

Sarre, Hotel Etoile du Nord, 22.10.2011

Assemblea ordinaria 2011

Relazione del presidente

Quando ho ripreso in mano ad un anno di distanza il testo della mia relazione alla scorsa assemblea, mi sono chiesto quanto di ciò che avevo scritto ed enunciato avrei oggi ancora sottoscritto. Rilegendolo e considerando che l'anno scorso in questo periodo stavamo risalendo da una fase di pesante crisi finanziaria ed economica culminata l'anno prima, registrandosi segnali di ripresa abbastanza evidenti e forse neppure così repentinamente attesi, non rinnego il cauto ottimismo, pur con tutte le cautele sulla situazione del debito generalizzato del sistema imprenditoriale, creditizio, statale che ne traspariva. Le considerazioni che facevo sulla situazione locale erano tese ad evidenziare che la particolarità del nostro tessuto economico aveva permesso di smusare gli aspetti più negativi di una crisi che in altre parti d'Italia o d'Europa, per limitarci al nostro vicinato, si erano manifestati in maniera decisamente più grave.

Nella prima parte del 2011 il percorso di risalita è proseguito, anche se segnali di forte instabilità ne minavano comunque la consistenza e la credibilità: mi riferisco soprattutto all'evidente divario di stato di salute tra le economie dei paesi cosiddetti emergenti e i paesi tradizionalmente considerati evoluti al termine della crisi. Per i primi è stata una piccola fase di assestamento in un percorso di costante e forte crescita, per i secondi un faticoso riemergere con le ossa abbastanza rotte da una drammatica caduta. Limitandosi ad un parallelo tra paesi tra loro simili, è poi evidente come all'interno della stessa Europa non tutti si navighi nello stesso modo.

L'Italia va peggio dei paesi Europei di riferimento, Germania, Francia, Regno Unito e Spagna, quindi tra noi vi è chi naviga meglio e chi peggio e non è vero che siamo sulla stessa barca. Diciamo che forse possiamo affermare di essere parte di una stessa flotta che se la passa male ma c'è chi imbarca più acqua di altri.

È chiaro che questa crisi del debito pubblico è ancora una volta, come nel 2008-2009, un evento repentino e non del tutto atteso per come si è manifestato, ma le cui radici sono a posteriori ben riconoscibili. È chiaro che ora più che in passato il ruolo delle attese dei mercati e

della credibilità di un sistema economico giocano un ruolo fondamentale. Sappiamo bene che il debito pubblico in Italia è un fardello che ci portiamo appresso da decenni e che finora mai aveva dato luogo ad effetti così drammatici e in rapida evoluzione. Nel momento in cui la finanza ha superato i confini di una parte limitata del pianeta, in cui le scelte di dove allocare risorse e capitali si fanno sempre più ampie, è logico che i sistemi economici che offrono meno attrattive possano improvvisamente perdere appeal e di conseguenza il debito non trovi più sostentamento nella fiducia degli investitori a sostenerlo con iniziative tali da consentirne la sua costante alimentazione.

Un altro dato preoccupante che emerge da un'analisi comparata tra paesi Europei è la forte perdita di valore dei titoli Italiani a confronto con quelli di altri stati, non solo la Germania. Negli ultimi mesi infatti lo spread tra titoli Italiani e Spagnoli è passato da una situazione di vantaggio dell'Italia ad una di svantaggio, andamento che riflette fortemente la scarsa capacità di gestire la situazione da parte della nostra amministrazione statale, compromessa evidentemente anche da una situazione politica instabile, precaria.

Non voglio comunque incentrare la mia relazione su questioni di economia e finanza internazionale di cui non sono esperto, ma questa premessa è a mio avviso utile per farci riflettere sulle nostre situazioni locali e particolari: l'economia della Valle d'Aosta per esempio, che gode per il comparto amministrativo pubblico di un rating di primordine ma che stenta a trovare delle linee di sviluppo forti e stabili nell'industria, nel turismo, nel terziario.

Lo stato di salute dell'economia Valdostana per quanto riguarda il comparto industriale oggi è peggiore di quello dell'anno scorso, perché, anche se il ricorso agli ammortizzatori sociali è fortemente calato, una certa ripresa delle assunzioni nell'industria è avvenuta nel corso della prima metà del 2011, diverse industrie vedono un futuro prossimo più difficile che un anno fa.

Volgendo ora lo sguardo alla nostra categoria, è evidente quanto critica sia



per noi questa situazione economica difficile. Da anni vediamo sempre più ridursi il nostro potere d'acquisto, la nostra presenza numerica, e farsi più problematica la visione prospettica, per noi stessi e per i nostri figli.

Visto però che è più facile crescere quando si parte da più in basso - quale altro più forte stimolo hanno infatti le economie emergenti rispetto a quelle più evolute se non questo - che nei momenti difficili è più facile che si catalizzino gli sforzi, le idee, le risorse al fine di risalire la china, sono d'accordo con chi afferma che dalle crisi nascono delle opportunità. L'importante è saperle cogliere.

Elementi fondamentali a che ciò avvenga sono però la compattezza, il superamento dei particolarismi e degli individualismi più radicati, la condivisione degli obiettivi.

Se proviamo ad applicare questi concetti alla nostra categoria, il tema può essere sviluppato in più direzioni.

Quella che riguarda il consolidamento e lo sviluppo del nostro ruolo nelle aziende: la presenza, le deleghe, la crescita formativa.

Quella che attiene al riconoscimento dell'impegno, del merito, del rischio e delle responsabilità: la retribuzione, la previdenza integrativa, l'assistenza sanitaria integrativa, le tutele in caso di infortunio malattia, crisi aziendali.

E, perché no, quella del nostro coinvolgimento attivo nel portare un contributo a costruire il futuro della società nella quale vivranno i nostri figli

Quando ho iniziato la mia esperienza in questa nostra associazione, queste sono le basi sulle quali ho trovato motivazione e convinzione e interesse a dedicare un po' del mio tempo e del mio impegno.

Provo quindi a tracciare un bilancio dell'attività svolta in questi tre anni, cer-

cando soprattutto di illustrare la strategia che ho seguito.

Premetto che in quest'attività non ho operato da solo in quanto sia gli attuali membri del consiglio e non solo loro, sia i precedenti, mi hanno sempre dato un grande aiuto nella discussione, nel dialogo, con i consigli e con il sostegno operativo in tutto quanto abbiamo realizzato. Un particolare ringraziamento va a coloro che hanno guidato la nostra associazione fino a poco tempo fa e che ora hanno lasciato o stanno lasciando i ruoli operativi.

Quali sono state le direttrici lungo le quali ci siamo mossi?

- 1) La forza sta nei numeri: non è condizione sufficiente, ma necessaria sì. Dobbiamo rappresentare la forte maggioranza dei colleghi. Sappiamo che oggi non è così o non lo è dappertutto. Questa è una condizione fondamentale. Il nostro sforzo è quindi stato fin sin dall'inizio quello di allargare la nostra base.
- 2) Se vogliamo garantirci il futuro dobbiamo saper attrarre i giovani. È importantissima la presenza dei colleghi anziani nella gestione della nostra associazione, ma il futuro esiste solo se alimentiamo il ricambio.
- 3) La nostra associazione territoriale deve sforzarsi di avere negli organi che la governano una rappresentanza costituita da dirigenti provenienti da aziende diverse e recanti esperienze differenti, nel settore industriale, ma anche il quello pubblico e dei servizi.
- 4) Per convincere i colleghi a stare con noi dobbiamo essere attrattivi e per esserlo dobbiamo essere visibili, promuovere iniziative che suscitino interesse, aggregativo.
- 5) Chi si iscrive deve essere convinto che ne valga la pena. Deve poter contare su di un servizio costante e professionalmente valido a supporto delle proprie scelte professionali, per facilitare la gestione dei rapporti con gli enti di previdenza e assistenza integrativa, nel caso di criticità legate a momenti di difficoltà nel rapporto di lavoro con la propria azienda.
- 6) La nostra voce e presenza attiva a livello locale deve essere tangibile. Attraverso gli eventi che organizziamo, la collaborazione con altre organizzazioni, la comunicazione, dobbiamo cercare di portare il nostro contributo su temi di interesse della nostra comunità.

Un cenno infine alle iniziative in parte già avviate che ci vedranno impegnati nel prossimo triennio.

- 1) Abbiamo attivato per la prima volta in Valle d'Aosta la convenzione Federmanager-FASI, che molte altre regioni già avevano, che ci consentirà di erogare un servizio di assistenza a tutti voi, ma anche a tutti i colleghi aderenti al FASI anche se non iscritti a Federmanager, nella gestione dei rapporti con il nostro ente di assistenza sanitaria integrativa, comprese ovviamente le pratiche di rimborso, che potranno essere compilate e inviate dal nostro ufficio. Altra convenzione tra noi e il FASI riguarda l'assistenza ai colleghi che si trovasse nella necessità di accedere al Fondo di Sostegno del Reddito che interviene in caso di temporanea disoccupazione. Entrambe le attività scaturiscono dagli accordi con Confindustria nati a seguito del rinnovo del contratto nazionale del 2009, dureranno fino alla sua scadenza e ci daranno la possibilità di essere remunerati dal FASI per i servizi



svolti. Ciò consentirà di far fronte ad una quota delle nostre spese fisse di personale e di sede e permetterci quindi di avere una maggior disponibilità di risorse da dedicare ad attività istituzionali, quali la comunicazione e la realizzazione di eventi.

- 2) È mia radicata convinzione che in tutto il territorio i dirigenti iscritti debbano poter contare su servizi omogenei e di elevata qualità, ma nello stesso tempo facilità di contatti, immediatezza di risposte e sentirsi appartenenti ad una comunità locale. Come conciliare gli aspetti del piccolo sindacato sottocasa con l'erogazione di un servizio di ele-

vato contenuto professionale per i casi più svariati e complessi che possono presentarsi e che richiedono la disponibilità di risorse professionalmente preparate e dedicate? Aosta si è da sempre appoggiata per la gestione di situazioni e casi impegnativi all'associazione di Torino che ha fornito il supporto necessario. È venuto però il momento di rendere questa collaborazione, un fatto sancito e istituzionalizzato, che garantisca a chi eroga il servizio e a chi lo riceve la stabilità nel tempo e regole certe. Ciò al fine di assistere i nostri iscritti quando occorre e contemporaneamente a dare chi eroga i servizi la possibilità di allocare sempre le risorse necessarie a far fronte agli impegni. In questa configurazione, che sta prendendo forma grazie alla collaborazione di tutti i sindacati del Piemonte e nostra e che dovrebbe dare luogo nel corso del 2012 ad una società consortile di servizi, basata a Torino, rimarrà quindi ad Aosta come agli altri sindacati territoriali che ne faranno parte, la gestione del contatto diretto, del front office, del rapporto personale con gli iscritti. Penso veramente che questo modello sia ottimale. Piemonte e Valle d'Aosta hanno l'ambizione di realizzarlo per primi in ambito Federmanager.

- 3) Stiamo cercando di allargare il n. delle convenzioni dirette con il FASI. Prevediamo di organizzare con il FASI un incontro dedicato a tutti i colleghi, iscritti e non, nel quale illustrare l'evoluzione del nostro ente di assistenza integrativa, le iniziative che sono in corso e i progetti futuri.
- 4) Cercheremo ovviamente di allargare ancora di più la nostra base di iscritti e di organizzare momenti di incontro interessanti che ci diano contemporaneamente visibilità e possibilità di esprimere i nostri punti di vista.

Per attuare queste iniziative, ma soprattutto per costruirci il futuro che vogliamo noi, occorrono e sono preziosi il consiglio, la partecipazione e la collaborazione di tutti ed è essenziale cercare elementi di unione, presentarsi allineati nelle idee e nelle proposte con tutti coloro che ricoprono ruoli manageriali e di responsabilità nell'ambito dell'industria privata o nel pubblico, siano essi dirigenti o quadri, purché vi sia la condivisione del principio che la nostra Regione e la nostra Nazione possano riprendere a crescere e credere nel futuro.

Marco Farinet

66° Assemblea ordinaria Federmanager Novara-VCO

Il giorno 5 novembre scorso si è tenuta a Novara l'Assemblea Annuale dei Dirigenti con il seguente Ordine del Giorno:

Relazione del Presidente

Nuovo Consiglio Direttivo e Nuovo Statuto in base ai risultati del Referendum del 4 maggio 2011

Rendiconto consuntivo della gestione 2010 e preventivo gestione 2011 da parte del Tesoriere. Relazione del Revisore dei Conti. Deliberazioni conseguenti.

Delega al Consiglio Direttivo per la ricerca ed eventuale acquisto di una nuova Sede

Varie ed eventuali. Il Presidente Gianni Silvestri ha esordito richiedendo un minuto di silenzio per le vittime del nubifragio di Genova, avvenuto qualche giorno prima, e così proseguito:

"Care Colleghe e Cari Colleghi, innanzitutto i miei ringraziamenti per la mia rielezione a Presidente per il triennio 2011-2013.

Purtroppo devo constatare che, all'inizio del precedente triennio mi sono trovato in una gravissima crisi a livello mondiale ed in questo inizio in una seconda crisi forse più grave, in quanto colpisce l'Europa ed in particolare il nostro Paese.

Mi allineo ai tanti "indignati" di oggi, soprattutto perché è stato fatto poco o niente per evitare questa seconda crisi facilmente prevedibile e, di conseguenza, dover ricorrere a rimedi spesso improvvisati per cercare di contenere perdite di centinaia di miliardi di euro in tutta Europa, l'Italia è quella che, dopo la Grecia, sta soffrendo di più perché, avendo un debito nazionale tra i più elevati del mondo, è facilmente attaccata dalla speculazione internazionale, che ci costringe ad indebitarci a tassi anche di 4 punti in più dei Paesi europei più virtuosi.

