



# “ In cammino sulla strada tracciata dal Sessantenario ”

**U**n anno di lavoro associativo straordinario che ha tracciato la strada da percorrere: questo è stato il Sessantenario dell'Associazione Industriali.

Non una rincorsa di iniziative autocelebrative, destinate a bruciarsi nello spazio effimero di una stagione; bensì progetti concreti per le imprese e per il territorio nelle tre direzioni strategiche indicate dal presidente Gaetano Maccafè: internazionalizzazione, crescita, innovazione.

Ripercorriamoli tutti d'un fiato questi progetti che nei mesi del 2005 IB ha documentato: l'inaugurazione della nuova sede decentrata dell'Associazione a Imola; la tre giorni "Industria in piazza" in occasione dell'Assemblea del Sessantenario; la proposta di un fondo etico per il social housing per l'affitto a canoni moderati per giovani talenti; il portale e il servizio on line personalizzato, in collaborazione con ASTER, per facilitare l'accesso ai finanziamenti pubblici ed europei della ricerca; un servizio di facilitazione al credito per le pmi in vista di Basilea 2 e il progetto per una nuova banca regionale di garanzia; il corposo programma in materia di responsabilità sociale di impresa messo a punto con Nomisma Terzo settore, tema che ha vissuto il suo momento più alto con la conferenza dell'arcivescovo mons. Carlo Caffarra; il convegno su logistica e trasporto merci; l'avvio del progetto per rafforzare la filiera della subfornitura nel distretto metalmeccanico e dello studio sul settore agroindustriale.

Infine la ricerca del Gruppo Giovani sulla imprenditoria giovanile a Bologna e sulle sue prospettive future, presentata a conclusione di questo intenso 2005 e di cui parliamo nelle pagine interne di questo numero.

In questi progetti c'è la strada tracciata per i mesi che verranno. L'Associazione non si ferma; è già in cammino per segnare nuove tappe.

Perché in un'epoca come quella che stiamo vivendo, attraversata da impetuosi cambiamenti, capace anche di disorientarci e di mettere in crisi certezze consolidate, se non c'è spazio per l'effimero, non c'è nemmeno tempo da perdere.

**2** Come cambia la fisionomia dei giovani imprenditori bolognesi

**5** Reti integrate di nuova generazione. Intervista al Presidente ANUIT Sergio Antocicco

**6** Sanità privata: innovativo accordo Aiop ER - 00.SS. Ne parla Lorenzo Orta



# Voglia d'impresa tra i giovani

Una ricerca del Gruppo Giovani dell'Industria, realizzata in occasione del Sessantenario dell'Associazione, traccia la nuova fisionomia dei giovani imprenditori bolognesi: più numerosi, molti di prima generazione e appartenenti al terziario, con buona formazione e donne sempre più protagoniste.

Il presidente GI, Giovanni Mistè, commenta la ricerca, realizzata con il finanziamento di due borse di studio universitarie grazie al contributo di Carisbo, e traccia gli scenari futuri.

**S**ono sempre più numerosi. Sono, in particolare, aumentati quelli di prima generazione e appartenenti al settore terziario. È cresciuto il numero delle donne e la loro capacità di assumere incarichi di vertice nelle aziende. Hanno un'età media più alta che in passato, un livello di formazione più elevato e sono maggiormente coinvolti in azienda. E'

questa la nuova fisionomia dei giovani imprenditori di Bologna. E innovazione, crescita dimensionale, imprenditorialità sostenibile, forme alternative di finanza di impresa, patto tra generazioni e strategia dell'apertura al manager e ai capitali esterni sono sempre più i fattori determinanti di sviluppo delle imprese gestite da giovani. A tracciare il nuovo volto dell'imprenditoria giovanile è un'indagine (attraverso il finanziamento di due borse di studio presso le facoltà di Scienze Statistiche e di

Economia e Commercio dell'Università di Bologna, con il contributo della Carisbo) del Gruppo Giovani dell'Industria di Bologna.

