

TEMA

*Tempo e orari nel lavoro che cambia*

## Lavoro di vendita al cliente e liberalizzazione dei consumi.

### Una ricerca comparativa sulla deregolamentazione degli orari di apertura dei negozi

Annalisa Dordoni\*

#### 1. Introduzione: tempi destrutturati di lavoro e consumo

La ricerca da cui sono emerse le riflessioni qui proposte ha come oggetto tempi e ritmi di lavoro nella vendita diretta al cliente nelle vie commerciali delle grandi città europee, analizzati durante un anno di osservazione etnografica (Dordoni 2017a). Sono state effettuate cinquanta interviste e condotti due focus group con lavoratori e lavoratrici. I casi scelti sono Oxford Street a Londra e Corso Buenos Aires a Milano, due città a economia fortemente orientata ai servizi e vie commerciali note per la densità dei negozi e l'affluenza di turisti e autoctoni. I lavoratori e le lavoratrici su turni nel settore della vendita diretta vengono solitamente selezionati dai datori di lavoro per la giovane età, il bell'aspetto e le capacità relazionali ed empatiche: si tratta di *emotional labour* (Hochschild 1983) il cui obiettivo è mantenere alti livelli di vendita convincendo all'acquisto i/le potenziali clienti.

Sono state scelte due tipologie merceologiche di riferimento: abbigliamento e telefonia/telecomunicazioni. È opportuno notare fin da ora che, pur trattandosi in entrambi i casi di vendita diretta, i settori e i Ccnl di riferimento sono differenti: i primi rientrano nel Commercio e i secondi nelle Telecomunicazioni, pur essendo gli addetti/e dei negozi di telefonia occupati nel ramo *retail* del gruppo aziendale. La problematica del lavoro domenicale e festivo, conseguente alla deregolamentazione delle aperture, interessa entrambi i gruppi di addetti/e, ma a livello sindacale ovviamente è il settore Commercio il più sensibile sul tema.

Con la terziarizzazione del mercato del lavoro sono aumentati i cosiddetti operai dei servizi (Reyneri 2005; Reyneri *et al.* 2005): lavoratori non specializzati, intercambiabili, sostituibili, impiegati nelle catene multinazionali.

\* Annalisa Dordoni è dottoranda in Sociologia applicata e Metodologia della ricerca sociale presso il Dipartimento di Sociologia e Ricerca sociale dell'Università di Milano Bicocca.

Paragonabili all'operaio non specializzato di inizio secolo scorso, spesso assunti con contratti flessibili a tempo determinato, oggi strutturalmente precari con il nuovo tipo di contratto a tutele crescenti, questi addetti/e sono per lo più giovani e spesso donne.

La flessibilità contrattuale si traduce in vulnerabilità sociale (Fullin 2002 e 2004) e le cosiddette risorse umane (termine che esprime lo spirito di un'epoca, in cui l'uomo è un mezzo e non di certo il fine, vedi Nicoli 2015) vengono utilizzate talvolta come fossero macchine: tale è il costo umano della flessibilità (Gallino 2001, 2007 e 2014). Tutto ciò in un contesto in cui, come molti studiosi hanno sottolineato, rileviamo l'assenza politica di una forza realmente laburista che possa rappresentare lavoratori e lavoratrici nel dibattito pubblico (Bauman 1999; Gallino 2012).

Il contesto europeo e non solo, come è noto, è caratterizzato da un'economia postfordista orientata ai servizi, dal fenomeno del consumo di massa e da un desiderio di soddisfacimento immediato dei desideri. La flessibilità implica non solo contratti a termine, ma anche tempi e ritmi destrutturati. Il lavoro flessibile, non-standard, condiziona la vita quotidiana (Gouldner 1975; Gasparino 2001; Jedlowski, Leccardi 2003). Il tempo è una delle dimensioni cruciali dell'esistenza, e non solo la percezione di questo ma anche il potere su di esso sono legati alla flessibilità e alla precarietà di vita che ne può derivare (Sennett 1998; Accornero 2005; Gallino 2001 e 2014).

È opportuno inoltre citare qui gli studi sulle relazioni tra processo di massificazione dei consumi e decadimento culturale, crisi delle capacità critiche, riflessione e introspezione: dalla Scuola di Francoforte alle analisi sui luoghi di consumo e sulle città contemporanee in cui tutto pare essere volto al consumo, alla psicologia dei consumi (Horkheimer, Adorno 1947; Marcuse 1964; Fromm 1976; Ritzer 2005 e 2010; Grossi, Tosi 2013; Harvey 2012; Guéguen 2004 e 2006).

