

Udine Economica

Mensile di attualità economica politica e culturale edito dalla Camera di Commercio di Udine - Ottobre 2000 - N. 9



Registrazione Tribunale di Udine n. 7 del 19 Febbraio 1984

Spedizione in Abbonamento Postale - 45% - art. 2 comma 20/b legge 662/96 Friuli di Udine

Taxe percue - Tassa riscossa 33100 Udine - Italy Pubblica interna al 70%

Per la pubblicità rivolgersi al: Centro di documentazione della CCIAA di Udine Telefono 0432-273542-3



Vitale il corridoio cinque per il Friuli

Occorre una strategia regionale

di Ulisse

La carta della Jugoslavia, rinascita dalle ceneri di dieci anni di straordinaria follia, può essere il cardine di una strategia regionale a fare il referente italiano in quell'area. Fino a ieri si diceva che il Friuli avrebbe dovuto rimettere a fuoco la vocazione di regione cerniera ai confini orientali dell'Unione europea. Oggi quella funzione si precisa di più robuste connotazioni: l'ormai prossimo ingresso nell'Ue di Polonia e Slovenia, Cechia e Ungheria, e la probabile configurazione a geometria variabile dell'Unione concentreranno tra il Baltico, il Danubio e i Balcani le speranze del Paese di mettere a frutto una lungimirante politica dell'attenzione verso questo scacchiere. In una simile prospettiva, la nostra collocazione geopolitica - che rappresenta un vantaggio competitivo, ancorché fino a ieri oscurato dall'involuzione di Belgrado - e la nostra esperienza sono una rendita a disposizione di un'Italia che voglia capitalizzarla.

La rottura dell'isolamento internazionale da parte della Serbia fa finalmente saltare il tappo orientale e rimette in moto meccanismi e interessi ingrippati dalla paralisi geopolitica. Prendiamo i progetti europei sulle infrastrutture viarie, in particolare il Corridoio 5 che prenderà forma nei prossimi anni. Finora sottovalutato da Roma (ma non da Vienna, che ha fatto il possibile per deviarlo, staccandolo nel quadro di un preciso disegno volto a mantenere a nord delle Alpi i flussi delle merci che generano ricchezza), il Corridoio diventa doppiamente importante agli occhi del nostro Paese per la ragione opposta: mantenere a sud delle Alpi una quota dei traffici europei e aprire una direttrice nell'Europa sud-orientale in competizione

(segue a pagina 2)

Friuli da gustare

La moda riconosce la qualità



Milano Collezioni con il Made in Friuli

Un'edizione dopo l'altra si espande la presenza del Made in Friuli alle sfilate di Milano Collezioni. Per la kermesse che si è svolta alla Camera Nazionale della Moda, lo spazio dedicato al Friuli e ai suoi prodotti, gestito dalla Camera di Commercio di Udine, visto il crescente successo riscontrato nelle precedenti edizioni, ha potuto usufruire di una posizione privile-

giata, a fianco della sala stampa, passaggio obbligato quindi per tutti i giornalisti, i vip, le modelle, le attrici e show girl, insomma tutto il variopinto mondo che ruota intorno a questo settore.

Allestito come sempre in modo estremamente raffinato ed elegante, grazie ai mobili messi a disposizione dall'azienda Montina di San Giovanni al Natissone, il punto d'incontro

targato Friuli è stato questa volta suddiviso in più settori, per consentire, oltre ai consueti assaggi, anche delle degustazioni a tema. Si è ampliata infatti pure la gamma dei prodotti offerti. Al prosciutto di San Daniele, al formaggio Montasio e alla Gubana infatti, sono stati affiancati i salumi di Sauris (speck e culatello), la trota di San Daniele e le specialità a base dioca di Jolanda De Colò. Il

tutto accompagnato da un'ampia scelta di vini dei Colli Orientali. E proprio alle "new entry" sconosciute ai palati vip, sono stati dedicati gli assaggi a tema che hanno caratterizzato le giornate di sabato 30 settembre, lunedì 2 e martedì 3 ottobre. Il meglio dell'enogastronomia friulana insomma anche questa volta ha accompagnato tutte le giornate di Milano Collezioni.

La Cciaa migliora i propri servizi

E ne offre ancora molti altri

di Mauro Nalato

La Camera di commercio migliora i propri servizi. Fa piacere poterlo scrivere, soprattutto perché il risultato è stato testimoniato da una indagine condotta fra gli utenti dell'Ente.

Il 95% degli utenti, infatti, ha dichiarato di essere soddisfatta dei servizi ricevuti e di questi la metà ha dichiarato di essere molto soddisfatta. Il servizio è a pagina 19. E' uno dei titoli di questo numero di Udine Economica che riguarda proprio l'ente camerale.

In questi ultimi mesi è così intensa l'attività che non sempre si riesce a rappresentare quello che fa. Ci proviamo in queste poche righe, ricordando soltanto alcune cose.

La Camera è stata fra le prime in Italia a proporre la firma digitale, organizza apprezzati corsi per non parlare della missioni in Italia e all'estero con il Made in Friuli, ha riattivato dopo tre anni, tramite l'Ufficio Statistica, per altro sempre efficiente, la raccolta dei dati statistici sulle attività economiche in provincia, ha stampato e diffuso il prezioso delle opere edili, la Guida dei vini Doc, la guida delle frache, sta svolgendo la revisione a campione delle aziende artigiane, le è stato affidato il servizio di metrologia legale, per non parlare della gestione della benzina agevolata regionale.

Insomma, sono moltissime le iniziative curate dall'Ente e fra queste spiccano il www.madeinfriuli.com e la promozione del Friuli enogastronomico, bandiera per il Friuli industriale, artigiano, commerciale, turistico, agricolo. Un Friuli che vuole crescere sempre di più, che vuole conquistare nuovi mercati e che vede nella Camera di commercio un partner ideale, efficiente e dinamico.

Economia:
Ecco la prima guida dei vini Doc

Pag. 2

Economia:
La Maddalena di Povoletto controlla l'acqua di Atene

Pag. 3

Valli del Natissone a tavola

4

Friuli Doc, un successo

17

La Fiera di Udine fa il pieno

18

Attualità

(segue da pagina 1)

proprio con Germania e Austria. Il Friuli ridiventerà la porta orientale del Paese, anche se nel frattempo i confini nazionali ed europeo si saranno dissolti o spostati, come è probabile sarà con la Slovenia tra 5-6 anni. Perché, dunque, non dotarlo di quegli strumenti legislativi e finanziari che nel recente passato, in un contesto più angusto e difficile, hanno dato buoni risultati? Perché non investire su questa scommessa, visto che non abbiamo altra alternativa dal cedere il passo ad Austria e Germania, che nei Balcani hanno interessi omogenei?

La collaborazione decentrata che diventerà presto operante nell'enclave più martoriata dalla guerra in Croazia (la Slavonia) prefigura, nel suo piccolo, quanto si potrebbe fare in scala più grande nella Jugoslavia di Kostunica. Rivolto alla ricostruzione materiale, ma anche politica e morale, questo tipo di cooperazione radica un forte scambio di interessi. Come è avvenuto dall'89 al '92, con altri protagonisti, a Lubiana, parzialmente in Croazia, più nitidamente in Ungheria, ingolfati di aiuti tanto premurosi quanto mirati a incuneare una presenza massiva. Come si ricorderà, Lubiana non aveva ancora decretato l'indipendenza che la sua piazza era già stata occupata dalle pedine finanziarie austro-tedesche. Nel braccio di ferro neanche tanto sotterraneo, ingaggiato da Vienna e da Berlino per convogliare nel centro dell'Europa le correnti di traffico, il Friuli può fare da piattaforma risolutiva dell'interesse italiano, perché qui si incrociano le opzioni decisive. Non è perciò campata in aria la richiesta di aggiornare e di rifinanziare la legge 19 sulle aree di confine, nata all'insegna di un compromesso, di basso profilo, con il Veneto; così come la pre-occupazione di recitare una parte centrale, anche se non esclusiva, nella partita della futura ricostruzione. Quel ruolo che sembrava appannato dalla caduta del muro di Berlino, quasi un vitalizio scoppito infine come una bolla di sapone, si riaffaccia prepotentemente con l'evoluzione di queste settimane. Saprà la politica regionale rappresentarlo tanto efficacemente da indurre Roma a ritenere corrispondente all'interesse di tutto il Paese un investimento mirato a esaltarlo, quel ruolo, nell'area danubiano-balcanica? È il problema di sempre, cioè della qualità della nostra politica così come quella della "classe" dirigente. La partita con i nostri parenti d'Oltralpe non è infatti decisa solo dalla concorrenza tra la quantità delle risorse, ma anche tra lo spessore dei progetti e la capacità di rappresentarli.

