USCENDO DAL CINEMA

# Un nuovo errore

## *Un bon petit soldat* di Stéphane Brizé.

di *Chiara Scarlato* — 10 Settembre 2026

Che cosa vuol dire occupare un posto dirigenziale in un'azienda che sponsorizza il benessere sociale del proprio personale ma, al contempo, autorizza comportamenti che minano il benessere psicologico del singolo lavoratore? È questa la domanda che si trova al centro dell'ultimo film di Stéphane Brizé, *Un bon petit soldat*. Al contrario di quanto si potrebbe immaginare dal titolo, "il piccolo soldatino" è Carla Moretti (Alba Rohrwacher), da poco nominata responsabile del Settore Risorse Umane di una delle filiali dell'azienda francese *Amali*, leader nel campo delle assicurazioni. Seguendone i movimenti sin dalle prime scene, si ha l'impressione di vedere una donna ottimista e felice – complice anche il corredo sonoro di *What a Wonderful World* nella versione dei Ramones – ma si tratta di una condizione apparente, destinata presto a essere ribaltata. Se si volesse ridurre la costruzione del film a uno schema, sarebbe infatti facile rilevare subito una struttura circolare che si apre e si chiude con lo stesso evento: la proiezione di un video aziendale il cui obiettivo dovrebbe essere quello di spronare giovani laureati – dal profilo altamente qualificato – a inviare la propria candidatura per occupare posizioni dirigenziali all'interno della compagnia.

Nel primo video – proiettato durante una riunione a cui partecipano i responsabili delle

varie aree insieme a Carla e, naturalmente, al CEO Arnaud Boronat (Vincent Lindon) –, giovani donne e uomini appaiono felici e appagati mentre si muovono con disinvoltura negli spazi dell'azienda dove trovano tutto quello che può soddisfare i loro bisogni, e anche qualcosa in più. Dovendo intercettare l'attenzione delle nuove generazioni attraverso la promozione di valori che abbiano una qualche utilità sociale, il team creativo ha scelto di lavorare sul tema dell'inclusione, mostrando come l'azienda promuova politiche che favoriscono l'inserimento lavorativo di persone con disabilità fisiche di varia gravità. **Secondo quanto viene mostrato, ogni dipendente riuscirebbe in tal modo a trovare la propria soddisfazione personale non solo perché contribuirebbe, sul piano lavorativo, a migliorare le condizioni di vita delle persone che decidono di assicurarsi, ma anche perché, sul piano umano, è come se ciascuno trovasse ogni giorno nuove motivazioni per superare i propri limiti osservando chi, invece, supera costantemente i limiti del proprio corpo.**

Si tratta di una semplificazione estrema, offensiva e ridicola che, tuttavia, viene accolta positivamente da tutti i dirigenti, Carla inclusa, fino a quando il CEO non dice di essere orripilato da quanto ha visto. E qui si produce un primo scollamento. Boronat non è indignato per il contenuto del video, bensì per il tono politicamente corretto con cui viene poeticizzato il binomio disabilità/inclusione, e lo dice senza troppi giri di parole, dopo aver chiesto a Carla se, nel vedere quel video, percepisse un sentimento di appagamento o di oppressione, cioè se il pensiero di lavorare con persone disabili la facesse sentire felice. Carla risponde di no e Boronat chiude la riunione dicendo che uno spot del genere è capace solo di generare disagio e, soprattutto, non raggiunge l'obiettivo. Si deve trovare un'altra soluzione. Nel tempo che separa la proiezione del primo video e la realizzazione del secondo non prende forma soltanto il film, ma anche il percorso di Carla che, camminando sul cerchio della storia, è inevitabilmente destinata a tornare al punto di partenza.

Seguendo una sua intuizione, il nuovo video dovrà mettere sullo stesso piano la cura dei clienti e la cura dei dipendenti, assicurando così che gli standard previsti per coloro che *acquistano* un servizio siano i medesimi garantiti a coloro che *sono pagati* affinché quel servizio venga erogato nel miglior modo possibile. Il personale viene ripreso mentre effettua attività che esulano dalle normali mansioni e Carla stessa promuove la realizzazione di un laboratorio sulla felicità in una stanza tappezzata di frasi di Aristotele che funzionano da manifesti motivazionali; anche il formatore parla per cliché e slogan servendosi di riferimenti letterari e filosofici (tra questi, la semplificazione di una frase di Proust secondo la quale "il vero viaggio di scoperta non consiste nel cercare nuove terre, ma nell'avere nuovi occhi"). Sono queste le scene più comiche del film perché riescono a strizzare l'occhio ad alcuni degli stilemi più radicali della cultura *bobo*