Il tempo cambia con la società, è una costruzione storica e sociale (Zerubavel 1981; Cavalli 1985; Adam 1994; Leccardi 2009). Oggi il tempo viene quantificato e monetizzato, percepito come scarso come fosse una merce, un bene di consumo. A una sicurezza ontologica in crisi (Giddens 1990) si risponde con un desiderio di gratificazione immediata, creando così una domanda di prodotti sempre nuovi, all'ultimo modello – e dunque determinando, in una spirale di accelerazione, una produzione sempre più veloce (Bauman 2000; Rosa 2003 e 2007; Crespi 2005). I tempi hanno subito una accelerazione, ma la società necessita di tempi ciclici e lenti per strutturarsi

ogni giorno attraverso la *routinization*, processo di riproduzione della vita sociale (Giddens 1979 e 1984). I processi di accelerazione e contrazione dei tempi sono già stati osservati da diversi grandi autori e sono certamente temi di primaria importanza nella modernità contemporanea (Adam 1994; Rosa 2003 e 2010; Tomlinson 2007; Wajcman 2015).

Le politiche neoliberiste si declinano non solo nella deregolamentazione del mercato del lavoro e delle forme contrattuali, ma anche nelle politiche di deregolamentazione delle aperture degli esercizi commerciali, e quindi di destrutturazione dei tempi di consumo e di lavoro.

I processi di globalizzazione, deindustrializzazione e delocalizzazione, insieme all'aumento di innovazioni tecnologiche e di automazione, hanno determinato in Europa l'espulsione di gran parte della forza lavoro dal processo produttivo. Parallelamente a questo, vi è stata una crescita dell'occupazione nel settore terziario e una crescita delle reti internazionali di produzione, di cui il *retail* è l'anello conclusivo di valorizzazione, come fase di vendita all'utilizzatore finale, di *marketing* del *brand* attraverso campagne pubblicitarie, eventi ed esperienze, nonché di valorizzazione del prodotto attraverso il sorriso e la gentilezza degli addetti/e.

In Italia, con il cosiddetto decreto Salva-Italia, d.l. n. 201/2011 convertito in legge n. 214/2011 attuato a inizio 2012, sono state liberalizzate le aperture degli esercizi commerciali, con possibilità di apertura 7 giorni su 7 e 24 ore su 24. L'Italia è l'unico paese europeo in cui vi è una totale deregolamentazione.

Le politiche di deregolamentazione condizionano modalità di lavoro e consumi in entrambi i casi analizzati, e questa trasformazione economica influisce sulla vita quotidiana di lavoratori e lavoratrici, sulle relazioni e sulla realtà sociale nel contesto urbano più ampio. Questa liberalizzazione dei tempi di consumo e di lavoro è parte di una linea politica neoliberista ben determinata nelle scelte politiche europee (Boltanski, Chiapello 1999) e l'esempio italiano di totale deregolamentazione ne è il caso emblematico, il paradigma neoliberale, unico in Europa.

## 2. Diritti del lavoro *versus* liberalizzazione dei consumi

Le due città metropolitane prese in esame sono città globali (Sassen 2001 e 2006) molto simili nella loro struttura economica, postfordista e orientata

ai servizi e al commercio, caratterizzata da deregolamentazione e flessibilità (Arriola, Vasapollo 2005), e i processi di globalizzazione hanno reso le due vie commerciali quasi identiche tra loro: stesse aziende, stesse catene globali di creazione del valore (Gallino 2007) che trovano qui l'anello della vendita al cliente, l'anello del *retail*, settore che è ancorato al locale, anche oggi nell'era degli acquisti online.

Si delinea un tipo di lavoratore/trice comune a queste due vie dello shopping globali: giovane, età media di 26 anni circa a Londra, a Milano con picchi di età che spostano la media sui 30 anni, con contratto *permanent* e a tempo indeterminato, spesso donna (nel contesto inglese con minore incidenza, nel contesto italiano invece con una più marcata presenza femminile).

In Italia, come già accennato, grazie al decreto Salva Italia non vi sono regole: nessuna limitazione alle aperture degli esercizi commerciali, né per metratura e grandezza, né per area (ad esempio, turistica). In Oxford Street a Londra i negozi sono aperti tutti i giorni della settimana, comprese le domeniche e i festivi. Vi è la medesima situazione che troviamo in Corso Buenos Aires a Milano, ma i contesti legislativi nazionali sono differenti. Il Regno Unito, pur essendo in generale un contesto di piena liberalizzazione economica, dal punto di vista delle aperture delle attività commerciali e quindi del lavoro domenicale e festivo presenta una regolamentazione più rigida rispetto all'Italia.

Da interviste, focus group e osservazione emerge la netta contraddizione tra le politiche di deregolamentazione delle aperture delle attività commerciali e i diritti dei lavoratori, soprattutto in merito a lavoro domenicale e festivo: la questione è certamente aperta per delegati e funzionari sindacali e giuslavoristi. Da un lato vi è il tentativo di favorire i consumi in un periodo di crisi, tramite orari di apertura dei negozi più ampi, dall'altro si limita così la possibilità di conciliazione di tempi di vita e di lavoro di chi nei luoghi di consumo svolge la sua attività professionale quotidianamente.

