni in azienda. In questa sovraesposizione dell'amministratore delegato c'è anche chiaramente l'obiettivo di sovrapporsi e di coprire le responsabilità e il ruolo dell'attuale proprietà della Fiat, che nella comunicazione dell'azienda appare solo e sempre sullo sfondo (al massimo comprimaria, mai protagonista).

Si tratta, indiscutibilmente, di una vera e propria rottura con lo stile della Fiat italiana, che vedeva sempre, anche nei momenti difficili e nei passaggi strategici del gruppo, l'assunzione di responsabilità della proprietà, della famiglia Agnelli con i suoi massimi esponenti, anche attraverso la comunicazione su giornali e televisioni. Oggi invece c'è solo «l'Ad con il maglioncino». Certo pesa, in questo atteggiarsi, la cultura manageriale anglosassone, dell'«uomo fattosi da sé», del *self-made man*, solo al comando; pesano i vantaggi del ruolo acquisito, dopo aver risolto il dualismo con Montezemolo, verso la proprietà, e conta l'aver evitato, con abilità e un pizzico di fortuna, il fallimento del gruppo nel 2004. Ma non si può non avere il sospetto che l'esaltazione anche mediatica dell'Ad Fiat, cercata e voluta, serva pure a disimpegnare la proprietà Fiat dalle radici e dagli impegni con l'Italia, rendendo il suo legame con il paese il meno evidente possibile, sfumando le proprie responsabilità storiche verso la nazione, preparando un prossimo distacco o un riposizio-

namento all'interno di futuri assetti proprietari e azionari. D'altronde è lo stesso amministratore delegato ad aver dichiarato recentemente dal Salone dell'auto di Detroit – sempre più spesso le dichiarazioni della Fiat più significative per l'Italia arrivano da oltreoceano – che il problema del rapporto con il nostro paese è un problema principalmente affettivo; e trattandosi di un uomo di finanza è tutto detto.