I risultati sono stati presentati il 21 dicembre, alla presenza di Matteo Colaninno, presidente nazionale dei Giovani

Imprenditori di Confindustria, e di Gaetano Maccaferri,

presidente di Assindustria Bologna, in un convegno dal titolo "Innovazione, crescita dimensionale e imprenditorialità sostenibile: i prossimi 60 anni con i Giovani Imprenditori di Bologna".

Convegno e ricerca sono stati il contributo del Gruppo Giovani al Sessantenario dell'Associazione Industriali.

Abbiamo chiesto al presidente del Gruppo Giovani dell'Associazione, Giovanni Mistè, di commentare i risultati di questa ricerca e di tracciare gli scenari futuri.

**Presidente Mistè, dalla ricerca emerge un quadro vitale e dinamico della imprenditoria giovanile a Bologna. Dunque nella nostra città, nel nostro territorio è possibile ripetere il successo dei nonni?**

"Siamo fermamente convinti che anche in futuro ci saranno imprese di successo a Bologna. Ci sono segnali concreti che mi fanno essere più che ottimista: negli ultimi anni una 'pattuglia' sempre più numerosa di giovani imprenditori (sia di prima che di seconda generazione) sta emergendo con successo anche a Bologna.

Sono i rappresentanti di una nuova generazione di imprenditori, attivi in aziende che spaziano dalla produzione manifatturiera ai servizi, che sta dimostrando giorno dopo giorno come accettare e vincere le nuove sfide del mercato globalizzato. Bologna è sempre la città dove giovani di tutta Italia e non solo, si incontrano mettendo a confronto modi di pensare e stili di vita differenti, da cui si può sprigionare in qualsiasi momento quella creatività positiva che tutti definiscono come l'elemento fondamentale per essere vincenti nella competizione globale e da cui spesso scaturiscono nuove imprese innovative."

Giovanni Mistè







Da sinistra: Il presidente nazionale dei Giovani Imprenditori di Confindustria, Matteo Colaninno; il presidente del Gruppo Giovani dell'Industria di Bologna, Giovanni Mistè; il vice presidente del Gruppo Giovani, Andrea Ghiaroni

**Qual è il modello d'impresa al quale guardano gli imprenditori della sua generazione?**

"Oggi le dimensioni delle opportunità globali e l'elevata concorrenza mettono molte nostre aziende di fronte ad una drastica alternativa: crescere e specializzarsi, diventando soggetti di primo livello nella propria area di attività, oppure uscire in breve tempo di scena. È necessario che tutte le imprese grandi, medie e piccole acquisiscano una cultura di tipo 'manageriale' che consenta loro di raggiungere quella dimensione organizzativa sufficiente a competere sui mercati globali, se non a livello mondiale almeno europeo.

Questo non vuole dire la fine della imprenditoria familiare che tanti successi ha garantito al nostro paese in passato, anzi... Negli Stati Uniti accanto alle grandi public company hanno dimostrato di poter competere ai massimi livelli aziende in cui il nocciolo duro, l'azionista di riferimento è rappresentato da una famiglia, spesso quella del fondatore, che ne garantisce la continuità dei valori nel tempo."

**Lei ha insistito in particolare sulla dimensione, ancora troppo piccola, e ha messo in guardia dalla sindrome del 51%. Ce ne può parlare?**

"Prima di tutto vorrei precisare che il quando parlo della necessità di crescita delle nostre aziende mi riferisco non solo alla loro dimensione, ma anche e soprattutto alla crescita organizzativa. Esistono infatti aziende definibili come

medie dal punto di vista dimensionale che hanno posizioni di leadership mondiale nei loro mercati di riferimento.