Bertossi: "Nostro obiettivo è di farne una regionale"

La prima guida dei vini Doc della Camera di commercio

È stata presentata, nella sala convegni della Camera di commercio di Udine, affollata di imprenditori e "addetti ai lavori", la "Guida ai vini Doc della provincia di Udine", realizzata dall'ente udinese per "dare voce - come ha detto il presidente Enrico Bertossi - alla qualità dei nostri produttori, anche di quelli più piccoli".

Una Guida realizzata con criteri rigorosi, frutto del lavoro di un apposito Comitato di Gestione composto da: un rappresentante della Cciaa, un rappresentante di ogni Consorzio di

"Dentesano: utilizzati criteri rigorosi"

tutela del vino Doc, dal presidente degli enologi della provincia di Udine, da un esperto degustatore e da un esperto viticoltore, da un legale, da due rappresentanti dei consumatori e della stampa locale, da un rappresentante dei sommeliers. "Quando la Giunta ha deciso di rispondere positivamente alle richieste

formulate proprio dai produttori - ha ricordato il presidente Bertossi - lo ha fatto con la consapevolezza di poter mettere a disposizione tutto il patrimonio di conoscenze e di esperienze in materia di degustazione dei vini di cui dispone. Da sempre infatti è attiva in Camera di commercio la Commissione per la degustazione dei vini Doc che in questa occasione ha giocato un ruolo determinante, a dimostrazione che anche negli enti pubblici la professionalità non è da poco".

Curata dal giornalista Piero Fortuna che ha seguito il progetto editoriale, avvalendosi della collaborazione di Marina Tagliaferri, Bepi Pucciarelli, Marco Malison e Marisella Moro, la Guida, proprio a testimonianza della serietà



e dell'accuratezza del lavoro, riporta perfino il regolamento seguito per la sua realizzazione. Stampata in tre lingue e distribuita nelle edicole e nelle librerie, la Guida fornisce una serie di indicazioni storiche e culturali sul vino in Friuli a cui fanno poi seguito le descrizioni delle aziende e dei loro vini.

"Il nostro obiettivo, dopo questo primo esperimento - ha spiegato Bertossi -, è duplice: convincere tutti i produttori a seguirci e coinvolgere le altre province per dar vita a una guida regionale". All'auspicio si è unito

anche Dante Dentesano, componente della Giunta camerale e rappresentante del settore agricoltura, che ha sottolineato come la Guida rappresenti una tappa dell'importante percorso verso la qualità che gli imprenditori hanno intrapreso. "È stato un lavoro notevole - ha detto Dentesano -, ma appassionante e di estrema soddisfazione anche per chi lo ha svolto".

Un ringraziamento particolare Dentesano lo ha rivolto ai tecnici degustatori, che hanno partecipato gratuitamente a oltre 20 sedute.



A Graz, alla serata dell'economia stiriana

La Cciaa ospite d'onore al Gala Nacht

È stata la Camera di commercio di Udine l'ospite d'onore al "Gala Nacht", la serata di gala dell'economia stiriana in programma a Graz lo scorso 15 settembre. È la prima volta che la Camera dell'economia della Stiria decide di invitare una Camera di commercio straniera a quello che è l'appuntamento più importante dell'anno, ma il presidente Muhlbacher ha ritenuto di introdurre questa innovazione a partire dal 2000 e ha voluto iniziare proprio dall'Ente camerale udinese per i rapporti di stima e di collaborazione che hanno sempre contraddistinto le relazioni fra le due realtà.

Il "Gala Nacht" è, per gli stiriani, "la festa" per antonomasia, l'evento al quale tutti ambiscono partecipare, perché vi si possono incontrare le maggiori autorità della Stiria e molti ospiti illustri provenienti dai Land vicini. Quest'anno la festa si è celebrata al quartiere fieristico locale, trasformato per l'occasione in un enorme salone da rice-

vimento, l'unico in grado di contenere gli oltre 1.200 ospiti che hanno partecipato all'edizione 2000 della festa. Suntuoso il buffet allestito per gli invitati, che proprio grazie alla partecipazione della Camera di commercio di Udine hanno potuto gustare antipasti a base di prosciutto di San Daniele, formaggio Montasio, trota affumicata e specialità d'oca, accompagnati dai migliori vini dei Colli orientali del Friuli.

Friulana anche l'orchestra, che ha intercalato musiche italiane alle tradizionali composizioni austriache. Il meeting è stato pre-

ceduto da un ricevimento riservato, dedicato a 150 ospiti fra autorità, imprenditori e rappresentanti delle istituzioni, che hanno potuto così utilizzare l'occasione per consolidare ulteriormente la reciproca conoscenza, gettando le basi per futuri progetti comuni. Al ricevimento ha partecipato anche il presidente della Cciaa Enrico Bertossi, che ha incontrato il collega Muhlbacher e il Governatore della Stiria signora Klasinic. Anche in questo caso, naturalmente, il tavolo è stato allestito principalmente con i prodotti e i vini friulani.

Mercatino di Natale al via

Piazza Venerio ospiterà dal 12 al 24 dicembre il Mercatino di Natale.

Un mercatino speciale, allestito dalla Camera di Commercio di Udine: venti chioschi rosa riempiranno la piazza esponendo prodotti tipicamente natalizi. L'intenzione è quella di

offrire alla città un punto di riferimento gradevole e originale, dove poter acquistare oggetti in regalo, dolci tipici e prodotti dell'artigianato locale.

Le domande di partecipazione al mercatino possono essere inviate alla Camera di Commercio di Udine entro trenta giorni.

Giovedì 9 novembre

La Repubblica Ceca si presenta al Friuli

La Camera di commercio di Udine organizza giovedì 9 novembre 2000, nella propria sala convegni, una giornata di lavoro su "Repubblica Ceca: opportunità per gli imprenditori friulani", finalizzata a illustrare alle aziende le condizioni e le opportunità di investimento e di esportazione nella Repubblica Ceca. Nel pomeriggio, a coloro che parteciperanno al seminario, sarà offerta l'opportunità di incon-

trare imprenditori della Repubblica Ceca, secondo un'agenda che si andrà a definire in base ai comuni settori di interesse.

Tutte le aziende interessate a partecipare alla giornata di lavoro e in particolare al workshop con gli imprenditori della Repubblica Ceca sono pregate di rivolgersi all'Ufficio promozione con telefono 0432 273224/223 - fax 0432 512408; e-mail: promozione@ud.camcom.it.

