

Ikea, la vita vera oltre il marketing

Sulla vicenda dei licenziamenti di Marica abbiamo letto le dichiarazioni di Ikea Italia, dove non si risparmiano termini evocativi e altisonanti come "valorizzazione delle diversità", "inclusione", "rispetto dei valori" e "responsabilità". Ci spiace però dover ricondurre la visione delle cose a un livello più vicino al suolo: le cose sono molto più semplici di come le dipinge l'Azienda e possono, devono, essere raccontate anche in altro modo. Esiste una ragazza che si chiama Marica che da molti anni lavora in una azienda, dando il suo contributo al crescente successo di un marchio che sa bene come massimizzare i profitti e far crescere il fatturato, anche grazie a un marketing che si riferisce spesso e volentieri a un ipotetico "Ikea way of life", socialdemocratico e includente. Marica, lei per le tante e i tanti che si sono trovati e che si trovano in situazioni analoghe, hanno visto nel corso degli anni cambiare la loro vita e purtroppo aumentare la loro fragilità. Hanno cercato di **conciliare il loro lavoro con le crescenti difficoltà** (familiari, sociali, personali, che importa?), ci hanno provato fino alla fine, in mezzo a pressioni crescenti: **il sistema IKEA si basa su un sofisticato algoritmo** che calcola i flussi dei clienti e stabilisce in base al loro andamento le necessità di organico. Difficile inserire come variabile in un software i bisogni di chi lavora. Tuttavia sono bisogni reali, a dire il vero neanche tanto esagerati né difficili da prendere in considerazione in punti vendita che impiegano centinaia di dipendenti. Ebbene la fine della storia è che **la grande e socialdemocratica multinazionale attenta all'inclusione non è in grado di farsi carico dei bisogni di chi lavora per lei** e non trova altra soluzione che licenziare in tronco. In tronco, vorremmo che fosse chiaro. Senza tentare di capire, senza dialogare, senza discutere con chi i lavoratori li rappresenta e li difende, soprattutto nelle loro fragilità. Che poi sono le fragilità che potrebbero capitare a ognuno. Non c'è niente di inclusivo in queste azioni. Vorremmo che fosse chiaro anche a chi entra nei punti vendita Ikea e si aspetta di trovare fra salotti e cucine, piene di luce e accessori dal design democratico, le famiglie sorridenti e multietniche dei cataloghi. Non ci sono! Le lavoratrici e i lavoratori di IKEA lo sanno, e stanno coraggiosamente continuando a manifestare la loro solidarietà e il loro dissenso verso la deriva antisindacale (padronale?) dell'azienda. Vorremmo che cominciassero ad accorgersene anche i clienti, che prima di tutto sono donne e uomini: il brand IKEA non è la realtà Ikea. **La Filcams CGIL, lo ripetiamo, non si ferma qui.** Continuerà a tutelare individualmente i lavoratori ingiustamente licenziati e a rivendicare collettivamente il loro reintegro e il recupero di corrette relazioni sindacali in Ikea. Con la convinzione che ciò che noi chiamiamo **#128;#156;diritto#128;#157;** non debba essere chiesto come un favore. Leggi anche.. [Ikea, la solidarietà a Marica dal mondo del lavoro](#)