La velocità e la complessità odierna dei mercati fanno sì che l'intuizione del fondatore non sia più sufficiente a garantire il successo nel lungo periodo per l'impresa. Sempre più determinate sarà la capacità di elaborare una visione strategica e ancora di più dotarsi delle capacità e delle risorse per eseguirla. Per questo è necessario che si sviluppi accanto alla cultura dell'imprenditore quella dell'azionista. È necessario che le imprese si aprano verso l'esterno percorrendo tutte le strade che possono farle crescere in modo sano: dal ricorso a strumenti di finanziamento diversi da quelli tradizionali forniti dalle banche – strumenti come il private equity o il venture capital – alla separazione tra proprietà e management. Dobbiamo evitare che le motivazioni che ci spingono a 'fare impresa' diventino, invece, elementi di chiusura verso l'esterno, freni

allo sviluppo delle nostre aziende."  
**Il Gruppo Giovani di Bologna come si sta concretamente impegnando su questi temi e per far crescere cultura d'impresa?**

"Le opportunità offerte dalla globalizzazione e dalla sua struttura portante (cioè internet) fanno sì che sempre più potranno diventare imprenditori persone che hanno alle spalle diversi percorsi di studio.

È così necessario che gli imprenditori amplifichino i loro sforzi per portare sempre più i temi dell'impresa nelle scuole.

Il tema è per noi fortemente strategico e profondamente ancorato alla nostra stessa natura di 'giovani' e di 'imprenditori'.

Per questo abbiamo accettato con entusiasmo l'incarico offertoci dal presidente dell'Associazione Industriali di Bologna, Gaetano Maccaferri, di proseguire noi nell'organizzazione dell'iniziativa 'Che impresa vuoi fare da grande' la gara di 'business plan' tra scuole medie e superiori. Con l'obiettivo poi di promuovere strumenti di creazione d'impresa 'attivi', capaci di stimolare la nascita dell'imprenditorialità e non semplicemente di supportarla quando già esiste, abbiamo anche accettato di patrocinare la competizione tra idee imprenditoriali a base tecnologica denominata 'Start-Cup' organizzata dall'Università di Bologna".

Il servizio segue a pag. 4

Giovanni Mistè, con il presidente di Assindustria, Gaetano Maccaferri



# L'identikit del giovane imprenditore Bolognese

Autodeterminazione e passione per il proprio lavoro tra le più forti motivazioni del fare impresa. Le conclusioni della ricerca del Gruppo Giovani.

«Oggi, più che mai, si può affermare che noi siamo non solo giovani imprenditori ma anche imprenditori giovani. Siamo persone che, nella maggior parte dei casi, già svolgono il proprio ruolo di imprenditori nelle proprie imprese e non siamo 'in attesa di ruolo'. In tal modo, i giovani imprenditori possono, oggi, rappresentare quel valore fondamentale per il mondo imprenditoriale grazie al quale vengono garantite continuità, trasmissione d'impresa, crescita e sviluppo. Non solo. I giovani imprenditori di prima generazione, possono anche diventare un modello di riferimento per quei giovani che desiderano 'fare impresa'. A esprimersi in questi termini è il vice presidente del Gruppo Giovani Industriali di Bologna, Andrea Ghiaroni, che ha seguito e coordinato il gruppo di ricerca. Alcuni dati per tracciare l'identikit del

**Andrea Ghiaroni**



giovane imprenditore bolognese che emerge dallo studio. Oltre il 70% delle nuove imprese bolognesi che vengono alla luce è costituito da giovani e il 56% dei nuovi imprenditori ha meno di 35 anni. Il 15% degli imprenditori bolognesi ha, poi, meno di 30 anni e 6 imprenditori su 10 hanno meno di 50 anni. Nello stesso tempo, il 20% dei titolari d'impresa, il 18% dei soci ed il 12,5% degli amministratori delle imprese bolognesi hanno un'età non superiore ai 29 anni (e all'interno di questa fascia di età circa un terzo degli imprenditori è donna e in prevalenza sono amministratrici e titolari).