UdineEconomica
mensile fondato nel 1984

Direttore editoriale:
Enrico Bertossi
Direttore responsabile:
Mauro Nalato
Vicedirettore:
Bruno Peloi

Editore:
Camera di Commercio di Udine
Via Murgorpa 4 - 33100 Udine

Progetto grafico:
Colorstudio
Impaginazione/Fotoliti:
Graphic Linea sas
Stampa:
Tipografia Vita

Per la pubblicità rivolgersi a:
Centro di documentazione della Cciaa di Udine
Telefono 0432-273543
e alla Primus Coop. di Tricesimo
Tel. 0432-852698

La tiratura del mese di settembre è stata di 54 mila copie

Economia

Visita della Camera di commercio alla Maddalena di Povoletto

Il servizio di metrologia legale è ora affidato all'Ente camerale

“In Italia il servizio di acqua potabile è sempre stato considerato tra i servizi di pubblica utilità la cenerentola. Ma accanto a questo problema generale che riguarda la politica dell'acqua nel nostro Paese ne sussiste uno più specifico per le aziende del nostro settore: ovvero il fatto di avere avuto come interlocutore, fino a oggi, l'ufficio metrico centrale che si è sempre segnalato per la sua scarsa attenzione alle esigenze del settore, vuoi per carenza di personale e mezzi tecnici, vuoi anche per un più generale, inspiegabile disinteresse per le problematiche di un comparto industriale, ancorché piccolo, ma estremamente qualificato e qualificante. Meno male che la competenza è ora passata alle Camere di commercio...”. Non è un mistero che l'ingegnere Franco Maddalena, presidente dell'omonima azienda di Povoletto, uno dei principali produttori a livello internazionale di contatori per acqua, abbia accolto con soddisfazione il provvedimento del Consiglio dei ministri con cui è stata finalmente trasferita alle Camere di commercio la competenza della metrologia legale. Né è un mistero che altrettanto evidente

sia la soddisfazione del dottor Enrico Bertossi, presidente della Camera di commercio della provincia di Udine, nel poter utilizzare questa nuova opportunità che viene offerta all'Ente camerale per dare impulso e assistenza alle aziende che operano sul territorio. Da queste premesse è partita la visita che nei giorni scorsi il dottor Bertossi ha fatto all'azienda friulana, 120 dipendenti solo a Povoletto e altri 200 nell'indotto, la



“Un impianto per gestire l'acquedotto di Atene”

cui capacità produttiva è superiore ai due milioni di contatori l'anno. “Siamo sicuri - ha detto Maddalena - che la Camera di commercio di Udine, che è stata la prima in Italia ad adottare la tecnologia della

firma elettronica, non avrà problemi a utilizzare, per esempio, la marcatura laser come del resto già avviene nel resto d'Europa nel campo dei contatori d'acqua”. Dal canto suo, Bertossi ha assicurato il totale impegno del proprio Ente a recepire in maniera molto seria questo trasferimento di competenze. “Siamo consapevoli dell'importanza che può avere per le nostre aziende del settore - ha affermato il presidente - La Camera di commercio ha già provveduto a collocare l'Ufficio metrico presso il Laboratorio chimico-mercológico di Pradamano che, tra i suoi servizi aggiuntivi, ha anche quello di fornire assistenza ai produttori e consumatori”.

Il presidente Bertossi,

nel corso della sua visita alla Maddalena, ha anche potuto presenziare, assieme a un gruppo di tecnici greci, al collaudo definitivo del sofisticato laboratorio di verifica fiscale e di certificazione realizzato dall'azienda friulana per l'acquedotto di Atene, che è uno dei più grandi di Europa. L'impianto terrà costantemente sotto controllo l'acquedotto di Atene che gestisce due milioni di utenze. Il più piccolo errore di misura sarà segnalato dal computer garantendo, alla fine, tra l'altro, bollette assolutamente eque. La realizzazione di questo laboratorio segue la fornitura già avvenuta alla capitale greca, negli ultimi due anni, di oltre 300 mila contatori d'acqua della Maddalena.

Illustrate anche al Rotary le strategie del Made in Friuli

Un confronto tra imprenditori, con il presidente della Camera di commercio di Udine Enrico Bertossi “in cattedra” affiancato dal presidente del Rotary Udine Patriarcato Stefano Nicosia a fare da moderatore. Ha suscitato molto interesse fra i componenti del sodalizio l'illustrazione delle strategie che la Cciaa udinese sta applicando per promuovere tutto ciò che è Made in Friuli, sia per quanto riguarda il settore enogastronomico (“che tira moltissimo in questo periodo” - non ha mancato di sottolineare Bertossi) sia, più in generale, per il comparto manifatturiero, “dove il design, la qualità e la cura dei particolari” recitano ormai un ruolo da protagonisti.

Ha insistito molto sul valore del marchio “Made in Friuli” il presidente Enrico Bertossi, impegnato a “correggere” un errore strategico che è stato fatto in passato: l'i-

ha detto - sulle diverse problematiche inerenti ai singoli settori, ma anche sui programmi camerale; il forte impegno sia sul versante del coordinamento delle diverse iniziative (“la positiva sinergia esistente fra Cciaa, Comune di Udine e Provincia viene citata a esempio in molte occasioni”) sia a livello provinciale che regionale; l'individuazione di una strategia di marketing indirizzata, forse per la prima volta, verso un target medio-alto di consumatori.

“I nostri prodotti - ha ricordato Bertossi - sono di elevata qualità sia in campo alimentare sia industriale e artigianale, a cominciare dal prosciutto di San Daniele fino alle sedie e ai complementi d'arredo. La promozione dunque va legata a eventi che fanno tendenza, come per esempio la moda.

La nostra presenza fissa alle sfilate di moda che due volte l'anno tra-

formano Milano Collezioni in una vetrina mondiale del Made in Italy sta cominciando a dare i suoi frutti”.

“Occorre una forte azione di gruppo”

“Un a delle prime

coso che ho fatto immediatamente dopo la mia elezione - ha spiegato Bertossi - è stata proprio quella di coinvolgere le Camere di commercio di Pordenone e Gorizia, dando così corpo concretamente, per lo meno sul terreno dell'economia, al Friuli storico. Devo dire che ho trovato l'immediata disponibilità dei presidenti dei due Enti camerale e da lì è partita una programmazione comune degli interventi di promozione a partire dal portale www.madeinfriuli.com che rappresenta tutte le tre realtà”. Ripercorrendo le tappe che hanno contraddistinto i primi due anni di lavoro, il presidente Bertossi ha citato il costante coinvolgimento di tutte le categorie economiche, “consultate regolarmente -

Tutti gli strumenti a disposizione sono stati utilizzati per veicolare nel mondo l'immagine di un Friuli che è tuttora sinonimo di qualità. “La collaborazione con l'Udinese Calcio che ci permette di proporci all'estero durante le partite internazionali - ha proseguito Bertossi -, i collegamenti di cui dispone l'Ente Friuli nel Mondo, una vera e propria rete di rapporti preziosissimi con gli oltre 2 milioni di friulani sparsi nei diversi Paesi, affiancati alla presenza alle principali manifestazioni fieristiche e alla partecipazione agli eventi di maggior peso finalizzati ad agevolare lo sbarco delle imprese su nuovi mercati, sono strumenti che vanno utilizzati in modo complementare e costante”.

A sostegno della ricerca e dell'assistenza

La “Partita del cuore” occasione di solidarietà per i più deboli

Affollato e soprattutto apprezzatissimo il buffet allestito dalla Camera di commercio di Udine, nel Pallone antistante la Tribuna Vip, allo stadio Friuli in occasione della “Partita del cuore”. Preparato accuratamente, con tutte le specialità locali (prosciutto di San Daniele, speck e culetello di Sauris, trota affumicata, oca di Iolanda di Colò, Montasio delle Latterie Friulane, i vini dei Colli Orientali serviti con la consueta maestria da sei sommeliers della delegazione di Udine e l'acqua minerale di Pradis), ha fatto letteralmente da catalizzatore per i giornalisti, le autorità e gli imprenditori presenti alla partita.

L'incontro conviviale, oltre che momento promozionale e occasione d'incontro per i numerosi ospiti presenti

alla partita benefica (la sola Camera di commercio aveva acquistato 500 biglietti che sono stati distribuiti alle aziende presenti sul sito www.madeinfriuli.com) che ha messo a confronto cantanti e rappresentanti del mondo sportivo, è stato anche una sorta di “festa di compleanno” tutta speciale. Proprio in questi giorni infatti, www.madeinfriuli.com, il portale del Made in Friuli del quale fanno parte le Camere di commercio di Udine, Gorizia e Pordenone, compie un anno.

Un anno di intenso lavoro, durante il quale il portale è stato arricchito costantemente di nuovi servizi (Arredofriuli, una banca dati dedicata alle sedie e ai complementi di arredamento; Vinum Julii, un sito completo e aggiornatissimo sulla produzione vini-

cola locale; un sito interamente dedicato ai club delle Frece Tricolori, molto visitato fin dai primi giorni di attività) che si affiancano alle sezioni dell'e-commerce, all'e-shop dell'Udinese calcio e allo spazio di Friuli nel Mondo, un vero e proprio filo diretto con le migliaia di emigrati friulani sparpagliati nei diversi Paesi.