È un vortice che può trascinare tutti a fondo se l'Europa, soprattutto a livello economico, non si dà un forte governo che possa agire in tempi stretti per migliorare le economie di tutti i Paesi membri più o meno malate di eccessivi indebitamenti e soprattutto rilanciare la crescita e quindi la ricchezza principalmente con la produttività e non con la finanza.

Mi chiedo col buon senso, considerando le centinaia di miliardi che le borse europee hanno perso giornalmente, l'aumento vertiginoso degli interessi che dovranno rimborsare nei prossimi anni gli Stati membri, l'acquisto a prezzo di saldo che stanno facendo in Europa i paesi ricchi emergenti, se non fosse stato meglio che l'Europa comprasse subito il debito della Grecia con un rimborso da dieci a vent'anni. Avremmo risparmiato non solo tanti soldi, ma acquistato immagine e credibilità ben diverse.

Lo sbaglio, riconosciuto tardivamente da eminenti economisti, di non aver l'Europa salvato, anche da sola, la Lehmann & Brothers

che aveva cosparso l'Europa dei suoi subprime, derivati ed affini, non ha purtroppo insegnato nulla.

Chiedo scusa per questo sfogo da "indignato", ma questa crisi ha colpito e sta colpendo duramente anche la nostra categoria. Dalle 13 risoluzioni consensuali dal rapporto di lavoro del 2009 siamo passati alle 17 del 2010, più una decina di iscritti che abbiamo assistito per serie vertenze contrattuali.

Dopo un triennio è d'obbligo un consuntivo, che tratteggerò nelle sue linee principali.

Poco esperto di problemi associativi mi ero proposto alcuni obiettivi da raggiungere:

1. Dare all'associazione un moderno Statuto: il precedente, con poche modifiche, era in vigore dal 1981. Il recente referendum lo ha approvato.

2. Migliorare la nostra visibilità e comunicazione sul territorio. Siamo mensilmente presenti con le nostre notizie sul Corriere di Novara e con articoli sul nostro periodico "Dirigente d'Azienda". Abbiamo creato dei buoni rapporti con le altre Associazioni e l'Università. Abbiamo tenuto dei convegni con un buon successo, tra cui quelli recenti sulla formazione con Fondirigenti e sulla nostra assistenza sanitaria con il FASI.

Altri sono in programma per il prossimo anno.

Informiamo tempestivamente per via telematica i nostri iscritti su fatti associativi importanti.

Abbiamo un nuovo portale sul sito web con tutte le informazioni aggiornate anche a livello nazionale.

3. Miglioramento dei servizi. Come potete rilevare in una prossima proiezione, ogni servizio ha il nome del responsabile.

4. Un efficace proselitismo. Anche con i miei personali interventi nelle aziende abbiamo cercato di migliorare una situazione iniziale deludente per i dirigenti iscritti in servizio. Con un aumento ad oggi del 30%, come si vede dalla tabellina sottostante, abbiamo ottenuto un buon risultato che però non ci soddisfa e dobbiamo ancora migliorare.

Con il nuovo contratto è stato con non poche difficoltà cambiato un precedente accordo tra Federmanager e Confindustria, ciò ha permesso di stipulare, da parte di Federmanager, due convenzioni: una per il FASI e una per il GSR-FASI con ciascuna associazione territoriale, per la fornitura di relativi servizi di assistenza a tutti gli iscritti FASI e Federmanager per il biennio 2011-2012. L'importo a noi spettante è di circa 38.000= euro. Di conseguenza dobbiamo *Novara.*

mo, con adeguato personale e struttura, essere in grado di fornire un servizio soddisfacente. A questo dobbiamo aggiungere, oltre ad un costante miglioramento, l'entrata nella nostra Associazione dei Quadri superiori, previsti nell'accordo di cui parlerò più avanti, tra Confapi e Federmanager e, in un futuro non molto lontano, di altre figure del mondo manageriale.

Si renderà necessaria pertanto una nuova sede più ampia di quella attuale, che è di nostra proprietà. Con la vendita di quest'ultima e la disponibilità a riserva che abbiamo, non ci sono problemi finanziari. Per questa operazione è prevista all'Ordine del Giorno la Vostra approvazione.

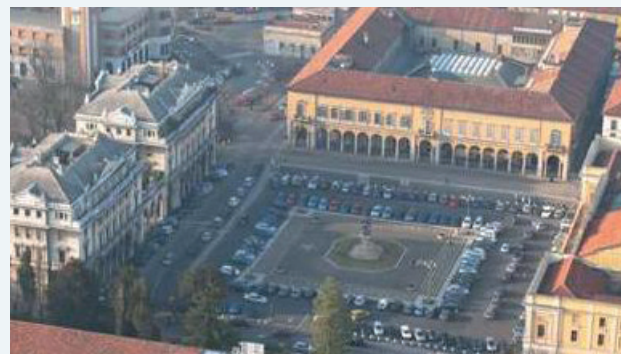
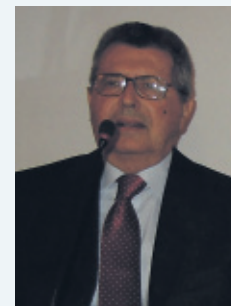
Anche nel 2010 abbiamo un rendiconto in attivo e per questo dobbiamo ringraziare anche l'oculata gestione del nostro Tesoriere ed il serio controllo del Revisore dei Conti.

A livello regionale è stato eletto quest'anno il Consiglio Direttivo dell'Unione Federmanager del Piemonte, con qui presente il nuovo Presidente Massimo Rusconi e di cui faccio parte come Vice-Presidente.

La novità importante è la creazione di un'Unità Regionale molto più snella di prima, con un semplice Statuto ed un Consiglio Direttivo ridotto, in cui le Associazioni territoriali sono rappresentate ciascuna dai loro Presidenti, con conseguente potere decisionale più concreto e rapido. Tra i compiti principali dell'Unione c'è l'ambizioso progetto di realizzare nel prossimo anno un Centro Regionale Servizi, disponibile a tutte le Associazioni piemontesi a cui si aggiungerà la Valle d'Aosta, già molto legata a tutti noi.

A livello nazionale è stato fatto molto. Nella cartelletta che Vi è stata consegnata c'è un documento che riassume l'operato nell'ultimo triennio. Mi limito a richiamare alcuni risultati importanti.

In base al nuovo Contratto si sta entrando, con seminari "ad hoc", nelle aziende per applicare i criteri della retribuzione variabile



per riconoscere il merito dei manager in funzione degli obiettivi raggiunti.

È una realtà in costante progresso che incarichi prima coperti da dirigenti ora sono affidati ai quadri. Il management futuro comprenderà quindi sempre di più quadri superiori o apicali. Per questo è entrato in vigore l'accordo tra Confapi e Federmanager, che ha portato ad un Contratto tra le parti non solo per i dirigenti ma anche per i quadri superiori, che saranno figure ben identificabili. Ci auguriamo che quanto prima anche Confindustria segua questa strada.

È comunque un'azione prioritaria di Federmanager di comprendere nella nostra famiglia tutto il management, con tutti i quadri apicali, le alte professionalità, i co.co.pro. ecc. con servizi, regole e governance che saranno stabiliti da un gruppo di lavoro già operativo.

Sempre a livello nazionale ci siamo seduti con i rappresentanti del Governo a tavoli di lavoro, abbiamo presentato proposte e soluzioni come il Manifesto per la Riforma Fiscale, abbiamo contestato le voci inique della manovra economica ed altro ancora.

Ma il fatto più sensazionale è che ci siamo presentati al Governo con la "Costituente Manageriale", il nuovo organismo di rappresentanza unitaria di tutto il management pubblico e privato, composto da 500.000 dirigenti, quadri ed alte professionalità in servizio più 300.000 in pensione. Questo è il primo passo verso la creazione, nei prossimi sei mesi, di una nuova Confederazione che rappresenterà al meglio il mondo manageriale per dare il proprio contributo allo sviluppo del Paese.

Un breve cenno ai nostri Enti collaterali.

I Presidenti di Fondirigenti e del FASI li abbiamo ascoltati poco tempo fa nei seminari da noi organizzati con la collaborazione dell'Associazione degli Industriali di Novara. Entrambi gli Enti stanno andando molto bene anche per il forte impulso dato dai loro Presidenti.

Ricordo solo che è operativo il sistema telematico "My Fasi", che permetterà un rapido scambio informativo tra l'iscritto ed il Fasi stesso. Siamo a disposizione in sede per dare tutte le spiegazioni in merito.

Per il Previdai i risultati sono positivi, come si rileva:

Per Praesidium ci informerà il Presidente qui presente, Bruno Villani.

Ascolteremo invece con particolare attenzione le novità di Lorena Capoccia, Presidente di Assidai, ente che ci ha dato non pochi dispiaceri negli anni passati.

Nella primavera del prossimo anno si eleggerà il nuovo Presidente Nazionale mentre, ai primi di dicembre, i delegati al Congresso Nazionale nomineranno i candidati alle elezioni. Giorgio Ambrogioni ha presentato la sua candidatura. Sono certo della sua rielezione perché se lo merita. Nonostante le contrarietà iniziali di qualcuno, ha dimostrato sul campo le sue capacità che riassumo con due verbi: dialogare per decidere.

Ringrazio il precedente Consiglio Direttivo per avermi aiutato a raggiungere dei risultati, credo, soddisfacenti per l'Associazione, che ha ben 66 anni di vita.

Sono certo che, anche con il nuovo Consiglio, ci concentreremo in questo triennio su due obiettivi principali: il miglioramento dei servizi ed un proselitismo che riesca a convincere i giovani che noi, non più giovani, siamo particolarmente orgogliosi di lavorare con e per loro.

Concludo ricordando una recente esortazione di Giorgio Ambrogioni concentrata su tre parole: categoria, impresa e politica. Lavoriamo per la categoria, dialoghiamo con l'impresa, è tempo di confrontarci con la politica con le nostre proposte, le nostre critiche e, se necessario, con la nostra opposizione.

A tale proposito troverete in allegato l'invito alla Manifestazione del 21 novembre prossimo, per un confronto tra classe dirigenziale e mondo politico sulle recenti manovre correttive economiche e sociali promosse dal Governo e varate o da varare dal Parlamento."

È stato poi presentato il nuovo Consiglio Direttivo eletto con il Referendum del 4 maggio scorso, che ha anche approvato il nuovo Statuto.

Il rendiconto consuntivo del 2010 ha evidenziato un avanzo di gestione di 9488,26 euro ed unitamente al preventivo del 2011 è stato approvato all'unanimità.



È stata pure approvata la delega al Consiglio Direttivo per la ricerca ed eventuale acquisto di una nuova Sede.

Sono seguiti gli interventi di diversi ospiti che qui riassumiamo.

Come rappresentante del Comune di Novara il dott. Giorgio Dulio, Assessore al Bilancio, ha puntualizzato il ruolo del manager come determinante per affrontare la grave e perdurante crisi attuale con decisioni strategiche soprattutto per una crescita futura. Il Presidente Silvestri si è offerto di partecipare anche con qualche specialista a tutti quegli incontri in cui l'esperienza del manager può aiutare le istituzioni a decidere.

Uno degli interventi più attesi è stato quello del prof. Davide Maggi sul tema "Cultura ed etica manageriali". Giovane professore, poco più che quarantenne, alla Facoltà di Economia di Novara ed all'Università Bocconi di Milano, nonché già affermato libero professionista, ha colpito tutti per una semplice, chiara e convincente esposizione su quanto sia importante, soprattutto per il manager, il binomio cultura ed etica. In un momento in cui l'etica a livello manageriale ha lasciato molto a desiderare, la figura del manager deve racchiudere non solo la cultura ma soprattutto l'e-

tica, per poter decidere prevalentemente nell'interesse della società. Ha colpito in chiusura l'affermazione di Einstein che giudicava una crisi, poi risolta, come il più forte stimolo per raggiungere il traguardo migliore.

In rappresentanza del mondo imprenditoriale di Novara sono intervenuti il dott. Gianni Canazza di A.I.N. Associazione Industriali di Novara, Responsabile delle Relazioni Industriali e il dott. Gianluca Alberti, Consigliere di A.I.N. nonché Direttore Generale della multinazionale Meritor di Cameri, produttrice di componenti per autoveicoli.

Alberti ha tratteggiato la situazione industriale ed occupazionale del territorio, che sono migliori rispetto alla media nazionale, non nascondendo però una forte preoccupazione per il futuro.

Canazza, su stimolo da parte del presidente Silvestri, ha richiamato la necessità di un maggior impegno per far applicare la retribuzione variabile ai dirigenti soprattutto nelle piccole e medie aziende. Ha aggiunto poi che, per il momento, un accordo Federmanager-Confindustria per i quadri superiori, come già fatto con Confapi, è solo preso in considerazione.

Sono poi intervenuti il Presidente di Assidai dott. ing. Lorena Capoccia, che ha spiegato come si è raggiunto un primo traguardo di effettuare rimborsi entro 40-50 giorni, come si sta sviluppando l'assistenza ai non-autosufficienti e soprattutto come è stato possibile contenere l'aumento delle tariffe per il 2012 dal 7% previsto al 2,5%.

Il Presidente di Praesidium dott. Bruno Villani ha tratteggiato il buon andamento di questa società di Federmanager che, con una nuova rete commerciale, è presente territorialmente con un responsabile a disposizione per tutte le necessità assicurative delle aziende e del singolo dirigente.