Le storie degli associati al Gruppo Giovani Imprenditori di Bologna sono storie di creatività, di continua innovazione, di intuito, di "visione" e di passione imprenditoriale. "Da un lato vi sono giovani imprenditori - evidenzia ancora Andrea Ghiaroni - che hanno continuato con successo la strada tracciata dal loro padre: un successo tutt'altro che scontato, se pensiamo che la seconda generazione replica il successo dei padri solo in un caso su dieci! Dall'altro, la presenza di imprenditori giovani totalmente 'nuovi', partiti da zero grazie alla loro tenacia e intraprendenza, testimonia la vitalità imprenditoriale nel nostro territorio".

Secondo il campione dei giovani imprenditori bolognesi intervistati, una delle più forti motivazioni nel "fare impresa" è, sicuramente, l'autonomia decisionale accompagnata da una forte passione per il proprio lavoro. "Nei giovani imprenditori bolognesi di prima generazione - sottolinea Ghiaroni - centrale nella struttura motivazionale è l'autodeterminazione". Riservata agli imprenditori di seconda generazione vi è, poi, la volontà di assicurare un proseguimento all'attività della propria famiglia, per supportarla, per la responsabilità percepita, o per coltivare gli interessi familiari e personali. Un elemento che accomuna tutte le situazioni imprenditoriali esaminate riguarda la necessità di dedicare un impegno costante e intenso alla propria attività, o il fatto che essa richieda comunque una dedizione totale. "Grazie all'indagine - afferma Ghiaroni -

abbiamo compreso che, nei casi di prima generazione, il carattere dominante è chiaramente l'intuizione di un'idea vincente e il suo sviluppo. Ciò che, al contrario, differenzia i vari casi, è come tale intuizione si origini e da che cosa tragga spunto". La differenza fondamentale che si riscontra nei confronti dei giovani imprenditori di seconda generazione è data dal fatto che, in questo caso, è evidente la necessità di proseguire su una strada già tracciata, di seguire le orme della famiglia, di mantenere, migliorare e accrescere quanto fino ad allora costruito, anche se l'intervento e l'influenza della famiglia stessa nella decisione relativa alla carriera professionale da intraprendere, non ha la stessa insistenza in tutti i casi.

Ma cosa succede dopo la creazione di nuove imprese da parte di giovani? Perché solo una piccola parte di queste continua a creare nuovo lavoro e a ricercare soluzioni vincenti, mentre la maggioranza tende a persistere nello stato raggiunto e a non crescere? Molti possono essere i fattori determinanti l'uno o l'altro atteggiamento, siano essi esterni all'impresa (come condizioni del mercato, tasse e regolamentazioni locali, mercato del lavoro e dei capitali), o interni alla stessa (riguardanti ad esempio gli obiettivi, le intenzioni, le caratteristiche personali del giovane imprenditore). Certo è che, spesso, le ragioni contrarie alla crescita stessa sono da riferirsi al desiderio, da parte del giovane imprenditore, di mantenere pieno controllo amministrativo e proprietario, alla paura di accrescere eccessivamente il carico di lavoro, o ancora alla paura di ridurre la soddisfazione personale dei lavoratori. In realtà non si può negare che le imprese incontrino molte difficoltà nel sopravvivere e ancor più nel crescere.

L'età più critica per la sopravvivenza di una nuova impresa è, infatti, quella che si colloca intorno ai primi tre o quattro anni. E' in tale periodo che il giovane imprenditore deve fronteggiare le più grandi criticità relative alle fluttuazioni della domanda, alla necessità di fabbisogno finanziario a fronte di scarsa liquidità, agli inevitabili cambiamenti organizzativi, risultando, pertanto, più vulnerabile. Le imprese giovani sono, poi, molto incentivate a rimanere di modeste dimensioni anche per il fatto che, superato un certo livello, dovrebbero subire le pressioni competitive delle imprese già affermate di grandi dimensioni. Tutto ciò crea piccole imprese deboli, con limitata capacità imprenditoriale, che faticano a sopravvivere.



# Servizi in rete: più competitivi risparmiando



È possibile con le reti integrate di nuova generazione, che abbassano i costi e creano efficienza. Negli anni '70 un'ora di telefonata con gli Stati Uniti costava circa 300.000 lire; oggi può arrivare a costare anche 1,20 euro. In futuro si potranno attivare servizi come la traduzione telefonica in tempo reale in un'altra lingua.