Il settore del lavoro di vendita nella città di Milano è risultato essere più sindacalizzato rispetto a Londra. Nel contesto analizzato a Londra lavoratrici e lavoratori sono più giovani e meno interessati alle tematiche sindacali. D'altro canto, però, nel Regno Unito lavoratori e lavoratrici possono richiedere per legge all'azienda di non lavorare la domenica con tre mesi di preavviso. Vi è un periodo di notifica di tre mesi, durante i quali l'addetto/a che ha effettuato la richiesta continua a lavorare la domenica. Dopo i tre mesi il

datore di lavoro non può più inserire in turno la domenica l'addetto/a. La legge sottolinea che un occupato/a non può essere maltrattato o subire conseguenze negative per aver scelto di non lavorare la domenica. Si tratta del diritto di rifiuto al lavoro domenicale, ma è un diritto molto poco conosciuto da questi giovani: gli intervistati non ne erano al corrente, e la possibilità che sia garantito è comunque limitata dalla ricattabilità dei lavoratori. Tale ricattabilità non deriva tanto dalle pressioni aziendali quanto dalle rappresentazioni, di lavoratori e lavoratrici, del futuro e della congiuntura economica attuale.

Il discrimine non è contrattuale: emerge dalle interviste che non vi è differenza tra contratti temporanei o cosiddetti permanenti. L'insicurezza in momenti di crisi non è prerogativa soltanto di chi è assunto con un contratto a tempo determinato, temporaneo: anche chi potrebbe o dovrebbe sentirsi al sicuro ha paura. Seppur non dichiarino, a domanda specifica, di temere di perdere il lavoro, alle domande sul lavoro domenicale rispondono che lavorano la domenica e i festivi, o comunque ogni qualvolta venga richiesto loro dall'azienda, perché hanno paura delle ripercussioni: trasferimenti o altri tipi di rinforzi negativi che possono costringere al licenziamento.

A causa di una fusione tra compagnie telefoniche, che ha generato un'importante ristrutturazione aziendale, in alcuni negozi di telefonia a Milano vi sono diverse lavoratrici che stanno accettando licenziamenti con buonuscita, con somme anche più che dignitose: raccontano casi di colleghe che inizialmente non volevano accettare, minacciate di trasferimento.

Nei negozi di abbigliamento il fattore generazionale è discriminante dal punto di vista della sindacalizzazione: più gli/le addetti/e sono giovani e meno sono sindacalizzati. A Londra gli/le intervistati/e sono giovani e nelle interviste emerge un totale disinteresse per la conoscenza dei propri diritti. A Milano alcune lavoratrici del settore Commercio si sono unite e rivolte al sindacato, ma sono tutte donne adulte, con più di 35 anni, oltre che con contratti a tempo indeterminato.

Nel caso italiano vi è una maggiore stereotipizzazione della vendita al cliente come attività femminile. La cura del cliente viene paragonata al lavoro di cura domestico, al lavoro materno di cura dei figli, considerato prerogativa della donna. Anche nel contesto inglese la presenza di donne è alta, ma non in modo così marcato e la rappresentazione del lavoro pare meno stereotipata: nel Regno Unito emerge dalle interviste una rappresentazione di maggiore uguaglianza di genere.

Nelle interviste a funzionari e delegati sindacali sia inglesi sia italiani è emersa come problematica maggiore la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, soprattutto per quanto riguarda il lavoro domenicale. Come momento negativo più importante è stata indicata dai sindacalisti italiani la deregolamentazione totale del 2011. Lavoratori e lavoratrici meno giovani (oltre i trenta anni e soprattutto in Italia) rivendicano oggi il diritto a una maggiore regolamentazione, soprattutto per quanto riguarda i giorni di riposo, per poter condividere con famiglie e collettività momenti e rituali sociali – domeniche, festività laiche come 25 aprile e 1° maggio, feste religiose –, mentre negozianti e piccoli imprenditori lamentano la difficoltà di dover tenere il passo delle aziende multinazionali, che hanno maggiori risorse per mantenere sempre aperti i punti vendita.

Nel Regno Unito è in corso una campagna di sensibilizzazione contro le aperture domenicali, *Keeping Sunday Special*, promossa da Chiesa anglicana, sindacati e piccoli esercenti. Questi sostengono che mantenere la «domenica speciale» sia «essenziale per il tessuto della nostra società» (*The Telegraph*, 8 agosto 2015). Questo è un movimento *top-down*: si tratta di una campagna mediatica e pubblica che non è circolata tra i lavoratori o nei luoghi di lavoro. Dalle interviste effettuate infatti è emerso che lavoratori e lavoratrici non ne sono a conoscenza. Anche nelle interviste a funzionari e ricercatori dei sindacati è emerso che questi non hanno contatti in Oxford Street a Londra, dove la liberalizzazione ha conseguenze più aggressive per addetti/e.