In chiusura c'è stato l'intervento del Presidente Nazionale dott. Giorgio Ambrogioni che ha rimarcato principalmente quanto segue.

È epocale l'allargamento di Federmanager ai quadri superiori con l'accordo Federmanager-Confapi, solo se tale allargamento verrà esteso ad altre rappresentanze imprenditoriali ed altre figure del management come i quadri apicali, le alte professionalità, i co.co.pro ecc.

Solo così si avrà un "ringiovinimento" degli iscritti in modo da migliorare il rapporto tra chi lavora e chi no, onde mantenere quel principio di solidarietà che è uno dei pilastri della nostra associazione.

Non basta più lavorare per la categoria, dialogare con l'impresa, ma dobbiamo confrontarci sempre di più con il mondo della politica che abbiamo trascurato per troppo tempo. Dobbiamo condizionare, quando è necessario, le decisioni da approvare da parte del Parlamento, in modo che contengano quelle proposte che riteniamo indispensabili per lo sviluppo e la ripresa del Paese. Per questo è nata la Costituente Manageriale, premessa per quella, che in breve tempo, dovrà diventare la casa di tutto il management sia privato sia pubblico.

Gianni Silvestri



Sabato 12 novembre 2011 - ore 10.30

Assemblea 2011 Federmanager Cuneo

Centro Congressi - Sala Nebbiolo di Fontanafredda
Via Alba, 15 - 12050 Serralunga d'Alba (CN)

Cari Amici e Colleghi,
il 6 Maggio 1947 si teneva la prima Assemblea della nostra rinata Associazione.

Oggi siamo qui a svolgere la 65° Assemblea della Nostra Associazione.

I problemi, le difficoltà che i Dirigenti di allora avevano di fronte erano enormi.

Ma con voglia di lavorare, con impegno costante e senso etico profondo hanno contribuito a trasformare il nostro Paese.

I problemi che abbiamo oggi di fronte, sicuramente non comparabili a quelli del 1947, sono gravi e le difficoltà imponenti.

Ma sappiamo che, per quanto ci riguarda, a noi non mancano né la qualità né l'impegno di coloro che ci hanno preceduto.

E anche noi daremo il nostro determinante contributo ad uscire da questa crisi che ha colpito l'Italia.

La nostra provincia

Per meglio comprendere l'andamento della nostra provincia nel 2010 e nei primi sei mesi del 2011 nonché le previsioni finali dello stesso anno è bene avere come riferimento i principali indicatori nazionali per lo stesso periodo.

Ci siamo affidati ai dati pubblicati del Centro Studi Confindustria nel settembre 2011

È un quadro come tutti noi sappiamo non propriamente confortante.

Nel 2010 la nostra Provincia ha avuto un andamento nettamente migliore della media nazionale. Basta fare riferimento ad alcuni indicatori.

Il PIL pro capite che nel 2009 era sceso rispetto al 2008 da € 30.414 a € 29.720 è risalito a € 30.412 recuperando cioè integralmente la perdita avuta.

È un valore ben superiore sia al PIL pro capite nazionale (2010 € 24.300) che al PIL pro capite piemontese (2010 € 27.775).

Il livello occupazionale è più positivo rispetto ai dati nazionali e regionali.

Il che è dimostrato dall'andamento del tasso di disoccupazione

Cuneo rimane in testa fra le province piemontesi per il tasso di occupazione che si attesta sul 68,5% quota a livello nazionale preceduta soltanto dalla provincia di Bolzano, Bologna e Ravenna.

L'andamento dell'industria nel 2010, sulla base dell'indagine congiunturale svolta dalla CCIAA di Cuneo su un campione altamente significativo composto mediamente da 154 imprese intervistate per un numero di 10290 addetti e un valore medio di fatturato di oltre 2,9 miliardi di euro, ha dato i seguenti risultati.

Si è avviata una lenta e graduale ripresa che

ha riportato la crescita produttiva nuovamente con il segno +.

A questi dati sostanzialmente positivi si contrappongono elementi di non indifferente negatività.

In particolare il monte ore di CIG autorizzata nel 2010 è stato praticamente identico a quello del 2009 (2009 h 14.546.000 - 2010 h. 14.756.000).

Ma ciò che è sicuramente più negativo è lo spostamento dell'utilizzo dalla CIG ordinaria in forte calo (- 63%) alla CIG straordinaria (+ 137%) alla CIG in deroga (+ 226%).

Se si mettono assieme questi dati che abbiamo indicato si può arrivare per il 2010 ad una conclusione.

Nella nostra provincia abbiamo ottenuto una buona ripresa economica, migliore di quella nazionale, ma senza ripresa dell'occupazione.

Nei primi 6 mesi del 2011 la tendenza positiva dell'andamento della produzione industriale cuneese si è confermata con un incremento del più 5% nel primo trimestre e del + 3,8% nel 2° semestre.

Il tutto come emerge dall'indagine congiunturale sull'industria manifatturiera coordinata dall' Unioncamere Piemonte in collaborazione con le Camere di Commercio provinciali.

E poi?

E poi sono venuti luglio, agosto e settembre ed ottobre che hanno portato con le vacanze l'esplosione di una crisi di portata enorme e di cui ad oggi è difficile vedere la soluzione.

Ma di ciò parleremo dopo.

I dirigenti e la crisi

È evidente che una ripresa senza maggiore occupazione e con un elevatissimo ricorso alla CIG ha investito anche i dirigenti.

Sulla base dell'indagine annuale sulle risoluzioni dei rapporti di lavoro avvenute nel 2010 effettuate come di consueto dalla nostra Federazione è purtroppo ragionevole ritenere che le risoluzioni dei rapporti di lavoro siano state lo scorso anno pari a circa 6000 unità.

Oltre il 58% riguarda dirigenti over 50 ed è anche in incremento il numero delle risoluzioni che hanno riguardato i dirigenti di età fino a 45 anni.

La nostra Associazione ha dato nel 2010 tutela ed assistenza in transazioni/vertenze a n. 15 dirigenti mentre nei primi 10 mesi del 2011 ha assistito n. 19 dirigenti.

Sono numeri purtroppo molto significativi soprattutto se rapportati alla realtà della nostra Provincia.

Due osservazioni: È entrata pienamente in

funzione in seguito all'accordo Confindustria Federmanager del 25 Novembre 2009, la Gestione Separata di Sostegno al Reddito.

Questo istituto gestito nell'ambito del FASI offre un notevole sostegno a Dirigenti che vengono a trovarsi in situazioni di disoccupazione involontaria.

Le possibilità di accesso sono state ampliate come parimenti sono state semplificate le modalità dell'accesso stesso.

È stato inoltre avviato nel 2011, sempre attraverso il GSR, il servizio di placement, attività questa di supporto alla ricollocazione professionale.

Sul funzionamento di questo ultimo istituto è per ora da parte nostra prematuro esprimere opinioni.

Una più adeguata articolazione su base regionale potrebbe dare probabilmente migliori risultati sempre più necessari in questi momenti di crisi.

La formazione

Da sempre siamo convinti che non esiste un sapere acquisito e statico.

Da sempre il sapere è dinamico e richiede input continui.

Mai come oggi la formazione continua è indispensabile non solo per sopravvivere e migliorare nell'impresa ma per sopravvivere tout court.

Fondirigenti con le sue attività in continua crescita e potenziamento dà risposte a questa prioritaria esigenza.

Nel 2010 98 Dirigenti di aziende della nostra Provincia hanno usufruito di corsi finanziati da Fondirigenti.

Numeri analoghi sono prevedibili per il 2011.

È un ottimo risultato limitato dal fatto che sono soprattutto le medie/grandi aziende ad usufruire di questa opportunità.

FASI

Quando si parla del FASI fra Colleghi normalmente si pensa quasi sempre solo alle richieste trimestrali o alle complicazioni che talvolta sorgono nel presentare queste richieste.

Il FASI merita alcune informazioni in più e come sempre ci affidiamo ai numeri:

- Iscritti al fondo al 31/12/10 n° 136.640 di cui 59.539 in servizio, 68.655 in pensione, 2.446 proscrittori volontari
- Aziende versanti al 31/12/10 n° 16.670
- Totale assistiti al 31/12/10 n° 305.651
- Contributi degli iscritti 2010 € 296.259.905
- Prestazioni sanitarie 2010 € 257.385.598
- Patrimonio netto al 31/12/10 € 184.754.787

Questi numeri dimostrano la grande validità economica e sociale dell'iniziativa che l'aperta e leale collaborazione fra Confindustria e Federmanager è riuscito a creare e a ben gestire nel corso di molti decenni.

Non solo. Esistono solide fondamenta perché l'istituto possa continuare in futuro a svolgere la sua attività a tutela economica della salute dei Dirigenti.

E ciò diventerà sempre più importante in

questo settore che inevitabilmente ha già portato e porterà sempre più aggravati economici personali.

Ma due iniziative riteniamo essere particolarmente importanti, innovative e di grande rilevanza anche sociale. La prima consiste nel potenziamento delle tutele per la non autosufficienza previste nell'accordo già esistente del 1° Maggio 2005.

Ad un problema di sempre maggiore peso vengono date risposte concrete attraverso lo stanziamento di fondi importanti.

La seconda è rappresentata dal Progetto prevenzione sanitaria articolato sui pacchetti prevenzione uomo, donna, oculistico, odontoiatrico.

Tutti noi sappiamo, molte volte per esperienze dirette, quanto sia importante la prevenzione.

L'aver avviato questo progetto significa essere veramente all'avanguardia nella tutela dei propri iscritti.

ASSIDAI

Siamo stati nel passato fortemente critici nei confronti dell'Assidai.

Un selvaggio aumento delle tariffe, un ritardo continuo delle prestazioni, un deficit comunicativo importante erano le motivazioni delle nostre critiche. Ci sentiamo di poter dire che negli ultimi tempi il vento è cambiato. L'aumento richiesto per il 2012 si attesta sui livelli accettabili. Le prestazioni sono più tempestive, la comunicazione migliore.

Positivo inoltre, e qui valgono le stesse considerazioni fatte in sede FASI, l'inserimento di tutele economiche nei casi di non autosufficienza.

Siamo certi che verrà mantenuto l'impegno preso di portare questo istituto, esclusivamente nostro, ad un alto grado di efficacia e di efficienza.

PREVINDAI

In un momento storico in cui le pensioni erogate dallo stato sono fortemente a rischio non solo in rapporto all'età in cui verranno erogate ma anche e soprattutto per gli importi che essi avranno, la previdenza complementare assume sempre di più la funzione di essere il vero sostegno economico ai nuovi pensionati.

Il nostro istituto il Previndai – con orgoglio noi possiamo dire di avere inventato in Italia la previdenza complementare- rappresenta uno dei punti di forza della nostra categoria.

Anche qui riportiamo i numeri fondamentali:

- Patrimonio al 31/12/10 € 5.769.090.498
- Contributi incassati nel 2010 € 728.769.428
- Erogazioni (capitale + rendita) nel 2010 € 238.220.737
- Iscritti al 31/12/2010 € 77.677

Come abbiamo detto per il FASI, questi numeri sono la concreta dimostrazione di quanto si possa creare con una aperta e leale collaborazione fra le parti sociali Confindustria e Federmanager. Siamo altrettanto certi che

con l'avveduta amministrazione di sempre sarà possibile sia oggi che in futuro superare le enormi difficoltà finanziarie che stanno colpendo il mondo intero.

Salvaguardare il patrimonio a tutela delle pensioni garantendo nel limite del possibile una adeguata redditività è un obbligo non solo economico ma ha anche una grande valenza morale.

La nostra federazione

L'attività della nostra Federazione è stata particolarmente intensa nel 2010.

Invece di farne un riassunto che comunque sarebbe stato incompleto abbiamo preferito allegare in cartellina la relazione che il Presidente Ambrogioni ha presentato al Consiglio Nazionale a fine Maggio 2011.

Altrettanto intensa è stata l'attività svolta successivamente.

Due punti vogliamo richiamare.

Il primo. Si è concretizzata una iniziativa primaria e fondamentale della nostra Federazione: la Costituente Manageriale.

Cosa vuol dire ciò: le organizzazioni dei Dirigenti CIDA, Confedir-Mit, Federmanager Manager Italia che per varie ragioni sino ad ora viaggiavano in ordine sparso e quindi con ridotto peso politico hanno deciso di parlare con una voce sola per la tutela di interessi convergenti e soprattutto, sapendo di rappresentare oltre 500.000 Dirigenti e 300.000 pensionati, per fare proposte concrete nell'interesse del Paese.

Il secondo di essere riusciti a bloccare l'iniquo contributo di solidarietà che si intendeva applicare sulle pensioni e l'assurda norma



sulla validità ai fini pensionistici del riscatto della laurea e del servizio militare.

Abbiamo condiviso appieno come Federmanager Cuneo quanto fatto dalla nostra Federazione. A Dicembre di quest'anno, fra pochi giorni quindi, si terranno le elezioni del Presidente e del Vicepresidente per il triennio 2012/2014.

La candidatura di Giorgio Ambrogioni come Presidente e di Carlo Poledrini come Vicepresidente trova il nostro pieno appoggio.

Ambrogioni nel suo mandato triennale ha ben lavorato a tutti i livelli, sindacale, politico, organizzativo.

Ha inoltre rafforzato l'unità della nostra Organizzazione, l'unità che in alcuni momen-

ti del passato si era fortemente indebolita e ciò nel rispetto delle entità territoriali che compongono la Federazione.

Molto bene potrà fare.

Cosa ci aspettiamo nel prossimo triennio dal vertice della nostra Federazione?

Absolutamente prioritario è il consolidamento del contratto nazionale e degli accordi sul welfare categoriale.