Ne parla in questa intervista il presidente di ANUIT, Sergio Antocicco (nella foto)

**L**a via all'efficienza aziendale nell'uso delle telecomunicazioni passa attraverso le reti integrate di nuova generazione, che assicurano più funzionalità e maggiore produttività del lavoro facendo risparmiare sui costi.

Ne parliamo con Sergio Antocicco, presidente di ANUIT, l'Associazione degli utenti italiani di telecomunicazioni che proprio nel mese di dicembre ha tenuto a Bologna un convegno sull'argomento in collaborazione con l'Associazione. Al convegno, aperto dal saluto del presidente del Settore ICT dell'Associazione Industriali, Domenico Mistè, hanno partecipato il segretario generale di Assindustria, Giuliano Gotti, Gabriele Falciasecca dell'Università di Bologna e i rappresentanti di alcuni dei maggiori protagonisti del mondo delle telecomunicazioni: Claudio Esmanech della STT; Riccardo Casiraghi della Cisco Systems; Pier Luigi Acunzo di Telecom Italia; Michele Graiff della Ericsson telecomunicazioni e Paolo Caldera di Alcatel Italia.

**Ing. Antocicco, NGN, reti di nuova generazione: in cosa differiscono rispetto alle reti di "vecchia" generazione?**

"Le reti telefoniche tradizionali si basano sulla 'commutazione di circuito' ovvero su una tecnica in base alla quale viene definito un percorso fisso tra il chiamante e il chiamato, lungo il quale transita il segnale voce. Questo

'circuito' resta a disposizione esclusiva dei due interlocutori per tutta la durata della chiamata; se, in un momento diverso, si attiva una nuova comunicazione tra gli stessi interlocutori, il 'circuito', probabilmente, sarà diverso da quello di prima, in quanto le centrali telefoniche lo 'costruiscono' utilizzando i canali liberi in quel momento. Per questo, se la linea è disturbata si dice 'Provo a richiamare': in tal modo è possibile che il nuovo 'circuito' sia di qualità migliore del precedente. Altro aspetto da sottolineare è che il costo del servizio è legato al tempo di occupazione del 'circuito', indipendentemente dal fatto che si parli o si stia in silenzio.

Le reti di nuova generazione, invece, si basano

sulla 'commutazione di pacchetto', ovvero su una tecnica nella quale il segnale voce, trasformato in sequenza di bit 1 e 0, viene inviato al destinatario racchiuso in 'pacchetti'. Ciascun pacchetto contiene una parte dei segnali corrispondenti alla voce e viene inviato sulla prima linea libera che collega la centrali telefoniche tra loro. Quindi, su ciascuna linea, vengono trasmessi, uno alla volta, 'pacchetti' contenenti i bit voce di varie telefonate. Sarà la centrale telefonica di arrivo che preleverà dai pacchetti tutti i bit voce della stessa telefonata e li trasformerà in segnale vocale percepibile dall'orecchio umano. In

segue a pag. 6





segue da pag. 5

questo caso, i 'circuiti' non sono più riservati ai due interlocutori per tutta la durata della telefonata, ma vengono usati per gestire centinaia o anche migliaia di chiamate. Il costo, questa volta, dovrebbe essere a volume: infatti, se non si parla, non si generano 'pacchetti' voce. In realtà, sarebbe difficile far percepire all'utente che il costo dipende da 'quanto parla' e, quindi, si continua a far pagare a tempo. In questo caso, però, il costo del servizio diminuisce in modo molto rilevante in quanto le linee più costose - quelle che collegano le centrali tra loro - sono utilizzate in modo molto più efficiente; di qui la possibilità di ridurre i prezzi e far così godere il vantaggio economico anche all'utente finale. Per questo occorre che ci sia un'effettiva concorrenza tra gli operatori."