Una festa riuscitissima,

quella che ha affiancato l'evento sportivo alla promozione dei prodotti dell'enogastronomia locale e del www.madeinfriuli.com, che ha aggiunto un tocco in più alla manifestazione benefica i cui proventi sono stati destinati al sostegno del Fondo per lo studio della malattia del fegato, all'associazione Udinese per la vita e all'associazione Comunità del Melograno.



Attualità

Incominciata la rassegna enogastronomica patrocinata dalla Camera di commercio udinese

Valli del Natisone: cibi e vini per salvaguardare un territorio

di Domenico Valentino

È incominciata il 6 ottobre e si concluderà il prossimo 10 dicembre la manifestazione enogastronomica Invito a pranzo nelle Valli del Natisone. L'iniziativa, giunta alla decima edizione, è stata presentata in località Prehod di Dolegna, comune di San Leonardo. Tra gli ospiti della cerimonia, in una splendida residenza rurale in mezzo ai boschi, anche Enrico Bertossi, presidente della Camera di commercio udinese, patrocinatrice della rassegna assieme a Provincia di Udine, Comunità Valli del Natisone e Unione regionale economica slovena. «La Cciaa - ha detto Bertossi - dà il proprio sostegno convinto a tutti gli imprenditori della zona.

Le Valli sono ricche di cultura, di bellezze paesaggistiche, di prelibatezze gastronomiche e sono note per l'ospitalità delle loro genti. Bisogna dunque che ognuno s'impegni a fondo perché quest'angolo del Friuli trovi una sua giusta collocazione nel mondo della ristorazione, del turismo, dell'artigianato, e che i frutti di questo impegno portino sostegno al-

l'intera economia locale».

L'associazione «Invito» è coordinata dalla presidente Patrizia Marinig, «primus inter pares - ci tiene a precisare - di un gruppo di ristoratori che agiscono all'unisono: ognuno con i propri compiti, ma decisioni prese all'unanimità. Sappiamo bene - dice ancora - di svolgere le nostre attività in una posizione decentrata. Lavoriamo però volentieri per far trovare a proprio agio i nostri ospiti, offrendo loro sempre qualcosa di nuovo, piccole cose, segno della cultura dell'ospitalità. E', questa, una scelta promozionale: offriamo qualità a un prezzo giusto. Perché vogliamo che la nostra storia continui. I primi risultati si vedono, sia con il gradimento di chi ci viene a trovare sia con l'interesse suscitato nei nostri giovani, disposti a continuare con passione quest'attività». Oggi l'associazione è formata da diciassette ristoratori. Braccio destro della presidente Marinig è Boris Stocca, della Servis di Cividale. Invito a pranzo nelle Valli del Natisone si propone di calamitare l'interesse dei buon-

gustai friulani e portarli alla scoperta di una cucina tradizionale, che affonda le proprie radici nella notte dei tempi, ma soltanto da poco riscoperta e portata alla luce grazie alla certosina ricerca effettuata da alcuni ristoratori della zona. Per la gran parte, si tratta di ricette arrivate a noi grazie alla saggezza dei valligiani, capaci di tramandarsi oralmente, di padre in figlio (meglio sarebbe dire di madre in figlia), i «segreti» concernenti gli ingredienti, i tempi di cottura, gli abbinamenti e, naturalmente, anche i nomi di alcuni piatti: bizna (minestra di brovada e patate), stakanje stokalca, stokja (specie di purea di patate e verdure di stagione), zlicnjaki (gnocchi), briza (minestra di zucca), gubanja (gubana) e così via. Ma «Invito a pranzo» non è soltanto richiamo gastronomico fine a se stesso: s'inserisce infatti in una serie d'iniziative che travalicano il puro contesto culinario, toccando turismo, cultura e promozione artigianale. Nel mese d'ottobre e in parte di novembre, per esempio, si «celebra» la castagna, il dolce e

profumato frutto tipico di queste contrade. Gli agricoltori propongono le migliori specie di maroni, purcinke-canalutte, objak. Con le castagne, artigiani e le donne di casa cuociono un'ampia varietà di dolci. I ristoratori arricchiscono i loro menù con idee originali e invitanti. E un po' dappertutto fioriscono feste dedicate a questo frutto.

Oltre alle castagne, ci sono altri prodotti tipici della zona. Il più conosciuto è di certo la gubana - da tempo inserita tra i prodotti regionali tradizionali, e quindi degni di tutela - . La gubana fa parte di tanti menù della rassegna. Menzione particolare meritano i formaggi, freschi e teneri, come le ricotte, o stagionati (il Latteria e il Montasio su tutti). Ma c'è anche la mela Seuka a caratterizzare la zona: varietà unica in Italia, la cui storia dura circa da 180 anni e i cui sapori sovente entrano nelle pietanze.

Non scordiamoci poi che le Valli del Natisone fanno parte dei Colli Orientali del Friuli, una delle zone Doc più vocate alla produ-



zione di vini di qualità.

«Nei piatti tipici valligiani - scrive molto appropriatamente Marco Malison nell'opuscolo di presentazione dell'iniziativa -, ove si fondono la cucina friulana e quella slovena, si sviluppa anche l'accoglienza di una cultura diversa. E' la voglia di ri-

scoprire antiche ricette dimenticate. E' la voglia di conoscere vini tipici che sprigionano nuovi aromi. E' la voglia di lasciarsi sedurre dal gioco dei profumi e dei sapori in una meravigliosa terra di confine». Non si può non cond-

Degustazioni a gogò: andiamo a pranzo da...



Questo elenco dei diciassette locali che hanno aderito all'iniziativa Invito a pranzo nelle Valli del Natisone.

TRATTORIA ALLA POSTA, a Clodig di Grimacco, telefono 0432-725000, chiusura martedì e mercoledì. Proposta degustazione al costo di 35 mila lire: venerdì sera; sabato e domenica alle 13. A novembre sono possibili modifiche nel menù in base alla disponibilità degli ingredienti.

TRATTORIA ALLA CASCATA, a Clodig di Grimacco, telefono 0432-725034,

chiusura venerdì. Menù degustazione a 35 mila lire bevande escluse. Disponibilità: tutti i giorni su prenotazione.

OSTERIA ALL'ANTICA, località Cras in comune di Pulfero, telefono 0432-709052, chiusura martedì sera e mercoledì. Menù degustazione a lire 40 mila bevande escluse. Menù alla carta a lire 35 mila bevande escluse. Su prenotazione, disponibilità sabato sera e domenica.

ALBERGO TRATTORIA ALLA TROTA, località Specognis 10, in comune di Pulfero, telefono 0432-726006.

Menù degustazione a lire 35 mila. Disponibilità sabato e domenica con prenotazione fatta il giorno precedente.

TRATTORIA AI BUONI AMICI, località Tarceeta 76, in comune di Pulfero, telefono 0432-709164, chiusura il lunedì. Menù degustazione a lire 35 mila, bevande escluse. Disponibilità tutta la settimana, previa prenotazione.

RISTORANTE ALBERGO AL VESCOVO, via Capoluogo 67, a Pulfero, telefono 0432-726375 o 726376, chiusura il mercoledì. Menù degustazione a lire 40 mila, bevande escluse. Disponibilità tutti i giorni, previa prenotazione.

ALBERGO RISTORANTE OBALLA, località Ieronizza 5, in comune di Savogna, telefono 0432-714003, chiusura il martedì. Menù degustazione a lire 35 mila. Disponibilità venerdì e sabato, su prenotazione.

AGRITURISMO VALLE D'ORO, frazione Crostù in comune di San Leonardo, telefono 0432-723126, aperto venerdì, sabato e domenica, oltre ai giorni festivi e prefestivi. Menù alla carta a lire 30 mila, bevande escluse.

Disponibilità: venerdì, sabato e domenica.