In Italia già nel 2006 era stata effettuata una liberalizzazione mirata, per le zone turistiche o le città d'arte. Il decreto Salva Italia attuato nel 2012 prescrive l'abrogazione dei limiti territoriali. Interessante il fatto che venga esplicitamente citata nel decreto la disciplina dell'Unione Europea in materia di libera concorrenza, visto che in tutta Europa non esiste un paese in cui sia stata approvata una liberalizzazione totale come in Italia.

Secondo un dossier di Confesercenti, presentato alla Camera dei deputati nel 2013 dal titolo «Liberalizzazioni orari commercio, il bilancio dei primi diciotto mesi di Salva Italia», il principio cardine del liberismo della libera concorrenza viene minato dal decreto, data la difficoltà di gestire le aperture domenicali e festive dei piccoli imprenditori. Alcuni rischiano il fallimento per tentare di competere con grandi compagnie: è costoso aprire 365 giorni all'anno. A proposito della crescita auspicata dei consumi, il dossier sottolinea che questi sono purtroppo diminuiti e di certo non aumentati, anche dopo l'attuazione del decreto.

In merito alla chiusura delle attività commerciali, inoltre, non vi è stata una diminuzione delle chiusure, anzi: purtroppo ovviamente il trend segue quello economico: meno consumi, più chiusure. Non sono solo i piccoli e medi esercenti a opporsi a una totale liberalizzazione, ma anche i sindacati di settore, e in Italia con molto più seguito. Tutt'oggi è attiva una campagna europea, la *European Sunday Alliance*, che comprende gli appartenenti a *Keeping Sunday Special* e anche sindacati italiani tra cui Filcams Cgil, nonché Confesercenti.

Il 13 marzo 2012 è stato proposto alla Camera un ordine del giorno, non approvato, per impegnare il governo a rivedere la totale deregolamentazione e ad aprire una discussione parlamentare sul tema. A novembre 2012 Confesercenti e altri enti diedero vita alla campagna «Libera la domenica» che raccolse 150.000 firme, permettendo la presentazione di una proposta di legge presentata alla Camera in data 14 maggio 2013. Questa proposta di legge è da allora bloccata alla Camera dei deputati. Nel frattempo è stata presentata, nello stesso periodo, una proposta che prevede solo sei giorni di chiusura all'anno da scegliersi tra le dodici festività nazionali più importanti. Il dibattito nel tempo si è polarizzato tra chi vorrebbe restituire alle Regioni la competenza e chi si accontenterebbe di sei o al massimo dodici giorni di chiusura all'anno decisi dallo Stato, a livello centralizzato e non locale.

Dopo le prime mobilitazioni dal basso e gruppi e dibattiti spontanei su social network, sono state organizzate iniziative, campagne, volantini e presidi, anche da partiti politici, sia di destra che di sinistra, contro la totale deregolamentazione delle aperture e il lavoro domenicale e festivo. Anche le Regioni si erano opposte fin dall'inizio. Alcune di queste infatti hanno fatto ricorso alla Corte costituzionale, all'epoca della promulgazione del decreto, chiedendo di annullare la deregolamentazione, perché invece di essere strumento di libera concorrenza in realtà minerebbe la possibilità di competizione dei piccoli esercenti con le grandi compagnie multinazionali. La Corte costituzionale aveva respinto ogni richiesta. Seppur a livello istituzionale siano state avanzate fin dall'inizio le dovute perplessità, non sono state mai indagate le conseguenze di tale liberalizzazione.

Durante le interviste sono emerse problematiche rispetto ai turni di lavoro e al calendario comunicato con poco anticipo, alla velocità del servizio e alla fretta spesso immotivata dei clienti. Queste causano una condizione di stress e ansia, e di difficoltà a progettare il futuro. Una alienazione del proprio tempo, una mancanza di potere sul proprio tempo. Le lavoratrici e i lavoratori intervi-

stati in entrambi i settori sono per la maggior parte giovani adulti intorno ai venticinque anni, e come già accennato sono per lo più assunti e assunte con contratti *permanent* o a tempo indeterminato. In entrambi i contesti, nel settore abbigliamento, soprattutto a Londra, alcuni/e sono studenti/studentesse universitari/ie e laureati/e, mentre nel settore telefonia per la maggior parte sono diplomati/e. Nel caso italiano vi sono più donne adulte e in generale l'età è più alta.