**Si sente parlare sempre più spesso di VoIP. È la stessa cosa di reti di nuova generazione?**

"Il VoIP è una tecnologia che gestisce la voce a 'pacchetti', ma utilizza, per la trasmissione, le regole usate, in Internet, per trasmettere le informazioni di qualsiasi genere. In tal modo, si può usare anche Internet per fare le telefonate, ovviamente, con possibili problemi per la qualità del servizio, in quanto Internet tratta allo stesso modo sia i 'pacchetti voce' che quelli 'dati'. Di solito, le nuove reti usano la

VoIP, spesso all'interno di sistemi 'privati' in modo da evitare congestioni che abbassano la qualità del servizio."

**Ci sono davvero forti riduzioni nei costi delle chiamate?**

"Negli anni '70 una telefonata con gli Stati Uniti costava circa 300.000 lire per un'ora di collegamento; oggi, un'ora di telefonata con gli USA può costare anche 1,20 Euro. Se poi si tiene conto del potere di acquisto della moneta di allora e di quella di oggi, ci si rende conto di quanto grande sia stato il cambiamento."

**Quindi, l'effetto delle nuove tecnologie è stato solo quello di abbassare i prezzi?**

"Non solo. Il fatto che nelle nuove reti il segnale voce è una sequenza di bit, rende la voce 'elaborabile' dai computer come un qualsiasi altro insieme di dati. Di qui la possibilità di 'integrare' la telefonata con i dati dell'interlocutore prelevati da archivi aziendali. Chi risponde, oltre a sentire la voce dell'interlocutore, vede sullo schermo del computer i dati memorizzati nella banca dati aziendale (che tipo di cliente è, se ha fatture in sospeso, quando ha chiamato l'ultima volta e perché, e così via). Quando si utilizzerà il computer anche per le chiamate personali, potremo vedere la scheda dell'interlocutore (come si chiama la moglie o il marito, i figli,

quando ci siamo sentiti, o le foto della gita fatta assieme). Alcune di queste funzionalità sono già attive: spesso, chiamando il radiotaxi ci rendiamo conto che la centralista già conosce i nostri dati e ne chiede solo conferma, se poi chiamiamo il Call Centre di un'Azienda di cui siamo clienti abituali, l'operatore recupera tutti i dati che ci riguardano e non dobbiamo ricominciare dall'inizio a raccontare il motivo per il quale stiamo facendo un'ennesima chiamata per risolvere un problema. In un futuro prossimo, grazie a computer molto più potenti di quelli odierni, potremo attivare servizi come la traduzione in tempo reale in un'altra lingua: un italiano e un cinese potranno capirsi, parlando ciascuno, la propria lingua!"

**I centralini telefonici aziendali sono allora destinati a scomparire?**

"Quelli tradizionali, ormai, non sono più costruiti. Oggi il centralino è un computer con un software specializzato, grazie al quale si dispone di funzionalità molto diverse da quelle che avevamo con le vecchie centraline. Ad esempio, si possono interconnettere, con la tecnologia di Internet, uffici dislocati in sedi geografiche diverse e lavorare come se tutti fossero nello stesso edificio. Chi chiama una sede, può essere smistato anche in una località diversa, senza che lo percepisca; chi risponde può farlo dal suo ufficio abituale o da un'altra località in cui si trova in quel momento, mantenendo l'accesso alle stesse informazioni e le stesse modalità di lavoro. Ovviamente, va rivista l'organizzazione del lavoro e questa può essere anche un'ottima occasione per ripensare e razionalizzare situazioni che nel tempo si sono cristallizzate."

**L'evoluzione delle tecnologie è sempre più tumultuosa. Come si fa a tenersi aggiornati?**

"Il nostro orologio segna il tempo legato alle caratteristiche biologiche; quello delle tecnologie corre molto più in fretta ed è difficile stargli dietro. I messaggi che vengono dagli operatori sono spesso poco chiari e, a volte, fuorvianti. Le regole del marketing non sempre si sposano con la trasparenza! Un canale di informazione è quello dell'ANUIT, l'Associazione che rappresenta gli utenti italiani di servizi di telecomunicazioni in tutte le sedi, nazionali e internazionali. Il sito è [www.anuit.it](http://www.anuit.it) e chi desidera mantenersi informato al meglio può chiedere di associarsi."