OSTERIA TRATTORIA LA CASCINA, località Sorzento 4, comune di San Pietro al Natisone, telefono 0432-727018, chiusura il martedì. Menù alla carta a lire 35 mila. Disponibilità venerdì, sabato e domenica, previa prenotazione.

TRATTORIA TAVERNA FIORITA, frazione Vernasso, comune di San Pietro al Natisone, telefono 0432-727037, chiusura il martedì. Menù alla carta lire 30 mila. Disponibilità venerdì sabato e domenica, previa prenotazione.

ALBERGO RISTORANTE BELVEDERE, San Pietro al Natisone, telefono 0432-727057, chiusura il lunedì. Menù degustazione a lire 32 mila, bevande escluse. Disponibilità: sabato e domenica, previa prenotazione.

LOCANDA AL GIARDINO, San Pietro al Natisone, via Alpe Adria 107, telefono 0432-727019, chiusura il mercoledì. Menù degustazione lire 35 mila. Disponibilità: venerdì, sabato e domenica, previa prenotazione.

TRATTORIA ALLE

QUERCE, San Pietro al Natisone, in via del Klancic, telefono 0432-727665, chiusura il martedì. Menù degustazione a lire 35 mila. Disponibilità: tutti i giorni, previa prenotazione.

TRATTORIA OSTESCURO, Spessa di Cividale, in via Cormons 7, telefono 0432-716098, chiusura il mercoledì. Menù degustazione a lire 32 mila, bevande escluse. Disponibilità: tutti i giorni, previa prenotazione.

TRATTORIA BELLAVISTA, località Tribil Inferiore 29, in comune di Stregna, telefono 0432-724008 o 724085, chiusura lunedì pomeriggio e martedì. Menù degustazione a lire 35 mila. Disponibilità: tutti i giorni,

previa prenotazione.

TRATTORIA SALE E PEPE, a Stregna, telefono 0432-724118 o 724081, chiusura martedì e mercoledì. Menù degustazione a lire 38 mila a lire 45 mila. Menù particolari per bambini. Disponibilità: venerdì, sabato e domenica, previa prenotazione.

AGRITURISMO BORGO DIE MELI, località Tribil Superiore, in comune di Stregna, telefono 0432-724017, cellulare 0336-734303, sito <http://borgo-deimeli.supereva.it>, aperto venerdì, sabato e domenica. Menù degustazione a lire 35 mila, bevande escluse. Disponibilità: sabato e domenica, previa prenotazione.



Regione

Riceviamo e volentieri pubblichiamo l'intervento del consigliere Cisilino

Il Friuli-V.G. diventi laboratorio per un vero e concreto federalismo

di Adino Cisilino *

Sto constatando come il federalismo, che una volta era vessillo di ogni battaglia politica, nel corso degli ultimi anni stia perdendo fortemente di contenuti, chiuso com'è, sottovetro, nella bacheca propagandistica. Mi riferisco alle battaglie referendarie, alle aspettative della legge Bassanini, di cui la sinistra va orgogliosa ... ma di che, considerato che il federalismo dei governi di sinistra si sta tramutando in un bluff. Non vi è mai stata autonomia nel passato e federalismo oggi senza una reale capacità di autodeterminazione. E ciò deve avvenire nei settori che contano, in quelli trainanti, essenzialmente.

E' certamente un luogo comune, ma decisamente una verità sacrosanta quella che senza denaro non si fa nulla. Senza una capacità creditizia e finanziaria un soggetto pubblico come l'Ente territoriale "Regione" non potrà mai essere in grado di esercitare al meglio la sua autonomia, ovvero il suo "federalismo". Diversamente la nostra, come le altre regioni, sarà una infante nel box, controllata dalla mamma-stato.

Il danaro non lo si inventa. O il territorio di una regione è in grado "sua sponte" di produrre ricchezza (come ad esempio la Lombardia, il Veneto ed altre regioni emergenti), ovvero deve essere in grado di raccogliere le ricchezze altrui e non disperdere le modeste proprie. Cosa è accaduto negli ultimi anni nel Friuli-Venezia Giulia: è stato spogliato di molti gioielli di famiglia (mi riferisco a realtà imprendi-

toriali di tutto rispetto, acquisite da capitale extra regionale o straniero e vuotate della capacità decisionale a beneficio di potentati economici con sede altrove) e oggi non è in grado nemmeno di esprimere una sua politica creditizia cheché né dica il presidente della Cassa di Risparmio di Udine e Pordenone e di sostegno ed aiuto economico alle sue modeste e residue realtà produttive.

Le concessioni statali in materia tributaria non bastano da sole a fare federalismo, a fare autonomia, a fare ricchezza. E' mai possibile che non siamo in grado di leggere questi fenomeni nemmeno nei comportamenti che avvengono all'estero? In Italia gli enti territoriali come i Comuni e le Province erano presenti nei consigli di amministrazione delle Casse di Risparmio. Oggi, con l'avvento delle Fondazioni e gli accorpamenti in corso, essi sono usciti e non hanno più alcun controllo diretto delle risorse. Il pubblico ha abdicato al proprio ruolo di indirizzo, allontanandosi sempre più dal credito e dalla finanza.

In Belgio, un paese a struttura federale, i finanziamenti a favore degli enti locali sono garantiti dal Credit communal de Belgique. Questa banca, nata come società anonima fra enti locali, è attualmente una società per azioni, della quale sono tuttora azionisti le nove province e i comuni belgi. Il Credit opera nei mercati finanziari e creditizi nazionali ed esteri, con forte presenza anche in Italia.

Nella Germania c'è un

sistema di casse di risparmio (Sparkassen), interlocutore privilegiato degli enti territoriali, organizzate su base regionale il cui consiglio di amministrazione è addirittura presieduto dai sindaci dei comuni ed i profitti sono impiegati per perseguire obiettivi di natura pubblica.

"Gli enti locali debbono gestire il credito"

E così che mentre l'Italia si privatizzava, si liberalizzava e si escludevano gli enti territoriali dalle finanze e dal credito, il Governo tedesco faceva inserire nel Trattato di Amsterdam una dichiarazione che tutela e salvaguarda il sistema creditizio pubblico tedesco, che rappresenta il 50% circa del mercato creditizio tedesco. Queste banche privilegiano le attività con piccole e medie imprese e con gli enti territoriali e agiscono, con apposite strutture, anche a livello internazionale.

Il recente intervento della Commissione europea sulle banche locali tedesche non riguarda la partecipazione azionaria in esse degli enti territoriali, né viene messo in discussione il ruolo degli enti territoriali stessi. La Germania, come si sa, ha un sistema federale molto forte che penetra nelle attività economiche, sociali e industriali in modo molto energico. Le competenze in materia di servizi pubblici,

sanità, cultura, edilizia, sistema radio-televisivo, scuole materne, assistenza, etc. riconosciute ai Lender sono effettive e reali in quanto si coniugano con le competenze e i poteri loro riservati in materia finanziaria e creditizia.

Le finanze e il credito, con i relativi strumenti e leve, consentono agli enti territoriali tedeschi di esercitare pienamente i poteri, le competenze e le autonomie riconosciute dalle leggi.

In Italia, invece, gli enti territoriali non hanno dimistezza e sono estranei alle attività finanziarie e creditizie, si pensi alla Dexia dei Belgio controllante del Credioop S.p.A.. Con l'avvento delle fondazioni è cessato anche l'intervento indiretto. Non ci sono né a livello europeo né a livello nazionale disposizioni che impediscono agli enti territoriali italiani di partecipare, direttamente o indirettamente, al capitale sociale di società finanziarie e creditizie.

Gli enti territoriali italiani in un determinato periodo storico hanno creato in modo soddisfacente i servizi reali (gas, luce, acqua, acquedotti, rifiuti, etc.) a favore dei cittadini e delle imprese. Allora erano dei pionieri. Oggi questi servizi possono, sotto le regole pubbliche, essere erogati da soggetti privati (con o senza la partecipazione degli enti locali).