I focus group hanno permesso a lavoratori e lavoratrici di condividere con altri/e le proprie percezioni e rappresentazioni in merito a tempi e ritmi di lavoro e alla relazione con il cliente. Grazie al dialogo fra loro e al confronto sono emerse in modo più chiaro quelle che per questi lavoratori e lavoratrici sono le problematiche maggiori, comuni ai due settori abbigliamento (Ccnl Commercio) e telefonia (Ccnl Telecomunicazioni, seppur nell'ambito del *retail*): *in primis* la mancanza di potere sul proprio tempo, e, legato a questa, l'essere sempre in negozio e sempre disponibili, il che li rende, come dicono in molte interviste, simili a servi agli occhi del cliente.

Nel settore Commercio vi sono diverse organizzazioni datoriali e ciascuna ha un approccio differente alle questioni e modalità molto diverse nelle trattative sindacali. Per quanto riguarda le grandi aziende, ad esempio, Confcommercio (es. H&M) ha rinnovato il contratto con Cgil, Cisl e Uil a marzo 2015 mentre Federdistribuzione (es. Zara) continua ad applicare il contratto del 2011. Alcuni degli intervistati, per lo più donne adulte tra i 34 e i 40 anni, come già accennato, si sono iscritti al sindacato Filcams Cgil, e sono oggi molto attivi come delegati/e e funzionari/e, sulla questione del lavoro festivo e domenicale e non solo. Nel settore Telecomunicazioni vi è maggiore difficoltà da parte di lavoratori/lavoratrici a unirsi, anche perché si tratta di questioni che interessano addetti/e dei rami d'azienda *retail* e i sindacati pare non diano per ora centralità al tema.

A prescindere dalle tipologie contrattuali questi lavoratori hanno tutti/e orari ogni giorno differenti, comunicati all'ultimo momento. Lavorano a ritmi molto veloci e allo stress dato dalla difficoltà di organizzazione del tempo e dal ritmo di lavoro si somma il carattere emozionale delle relazioni tra lavoratori e clienti, che può divenire ulteriore causa di alienazione. Si tratta quindi di una doppia alienazione: alienazione delle emozioni (Hochschild 1983) e alienazione del tempo, sia per accelerazione dei ritmi sia per il contesto dei luoghi di consumo in cui vi è una forte richiesta di gratificazione immediata. Una delle dimensioni principali dell'alienazione è la man-

canza di potere (Marx 1844; Seeman 1959; Langman 1991): nel lavoro di vendita ritroviamo una mancanza di controllo e potere sulla rappresentazione di sé, sulle proprie emozioni e sul proprio tempo.

Tali problematiche influiscono sulla costruzione dell'identità, sulla crescita personale e sociale, e sullo sviluppo umano, soprattutto per i giovani: questi ultimi, infatti, dai dati che emergono dalle interviste, faticano a riflettere su se stessi. L'effetto combinato di richieste aziendali, di un ambiente a ritmo veloce e altamente competitivo, di alcuni comportamenti da parte dei clienti, si riflette sulla rappresentazione di sé (Goffman 1959) percepita talvolta come genuina e talvolta come recitata, sul mancato riconoscimento da parte dell'altro da sé (Honneth 1996) e sulla loro vita quotidiana in generale.

Lavoratori e lavoratrici di Oxford Street non riflettono pienamente sulla loro condizione e sulla mancanza di potere sul proprio tempo, la vivono e basta: questa è la conseguenza, l'effetto, il costo, dell'alienazione del tempo. Anche in Corso Buenos Aires i più giovani hanno tali difficoltà, mentre le donne adulte si sono rivolte al sindacato. È dunque centrale il fattore generazionale. Vi è una sostanziale differenza di rappresentazione dei tempi e ritmi di lavoro a seconda dell'età dell'intervistato/a: i/le giovani affermano di voler cercare in futuro un lavoro dal lunedì al venerdì con orari fissi, ma non progettano nulla e non riflettono criticamente sulla condizione lavorativa.

### **3. Conclusioni: il costo umano della deregolamentazione**

È già emerso in diversi studi quanto la flessibilità del lavoro, la congiuntura economica determinata da una crisi di lungo periodo e la conseguente precarietà di vita determinino le scelte e la progettualità dei giovani; scelte che ricadono su età di uscita dal nucleo familiare dei genitori, età di matrimonio e creazione di una propria famiglia, sul se e quando avere figli (Gallino 2001; Migliavacca 2005 e 2013; Negri, Filandri 2010; Bertolini 2011; Cordella, Masi 2012). In questa ricerca emerge anche un altro fattore: i tempi destrutturati di lavoro, il lavoro festivo e domenicale, e dunque non solo la flessibilità contrattuale, determinano gravi problematiche legate alla progettualità di vita e alla costruzione dell'identità. Soprattutto per i/le giovani, impegnati nel processo di costruzione delle proprie identità, si tratta di una condizione molto complessa, nella quale risulta molto difficile sia costruire relazioni sociali significative sia riflettere sulle proprie scelte.