**La sede Assindustria di Imola, un esempio concreto delle nuove tecnologie al servizio dell'innovazione e dell'efficienza organizzativa**

Un esempio concreto di come le nuove tecnologie siano una leva di innovazione dei modelli organizzativi è rappresentato dalla nuova sede di Assindustria a Imola, inaugurata nel maggio 2005. A presentare la modernissima rete di collegamento tra la sede principale di Bologna e quella decentrata a Imola è stato, nel corso del convegno ANUIT di Bologna, il segretario generale dell'Associazione, Giuliano Gotti. Grazie alle nuove tecnologie si opera dalla sede di Imola come dalla sede principale, senza costi aggiuntivi. Un utilizzo avanzato delle ICT consente infatti di realizzare l'estensione virtuale della sede di Bologna evitando dispersive duplicazioni organizzative.





# Ospedali privati: in Emilia Romagna un accordo innovativo con le organizzazioni sindacali. In primo piano la qualità delle prestazioni sanitarie

È la prima esperienza in ambito nazionale orientata al contratto unico della sanità pubblico-privata. Particolarmente valorizzato il tema della formazione del personale, attraverso un meccanismo che punta alla fidelizzazione dei dipendenti e che incentiva le aziende ad investire nelle risorse umane. Ne parla il presidente regionale AIOP, Lorenzo Orta

**U**n accordo innovativo che apre una nuova stagione di impegno e concertazione tra ospedali privati dell'Emilia Romagna e organizzazioni sindacali, che ha saputo conciliare aspetti economici e sociali, privilegiando particolarmente il tema della formazione del personale, partendo da un dato condiviso: la qualità del servizio, la soddisfazione degli addetti e dei pazienti. È quello siglato dall'AIOP Emilia Romagna con le Organizzazioni sindacali della sanità a fine dicembre, che rappresenta una novità assoluta in quanto è la prima esperienza in ambito nazionale orientata al contratto unico della sanità pubblico-privata. Ce ne parla con evidente soddisfazione Lorenzo Orta, presidente AIOP Emilia Romagna, l'associazione della Ospedalità privata che aderisce ad Assindustria.

**Presidente Orta, qual è l'elemento di assoluta novità dell'accordo regionale che avete di recente siglato con le organizzazioni sindacali della sanità? Uno dei punti forti che avete sottolineato riguarda la formazione del personale...**

“L'accordo regionale siglato con le Organizzazioni Sindacali è innovativo per vari aspetti quali la creazione dell'osservatorio regionale sull'andamento del sistema, per gli avanzamenti di carriera all'interno delle aziende e soprattutto per la volontà di creare rapporti continuativi con le OO.SS..

La particolarità di rilevanza è sicuramente quella della formazione del personale, infatti il punto è il miglioramento della qualità del sistema, che deriva da una migliore formazione del personale a vantaggio del cittadino. In questa operazione siamo riusciti, con l'aiuto dei rappresentanti dei lavoratori, a introdurre un concetto molto importante per le nostre aziende, che intendono investire sul proprio personale, e cioè il rimborso relativo alle spese di formazione, aggiuntive a quelle previste dal CCNL nazionale, che l'azienda sostiene per la formazione del lavoratore.

Infatti il lavoratore, se decide di uscire dall'azienda prima dei 18 mesi stabiliti, dovrà restituire l'investimento in termini di ore aggiuntive.

Questo sistema crea una fidelizzazione del dipendente volta ad incentivare la struttura ad operare sempre maggiori investimenti in formazione che si concretizzano nel miglioramento della qualità della prestazione sanitaria.”

