Worksumer: il rinascimento del lavoro inizia da qui

worksumer-e5ccd873

Aggiornati, creativi e mobili: sono i worksumer, i lavoratori 3.0 sempre più a loro agio nella società liquida.

E' questa la definizione fornita dall'osservatorio di COPERNICO Where Things Happen, a proposito dei nuovi worker in cui le esigenze di consumo (come spazio, tempo, contenuti, training, tecnologia, strumenti, network, benessere e cibo) sono sempre più spiccate.

"*La relazione tra tempo, spazio, contenuti e valori è centrale per capire il Worksumer- spiega infatti* **Pietro Martani, CEO di Windows on Europe** e **ideatore di COPERNICO**-. "*Si tratta di un lavoratore evoluto, allo stesso tempo protagonista e attore di una dimensione lavorativa dinamica e innovativa che va oltre il contesto tradizionale, creando un'esperienza diversa*"

Come è cambiato il mondo del lavoro

Negli ultimi 50 anni il ciclo di vita delle imprese si è ridotto da 60 a circa 18 anni. La linea che separa la sfera privata da quella lavorativa è sempre più sfocata e la ricerca di un equilibrio tra le due dimensioni porta il lavoratore a prediligere spazi funzionali al lavoro con un'attenzione al benessere: ambienti activity-based e flessibili, corredati da servizi che gli permettano di prendersi cura di sé e divertirsi allo stesso tempo.

E c'è addirittura chi parla di "nuovo rinascimento del lavoro": un mood in cui la soggettività, l'individualità e la flessibilità prendono il sopravvento sulla schematizzazione e uniformità dei comportamenti e degli ambienti.

Lavorare in nome della mobilità, dunque, tanto che secondo l'Osservatorio Smart Working del Politecnico di Milano questa nuova "mobilità della postazione di lavoro" potrebbe valere 27 miliardi in più di produttività e 10 miliardi in meno di costi fissi.

Schermata 2016-01-12 a 12.46.04E le aziende italiane stanno progressivamente cavalcando l'onda, come dimostra il fatto che il 30% di esse favorisce il lavoro da remoto (fonte: Rapporto dell'Osservatorio Smart Working della School of Management del Politecnico di Milano). E non basta: gli investimenti dei Venture Capitalist italiani in aziende di nuova generazione sono infatti cresciuti a ritmi intorno al 200% nell'ultimo anno (fonte: CBS Insight) e, nello stesso periodo, gli spazi dedicati allo smart working si sono sviluppati in tutto il mondo con percentuali di crescita intorno al 250% (fonte Harvard Business Review). Un fenomeno globale come dimostra il caso di WeWork – start-up newyorkese – che con le sue 30.000 membership è stata recentemente valutata 10 miliardi di dollari. O Regus che alla fine del 2014 contava su una rete di 2.200 locations, e 2 milioni di clienti in un centinaio di Paesi.

La nascita del worksumer

Il risultato? Un nuovo modello di fruizione degli spazi e del tempo del lavoro per un lavoro ormai sempre più "liquido" e flessibile in termini di spazio e tempo ed esigenze di consumo funzionali al lavoro. Ed è in questo "nuovo habitat" che nasce e cresce il Worksumer. Che non è solo il giovane startupper, o il creativo digitale, ma anche il professionista più maturo che trasferisce in questi nuovi spazi gruppi di lavoro o interi rami di azienda con l'obiettivo di avviare e stimolare scambio e innovazione.

Da qui allo smartworking il passo è breve: in questi spazi condivisi, infatti, si genera una spontanea fluidità e contaminazione che ogni giorno produce visibilità e occasioni di *business matching* oltre che a una generica prolificazione di creatività.

Prendiamo Google, per esempio. Sapevate che molti suoi servizi di maggior successo – come Gmail, AdSense, Transparency Report – sono stati ideati nel tempo lasciato in totale autonomia ai propri collaboratori?

Oppure che nella sede di Facebook (a Menlo Park) è stato predisposto un corridoio aperto, lungo un chilometro e mezzo in cui i dipendenti camminano, si incontrano e staccano il computer?

Un lungo percorso che incoraggia gli incontri, gli scambi e le passeggiate sociali. Una pratica moderna – certo - che ricorda, però, molto da vicino l'indimenticabile usanza dei peripatetici.