Non possiamo ignorare che nell'ambito del processo di globalizzazione ormai in atto da alcuni anni è in corso una operazione, anche culturale, di delegittimazione degli accordi collettivi.

Nella realtà italiana, composta non solo da grandi gruppi, ma da una realtà diffusa di PMI solo gli accordi collettivi possono dare risposta ai problemi dei Dirigenti.

Altrettanto importante è la rappresentanza sociale ed istituzionale.

Decisioni vitali per noi e per le nostre famiglie passano dalla politica.

Per essere autorevoli e sentiti non bastano, purtroppo, solo le buone idee ma è indispensabile avere anche forza elettorale, numerica.

È indispensabile pertanto preservare nella strada intrapresa dall'alleanza strategica con le altre organizzazioni dei Dirigenti, Manager Italia in primis.

Questi sono gli obiettivi più importanti sul cui raggiungimento dovrà impegnarsi il nostro vertice.

Ma qualunque vertice per quanto capace ed impegnato non può andare avanti da solo ma deve avere l'appoggio costante della sua base, nel nostro caso delle Associazioni provinciali. Noi da nostra parte gli assicuriamo la più totale e leale collaborazione.

La nostra associazione

A seguito del referendum indetto nel mese di settembre 2011 è stato eletto il nuovo Consiglio Direttivo il quale a sua volta, come previsto statutariamente, ha provveduto alla elezione delle cariche sociali.

I risultati vi sono stati resi noti.

Permettetemi a nome del Consiglio tutto di ringraziarVi per la fiducia che ancora una volta avete voluto accordarci.

Lo sentiamo come impegno fortissimo a ben operare nell'interesse della Categoria e della nostra Associazione.

Voglio poi ancora ringraziare tutti quei Colleghi che hanno collaborato nel precedente Consiglio e a quelli che hanno dato la loro disponibilità. Sarà interesse della nostra Associazione avvalersi della collaborazione di tutti.

La nostra Associazione è stata fortemente impegnata, come appare dalle cifre che abbiamo dato in altra parte della nostra relazione, a dare concreto sostegno ed appoggio a dirigenti in situazioni difficili.

Crediamo inoltre di essere riusciti a dare a tutti i nostri iscritti sicurezza di presenza costante e di informazione tempestiva.

Non siamo però riusciti come invece pensavamo di fare e come avevamo detto nella relazione dello scorso anno a porre le basi di un sistema che coniugando centralità regiona-

le e presenza sul territorio garantisce maggiore e più efficiente servizio.

Sia chiaro. I nostri rapporti con tutte le Associazioni Piemontesi sono istituzionalmente e personalmente ottimi.

In particolare Torino ci ha sempre dato con grande amicizia quell'appoggio che una Associazione più piccola come la nostra ha talvolta bisogno da parte di una Associazione molto più grande e più completamente strutturata.

Ma ciò non basta. Bisognerà riprendere il progetto di convergenza fra Associazioni e cercare di fare passi avanti verso l'unità piemontese pur nelle differenze provinciali.

E POI?

Ci eravamo lasciati nella prima parte di questa relazione con questo interrogativo. Dopo una relativa ripresa economica senza però alcuna ripresa occupazionale Luglio 2011 ci ha portato con il brutto tempo un inizio di crisi finanziaria senza precedenti.

In Agosto, Settembre, Ottobre il tempo atmosferico era girato sul bello ma la crisi è diventata sempre più grave e sempre meno controllabile.

Eravamo convinti, ci avevano convinti (ma in sostanza forse volevano essere convinti) che la crisi 2008/2009 era alle nostre spalle.

Eravamo convinti che il sistema Italia fosse più solido e sicuro di tutti gli altri paesi europei e che fossimo in grado di affrontare una competizione mondiale sempre più accentuata.

Avevamo dimenticato di avere un debito pubblico enorme, una evasione fiscale diffusa quanto la corruzione, una inefficienza pubblica una paralizzante burocrazia e molti altri mali ancora.

Esistevano ed esistono ancora nel nostro Paese elementi, energie fortemente positivi.

Abbiamo un sistema industriale che ha punti di forza e di eccellenza a valore mondiale, intelligenze, professionalità, voglia di lavorare e di impegnarsi diffuse ovunque. Tuttavia la speculazione mondiale ha valutato maggiormente i dati negativi ed ha colpito duramente.

Non si pensi alla speculazione, cercando fra noi una giustificazione, a gnomi cattivi che nascosti nei caveau delle banche odiano l'Italia e decidono di affossarla ma ai fondi pensione inglesi, americani ecc., agli investitori istituzionali che già scottati dall'insolvenza greca (default è una parola più elegante ma sempre di insolvenza trattasi) hanno incominciato a non avere più fiducia dell'Italia e a non comperare più i nostri titoli.

Con le conseguenze sotto gli occhi di tutti. Ci siamo trovati tutti più poveri, più insicuri, più preoccupati per l'avvenire nostro e dei nostri figli. La manovra di Agosto non è bastata.

Ad oggi ci è molto difficile valutare se le decisioni operative che seguiranno agli impegni presi dal nostro governo in sede europea saranno in grado di contenere la crisi e di ridare fiato alla nostra economia.

Potremmo anche noi metterci a fare l'elenco delle cose da fare.

Non vogliamo però cadere nel costume diffuso di avere ciascuno la ricetta che risolve tutto (naturalmente spese di qualcun altro) un po' come ciascuno ha sempre la migliore formazione della nazionale. Ci sono però dei valori e delle linee di indirizzo in cui crediamo e a cui pensiamo ci si debba rigorosamente attenere. I sacrifici necessari per la ripresa devono essere equamente suddivisi. Non ci debbono essere categorie esenti e privilegiate. Tutti devono contribuire al risanamento. Non è più tollerabile che ci sia una così grande evasione fiscale. Deve essere privilegiato il lavoro delle aziende e dei lavoratori. I costi della politica, diretti ed indiretti, devono essere tagliati da subito in maniera drastica. Se in concreto quanto sopra verrà applicato non solo avremo la possibilità di uscire dalla crisi ma riusciremo ad avere quella ripresa che ci porterà a positivi risultati oggi e in futuro. Perché è al futuro che dobbiamo guardare.

Non possiamo lasciare ai più giovani un paese peggiore di quello che abbiamo trovato.

Noi Dirigenti e qui rivendico l'orgoglio della nostra categoria abbiamo sempre lavorato guardando sì all'oggi ma soprattutto al futuro.

Anche oggi siamo disposti a fare la nostra parte.

**Il Consiglio Direttivo
Pierfranco Sibilla**



Megastore degli Abbonamenti
1° in Italia

Sconti fino all'80%

CONSEGNA GRATIS

Abbonati e regala un abbonamento!
Per te una scelta fra oltre 90 riviste, tra le più prestigiose dell'editoria italiana!

In più puoi vincere fantastici premi!

In più, con le SuperOfferte Extra, più leggi e più risparmi!

Offerta Fashion	Offerta Creatività	Offerta Lifestyle	Offerta Conoscere
Grazia + Flair 1 anno, 62 numeri SOLO €29,90 anziché € 126,00 Codice 333	Casa Facile + Cucina Moderna 1 anno, 24 numeri SOLO €29,90 anziché € 42,00 Codice 889	AD + Traveller 1 anno, 24 numeri SOLO €38,50 anziché € 102,00 Codice 015	Panorama + Focus 1 anno, 64 numeri SOLO €59,90 anziché € 202,80 Codice 336
SCONTO 76%	SCONTO 29%	SCONTO 62%	SCONTO 70%
Offerta Informazione	Offerta Stile	Offerta Motori	Offerta Vip
Panorama (1 anno) + Economy (6 mesi) 77 numeri SOLO €47,00 anziché € 231,00 Codice 117	Casaviva (1 anno) + Donna Moderna Pocket (6 mesi) 38 numeri SOLO €29,00 anziché € 73,20 Codice 149	Quattroruote + Dueruote 1 anno, 24 numeri SOLO €62,20 anziché € 96,00 Codice 730	Vanity Fair + Glamour 1 anno, 64 numeri SOLO €44,90 anziché € 130,40 Codice 011
SCONTO 80%	SCONTO 60%	SCONTO 35%	SCONTO 66%
Offerta Ragazzi	Offerta Benessere	Offerta Famiglia	Offerta Sapere
Topolino (1 anno) + Art Attack Magazine (6 mesi) 58 numeri SOLO €72,90 anziché € 135,20 Codice 625	Men's Health + Starbene 1 anno, 24 numeri SOLO €35,00 anziché € 62,40 Codice 279	Topolino + TV Sorrisi e Canzoni 1 anno, 104 numeri SOLO €69,90 anziché € 197,60 Codice 547	Focus + Focus Junior 1 anno, 24 numeri SOLO €52,90 anziché € 85,20 Codice 443
SCONTO 46%	SCONTO 44%	SCONTO 65%	SCONTO 38%

Offerta valida fino all'8 ottobre 2012

1° PREMIO



7 giorni a 5 stelle nell'esclusivo Sainte Anne Resort & Spa.

2° PREMIO



Una Vespa GTS Super 125 ie. Chiavi in mano

3/5° PREMIO



3 iPad 2 3G 32GB

6/10° PREMIO



5 Smartphone Samsung Galaxy S II

Per informazioni sulle modalità di abbonamento, chiama la Segreteria FederManager Torino al N. 011.5625588

Il regolamento completo del Concorso è depositato presso la società Concreta Comunicazioni Sas - Milano.

30

DIRIGENTE
d'azienda

ottobre-novembre-dicembre 2011

La copertura offerta dal Fasi

La non autosufficienza ed i fondi sanitari

Nel 1977 nasce il Fasi, Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa per i dirigenti di aziende produttrici di beni e servizi, come iniziativa sindacale promossa dalla Categoria.

Oggi il Fasi, fa parte del sistema della bilateralità realizzato da Confindustria e Federmanager.

Dalla sua costituzione, il Fasi è un Fondo senza scopo di lucro ispirato da principi mutualistici e di solidarietà intergenerazionale tra gli iscritti, opera secondo un criterio di non selezione del rischio e si basa su un sistema di rimborso tariffario.

Attualmente il Sistema Fasi, precisa il suo Presidente Stefano Cuzzilla, è un modello di riferimento per la sanità italiana e per le Istituzioni nazionali e regionali.

Fino al 2004 il Fasi contemplava, nel proprio tariffario e tra le altre prestazioni, l'assistenza infermieristica continuativa domiciliare.

“Dal 1 maggio 2005, il Fondo ha sottoscritto un accordo di natura assicurativa per servizi di Assistenza Medica ed Infermieristica”, spiega Cuzzilla, “al fine di garantire un accrescimento delle prestazioni e un più ampio ventaglio di opportunità a disposizione degli assistiti per far fronte ai loro bisogni sanitari in tutte quelle situazioni di emergenza e di urgenza per le quali il Fasi non garantiva una risposta complessiva ed integrata”.

Attraverso tale accordo, vengono forniti agli iscritti Fasi (previa verifica della regolarità della posizione contributiva) una serie di servizi primo dei quali l'assistenza domiciliare socio-sanitaria nel caso di non autosufficienza.

Si tratta di una soluzione con una connotazione fortemente innovativa.

“Nel corso di questi ultimi anni, sono state migliorate le garanzie previste relativamente alle prestazioni di assistenza infermieristica/assistenziale nei casi di non autosufficienza”, illustra ancora Cuzzilla, “per le quali l'intervento economico, per ciascun mese di assistenza, è stato elevato a € 750,00 per un massimo di 270 giorni l'anno”.

I servizi a favore degli assistiti che ne fanno richiesta, vengono illustrati dal Presidente del Fasi:

- di un medico, anche specialista, a domicilio;
- assistenza domiciliare infermieristica post-ricovero;
- assistenza domiciliare infermieristica e/o socio-sanitaria;
- reperimento ed invio di una ambulanza e/o trasferimento a/dai centri specializzati;
- rientro sanitario dall'estero;
- consulenza sanitaria per ricoveri all'estero di alta specializzazione.

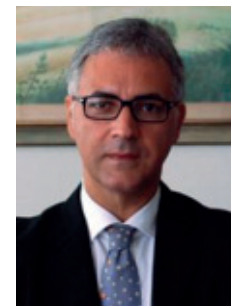
“La copertura vale per tutti gli assistiti Fasi indipendentemente dallo stato di salute degli stessi al momento dell'inizio della polizza e non prevede limitazioni in relazione all'età. La valutazione relativa alla sussistenza di minimo 3 fattori, sui 6 richiesti, che consentano di poter reputare una persona non autosufficiente, spetta ad una équipe di medici attraverso la valutazione di un questionario, compilato dal medico curante dell'assistito, e che consente il rilascio dell'assistenza con tempistiche molto brevi”.

In merito alla dimensione numerica dei servizi erogati in materia di non autosuf-

ficienza, Cuzzilla aggiunge, “la copertura del rischio di non autosufficienza (con le modalità sopra descritte), rappresenta indubbiamente una realtà innovativa nel panorama italiano: dal 2005 al 2010, si evidenziano i seguenti dati:

- richieste di prestazioni 5.324;
- tale impegno ha comportato un assorbimento di risorse da parte del Fondo pari a € 24.557.280.

“Nonostante questi numeri, il Fasi non intende sottrarsi alla propria responsabilità visto il crescente fabbisogno dei nostri assistiti e vista la rilevanza sociale della tematica”, conclude Cuzzilla.