francese e insieme, almeno in parte, a destrutturarli: il figlio di Carla, che prende un buon voto in inglese, è secondo il formatore, un motivo di orgoglio (perché il voto di Louis è anche un po' il voto della madre); un'altra dipendente è contenta perché il distributore automatico ha fatto erroneamente cadere due Twix e lei ne ha regalato uno alla figlia (gesto che, sempre secondo il formatore, potenzia la felicità). **Nel processo di realizzazione del secondo spot, l'azienda chiede ai propri dipendenti di concentrarsi sulle piccole cose, ma la converte subito in risorsa all'interno di un contesto che funziona secondo regole di segno opposto: competizione, gerarchia, prestazione. La contraddizione è duplice, perché la cura viene evocata solo nella misura in cui è redditizia, e perché a promuoverne il paradigma è Carla, che ne è del tutto priva tanto nel contesto familiare quanto in quello aziendale** (dove deciderà di non intervenire in una faccenda che avrebbe quasi sicuramente provocato il licenziamento di una dirigente per *mobbing* su una dipendente).

Sin dal titolo, il film mette in scena questa tensione di genere che vuole sottolineare con forza la difficile compresenza tra il femminile (tradizionalmente assimilato alla cura e all'accudimento) e l'affidamento di ruoli che siano di responsabilità. **Per essere "un buon soldato", Carla deve conformarsi a una grammatica che non le appartiene. È lo stesso Brizé a confermarlo, precisando però che il titolo lavora su due piani: l'obbedienza a un potere gerarchizzato, che regola certe dinamiche aziendali, e l'affermazione, all'interno di quelle stesse dinamiche, di determinati modelli di mascolinità tossica.** Sono i due piani lungo i quali si è mosso, negli ultimi anni, un neoliberismo dalle contraddizioni sempre più esposte; e di fronte a un modello economico e sociale di questo tipo, continua il regista, ogni forma di resistenza e di sopportazione finisce per essere codificata al maschile, schiacciando la possibilità di rivendicare spazi di cura. In questo senso il personaggio di Carla – metafora di un femminile che non può che essere declinato al maschile – non conosce alcuna trasformazione positiva: nello spazio del film, deve rimanere inattiva.

Questa inattività, così come la scissione tra tempo della cura e tempo della prestazione, trovano una forma precisa nel montaggio, curato da Géraldine Mangenot, con cui Brizé lavora qui per la prima volta. Da un lato ci sono i messaggi audio e video che attraversano il film, in campo e fuori campo, e che mostrano Carla in luoghi sempre diversi; dall'altro ci sono i tagli bruschi che ricorrono da una scena all'altra e rendono la narrazione ellittica, segnando un andamento in cui Carla sembra non essere mai al posto giusto. Da un punto di vista tematico, invece, il film costituisce una sorta di quarto movimento – o, meglio, un movimento di ritorno, considerando la parentesi di *Le occasioni dell'amore* (2024)– del ciclo in cui il regista francese si interroga sui diritti dei lavoratori e delle lavoratrici e anche sul tipo di valore che oggi possono ancora

assumere le rivendicazioni sindacali. Ma se in film come *La legge del mercato*, *In guerra* e *Un altro mondo* , Lindon occupava una posizione esattamente opposta, qui il ribaltamento produce un effetto di denuncia perfino più forte: i soprusi istituzionalizzati, e ormai normalizzati, nei contesti aziendali non vengono più osservati dal basso, dalla parte di chi li subisce, ma dal punto esatto in cui vengono decisi.

Il cerchio, allora, rimane leggermente aperto, delineando una dinamica solo apparentemente identica a quella iniziale. Alla proiezione del secondo video, Carla, che avrebbe dovuto esserne la protagonista, non compare nelle immagini: la sua esclusione è la reazione per il gesto con cui aveva provato a far valere, dentro la grammatica aziendale, un principio di che non può risultare ammissibile. **Da qui l'impossibilità di una via d'uscita, o almeno di quella via d'uscita che il cinema di Brizé aveva altre volte intravisto nel conflitto collettivo: qui non c'è un fronte, c'è una sola donna, e la macchina da presa che resta su di lei.** La constatazione romantica ed energica di un "mondo meraviglioso" si ribalta così nell'inquadratura finale sul suo volto, ormai irrigidito e segnato, mentre nella sua testa e nelle nostre orecchie insiste *A New Error* di Moderat. Un errore, un nuovo errore, ma di nuovo non c'è nulla: solo il modo ordinario in cui il sistema continua a funzionare e a produrre.

> *Un bon petit soldat*. Regia: Stéphane Brizé; sceneggiatura: Stéphane Brizé, Coralie Amédéo, Olivier Gorce; fotografia: Antoine Héberlé; montaggio: Géraldine Mangenot; musiche: Bertrand Blessing; intepreti: Alba Rohrwacher, Vincent Lindon, David Talbot, Adrien Bobinet, Sharif Andoura; produzione: Blueprint Pictures, Film4 Productions; distribuzione: The Gaumont, I Wonder Pictures; origine: Francia; durata: 102' ; anno: 2026.