Da interviste e focus group si evince che lavoratori e lavoratrici sono assunti, quasi tutti e tutte, con il contratto inglese *permanent* o con il contratto italiano a tempo indeterminato, come sappiamo ora trasformatosi in contratto a tutele crescenti. Questo apre altre riflessioni. In Europa la frammentazione contrattuale sta lasciando il posto, in modo differente nei diversi contesti ma con un'unica linea processuale di fondo, a una sola tipologia contrattuale simil-permanente, che ritroviamo nel Regno Unito già da tempo e che negli ultimi anni si è esplicitata in Italia nel Jobs act e in Francia nella Loi travail. Dal punto di vista contrattuale non vi sono grandi differenze e infatti la flessibilità diviene parte integrante dello stesso contratto cosiddetto a tempo indeterminato che diviene a tutele crescenti: le imprese hanno la possibilità di licenziare per cali dei profitti e per ristrutturazione aziendale, per motivo oggettivo. L'insicurezza dunque è ancor più giustificata.

Nel contesto italiano, dopo la totale deregolamentazione delle aperture, non vi è stata la crescita, né dei consumi né economica, auspicata dal governo Monti. I punti vendita sono sotto organico e la deregolamentazione non ha contribuito alla creazione di nuovi posti di lavoro o di posizioni per giovani e studenti, anzi i turni degli stessi lavoratori del lunedì-venerdì vengono spalmati anche sul fine settimana. Gli stessi lavorano anche nelle festività, laiche e religiose.

Viene evidenziata la difficoltà di progettazione anche solo della settimana e del mese, oltre che di pianificazione delle ferie, per mancanza di un adeguato numero di occupati per punto vendita. Questa situazione emerge dalle parole sia di lavoratori/lavoratrici sia di *store manager*. Il futuro dell'economia nei paesi capitalistici occidentali sembra essere la società dei servizi 24/7, con negozi e supermercati sempre aperti (Dordoni 2017b). Oggi in Europa, in particolare in Italia con la deregolamentazione totale, assistiamo al progressivo affermarsi di un processo di contrazione e destrutturazione dei tempi. Non si tratta esclusivamente di accelerazione tecnologica e sociale, ma di un processo di *immediatizzazione* di lavoro e consumo, della vendita *face-to-face* oltre che telefonica e online. Le fasi del ciclo della merce vengono contratte per soddisfare il desiderio dei potenziali clienti di avere tutto e subito, *hic et nunc*. Produzione, distribuzione, stoccaggio, logistica, vendita al cliente, devono essere *immediati*. Il fenomeno del consumismo e la domanda di soddisfazione immediata (Bauman 1998, 2000 e 2009; Dordoni 2017a), il ritmo di lavoro sommato a turni con orari flessibili e talvolta all'assunzione con contratti a termine, possono generare per lavoratori/lavo-

ratrici stress ed estraniamento da se stessi. Questo causa problematiche nella progettualità di vita e condiziona le capacità critiche, riflessive, di introspezione che permettono ai giovani di immaginare i futuri possibili, di vedere e scegliere la propria strada (Dordoni 2017b).

Nella modernità contemporanea anche i tempi, oltre agli spazi, sono contratti: con gli acquisti on line e con stoccaggio e logistica anch'essi *immediatizzati* i cittadini-consumatori possono veder esauditi i loro desideri in pochissimo tempo. Tra acquisto e spedizione deve esserci minore tempo possibile, i prodotti devono arrivare a destinazione *subito* e anche la merce stessa dura sempre meno, bisogni indotti e obsolescenza programmata rendono l'istantaneità sempre maggiore.

Tale liberalizzazione del consumo si traduce in diminuzione dei diritti di lavoratori e lavoratrici. Lavorare quando *gli altri* sono a casa, nei tempi che fino al 2011 non erano di lavoro ma di vita e di riposo, crea ansia e stress e disuguaglianze sociali di accesso al tempo. Si tratta di una nuova polarizzazione, due gruppi portatori di interessi contrastanti, in conflitto tra loro, che però a volte combaciano: molti lavoratori dei negozi, soprattutto i più giovani, passano il tempo libero in altri negozi. Si sta profilando un processo di trasformazione sociale con conseguenze culturali notevoli, sull'identità, sulle capacità riflessive, sulla progettualità del futuro, legato a lavoro e consumo e alla *immediatizzazione* che deriva da questi tempi destrutturati di lavoro e consumo.