Gli enti territoriali italiani debbono intervenire con forze e risorse nei servizi finanziari, creditizi e delle telecomunicazioni. Oggi i cittadini, le imprese, le professioni e le fa-



miglie, che danno per scontata la erogazione dei servizi reali, chiedono servizi innovativi. Gli enti territoriali tedeschi, che sono arrivati per primi (assieme a quelli belgi) nelle politiche attive del credito e delle finanze, oggi difendono le proprie competenze nel settore persino con dichiarazioni allegate a trattati europei. E' un segnale, se non vogliamo un federalismo vuoto, per gli enti territoriali italiani.

E allora, magari con i provvedimenti della privatizzazione di qualche azienda speciale, gli enti territoriali italiani si possono fare promotori, as-

sieme ai risparmiatori e alle imprese locali, per la creazione di istituti di credito locali di diritto privato. Senza finanza e credito non c'è federalismo. Io credo che tutto ciò lo si possa fare solo se lo si vuole veramente. Ma a tutt'oggi questi temi proprio non li sento e non li leggo.

Il problema è che li tempo trascorre ... e non certo a beneficio del federalismo, né del rafforzamento delle autonomie locali, né dell'impresa, né del Friuli-Venezia Giulia. Allora cui prodest?

* Consigliere regionale F.V.G. di F. I.

PMI al microscopio

Un'azienda fondata dalla famiglia Modonutti e oggi gestita da Franco Di Fonzo

Frag, leader in leather la casa delle sedie di cuoio

di Andrea Iolme

“L leader in leather”, ossia “leader nel cuoio”. Non hanno scelto a caso il proprio “marchio”, alla Frag, ditta all'avanguardia nella progettazione e nella produzione delle sedie in pelle. E non potrebbe essere altrimenti, visto che da almeno settant'anni sono abituati a lavorare il cuoio, da quando cioè nel centro cittadino, in via Pellicerie, venne fondata dalla famiglia Modonutti la prima “Casa del cuoio”. Una tradizione di famiglia che oggi continua a Udine, ma che è stata anche trasferita a Pradamano, dove dagli Anni 80 sono attive - sotto lo stesso “tetto” - due imprese “sorelle”, la Sedilcuoio e la Frag.

Se la prima è un'azienda artigiana che produce per conto terzi, la seconda, la Frag, è diventata ormai il nome di riferimento nazionale per le sedie in cuoio di fascia medio-alta: se la leadership regionale assoluta a livello di produzione di qualità è infatti garantita, la ditta può essere anche agevolmente collocata tra le prime 5-6 in Italia.

“In giro per il mondo - ammette Franco Di Fonzo, socio amministratore della Frag - non ci sono produzioni di questo tipo, tranne qualcosa forse a Taiwan, ma la concorrenza per la

fascia di mercato medio-alta è quasi inesistente”.

A qualcuno potrebbe sembrare quasi un azzardo, quella produzione così “anomala” (per il materiale impiegato) proprio ai margini del Distretto della sedia, nato e cresciuto attorno al legno o altri materiali meno costosi. Ma alla Frag non si sentono, in definitiva, troppo “lontani” dal centro del Triangolo.

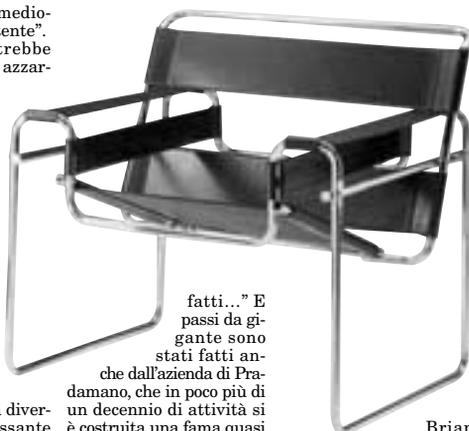
“Facciamo parte del Triangolo della sedia, pur se produciamo una realtà diversa ancorché interessante come il cuoio, e siamo geograficamente ai margini.

“In Italia è più importante la griffe della qualità”

Proprio il fatto di essere ai margini ci dà tutti i benefici evitando contemporaneamente tutti i lati negativi, ma quello che conta è che ci riteniamo parte del Triangolo a tutti gli effetti, e una prova viene dal fatto che siamo soci di Promosedia e del Catas. In realtà, siamo anche soci di un consorzio lombardo di export non concorrenziale con Promosedia, ma complementare per quanto riguarda i servizi. Credo che il distretto sia soprattutto un modo per



fare crescere tutti quanti, sia le ditte che fanno in fondo lo stesso prodotto, sia gli altri. Però bisogna trovare le sinergie, che restano fondamentali. I primi passi, per adesso, sono stati



fatti...” E passi da gigante sono stati fatti anche dall'azienda di Pradamano, che in poco più di un decennio di attività si è costruita una fama quasi inimitabile all'estero. “I nostri mercati di riferimento ormai sono quelli europei - spiega ancora il titolare - , soprattutto Svizzera, Olanda, Belgio e Germania del Sud, e specifico ‘del Sud’ perché si tratta di un tipo di mercato molto attento alle novità, al design, alla modernità. In genere, nei Paesi dove esportiamo vogliono soprattutto prodotti di valore, con un elevato contenuto di design. Un altro mercato importante per gli stessi motivi è sicuramente quello giapponese, così come Hong Kong, Singapore e la Malesia, dove si trova generalmente una clientela medio-alta attentissima al design italiano.

Da due anni poi abbiamo aperto al mercato americano, che è di grandissima potenzialità, e crediamo potrà darci per questo motivo tante soddisfazioni, in futuro. Proprio per questo giriamo il mondo partecipando alle fiere più importanti, da Singapore a New York, da Dubai a Tokyo, senza dimenticare di Milano e di Mosca: “un mercato incredibile, visto che c'è il più elevato potenziale di acquisto al mondo, rapportato a una zona circoscritta”.

In questo... giro del mondo spicca però l'assenza dell'Italia. Ma è una scelta cosciente e motivata quella della Frag, che sul territorio nazionale, per diversi motivi, non ha ancora “sfondato”. Di Fonzo tiene a mettere subito i puntini sulle “i”: “In Italia le nostre vendite sono praticamente pari a zero. A dire il vero, abbiamo due negozi pilota in

Brianza e a Bologna, ma ci servono più che altro per monitorare le richieste e le mode italiane. Il mercato nazionale è difficile per un motivo che va detto: l'italiano medio è meno competente in materia rispetto agli europei, apprezza meno la qualità ed è sicuramente molto più ‘difficile’ nei gusti. Alla fine, per quanto grande possa essere la quantità di prodotti, non basta mai. Decine e decine di colori non sono sufficienti: ne manca sempre uno! E poi, qui in Italia è sempre più importante la griffe della qualità...”.

“Ottenuto l'Iso 9001 si pensa al futuro”

Con una produzione incentrata prevalentemente su sedie e poltroncine per l'arredamento, per i settori residenziale e per il contract, la Frag porta i suoi prodotti non solo nelle case degli “intenditori” del prodotto ad alta percentuale di design, ma anche all'interno di hotel, ristoranti e navi. “Quello del lavoro nel settore contract è di grande soddisfazione, perché bisogna saper adeguare le possibilità del produttore alle esigenze del cliente.

Tra le nostre produzioni, tanto per fare un esempio, c'è stato l'arredamento di una grande griffe di alberghi con colori scelti direttamente dal cliente, ma su sedie di nostro design. Questo porta anche a soluzioni particolari: su una grande nave uscita da poco dai cantieri di Monfalcone, per esempio, ci

hanno chiesto le sedie con un cuoio di colore viola...”.

Un caso isolato, ma che serve per ribadire un fatto fondamentale: se le sedie e i divani acquistati 10, 15 o 20 anni fa sono destinati ad andare inesorabilmente fuori moda, la stessa cosa non avviene per i prodotti in cuoio, anche se l'evoluzione del design è continua.

“In questo settore, alcune cose degli anni passati sono diventate ormai dei classici, e in genere sia i colori sia gli stili dei prodotti in cuoio non vanno mai fuori moda. Merito anche della materia prima: noi facciamo questo lavoro da 70 anni e - anche se non si finisce mai d'imparare - nessuno ormai c'insegna nulla.