Stefano Cuzzilla

Fabbisogno per tipologia di assistenza Proiezioni al 2050					
Classi di età	2010	2020	2030	2040	2050
Acute e Long Term Care					
Da 0 a 64 anni	3,9%	3,9%	3,8%	3,4%	3,3%
Da 65 a 79 anni	2,0%	2,2%	2,5%	3,0%	2,8%
Da 80 anni e più	1,1%	1,4%	1,7%	2,0%	2,6%
Totale	7,1%	7,5%	8,0%	8,5%	8,8%
Acute Care					
Da 0 a 64 anni	3,5%	3,5%	3,4%	3,1%	3,0%
Da 65 a 79 anni	1,9%	2,0%	2,3%	2,8%	2,6%
Da 80 anni e più	0,8%	1,0%	1,2%	1,4%	1,9%
Totale	6,2%	6,5%	7,0%	7,3%	7,5%
Long Term Care					
Da 0 a 64 anni	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%
Da 65 a 79 anni	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%
Da 80 anni e più	0,3%	0,4%	0,5%	0,6%	0,7%
Totale	0,9%	0,9%	1,0%	1,1%	1,3%

Fonte: Confindustria

- reperimento e invio, in casi d'urgenza,

Il FASI assicura ai suoi assistiti, solo presso le strutture selezionate e convenzionate nella forma diretta, il trattamento implantare dell'edentulia

Possibilità riabilitative in implantologia moderna

Il Dottor Francesco Damiani odontoiatra laureato in Italia presso l'Università degli studi di Perugia è specializzato in paradontologia alla Boston University dove ha inoltre conseguito il Master of Science in Biologia Orale. Nella sua ormai ventennale esperienza in implantologia ricostruttiva ed implanto-protesi il dr. Damiani si è particolarmente orientato verso il trattamento delle edentulite totali ad modum Toronto bridge che rappresenta per alcuni pazienti la scelta ideale nel piano di ricostruzione protesico. Come consulente di chirurgia ed implantologia del Centro Odontostomatologico San Giorgio di Torino e data la sua vasta esperienza in campo implantologico gli è stato chiesto di scrivere un articolo sulle possibilità protesico-riabilitative della tecnica Toronto-bridge nei pazienti totalmente edentuli.

*Con il termine **Edentulia Completa** si definisce la **perdita di tutti i denti**. Questa condizione può essere dovuta a carie destruenti, malattia paradontale, al naturale processo biologico, essere l'effetto collaterale di malattie più gravi e severe o verificarsi in seguito ad inadeguati trattamenti odontoiatrici.*

Nonostante negli ultimi decenni i sistemi di prevenzione e promozione della salute orale abbiano ridotto in modo significativo la perdita dei denti il progressivo allungamento della vita contribuisce a mantenere elevato il numero della popolazione edentula. Questo problema produce un effetto negativo in quanto compromette la funzione masticatoria, altera la fonazione ma in modo particolare modifica l'immagine individuale a causa del cambiamento estetico prodotto con precoce invecchiamento.

La protesi mobile totale è una valida possibilità riabilitativa in entrambe le arcate, soprattutto nell'arcata superiore dove il palato costituisce un appoggio ampio alla resina.

Molti pazienti, nonostante un risultato di buona qualità funzionale ed estetica mal si adattano ad una protesi mobile, percepita comunque come instabile ed estranea al proprio organismo per tanti motivi: una ipersalivazione, incertezza nei rapporti sociali e una marcata alterazione dei sapori. In effetti il recupero della completa mancanza dei denti, tramite quella che i pazienti conoscono con la poco rassicurante espressione di Dentiera implica spesso un rifiuto psicologico legato all'associazione di questa con l'invecchiamento. Per questo motivo assume particolare importanza il fatto che l'approccio alla scelta terapeutica è spesso richiesto da pazienti di età inferiore ai 65 anni.

L'implantologia diventa quindi in questo ambito riabilitativo l'alternativa per

eccellenza, in quanto permette il ripristino totale con denti fissi. Tale protesi completa con impianti, è conosciuta come "Toronto Branemark Bridge" e prevede, secondo il protocollo svedese originale, l'inserimento di un numero adeguato di impianti nelle arcate (almeno 6 nel superiore e 5 nell'inferiore) in posizioni idonee tali da sostenere meccanicamente la successiva protesi fissa ed il relativo carico masticatorio.

Quale sia il distretto anatomico da riabilitare superiore o inferiore l'elemento comune sono le altissime percentuali di successo proprie di questo trattamento, relativamente al risultato clinico ed al recupero psicofisico che ne consegue.

La letteratura riporta numerosi studi

epidemiologici che descrivono il percorso di questi pazienti dalla perdita di tutti i denti all'indossare una protesi mobile fino a riceverne una fissa. Essi raccontano di sentire, dopo poco tempo, la nuova protesi come parte integrante della propria bocca; la positività percepita produce in loro la voglia di riprendere abitudini e modalità di vita perdute come riasaporare cibi o semplicemente sorridere consentendo così un recupero di ogni aspetto relazionale. Inoltre previene l'invecchiamento precoce mantenendo inalterati nel tempo i livelli ossei.

Ulteriore esempio di un caso trattato con Toronto bridge.

Dott. Francesco Damiani



“Un fiocco in azienda”

Un’iniziativa innovativa che pone al centro la Maternità ed il Lavoro. Un progetto realizzato da Manager Italia, avviato nel 2010 in Lombardia, che è stato presentato a Torino il 18 ottobre 2011. Tra gli invitati e i Funzionari della Regione Piemonte preposti all’applicazione della regolamentazione di accoglienza delle future richieste aziendali di FIOCCO IN AZIENDA, Marina Cima referente Gruppo Federmanager Minerva Torinese e alcune associate, hanno seguito con molta attenzione l’argomento. Con grande sensibilità la Coordinatrice del Gruppo Donne Manager e del Progetto, d.ssa Marisa Montegiove, nonché Vice Presidente Nazionale di Manager Italia, ha esplorato i punti cardine del progetto ed i risultati del suo primo anno di vita.



Un tema che pone in luce un nuovo fattibile rapporto tra “le persone” rispettando i tempi e le differenti sfumature che coinvolgono sia la lavoratrice che l’Azienda e sia l’Azienda che la Regione.

È importante approfondire la materia perché nonostante le difficoltà e le criticità attualmente presenti nel mondo del lavoro a tutti i livelli, si possono e si devono percorrere nuove strade per sostenere concretamente la maternità. Una nuova cultura per la crescita personale e del Paese. □



Gli eventi

- Progetto E-quality: le aziende che investono sulle donne (convegno).
- “Io, donna voglio una vita serena e in salute. E tu cosa scegli?” (convegno)

Nel prossimo numero del D.A. verranno pubblicati i servizi sui Convegni tenuti il 18 novembre.

Centro Diagnostico

Direttore Sanitario
Dr. Pietro Fornero

Torino - Via Marochetti 11

raggiungibile con linee urbane 42 - 45 - 67

PARCHEGGIO PUBBLICO “D’AZEGLIO-GALILEI”

con ingresso veicolare da

Corso Massimo d’Azeglio angolo Via Cellini

FIAT SEPIN

LE AREE DI ATTIVITÀ

- **DIAGNOSTICA INDIVIDUALE** • **CHECK-UP** • **MEDICINA DEL LAVORO**

■ **VISITE SPECIALISTICHE:** con prenotazione: “senza prescrizione medica”

■ **ESAMI DI LABORATORIO:** senza prenotazione: “con prescrizione medica”

■ **ESAMI DI RADIOLOGIA:** senza prenotazione: “con prescrizione medica”

È richiesta prenotazione solo per: Apparato digerente - Stratigrafia - Mammografia - Densitometria ossea (MOC) - Sistemica Ossea

■ **ESAMI DI ECOGRAFIA ED ECOCOLORDOPPLER:** con prenotazione e prescrizione medica

- Ecocardiocolordoppler • Ecocolor Doppler vascolare • Ecografia addominale e transrettale
- Ecografia ginecologica e transvaginale • Ecografia muscolare e delle parti molli

■ **ESAMI STRUMENTALI:** con prenotazione e prescrizione medica

- **Cardiologia**
 - Holter cardiaco e pressorio
 - Test da sforzo al cicloergometro
- **Funzionalità respiratoria**
 - Spirometria
- **Ginecologia**
 - Colposcopia
- **Neurologia**
 - Elettromiografia
- **Otorinolaringoiatria**
 - Audiologia e potenziali evocati
- **Urologia**
 - Flussometria

INFORMAZIONI E PRENOTAZIONI

Telefonare allo
011.00.66.880 r.a.
DAL LUNEDÌ
AL VENERDÌ
9,30 - 13,00
14,00 - 17,00

Convenzioni in forma diretta con FAIT - FASDAC - FASI - FASDIP

Altre convenzioni in forma indiretta con ASEM - ASIDAL - ASSIDA - CASAGIT, ecc.

da Federmanager Alessandria

Dialogo immaginario (ma non troppo)

Bartolomeo Berello

A (40 anni) e **B** (60 anni), ingegneri e dirigenti della stessa azienda, si incontrano nell'ufficio di **B**, in un momento di pausa dal lavoro.

- A) Che cos'è questa rivista? È la prima volta che la vedo... (allude a *Dirigente d'Azienda*).
- B) È l'organo ufficiale di Federmanager, l'associazione dei *Dirigenti d'azienda*; io sono iscritto e ricevo mensilmente la rivista.
- A) Sì, ho sentito parlare di Federmanager, sono andato anche sul sito dell'associazione ma, per ora non sento il bisogno di un sindacato che mi difenda... magari fra un po' di anni vedrò se sarà il caso di iscrivermi...
- B) Io non la penso così, se sfogli la rivista, vedrai che l'associazione è qualcosa di più.
- A) L'aspetto non è male, in effetti (sfoglia la rivista)...
- B) Hai visto? Si parla di problemi sindacali e di previdenza, ma anche di vita associativa e ci sono articoli di ottimo livello su temi di attualità e su argomenti culturali.
- A) E tu non mi dirai che hai tempo per leggere queste cose, con l'arretrato di lavoro che ci ritroviamo. A me manca il tempo per l'aggiornamento professionale... l'attualità la trovo sui quotidiani, gli approfondimenti me li cerco io su riviste specializzate e le curiosità sono ormai a portata di click, su Internet, scegliendo quello che mi interessa, non quello che qualcuno decide di servirmi su una rivista.
- B) Non sono d'accordo con te. Io credo sia importante che ci sia qualcuno che

raccoglie i problemi della nostra categoria e ce li fa conoscere, indicandoci qualche soluzione. Al tempo stesso mi interessa leggere il pensiero di chi ha una sensibilità vicina alla mia e vive i miei stessi problemi.

- A) Sfogliando la rivista. A me non sembra fatta per interessare i dirigenti d'azienda, mi sembra invece di vedere parecchi articoli scritti da persone che amano compiacersi o compiacere i dirigenti che hanno cariche nell'associazione.
- B) Come sempre, sei tranchant nei giudizi! Partiamo da un po' più lontano: un'associazione sindacale funziona in un certo senso come un'assicurazione, che si paga proprio nella speranza di non averne bisogno ma che, quando poi serve, è bene che ci sia. In più, per noi, c'è l'appartenenza a una categoria non certo trattata bene dai media... migliorare la nostra immagine non può che avere ricadute positive, anche nel nostro lavoro di tutti i giorni.
- A) Posso riconoscermi nel tuo ragionamento ma, converrai con me che – oggi – riceviamo un'infinità di stimoli e siamo costretti a selezionare le informazioni che ci servono, a volte anche un po' superficialmente. Professionalmente, il criterio-guida non può che essere quello dell'interesse: mi serve? La qualità del "prodotto" passa in secondo piano. Ovviamente, se un'informazione si serve di strumenti più moderni, ci sono maggiori probabilità che venga catturata, ma alla fine vale il "principio della fune": fa muovere il carico chi tira, non chi spinge.
- B) Secondo te, quindi, la rivista deve interessare il manager sul terreno pro-

fessionale per essere sentita come uno strumento utile... ma per questo abbiamo a disposizione un sacco di pubblicazioni specializzate! Federmanager ti propone qualcosa di diverso: un giornale che parla della categoria a cui tu appartieni e tocca temi di interesse generale.

- A) Come ho già detto, oggi il problema non è quello della carenza di informazione, ma quello della ridondanza, abbiamo troppa offerta e non riusciamo a trovare rapidamente quello che ci serve. Io credo che una rivista debba prima di tutto aiutarci in questo orientamento. Deve essere una specie di bussola.
- B) Ma come si può fare questo con una rivista indirizzata a manager di diverso indirizzo professionale, diverse estrazioni e di cui, ricordiamolo, oltre la metà è ormai in pensione?
- A) Questo è vero, tant'è che io riserverei la rivista che hai sul tavolo per i manager non più in attività mentre cercherei altri strumenti di comunicazione per i manager in attività.
- B) E quale sarebbe la tua proposta, se fossi tu l'editore?
- A) Prima di tutto, vedo per i dirigenti un solo giornale nazionale. Ovviamente, il comitato di redazione, dovrà raccogliere i contributi regionali o specialistici. Un giornale di alto livello. Niente carta, ma un giornale on line, che vive poggiando su tre piedi: rapidità, interattività, apertura sul mondo. Rapidità nel fornire l'informazione che serve nel mestiere del manager, con link per l'approfondimento della notizia (per chi lo desidera); interattività che consenta l'intervento del lettore sui temi di interesse anche tecnico, con scambi continui; apertura sul mondo vuol dire prendere altezza sui problemi e ricercare le tendenze e le novità nel mondo del lavoro su scala internazionale. Un giornale del genere lo leggerei certamente.
- B) Vedo che sei ambizioso. Ma non pensi di correre un po' troppo? Io credevo



di essere già all'avanguardia con la mia posta elettronica, ma sento parlare di facebook, di linkedin, di twitter, di flutter... sinceramente mi sembra che si vada incontro a una certa confusione.