### Riferimenti bibliografici

- Accornero A. (2005), *Il lavoro dalla rigidità alla flessibilità. E poi?*, Milano, Franco Angeli.
- Adam B.E. (1994), *Time and Social Theory*, Cambridge, Polity Press.
- Arriola J., Vasapollo L. (2005), *L'uomo precario. Nel disordine globale*, Milano, Editoriale Jaca Book.
- Bauman Z. (1998), *Work, Consumerism and the New Poor*, Buckingham, Open University Press.
- Bauman Z. (1999), *In Search of Politics*, Stanford, Stanford University Press.
- Bauman Z. (2000), *Liquid Modernity*, Cambridge, Polity Press.
- Bauman Z. (2009), *Vite di corsa, come salvarsi dalla tirannia dell'effimero*, Bologna, Il Mulino.
- Bertolini S. (2011), *Flessibilizzazione del mercato del lavoro e scelte familiari dei giovani in Italia*, in *Sociologia del lavoro*, n. 124, pp. 148-165.

- Boltanski L., Chiapello È. (1999), *Le Nouvel Esprit du Capitalisme*, Paris, Éditions Galimard.
- Cavalli A. (1985, a cura di), *Il tempo dei giovani*, Bologna, Il Mulino.
- Chan J., Pun N., Selden M. (2013), *The Politics of Global Production: Apple, Foxconn and China's New Working Class*, in *New Technology, Work and Employment*, vol. 28, n. 2, pp. 100-115.
- Cordella G., Masi S.E. (2012), *Condizione giovanile e nuovi rischi sociali. Quali politiche?*, Roma, Carocci.
- Crespi F. (2005), *Tempo vola. L'esperienza del tempo nella società contemporanea*, Bologna, Il Mulino.
- Dordoni A. (2017a), *Times and Rhythms of the Retail Shift Work: Two European Case Studies. Immediate Gratification and Deregulation of Shop Opening Hours*, in *Sociologia del lavoro*, n. 146, pp. 156-171.
- Dordoni A. (2017b), *Tempi e ritmi della vendita diretta al cliente: società dei servizi 24/7 e trasformazioni sociali*, in Pacelli D. (a cura di), *Le cose non sono quelle che sembrano. Contributi teorico-analitici per una sociologia «non ovvia». Sulla traccia di Luciano Gallino*, Milano, Franco Angeli, pp. 113-126.
- Fullin G. (2002), *Instabilità del lavoro e vulnerabilità: dimensioni, punti di equilibrio ed elementi di fragilità*, in *Rassegna italiana di sociologia*, n. 4, pp. 553-586.
- Fullin G. (2004), *Vivere l'instabilità del lavoro*, Bologna, Il Mulino.
- Fromm E. (1976), *To Have or to Be?*, New York, Harper & Row.
- Gallino L. (2000), *Globalizzazione e disuguaglianze*, Roma-Bari, Laterza.
- Gallino L. (2001), *Il costo umano della flessibilità*, Roma-Bari, Laterza.
- Gallino L. (2007), *Il lavoro non è una merce*, Roma-Bari, Laterza.
- Gallino L. (2012), *La lotta di classe dopo la lotta di classe*, Roma-Bari, Laterza.
- Gallino L. (2014), *Vite rinviate. Lo scandalo del lavoro precario*, Roma-Bari, Laterza.
- Gasparino G. (2001), *Tempo e vita quotidiana*, Roma-Bari, Laterza.
- Giddens A. (1979), *Central Problems in Social Theory: Action, Structure, and Contradiction in Social Analysis*, Berkeley, University of California Press.
- Giddens A. (1984), *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*, Cambridge, Polity Press.
- Giddens A. (1990), *The Consequences of Modernity*, Stanford, Stanford University Press.
- Goffman E. (1959), *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York, Doubleday Anchor.
- Gouldner A.W. (1975), *Sociology and the Everyday Life*, in Coser L.A. (a cura di), *The Idea of Social Structure: Papers in Honor of R.K. Merton*, London, Harcourt Brace Jovanovich, pp. 417-432.
- Grossi G., Tosi S. (2013, a cura di), *La società consumata. Come il consumo influenza le appartenenze sociali*, Milano-Udine, Mimesis Edizioni.
- Guéguen N. (2004), *Psychologie de la manipulation et de la soumission*, Paris, Dunod.