Scegliamo quindi accuratamente le pelli, che arrivano dalla Francia e vengono conciate in Toscana, con una particolarità: usiamo solo la parte della spalla, che è più pulita, senza rughe, non è elastica e non cede”. Non bastasse nome e qualità, alla Frag hanno pensato bene di fare un ulteriore investimento in prospettiva “europea”, conseguendo a dicembre '99 il marchio di qualità Iso 9001, concesso dal TÜV, l'ente certificatore tedesco. Un grande impegno, sia per i passi “tecnici” richiesti sia per la fatica necessaria per arrivare a una “mentalità” giusta.

“Ma nel lungo periodo sarà di sicuro un grande vantaggio - interviene ancora Di Fonzo -, perché determina un grosso ritorno in termini di organizzazione e ottimizzazione delle varie situazioni, visto che ogni situazione possibile, adesso, deve essere in pratica codificata. All'estero, soprattutto in Germania, la dichiarazione di qualità è oggi indispensabile, mentre in Italia, guarda caso, non si apprezza chi ha il certificato, mettendolo alla pari con gli altri”.

Dopo l'Iso 9001, alla Frag si pensa già al futuro: a breve, la ditta comincerà la costruzione di un nuovo capannone da 2 mila mq, attiguo a quello già esistente, che entro fine anno permetterà di ampliare la produzione. “Questo - conclude il titolare - resta un lavoro difficile, anche perché si ha a che fare con un materiale di partenza costosissimo, e quindi non invitante per molti.

Poi si deve tener conto di altre cose, come il fatto che la struttura di base deve andare in tutti gli

Stati del mondo, e quindi deve essere studiata attentamente. Per questo, noi lavoriamo molto alla fase di progettazione: abbiamo un designer giapponese, uno norvegese, uno tedesco, uno svizzero e tre italiani, o meglio friulani, che sono progettisti di grande capacità inventiva.

Uno di loro, l'architetto Titta Paoloni di Tarcento, ha vinto con un suo modello, la nostra sedia ‘Panarea’, il riconoscimento Top Ten 2000 di Promosedia per il design, e questa è una grande soddisfazione, anche perché sappiamo benissimo che l'immagine dell'Italia, all'estero, ‘tira’ ancora.

Per questo i nostri designer partono proprio dall'Italia, anche se poi cercano di adattarsi ai gusti delle varie nazioni. Questo, assieme al servizio e alla qualità, è il nostro più grande punto di forza: le cose che i clienti apprezzano di più sono di sicuro la nostra attenzione alla ‘customer satisfaction’ e il design essenziale dei nostri prodotti”.

Profilo d'impresa

Responsabile vendite della Pirelli fino all'84, dopo un'esperienza alla Fiat, Franco Di Fonzo ha preso in mano (come socio amministratore) nella prima metà degli Anni 80 la Sedilcuoio, nata nel '79 su iniziativa di Ennio Modonutti e dei figli Stefano e Giovanna (quest'ultima, ora consorte dello stesso Di Fonzo), fondando poi la Frag nell'89, ma portando avanti in pratica una tradizione di famiglia (quella dei Modonutti) che risale al 1921. La Frag (attualmente conta 30 dipendenti) si trova sulla statale Udine-Gorizia, al n. 2 di via dei Boschi, in comune di Pradamano, ed è una Srl che si occupa di progettazione, produzione e commercializzazione di sedie e tavoli prevalentemente rivestiti in cuoio. Nel '99, l'azienda ha registrato un fatturato di 8 miliardi, e quest'anno dovrebbe superare la “boa” dei dieci, visto che l'aumento è stato costante negli ultimi anni.

Una cifra determinata interamente dall'export, visto che il 60% dei prodotti Frag viene venduto in Europa, il 30% in Oriente e il 10% negli Usa. Tra le prime ad aderire al “made in Friuli” telematico, la Frag ha un proprio sito all'indirizzo <http://www.frag.it>

PMI al microscopio

Lucio Londero: "Il 90% del nostro business è rivolto all'estero"

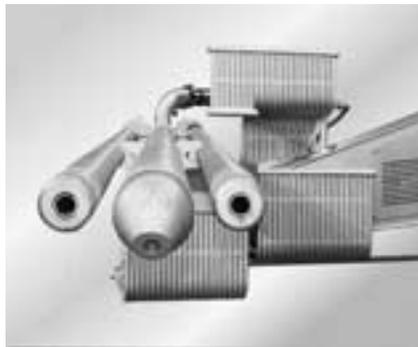
La More di Gemona del Friuli ovvero l'export di tecnologie

di Giacomina Pellizzari

Non teme la concorrenza anche perché a costruire macchinari e attrezzature ausiliarie per l'industria siderurgica sono solo tre aziende in Europa. Tra queste, c'è la More Srl di Gemona del Friuli. E' di questa realtà che stiamo parlando: una società ceduta nel dicembre del '90 a una finanziaria lussemburghese dai tre soci fondatori, che nel 1984 decisero di lasciare il lavoro da dipendente per realizzare un'idea imprenditoriale niente male. Lo sa bene Lucio Londero, attuale presidente del consiglio d'amministrazione della società, l'unico dei tre soci iniziali rimasto a seguire l'andamento della More che, lo scorso 30 giugno, ha chiuso il bilancio con 10 miliardi 800 milioni di fatturato.

Il 90% dei prodotti progettati presso gli uffici di Gemona, nella splendida via Bini, 29, e negli stabilimenti di Buia raggiungono quasi sempre i mercati stranieri. "Gestiamo l'energia esotermica, inseriamo i gas di processo nei forni elettrici per effettuare le analisi chimiche" spiega Lucio Londero, ben sapendo che, per i non addetti ai lavori, si tratta di una materia piuttosto complicata. Lui, però, è un vero esperto anche perché alle spalle vanta un'attività decennale nel settore.

"Ho sempre lavorato in



siderurgia, arrivo dalle Ferriere Nord di Osoppo che ho lasciato per mettere in piedi l'iniziativa". L'idea è stata vincente, non ci sono dubbi. Tant'è che la More è entrata a far parte di una nicchia di mercato che richiede sempre un certo numero di interventi.

"Un buon 40% dell'acciaio prodotto al mondo viene ricavato rifondendo il rottame, tant'è che a livello internazionale si conta un migliaio di forni elettrici" - continua Londero, nel sottolineare che la More finora ha servito cinquecento acciaierie -.

"La concorrenza c'è, ma non ci dà problemi" ribadisce il presidente del Cda, senza nascondere che, alle volte, sono più insidiose le crisi cicliche che interessano il settore dell'acciaio. L'ultima si è verificata nel

'98 e ha influito sul fatturato dello scorso anno. In questo momento la More deve fare i conti con un'altra emergenza, quella derivante dalla robustezza del dollaro che rende meno conveniente il rapporto con le aziende siderurgiche americane.

In ogni caso, per rispondere al meglio alle esigenze del mercato, ma anche per migliorare le proprie prestazioni, la More Srl mediamente investe ogni anno dai 2 ai 300 milioni nell'acquisto di software sofisticati, tant'è che ha già ottenuto la certificazione di qualità Iso 9000. Da sempre impegnata nella ricerca di nuove soluzioni

tecnologiche, l'azienda di Gemona si avvale di una sessantina di dipendenti per mettere a punto le sue produzioni che trovano spazio in due capannoni di proprietà a Buia. La superficie coperta degli stabilimenti si aggira intorno ai 2 mila metri quadrati.

"Qui curiamo i montaggi e i collaudi", sottolinea Londero, nel ribadire che il prodotto viene venduto sulla base dell'utilizzo. "Noi - aggiunge ancora - occupiamo dei montaggi e dei collaudi: la carpenteria, invece, la realizziamo fuori, utilizzando una serie di officine specializzate che eseguono i semilavorati sulla base dei nostri disegni". L'affidamento a terzi di determinate fasi di lavorazione fa sì che la More si trovi a dialogare con un gruppo di fornitori fidati che le

consentono di curare in prima persona gli aspetti più rilevanti del processo produttivo. Aspetti che

tecipando alle fiere di settore, visitate non solo dai vertici aziendali, ma soprattutto dai tecnici che si dirigono in massa verso gli stand allestiti nelle diverse località europee e internazionali. Diverso il discorso relativo al portafoglio

clienti, creato contattando personalmente le realtà con le quali ha instaurato rapporti duraturi tuttora in corso.