- A) Si tratta di strumenti che dureranno nel tempo solo se si riveleranno utili. Certamente ne nasceranno altri, con cui dovremo convivere. I giovani ne saranno avvantaggiati? Meno male, visto che non mancano le difficoltà che le nuove generazioni sono costrette ad affrontare.
- B) *Mi hai quasi convinto. Ma nel frattempo, mi prometti di dedicare un po' del tuo tempo nella lettura di DIRIGENTE d'Azienda. Magari lo trovi più interessante di quanto pensi.*
- A) Promesso. Ne ripareremo. □

Da Alessandria Bartolomeo Berello

Siamo lieti di poter dare il benvenuto al collega Bartolomeo Berello di Federmanager Alessandria, pubblicando questo dialogo immaginario (ma non troppo) che affronta coraggiosamente – (è questo il suo intervento d'esordio) – il tema sulle ragioni, l'opportu-

rità, gli argomenti e la destinazione di questo periodico.

Chi scrive ha vissuto in prima persona i lavori preparatori dibattuti in Consiglio e poi deliberati per l'uscita di una pubblicazione su rivista periodica. Erano gli anni di fine '70, il numero zero porta la data 1979.

Da allora i modi di informazione hanno subito una rivoluzione, da Gutenberg a Steve Jobs, per dirla con approssimazione, e se ne parla diffusamente anche in questo numero del periodico. L'alternativa ormai corrente è tra cartaceo o elettronico?

Più che il parere di chi scrive o delle voci discordanti delle due fazioni, possiamo ricavare una risposta dagli esiti di ciò che si ricava oggettivamente dal tempo presente. Le edicole sono stracolme di giornali, la diffusione degli strumenti elettronici ha raggiunto cifre da capogiro; ne consegue che uno non esclude l'altra e per tornare al collega alessandrino sul dialogo tra categorie dei colleghi in servizio e quelli in pensione, emerge un quadro obiettivamente rappresentato.

L'autore si pone modestamente a distanza nel dichiarare di non aver scritto il dialogo per essere pubblicato. Invece è importante darne a tutti conoscenza perché la partita è sempre aperta e la giusta soluzione dovrebbe poter rispondere alle due esigenze primarie, la tempestività e l'approfondimento e sia detto senza intenzioni, anche con la "memoria" del tempo.

Chi scorre le pagine che nel corso di un trentennio hanno scandito la vita e il lavoro della categoria, può trarne una lezione di storia che aiuta a capire il tempo presente.

Federmanager Alessandria con questo avvio, dopo la presidenza di Favero (cui si riconoscono grandi meriti organizzativi, promozionali e di contributo alla vita sindacale) si è passati alla presidenza di Bausone, un collega sempre attento alla verità che ha dimostrato negli interventi un giusto equilibrio, come si conviene ad una piccola, di numero, associazione dei dirigenti.

Non c'è unità senza i diversi; con gli uguali c'è il rischio dell'inerzia: la realtà vera non è quella storica ferma e morta, ma quella che diviene e si realizza. La solidarietà del passato con la civiltà della tecnica è profonda, esse devono procedere insieme se vogliamo salvare la categoria. □



Battaglia di Marengo.

Prevenzione e cura delle malattie della bocca e dei denti in pazienti adulti e bambini.


Ge.S.O.
GESTIONE SALUTE ORALE



Nei mesi di Aprile-Maggio e Ottobre-Novembre visite di controllo gratuite agli iscritti FASI, CIDA e loro familiari.

PRESTAZIONI ODONTOIATRICHE SPECIALISTICHE

Prevenzione
Igiene orale
Paradontologia
Chirurgia orale, conservativa
Endodonzia
Protesi fissa e mobile
Implantologia
Patologie del cavo orale
Articolazione temporo mandibolare
Pedodonzia
Ortodonzia

Via Settimo, 83 - San Mauro Torinese (TO)

Per informazioni e appuntamenti

Tel. **011 8985456** - E-mail: geso@virgilio.it

CONVENZIONATO IN FORMA DIRETTA E/O INDIRETTA CON I PIU' IMPORTANTI FONDI SANITARI ITALIANI (FASI, FASDAC, ASSILT, FIDENI, NEW MED, ecc.) USUFRUISCONO DELLE TARIFFE IN CONVENZIONE ANCHE I FAMILIARI DEGLI ISCRITTI AI FONDI SANITARI

Dal social media marketing alle vendite online

La rivoluzione è appena cominciata, il treno è in piena corsa e noi... non possiamo permetterci di stare a terra!

Francesco Ardito*

Il Web e la sua evoluzione (o meglio, rivoluzione?)

Da più di un decennio seguo assiduamente, per professione e con grande passione, i fenomeni legati allo sviluppo di Internet e ai nuovi modelli comunicativi conseguentemente introdotti, restandone continuamente affascinato.

Dal Web 1.0, quello che inquadrava noi, i consumer, come utilizzatori passivi della Rete (sembra impossibile pensare che si trattasse solo di qualche annetto fa) al Web 2.0, che ci ha trasformato da consumer a prosumer, rendendoci così i veri protagonisti della Rete, all'attuale Web 3.0, caratterizzato dall'esplosione del networking e dal concetto di cloud (e su questo ultimo termine, che sicuramente avrete sentito più volte nominare, mi fermo, per non entrare troppo in tecnicismi di poco interesse per la maggior parte dei lettori).

Fin dai tempi in cui l'uomo delle caverne cercava di vendere una pietra, un osso di animale ad un suo simile, si è sempre fatto Marketing. Independentemente da come il messaggio fosse veicolato – segnali di fumo, piccioni viaggiatori, email, spot su un TV LED 3D – il messaggio è sempre stato lo stesso: "Da noi troverete prodotti di qualità. Venite ad acquistarne qualcuno?".

Qualche anno è passato dall'uomo delle caverne, e, per chi desidera vendere, l'obiettivo è radicalmente cambiato. Dobbiamo passare dal "Concentrarci a vendere" a "Concentrarci per creare il maggior numero di relazioni mirate". È questa la nuova chiave del successo!

Mi soffermo ancora un momento sul concetto di *networking* citato in apertura (*Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube...*) per associarmi alla campagna "Think Before You Click", sollecitando voi lettori a riflettere, a contare fino a 10 prima di cliccare su OK e far partire il vostro post! Un tempo, ricordo, si diceva: "Calma, prima di perdere le staffe ed esplodere, conta fino a 10; potresti in tal modo evitare spiacevoli conseguenze". Beh, oggi il concetto è esattamente traslato, portato in prossimità del nostro dito indice, arma talvolta letale, se posizionato a distanza ravvicinata con il nostro mouse. Dedicherò prossimamente spazio ad un articolo mirato ad elencare i danni – troppo spesso sottovalutati – che potremmo arrecare a noi stessi in caso di... clic precoce!

Tornando al treno in corso e a come non perderlo, utilizzando siti come gli arcinoti

Twitter e Facebook (senza dimenticarne altri, altrettanto importanti) le aziende più dinamiche e reattive hanno cominciato a rendersi conto di come, piuttosto che investire in costose campagne pubblicitarie, fosse giunta l'ora di abbattere questi costi, migliorare i risultati di business, dedicando attenzione al cosiddetto Social Media Marketing (SMM).

Un po' di numeri (e che numeri!)

Gary Vaynerchuk, uno dei grandi casi di successo sulla Rete, ha trasformato i risultati economici della sua azienda vinicola familiare, passando in poco più di un anno da un fatturato di 4M\$ a più di 50M\$, fondamentale trasferendo gran parte dell'attività di marketing sul web. Gary racconta come 15.000,00\$ spesi in attività di direct mailing generarono circa 200 nuovi clienti e 7.500,00\$ investiti in affissioni ne generarono circa 300. Nello stesso tempo, la costante campagna su Twitter, costatagli 0,00\$ (zero è quel che dice lui) portò nel suo portfolio quasi 2.000 nuovi clienti!

Non sono d'accordo con Gary quando afferma che questa iniziativa sia costata zero dollari. Se mi allineassi alla sua affermazione e dicessi che questo cambio di direzione,



riguardo le strategie di marketing, non costi nulla, direi una grossa bugia. Non ci riferiamo più a costi di pubblicità ma a costi legati all'attenzione che una nostra persona dovrà – senza ombra di smentita – dedicare quotidianamente al Social Media Marketing.

Attenzione che dovrà essere inevitabilmente bidirezionale:

1. Cosa scriverò domani? Come potrò contribuire ad aiutare chi avesse bisogno della



mia esperienza e dei miei consigli? Che tipo di informazioni passerò al mondo?

2. Cosa hanno detto di me oggi? Come reagirò ad eventuali messaggi negativi apparsi sul mio conto? Come sfruttare al meglio le considerazioni positive espresse sulla mia azienda?

Al punto 1 ho utilizzato, non a caso, il termine "aiutare". Il nuovo mondo prevede il successo per chi, apertamente aiuta, dà consigli, risponde a chi pone domande, dimostrando – intrinsecamente – di conoscere la materia, di padroneggiare il proprio mondo professionale. Un detto sempre più ricorrente è il seguente (superflua la traduzione): "Sell something, and you make a customer. Help someone, and you make a customer for life".

Una persona dovrà quindi seguire con estrema attenzione l'evolversi di questo nuovo mondo, per traghettarci verso il cambiamento che ci condurrà ad ottenere risultati importanti e, soprattutto, misurabili. Sono questi costi, legati all'utilizzo di una persona, quelli cui facevo riferimento pocanzi, infinitamente più contenuti rispetto a quelli messi a budget per attività di marketing tradizionali.

Mettiamoci bene in mente un concetto, fondamentale oggi. "La nostra immagine, il nostro brand, non è più in mano nostra ma in mano al mondo che sta là fuori!". Serve molto impegno, molta attenzione, molta autenticità per costruire la nostra immagine (e venir ripagati economicamente) ma basta un attimo per vedere questa immagine distrutta, proprio perché, ricordate, ci siamo tutti trasformati da semplici consumer, a potenti, influenti prosumer!

Ma trasferiamoci ora dalla teoria alla più importante pratica, parlando di numeri, tengo a evidenziare, prettamente italiani.

L'Audiweb, il soggetto ufficiale realizzatore e distributore dei dati sulle audience online, ci fornisce dei numeri, a mio avviso, impressionanti. In Italia (agosto 2011) si contano 38.789.000 di potenziali utenti internet, con un numero (ben più importante) di 26.015.000 di utenti attivi, su base mensile! Se saremo bravi a costruire e a veicolare i nostri messaggi, a profilare il nostro target, facendogli comprendere quali siano le nostre competenze, la qualità dei nostri servizi / prodotti, una seppur piccola parte di questi utenti sarà pronta a... comprare da noi! Mi piace spesso

ripetere, per rendere l'idea più concreta, che se anche solo uno su centomila diventasse nostro cliente, incrementeremmo la nostra base clienti di 260 unità! Quanto ci costa, oggi, "tirare su" 260 nuovi clienti ... sempre che ci si arrivi a "tirarli su"?

L'osservatorio eCommerce B2C (business to consumer) ha evidenziato i dati positivi del trend di crescita dell'eCommerce italiano. Dal rapporto emerge infatti quanto segue.

Il mercato e Commerce italiano registra un aumento delle vendite online del +14% rispetto all'anno precedente. Stiamo parlando di un mercato che vale ben 6,5 miliardi di € che non sembra aver risentito dell'attuale crisi economica come invece è accaduto per i canali tradizionali. Lo sviluppo è strutturale, ovvero vi è una crescita indistinta per tutti i settori merceologici con valori che si attestano tra il +10% e il +20%, e con il settore dell'abbigliamento che consegue addirittura un +43%. Inoltre, su 200 player italiani intervistati, quasi il 90% ha dichiarato un fatturato in crescita, e uno su due dichiara che il fatturato della propria azienda è balzato a un +20% grazie alle vendite on-line. In conclusione, gli italiani che da tempo hanno familiarizzato con il web sono sempre più inclini ad acquistare on-line, ma le nostre aziende non sfruttano ancora a pieno le potenzialità del canale eCommerce, non adeguandosi a tale cambiamento, dimostrandosi in profondo ritardo rispetto ai competitor stranieri. È quindi il momento di intervenire in maniera attenta e pianificata, sviluppando la multicanalità che il mercato richiede, iniziando così a cogliere i frutti che il mercato dell'online offre.

Aprire uno shop online

Che cosa comporta aprire un nuovo canale di vendita online, oggi, autunno 2011? Ho voluto specificare, autunno 2011, in quanto lo scenario è drammaticamente cambiato (a nostro favore) rispetto anche solo a un anno fa!

Beh, partiamo dal mettere in chiaro che non tutti i prodotti si prestano ad essere venduti sul Web in un contesto B2C (vendita al consumatore finale) e sono molti i fattori che vanno presi in considerazione quando si decide di intraprendere questa strada. Il prezzo, la necessità del cliente di voler/dover "toccare con mano" ciò che sta acquistando, le spese di spedizione, ecc..

Dando per scontato che quest'analisi sia già stata condotta e, come nella maggior parte dei casi, i risultati attesi siano promettenti, il primo passo sarà quello di dotarsi di uno "shop" online, trasformando il proprio sito Web, per anni considerato erroneamente da molti come una spesa e non come un investimento, in una vera e propria "macchina" per generare ricavi aggiuntivi.

Le aziende che hanno rivisto il proprio sito Web negli ultimi anni, avranno, nella maggior parte dei casi, optato per una soluzione basata su un Content Management System (CMS), contrapposta al modello oramai superato del

sito statico tradizionale che, per essere aggiornato necessita di competenze tecniche particolari e di un dispendio di tempo ed energie significativo.