- Guéguen N. (2006), *La psychologie du consommateur, une nouvelle discipline*, in *Les grands dossiers des sciences humaines*, n. 3, pp. 86-91.
- Harvey D. (2012), *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution*, London, Verso Books.
- Hochschild A.R. (1983), *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, Berkeley, University of California Press.
- Honneth A. (1996), *The Struggle for Recognition: The Moral Grammar of Social Conflicts*, Cambridge (Ma), Mit Press.
- Horkheimer M., Adorno T. (1947), *Dialektik der Aufklärung, Philosophische Fragmente*, Amsterdam, Querido.
- Jedlowski P., Leccardi C. (2003), *Sociologia della vita quotidiana*, Bologna, Il Mulino.
- Langman L. (1991), *Alienation and Everyday Life: Goffman Meets Marx at the Shopping Mall*, in *International Journal of Sociology and Social Policy*, n. 11, pp. 107-124.
- Leccardi C. (2009), *Sociologie del tempo. Soggetti e tempo nella società dell'accelerazione*, Roma-Bari, Laterza.
- Marcuse H. (1964), *One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*, Boston, Beacon Press.
- Marx K. (1844), *Philosophisch-ökonomische Manuskripte*, Ergänzungsband, Schriften.
- Migliavacca M. (2005), *Lavoro atipico tra famiglia e vulnerabilità sociale. Alcune riflessioni per esplorare nuovi approcci empirici*, in *Sociologia del lavoro*, n. 97, pp. 104-121.
- Migliavacca, M. (2013), *Un futuro instabile. Come cambia la condizione lavorativa dei giovani*, in *Istituto Giuseppe Toniolo. La condizione giovanile in Italia*, Rapporto Giovani, Bologna, Il Mulino, pp. 97-130.
- Negri N., Filandri M. (2010), *Restare di ceto medio. Il passaggio alla vita adulta nella società che cambia*, Bologna, Il Mulino.
- Nicoli M. (2015), *Le risorse umane*, Roma, Ediesse.
- Nowotny H. (1987), *Eigenzeit. Entstehung und Strukturierung eines Zeitgefühls*, Frankfurt, Suhrkamp.
- Reyneri E. (2005), *Sociologia del mercato del lavoro*, Bologna, Il Mulino.
- Reyneri E. et al. (2005), *Il lavoro flessibile in una prospettiva sociologica*, in *Giovani F., Il lavoro flessibile: opportunità o vincolo*, Milano, Franco Angeli, pp. 37-70.
- Ritzer G. (2005), *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption*, Thousand Oaks, Pine Forge Press.
- Ritzer G. (2010), *Enchanting a Disenchanted World: Continuity and Change in the Cathedrals of Consumption*, Thousand Oaks, Pine Forge Press.
- Rosa H. (2003), *Social Acceleration: Ethical and Political Consequences of a Desynchronized High-Speed Society*, in *Constellations*, vol. 10, n. 1, pp. 3-33.
- Rosa H. (2007), *The Universal Underneath the Multiple: Social Acceleration as the Key to Understanding Modernity*, in *Schmidt V.H. (a cura di), Modernity at the Beginning of the 21st Century*, Cambridge, Cambridge Scholars Publishing, pp. 37-62.

- Rosa H. (2010), *Alienation and Acceleration: Towards a Critical Theory of Late-Modern Temporality*, Stockholm, Nordic Summer University Press.
- Sassen S. (2001), *The Global City: New York, London, Tokyo*, Princeton, Princeton University Press.
- Sassen S. (2006), *Cities in a World Economy*, Thousand Oaks, Pine Forge Press.
- Seeman M. (1959), *On the Meaning of Alienation*, in *American Sociological Review*, vol. 24, n. 6, pp. 783-791.
- Sennett R. (1998), *The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism*, New York, W.W. Norton.
- Tomlinson J. (2007), *The Culture of Speed. The Coming of Immediacy*, London, Sage.
- Wajcman J. (2015), *Pressed for Time. The Acceleration of Life in Digital Capitalism*, Chicago, University of Chicago Press.
- Zerubavel E. (1981), *Rhythms: Schedules and Calendars in Social Life*, Chicago, University of Chicago Press.

#### ABSTRACT

*Oggetto dell'articolo è la deregolamentazione delle aperture dei negozi e il processo che ne è a monte. La ricerca empirica che ha portato a tali riflessioni ha lo scopo di indagare le trasformazioni dei tempi e dei ritmi del lavoro nel retail, oggi prevalentemente su turni, domenicale e festivo, nella vendita diretta in due note vie commerciali europee: Oxford Street a Londra e Corso Buenos Aires a Milano. La deregolamentazione delle aperture influenza la vita quotidiana e la rappresentazione del futuro di lavoratori e lavoratrici. È pertanto importante analizzare il processo di liberalizzazione del lavoro così come del consumo da un punto di vista sociologico: due facce della stessa medaglia e due gruppi di interesse connessi e portatori di istanze conflittuali.*

#### RETAIL WORK AND LIBERALIZATION OF CONSUMPTIONS.

#### A COMPARATIVE RESEARCH ON THE DEREGULATION OF SHOPS OPENING HOURS

*The paper is focused on the deregulation of shops opening hours and the process that is upstream to this. The empirical research at the basis of this contribution has the aim to analyse times and rhythms of the retail work, on shifts, on Sundays and on holidays, in two known and global european shopping streets: Oxford Street in London and Corso Buenos Aires in Milan. The deregulation of shops openings influences the everyday life of retail workers and their representation of the future. Therefore, it is important to study the process of liberalization from a sociological point of view, in relation to the labour as well as to the consumption. These are two faces of the same coin, two groups of stakeholders linked to each other with conflictual instances.*