



Lavoro in calo? Serve una nuova visione imprenditoriale della professione

di Emanuele Minetti

Sollecitato a riprendere un argomento caro a molti Medici Veterinari alcuni giorni fa ho inviato una e-mail a circa 200 indirizzi di colleghi o strutture con cui ho contatti. Ho chiesto se potevano cortesemente rispondere a tre semplici domande:

- 1) se negli ultimi sei mesi avevano notato una diminuzione di lavoro
- 2) se erano soddisfatti dell'imma-

gine professionale pubblica del medico veterinario

3) Se erano preoccupati per il loro futuro professionale.

Il primo dato emerso è che ho ricevuto 84 risposte su oltre 200 richieste. Non traggio conclusioni, le motivazioni possono essere nessuna e centomila. Vediamo invece le risposte ricevute.

Alla domanda n. 1) 47 hanno risposto SI, 32 hanno risposto NO, 5

non saprei.

Alla domanda n. 2) 4 hanno risposto SI, 74 hanno risposto NO, 6 non saprei

Alla domanda n. 3) 57 hanno risposto SI, 15 hanno risposto NO, 12 non saprei.

Siamo più poveri, insoddisfatti, preoccupati.

Nessuno pretende che questo sia un sondaggio, nessuno pretende che le risposte siano lo

specchio della realtà del nostro paese. Tutto ciò può invece essere uno spunto per stimolare un monitoraggio continuo della situazione professionale della nostra categoria. Voglio ricordare che il tutto è nato da una serie di telefonate assolutamente casuali, dal mese di settembre in poi, in cui la costante era una flessione marcata e preoccupante sia del numero di prestazioni sia degli

incassi. Nei mesi d'ottobre, novembre e dicembre 2003 si è quindi aperto un confronto ed un'interessante discussione sulle liste telematiche dell'ANMVI, cui hanno partecipato decine di colleghi con spunti e proposte spesso davvero interessanti. Un dato di fatto è che il nostro settore era abituato a crescere e non a flessioni; questo ultimo anno ha portato a galla la necessità di una nuova visione imprenditoriale non solo per le strutture di dimensioni più grandi ma anche per quelle basate sul singolo professionista, peraltro le più numerose nella realtà del nostro paese. Certo è che la politica dello sconto e del saldo non è applicabile al nostro settore, certo è che pare invece sia la più praticata. Noi non abbiamo magazzini da svuotare, non abbiamo prodotti che scadono o diventano obsoleti o fuori moda. Non vendiamo scarpe con tacchi e punte improbabili o jeans proginecologo in agguato: il nostro cliente ci riconosce la sua fiducia critica e per questo ci paga l'onere della prestazione.

Noi non siamo di moda, noi siamo professionisti cui è richiesta una sola cosa: serietà.

Nel momento in cui vendiamo la nostra serietà a dieci euro la classifichiamo per tale: una serietà da dieci euro. ■