**In che senso si tratta della prima esperienza in ambito nazionale orientata al contratto unico della sanità pubblico-privata?**

“Siamo la prima regione che, come previsto dal CCNL nazionale, attiva la delega alla trattazione di alcuni temi a livello regionale che si formalizza fra

segue a pag. 8

Lorenzo Orta



segue da pag. 7

la parte datoriale AIOP e le OO.SS., mostrando una perfetta convergenza di orientamenti fra tutte e tre le sigle CGIL-CISL-UIL.

Auspichiamo che si arrivi ad un unico contratto della sanità pubblico-privata, visto che in termini economici già vi è convergenza; la nostra speranza è averla per il futuro anche sull'aspetto normativo."

**Non vi è dubbio che con questo accordo gli ospedali privati si accollino un aggravio di costi. Quali i vantaggi e le ricadute complessivi che vi attendete da questo sforzo?**

"La peculiarità degli addetti negli ospedali sia pubblici che privati, e la differenza rispetto all'industria, è data dal fatto che i nostri collaboratori hanno un contatto diretto con il cliente.

E' importante pertanto che non solo siano capaci di esercitare il loro mestiere con professionalità (ciò è garantito dal possesso dei titoli di studio ed esperienza necessari per legge), ma che siano anche tenuti in costante aggiornamento e soprattutto soddisfatti del loro posto di lavoro e tranquilli sulla solidità delle aziende dove lavorano. Il vero sforzo è rappresentato dal fatto che, in un momento di crisi come quello attuale, l'AIOP aggrava i suoi costi ma con la volontà di migliorare ulteriormente il servizio offerto alla cittadinanza, garantendo la tranquillità che i pazienti ripongono nelle nostre aziende."

**Recentemente avete anche presentato la terza edizione dell'annuario della sanità che misura la qualità del sistema sanitario italiano. A quale livello della classifica si colloca la nostra regione, e in particolare gli ospedali privati?**

"Abbiamo presentato il III° Rapporto



**Lorenzo Orta presenta l'accordo insieme al presidente provinciale AIOP Bologna, Maurizio Cevenini (il primo a sinistra)**

'Ospedali & Salute', considerato ormai un utile strumento per gli addetti ai lavori dove presentiamo sia il monitoraggio del settore sanitario pubblico-privato, sia l'andamento del sistema sanitario nazionale e regionale.

La nostra Regione si presenta ai primi posti in tutti gli indicatori. Gli ospedali privati emiliano-romagnoli sono in termini di qualità delle prestazioni e 'case mix' ai vertici nazionali, considerando che offriamo prestazioni per conto del servizio sanitario pubblico con un ventaglio di interventi che spazia dalla lungodegenza alla cardiocirurgia."

**Quanto influisce su questo risultato il modello di integrazione tra sanità pubblica e privata che si realizza in Emilia Romagna anche grazie all'azione svolta da AIOP in tutti questi anni?**

"Basti dire che quasi tutte le altre regioni ne hanno copiato l'impostazione eleggendolo a modello.

Il sistema che si è venuto a creare in Regione, ideato nel lontano 1995, si è potuto realizzare e consolidare per l'incontro tra imprenditori seri ed

evoluti e un establishment amministrativo regionale, capeggiato dall'assessore Bissoni, di alta qualità e veramente interessato al miglioramento della sanità emiliano-romagnola.

Gli amministratori pubblici sono stati disposti ad accettare, senza preclusioni ideologiche, la partecipazione delle strutture private al sistema integrato volto alla risoluzione dei problemi della sanità regionale.

Sono passati ormai 10 anni caratterizzati da continui miglioramenti, aggiustamenti e modifiche che hanno fortemente integrato il rapporto pubblico-privato, rendendolo sinergico ed indispensabile, al fine di contribuire al miglioramento complessivo del sistema sanitario regionale.

L'imprenditoria privata ritiene che gli accordi possono essere ancora migliorati e per mostrare la propria buona fede offre gli amministratori pubblici questo accordo, costoso ma innovativo, per poter poi vedere accettate alcune ipotesi migliorative di collaborazione pubblico-privato circa gli assetti generali."