Per chi invece non avesse ancora compiuto questo passo, questo è probabilmente il momento giusto per sviluppare fin dall'inizio una soluzione perfettamente integrata con i cosiddetti strumenti di eCommerce.

La maggior parte dei CMS più comuni è dotata di estensioni, chiamati plug-in o temi, disponibili sia in modalità Open Source (software i cui autori ne permettono, anzi ne favoriscono il libero studio e l'apporto di modifiche da parte di altri programmatori indipendenti) sia a pagamento, a prezzi accessibili ai più. Detti plug-in permettono anche a chi abbia poca familiarità con i linguaggi di programmazione, di realizzare e personalizzare un negozio online, come parte integrante del proprio sito Web.

A tal proposito, per fornirvi delle indicazioni utili a partire, vale la pena citare soluzioni quali Wordpress, Drupal, Joomla e LifeRay. A voi la scelta!

La maggior parte di tali moduli per l'eCommerce supporta già i sistemi di pagamento online più utilizzati quali Paypal, Google Checkout e carte di credito, mettendo a disposizione del commerciante online tutte le funzionalità tipiche di un sito di eCommerce come il carrello, la Wish-list, la registrazione utenti, la gestione degli ordini, il motore per l'invio di email promozionali agli utenti registrati, la reportistica sulle vendite e molte altre ancora. Spesso è inoltre possibile configurare la vetrina online in modo molto intuitivo, decidendo quali prodotti mettere in evidenza nelle aree "calde" dello schermo o lanciare delle promozioni su certi prodotti o categorie, proprio come avviene per la gestione del nostro negozio fisico.

Con la stessa semplicità e poi possibile, o per meglio dire, doveroso, aggiungere al sito, se ancora non presenti, tutte le componenti "social media" atte a coinvolgere i clienti, reali o potenziali, in tutte le attività e le promozioni in corso o in arrivo. Mettere a disposizione informazioni dettagliate sui prodotti sotto forma di video su YouTube o slide su SlideShare, realizzare dirette video di presentazione dei nostri prodotti o servizi, offrendo la possibilità agli utenti di interagire "live" con noi, inviare comunicazioni in tempo reale sul proprio sito tramite Twitter per informare di una promozione imminente o di un evento sponsorizzato, possono rivelarsi fattori determinanti per ottenere una reputazione online di spicco e salire in pole position nei motori di ricerca. Esistono poi diverse tecniche ed elementi di attenzione per il posizionamento "top" sui motori di ricerca, ma non voglio addentrarmi ora in questi, seppur importanti, dettagli, in quanto non oggetto dell'articolo odierno.

Va assolutamente detto che la qualità dei prodotti in vendita, così come il servizio di supporto ai clienti dovrà essere di prim'ordine. In caso contrario, questi splendidi, affasci-

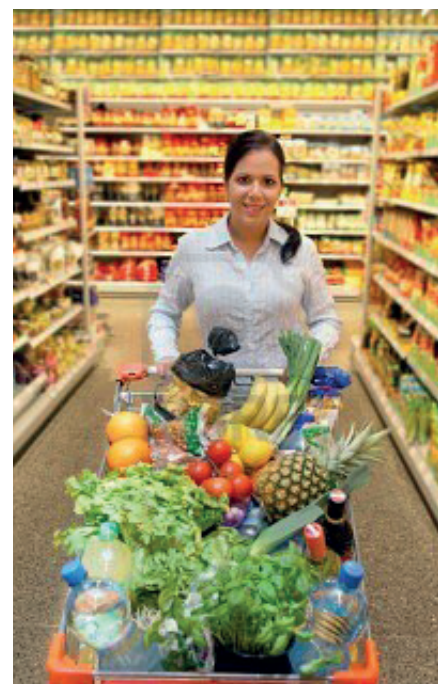
nanti, efficaci strumenti potrebbero ritorcersi contro l'azienda, sortendo un effetto boomerang, catastrofico sulla propria reputazione online. E come ricordavamo in apertura, oggi, il vostro brand non lo gestite più voi, ma i milioni di prosumer, oggi veri motori della Rete!

La Rete oggi premia le aziende, i professionisti seri, che hanno qualcosa di valido da offrire e che, consapevoli di ciò, non si spaventano – anzi – si aprono sempre più al mondo che là fuori li aspetta. "So di valere, so di proporre servizi/prodotti di qualità, so che ciò che affermo corrisponde al vero ... beh, ora non mi resta che farlo sapere. Non potrò che avere successo!"

Concludendo questa panoramica sul Marketing basato sullo sfruttamento dei social media e sulle enormi opportunità offerte dall'e-Commerce, oggi non più solo una semplice parola inglese "alla moda", non mi resta che ricordare che sarà per me un piacere scambiare opinioni sul tema, ascoltare le vostre esperienze e confrontarci per migliorare, tutti assieme, le nostre capacità di networking, di penetrazione del mercato e, last but not least, la nostra sempre più importante reputazione on-line!

FRANCESCO ARDITO
www.francescoardito.com
frankardy@gmail.com

**È membro del consiglio di Federmanager Apdai e del Dirclub Piemonte.*



Il Brand in Internet

Nuove frontiere digitali della proprietà industriale

Filippo Novario*

Quante volte capita di navigare nel web e "approdare" su siti simili a quelli ricercati? Quante volte, alla ricerca di un determinato prodotto su Internet, ci si orienta verso l'acquisto di un altro prodotto simile ma di più semplice individuazione? Quante volte, per il rischio di giungere su un sito fasullo, si rinuncia ad acquistare in Internet? Le questioni, di per sé non direttamente collegate, hanno un denominatore comune: il problema del Brand in Internet.

Il Brand è un segno distintivo di grande importanza, poiché collega un prodotto o servizio ad un'azienda, con ricadute economiche per quest'ultima e d'affidabilità per i consumatori. La sua tutela è sempre stata focalizzata sulla materialità: ad esempio la

somiglianza dei marchi di prodotti simili sui ripiani dei supermercati. Oggi, con la nascita della Società dell'Informazione, questo paradigma deve mutare. L'essenza virtuale degli illeciti e la loro enorme possibilità di commissione nella Rete Globale, tramuta il fenomeno in un cybercrime di difficile individuazione e, soprattutto, soggetto a tutela giuridica incerta e complessa, annacquata nei meandri delle leggi internazionali e nazionali. Spesso l'informatica, oltre a creare nuove e complesse situazioni da tutelare giuridicamente, apporta anche soluzioni semplificate e rivoluzionarie per questo difficile compito. È questo il caso.

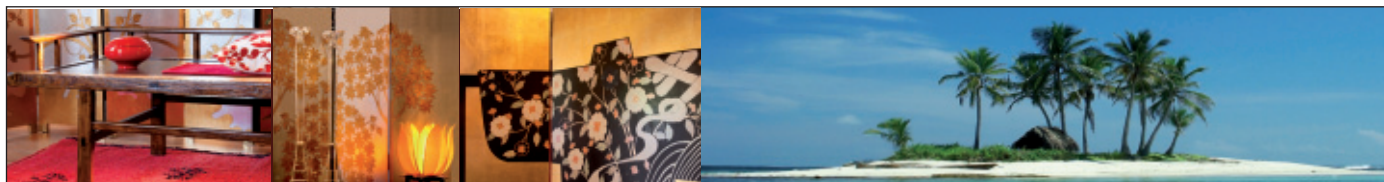
Attraverso il monitoraggio della Rete Globale, che molteplici aziende consentono, è possibile individuare in Internet i casi di abuso del Brand, così da ottenere riepiloghi sull'entità del fenomeno per singola azienda. Associando a questo alcune tecniche di



Network Forensics, disciplina che consente la corretta acquisizione ed analisi delle prove informatiche in rete, diviene possibile ottenere prove dell'abuso digitale. Il passaggio consente una solida prova degli illeciti, più pregnante degli illeciti materiali, e aggira l'attitudine di Internet concernente il continuo cambiamento dei contenuti. Attraverso una acquisizione mirata dei dati del sito web è possibile congelarne sia lo stato sia i contenuti, delineando un'ideale "time line" delle violazioni. Le due attività, sommate alla collaborazione dell'azienda che sospetta l'abuso del suo Brand con studi legali esperti nella tutela della proprietà industriale, consentono una più agile e concreta lotta contro gli abusi digitali.

L'argomento è concreto e attuale, come mostra il caso Moncler, azienda leader nella produzione di capi d'abbigliamento. Il GIP del tribunale di Padova, con il decreto del 29 settembre 2011, su richiesta del PM in base alla querela dell'azienda francese, ha disposto il sequestro preventivo, attraverso oscuramento, di 493 siti web che utilizzavano in modo improprio il marchio Moncler. Provvedimento che apre un "nuovo corso" nella giurisprudenza nazionale ed internazionale in materia. □

*Facoltà di Giurisprudenza di Alessandria, Università del Piemonte Orientale.



IL TUCANO

concept store

IL TUCANO CONCEPT STORE VI ATTENDE NEL CUORE DI TORINO
PER UNO SHOPPING D'AUTORE O PER I VOSTRI VIAGGI PIÙ BELLI

Ethnic-chic - Design
Antiquariato dal mondo - Complementi d'arredo



IL TUCANO VIAGGI RICERCA

viaggi d'autore

con il Tucano puoi scegliere il viaggio più vicino ai tuoi interessi...

I CLASSICI • I GEO-ETNOGRAFICI • I NATURALISTICI
VACANZE MARE, GLAMOUR E BIEN-ÊTRE
GLI SPECIALI DEL TUCANO: FESTE ED EVENTI NEL MONDO, GRANDI TRAVERSATE

IL TUCANO VIAGGI RICERCA - Piazza Solferino 14/G - Torino - tel. 011 561 70 61 - info@tucanoviaggi.com - www.tucanoviaggi.com
IL TUCANO CONCEPT STORE - Piazza Solferino 14/G - Torino - Tel. 011 562 50 80 - www.tucanoconceptstore.com

AI SOCI FEDERMANAGER IL TUCANO RICONOSCE PARTICOLARI VANTAGGI SULL'ACQUISTO
DEI VIAGGI DEL TUCANO VIAGGI RICERCA E DEGLI ARTICOLI DEL TUCANO CONCEPT STORE. SCOPRILI SUL SITO WWW.TUCANOVIAGGI.COM

Allenare una Leadership capace di sprigionare i potenziali propri e altrui e di “mandare a successo” i propri collaboratori

Diventare “capitali di futuro”

A cura di Cristina Cocchi, Direzione Tecnica Profexa Consulting



La “**Risorsa Persona**”, oggi più che mai, diventa determinante, risorsa strategica, pregiata, fattore differenziante di successo, “Patrimonio dell’Umanità” duraturo nel tempo; espressione di una “multi-sensorialità organizzativa”, che si traduce in quelle capacità tipiche dell’individuo, che è in grado di sentire e di anticipare gli eventi e che per far questo necessita di mantenere continuamente allenare tutte le proprie sensorialità.

Ma come potenziare le abilità personali del singolo rispetto a delle sfide ambientali e professionali? E come potenziare abilità individuali con maggiore tenuta in contesti complessi e articolati? La risposta a queste domande rappresenta certamente la sfida che ogni azienda ed ogni persona è prezioso che affrontino per continuare ad essere competitivi in un mare complesso senza trascurare il **Benessere Personale e collettivo**.

Bisogna avere il coraggio di cambiare prospettiva ed individuare una nuova “rotta”, capace di guardare oltre la semplice gestione delle Risorse Umane e di individuare la migliore via per far emergere le potenzialità di tutte le Persone che vivono una realtà aziendale.

Le aziende oggi hanno bisogno di potenziare le abilità personali del singolo rispetto a delle sfide ambientali e professionali in atto, attraverso un processo che lo metta al centro del proprio sviluppo: **“essere capi di sé stessi e del proprio miglioramento senza farlo dipendere da circostanze esterne”**. È importante che ogni singola persona sia spronata ad identificare le proprie aree di allenamento e a “sentire” quanto è prezioso sviluppare e sprigionare le proprie potenzialità soprattutto nei momenti di maggiore difficoltà e di affanno. In questo modo ogni persona può sentirsi artefice e “capitano” di sé e del proprio percorso di Leadership. E proprio per questo, allenarsi alla Leadership non comprende più soltanto impegnarsi a gestire e far crescere le persone intorno a sé ma necessità di una spinta a mettersi in gioco in prima persona, intervenendo sulle proprie aree di allenamento attitudinale.

Il passaggio dal Coach “tradizionale” al **Self Professional Empowerment** rappresenta proprio l’obiettivo di fortificare

le persone rispetto a contesti plurali multiformi e di far loro sperimentare come le dimensioni gruppali, da aree di complessità, possano essere di grande opportunità anche a livello personale. La delega, per esempio, è frutto della capacità sensoriale di “dare potere per ricevere potere”, e questo significa allenarsi a “maneggiare dinamiche plurali, dinamiche di gruppi e potenziali di gruppi”.

Inoltre è proprio nella coesione, nella simultaneità, nell’armonia con cui una persona si “allena” e si attrezza in sinergia rispetto alle sfide professionali, che emergono potenti aree di benessere e successo per sé e gli altri all’interno di ambienti sempre più esigenti e performanti.

Chi vive su di sé un’esperienza di sviluppo e di successo nel cambiamento, diviene portatore all’interno delle aziende di una nuova mentalità, di una nuova cultura allo sviluppo e diviene allenatore di nuovi comportamenti nelle persone che si trova a gestire e con cui si trova a condividere delle sfide.

Ma come si passa dal curare la crescita professionale allo spartito sinergico di “crescita professionale unitamente a crescita personale”? Il passaggio può avvenire attraverso l’utilizzo di una metodologia che possa, passo dopo passo, accompagnare e motivare la persona a sprigionare le proprie potenzialità.

Ciò è possibile attraverso un percorso la cui finalità è proprio quella di aiutare le persone nello sviluppo dei propri potenziali.

Questo percorso prevede 3 fasi:

FASE 1

Identificare la **Mission e Job Analysis & Development** come progetto di riferimento professionale alla Leadership. L’obiettivo è di potenziare “una professionalità”; potenziare la tenuta alla Leadership rispetto a un progetto professionale nel legame temporale tra passato, presente e futuro. In questa fase vengono identificate tutte le competenze professionali e trasversali.

FASE 2

Dare ad ogni Persona un momento dedicato all’**Analisi delle proprie tenute Attitudinali** approfondite, successiva-

mente, da un colloquio di circa un’ora e mezza con un professionista certificato sulle competenze di “Sviluppo del Potenziale” e specializzato nell’utilizzo di tecniche specialistiche di Empowerment.

I risultati ottenuti durante questa fase saranno base preziosa per l’identificazione di specifici allenamenti di potenziamento individuale rispetto alle proprie sfide attuali e prossime e collegati alle Job create nella fase precedente.

FASE 3

La Leadership non la si racconta, la si esercita! Ogni Persona deve essere condotta dalla fase di maggiore consapevolezza alla sperimentazione di modalità comportamentali incrementali e di facile applicazione quotidiana. L’obiettivo è fare vivere l’esperienza concreta dello sviluppo personale proprio a partire da sé stessi.

La “potenza” dell’allenamento si mostra nel suo essere tridimensionale: la crescita delle capacità personali infatti deve essere sviluppata non soltanto sul piano razionale-intellettuale, ma anche sul piano emozionale ed attitudinale, puntando su una continua alternanza tra conoscenze ed emozioni da una parte (registro blu e rosso) ed esercizi di tenuta, di allenamento dei comportamenti dall’altra. Sollecitando in questo modo la “crescita-potenziamento” attitudinale.

L’impegno nello sviluppo e nella crescita di persone e aziende attraverso lo sviluppo di processi e metodologie semplici, misurabili, ripetibili e capaci di portare risultati deve essere un obiettivo di tutti. Per questa ragione negli ultimi due anni sono stati messi a punto dei processi di sviluppo dedicati alla **Leadership in ambienti complessi**, affinché si possa costruire un futuro quando prevale la sensazione di incertezza, in modo da ri-allenarsi e motivarsi alla sfida e al coraggio di sognare un futuro nuovo per costruire un futuro nuovo. □

Si è svolto alle Ogr il concorso a quiz per gli universitari in Piemonte

30 e lode – Il gioco che premia chi studia

Giuliana Fresia

Sono stati premiati perché i più bravi, i vincitori di “30 e lode – Il gioco che premia chi studia”, ma le soddisfazioni maggiori devono ancora venire. Saranno infatti i manager del futuro, e per questo Federmanager ha scelto di essere sponsor del quiz che si è svolto dal 27 settembre al 1 ottobre alle Officine Grandi Riparazioni di Torino. Rivolto alle due categorie di studenti “Neodiplomati” e “Universitari”, il concorso organizzato dall’agenzia Zip quest’anno si presentava con un’edizione speciale, dedicata ai 150 anni dell’Unità d’Italia. Domande come “Qual è il vero nome dell’Inno italiano?” o “Chi fu il fondatore della ‘Giovine Italia?’” occhieggiavano tra quelle di geografia e scienza per fare memoria dell’Unità Nazionale e della storia italiana in generale. “Siamo molto soddisfatti perché il concorso è in forte crescita – spiega soddisfatto Orlando Ferraris, direttore di Zip – Inoltre quest’anno è aumentato anche il numero di partner”. “Siamo contenti per la collaborazione con Federmanager, in continuità con lo scorso anno – aggiunge Ferraris – e vediamo nelle performance dei ragazzi emergere doti che fanno ben sperare per il loro futuro di manager”. Il concorso, giunto alla sesta edizione, è dedicato a tutti gli studenti under 30 che hanno scelto di frequentare l’Università in Piemonte, che sono chiamati a dimostrare la loro preparazione attraverso una sfida ad eliminazione diretta con domande a risposta multipla di cultura generale. La prima fase di gioco è avvenuta quest’anno in modo innovativo. Le domande di cultura generale con risposte multiple sono state proiettate su maxischermo e i concorrenti hanno risposto via sms. Coloro che hanno superato la prima volta hanno, poi, affrontato le sfide a due, ad eliminazione diretta. A contare, oltre all’esattezza delle risposte, la velocità. Tutti gli iscritti che si sono presentati alla postazione di gioco hanno ricevuto una sim card Tim gratuita con 5 euro di carica, servita per l’invio degli sms di gioco e poi rimasta a disposizione dei concorrenti. Anche a gioco

terminato, continua a crescere in rete la comunità “30 e lode” su Facebook. È stato Andrea Rocuzzo a sbaragliare tutti gli sfidanti, per la categoria degli universitari. Andrea si è aggiudicato la vacanza studio in Australia, offerta da Wep Italia, l’organizzazione leader negli scambi culturali e formativi all’estero. Tre settimane, tutto incluso: volo, sistemazione e corso di inglese. “Gli studi liceali sono stati fondamentali nella mia formazione culturale”, ha sottolineato il vincitore che, prima di Odontoiatria (frequenta il terzo anno), ha studiato il liceo classico Cavour. E hanno frequentato lo stesso liceo anche la seconda classificata, Irene Dogliotti e il vincitore della categoria “Neodiplomati”, Giovanni Bersani, Andrea Rocuzzo, torinese di 20 anni, è stato iscritto a “30 e lode” dalla fidanzata e, alla consegna del primo premio, ha dichiarato: “Sono basito per la vittoria”. Al terzo posto si è piazzato Vittorio Gazzola. Giovanni Bersani è, invece, il vincitore della categoria “Neodiplomati”. Torinese, iscritto al primo anno di Ingegneria dei materiali al Politecnico, Bersani si è aggiudicato la gratuità della prima rata universitaria. In finale, disputatasi oggi alle Ogr, ha battuto Edoardo Antonucci premiato con un buono del valore di 200 euro da spendere al Cus Torino. Terza classificata Marti-



na Spriano. “30 e lode – il gioco che premia chi studia” è stato organizzato da Zip, nell’ambito di Esperienza Italia 150, in collaborazione con la Regione Piemonte, con il patrocinio di: Comune di Torino, Università degli Studi di Torino, Politecnico di Torino, Università degli Studi del Piemonte Orientale “Amedeo Avogadro”, Università degli Studi di Scienze Gastronomiche. Questi i partner di “30 e lode – il gioco che premia chi studia”: Telecom, Tim, Wep. Mediapartners: La Stampa, Radio Number One, Gtt, Cus Torino. Sponsor: Mirafiori Motor Village, Federmanager Apdai Torino, 011, Oggetto, M**Bun. □



Make it in Italy

Il Convegno Internazionale Make it in Italy su l’industria manifatturiera a crescita economica, organizzato dalle U.E. a Torino si è tenuto il 24 ottobre a Torino presso il Centro Congressi Unione Industriale.

Sono intervenuti numerosi economisti ed imprenditori impegnati in posizioni di leadership, per testimoniare come l’industria manifatturiera rappresenti un elemento di solidarietà e di sviluppo, sia nelle economie avanzate, sia in quelle in rapida crescita.

Con l’intervento del Presidente degli industriali torinesi Gianfranco Carbonato, hanno pronunciato le loro relazioni: Piero Fassino, Roberto Cota, Gianfranco Carbonato, Fulvio Coltorti, Gian Maria Gros Pietro, Michael Holz, Alberto Bisin, Andrea Pininfarina, Bertram Kawlath, Sergio Marchionne, Corrado Passera, Gianfelice Rocca, Ronald P. Spogli, Antonio Tajani, Marco Tronchetti Provera, Roberto Napoletano, Paolo Romani, Emma Marcegaglia.

Make it in Italy ha inteso testimoniare la necessità di questa rinnovata spinta nei confronti dell’industria e dei suoi valori: un manifesto della moderna manifattura nella quale le competenze, le tecnologie, le idee giocano un ruolo essenziale.

L’importanza degli argomenti trattati ha comportato un adeguato spazio per la cronaca che sarà pubblicata sul prossimo numero di Dirigente d’Azienda. □

Dirclub Piemonte

Venticinquesimo anniversario

La fabbrica dell'amicizia e del buon umore sta nel Dirclub. Si tratta di un riferimento estetico e anche poetico che onora gli associati.

Il Dirclub rappresenta la possibilità di testimoniare la dimensione umana del coinvolgimento di più persone nella modernità dei rapporti, nella cultura, nel divertimento e nello stare insieme al di fuori delle problematiche di ogni giorno che occupano i nostri pensieri.

Venticinque anni di storia associativa confermano come si possa attribuire alla parola "Dirclub" una valenza evocativa per ognuno di noi, di sensazioni e di scoperte ricollegabili ai più diversi momenti di incontro.

Il seme piantato venticinque anni fa da Renzo Scianca e dai suoi amici dirigenti, ha prodotto e continua a produrre i suoi frutti dando vita a sempre nuove iniziative coinvolgenti.

Il 14 ottobre al Teatro Vittoria a Torino il Dirclub ha festeggiato questo importante anniversario alla presenza di centinaia di soci e amici con uno spettacolo musicale con la presenza del pianista, maestro Roberto Issoglio accompagnato da un giovanissimo talento del violino, bravo e di grande futuro, con pezzi di musica classica di grandi autori, e dal complesso strumentale e vocale "Garza e Cerotti Blues Band" composta da professionisti della medicina. La prima parte con canzoni e musiche anni sessanta che hanno accarezzato la vita sentimentale della nostra generazione, poi con la travolgente musica blues che ha entusiasmato e ringiovanito l'età dei presenti di ogni età. Applausi ripetuti.

Siamo così arrivati ai nostri giorni e fortunatamente in continua evoluzione.

La nostra sentita gratitudine Renzo Scianca, Giorgio Repetto, Lina Del Core, Sergio Nara, Eligio Bessone presidenti determinanti per la storia e il successo del Dirclub.

In chiusura un buon brindisi per tutti.

Giulio Airaghi

(autore del manifesto Arte e dintorni)



DIRCLUB PIEMONTE
Club Dirigenti e Manager d'Azienda



*"Amicizia e allegria, arte e musica e poesia, turismo e simpatia.
Il bello di un club che non sta mai fermo".*

"ARTE E DINTORNI"

**LA MOSTRA ARTISTICA DEL DIRCLUB PIEMONTE
3a EDIZIONE 1° OTTOBRE 2011**

ESSERE ARTISTI È UN DONO DEL CIELO
E NELLE ARTI, OPERA DELL'UOMO, IL BELLO
SI ESPRIME NELLA PITTURA DAI COLORI VENATI DI CIELO E DI MARE,
DI ALBE E DI TRAMONTI,
NELLA SCULTURA CHE IMPRIME LA PIETRA ETERNA,
NELLA FOTOGRAFIA REALTÀ DEI VOLTI E DEGLI SPAZI,
NELLA MUSICA E NEL CANTO CHE RIVELANO RISONANZA EMOTIVA,
NELLA PAROLA CHE DICE, COINVOLGE E COMMUOVE,
NELLA POESIA ANIMA DEL MONDO, SEME DI EMOZIONI E SUGGESTIVITÀ
CHE DONA BELLEZZA ALLE VICENDE DELLA VITA E DELL'AMORE, ED È
SPINTA A SUPERARE LE DIFFERENZE.
LA MOSTRA ARTISTICA FA CONOSCERE LA CREATIVITÀ PERSONALE
NEI VARI CAMPI DI ATTIVITÀ PROIETTANDOLA VERSO GLI ALTRI
I CUI SIGNIFICATI EMOTIVI TENDONO AD AGIRE SUGLI UOMINI
PER RENDERLI MIGLIORI.
QUESTA MOSTRA CONFERMA COME OGNUNO DI NOI PUÒ ESSERE
PARTECIPE MA ANCHE E SOPRATTUTTO ARTEFICE DELLE INIZIATIVE
CULTURALI DEL NOSTRO CLUB SEMPRE IN MOVIMENTO

Programma

"Non essendo ancora disponibile il programma completo del nostro DIRCLUB per il primo semestre 2012, ne anticipiamo alcuni appuntamenti all'attenzione dei lettori:

- 10 gennaio. *Serata al Caffé Platti. Il socio Baretti racconterà la storia del teatro di San Salvario che porta il nome della sua famiglia-*
 - 17-24 gennaio. *Torneo di burraco.*
 - *Viaggio in India. Stiamo raccogliendo le adesioni per un viaggio di 10 giorni in India (Delhi, Agra, Varanasi, ecc.) da tenersi tra gennaio e febbraio.*
 - *Crociera sul Mar Rosso. si effettuerà a marzo con destinazione Petra, Sharm e Sinai, Aqaba.*
 - 7 febbraio. *Serata al Caffé Platti: conversazione del socio dott. Goti.*
 - *In febbraio è prevista una visita guidata alla mostra di Leonardo alla reggia di Venaria.*
- Per i programmi dettagliati, rivolgersi alla segreteria del Club, aperta martedì, mercoledì e giovedì dalle 9 alle 12.*

I colleghi di Federmanager sono invitati a partecipare alle varie manifestazioni, nonché ad iscriversi al DIRCLUB Piemonte".