"La nostra filosofia aziendale punta molto sulle continue visite ai clienti, tanto a quelli esistenti quanto a quelli potenziali" conferma Lucio Londero, nell'evidenziare che le attrezzature per l'industria siderurgica rientrano nella categoria dei beni durevoli e quindi il contatto personale con il cliente diventa inevitabile.

"Molto spesso le possibilità di lavoro maturano nell'arco di un anno", torna a dire Londero, prima di sottolineare l'importanza del sopralluogo per fornire e studiare con lo stesso utilizzatore le soluzioni più idonee per potenziare le prestazioni dei singoli im-

pianti. Una volta rilevate le necessità, i tecnici della More si mettono al lavoro per disegnare nei minimi dettagli ogni particolare. Il problema, a questo punto, diventa quello di trovare manodopera specializzata. Non a caso la More preferisce assumere neo-diplomati per formarli in azienda attraverso corsi di formazione e di aggiornamento della durata di 200 o 300 ore.

Lo stesso sistema viene utilizzato anche per rendere più specifica la preparazione del personale impiegato anche se, tecnici e amministrativi, nel 40% dei casi sono laureati. Non va dimenticato, infatti, che buona parte delle attrezzature progettate dalla More godono di brevetto italiano ed europeo.

Profilo d'impresa

La More Srl di Gemona del Friuli (via Bini 29), costituita nel 1984 da tre ex dipendenti delle acciaierie Pittini di Osoppo, fattura quasi 11 miliardi l'anno, segnando un trend positivo. Cinquecento i milioni del capitale sociale interamente versato. Dal 1984, costruisce macchinari e attrezzature ausiliarie per l'industria siderurgica, un settore di nicchia nel quale operano tre realtà in tutta Europa. La More è una di queste.

La società a responsabilità limitata ha operato, sotto la guida dei tre soci fondatori, fino alla fine del 1990, quando una finanziaria lussemburghese ha acquisito la maggioranza delle quote affidando la presidenza del Cda a Lucio Londero, l'unico socio fondatore rimasto in azienda. Attualmente, presso gli uffici di via Bini e nei due stabilimenti di Buia lavorano sessanta dipendenti. Il 90% del fatturato viene esportato in tutto il mondo.

Novità tecnologiche ogni due anni

Investire nella ricerca la filosofia dell'azienda

Investire nella ricerca è il punto di forza della More Srl che ogni anno spende circa settecento milioni per realizzare nuovi prodotti. "A cadenza biennale lanciamo sul mercato

delle novità" assicura il presidente del Cda, Lucio Londero, il quale ricorda poi che il prodotto messo a punto due anni fa sta caratterizzando l'80% del fatturato.

Inutile dire che anche

in questo momento negli uffici di Gemona del Friuli i tecnici stanno perfezionando altre novità, le stesse che entreranno alla grande nel catalogo della More da qui a qualche mese. Nessun dettaglio viene anticipato da Londero, il quale preferisce chiudersi dietro un comprensibilissimo non comment piuttosto che illustrare gli aspetti tecnici dell'operazione.

Uno dei grossi clienti della More è la Daniela di Buttrio con la quale l'azienda di Gemona collabora anche nello sviluppo di alcune innovazioni tecnologiche. Il percorso intrapreso dalla More, insomma, si pro-

spetta tutto in evoluzione.

Lo confermano gli obiettivi raggiunti in soli sedici anni dalla sua costituzione.

Tant'è che i tre soci fondatori mai avrebbero pensato che, una volta gettate le basi, una finanziaria lussemburghese dimostrasse tanto interesse per quell'idea imprenditoriale nata tra i forni delle acciaierie Pittini.

"L'idea si è sviluppata negli anni", afferma Londero, senza lasciarsi andare a facili entusiasmi.

Eppure, oggi, la More è una realtà industriale leader nel mercato internazionale.



PMI al microscopio

L'azienda di Sergio Pascolo di Variano ha scelto una strada innovativa

Positiv, prima in Italia a produrre uova biologiche

di Maria Rosa Rigotti

È stata una felice intuizione a far sì che, in una manciata di mesi, la Positiv di Sergio Pascolo, prima in Italia a produrre uova biologiche nel '97, diventasse un'azienda di successo. Produttrice a Variano e a Nogaredo di Corno delle uova biologiche - proposte sul mercato con la sigla "Antichi contadini" e accompagnate dal motto "I prodotti di una volta fatti come una volta" -, già al colpo d'occhio si rivela per la sua marcia in più al visitatore: quasi come in un'immagine impressionista, ecco galline che razzolano tranquille per la campagna e rientrano nei loro ricoveri al tramonto, dando appunto un'immagine di tranquillità e non di "catena di montaggio" dove la produzione deve mantenere forti ritmi.

Uova "bio", dunque, per un mercato friulano, e non solo, a rispondere alle esigenze di una clientela che, "prima" era costretta a optare per prodotti austriaci - «pari quantità, ma prezzo ben più elevato», ha spiegato Pascolo -, oppure francesi, che avevano però due "note" stonate: oltre a essere maggiorate nel prezzo, offrivano una qualità inferiore. Insomma, parafrasando un motto, l'intuizione di Pascolo è stata quella di offrire: l'uovo giusto al momento giusto. E, visto che dietro un'idea di successo c'è sempre una storia interessante, vale la pena di conoscere quella appunto di Sergio Pascolo. Una storia che, certo, deve molto anche al fatto che affonda nelle radici contadine del protagonista: il padre Ricciotti era un allevatore di bovine. Ma procediamo con ordine.

«L'idea mi è nata per caso - ha spiegato Sergio Pascolo -. Tre-quattro anni fa ho ricevuto la telefonata di un consumatore biologico, un amico stimato, che mi suggeriva di produrre



uova "bio". Avevo appena terminato di produrre conigli, cosa che avevo fatto per dieci anni, e cercavo un'alternativa». E, tornando ancora più indietro nel tempo, Pascolo racconta della sua attività di allevatore come di un desiderio realizzato: «Va detto che in precedenza ero dipendente della Birreria Morretti, vi ho lavorato per sette anni. Poi, a un certo punto, ho deciso di mettermi in proprio, di tornare all'agricoltura, come mio padre, che è scomparso quando avevo 17 anni. Ho deciso, allora, di specializzarmi in qualcosa e per dieci anni mi sono dedicato ai conigli». Il racconto continua: «Dopo i conigli, per due anni mi sono orientato verso i suini biologici: ho fatto un esperimento, ma al secondo ciclo mi sono accorto che quella dei suini "bio" era un'idea che mi poneva 15 anni in anticipo sul mercato. Allora, ho scelto una produzione che in tre mesi me lo ha dato un mercato».

Pascolo continua a ripercorrere la sua storia imprenditoriale: «Appunto passati due anni con l'e-

sperienza suini, nel '97 ho riflettuto e ho iniziato a produrre uova "bio". Il discorso si è rivelato subito vincente proprio perché, dopo tre mesi, sono entrato nel mercato.

Ho preso le galline esattamente nel settembre di tre anni fa e a novembre ho iniziato a produrre le prime uova». L'imprenditore ci spiega anche le caratteristiche delle sue produttrici: «Sono galline di razza Eureka; adesso nell'impianto di Nogaredo utilizzerei delle galline "vecchio stile" trovate in Austria: le Lhoman-Brown. Si tratta di una gallina con una caratteristica importante: è molto adatta a questo tipo di allevamento, non crea competizione. Mentre l'Eureka non sta bene in gruppi grandi, in quanto i soggetti si beccano tra loro per la questione della gerarchia».

Riguardo poi alle scelte che introduce in azienda, Sergio Pascolo spiega: «L'esperienza non c'è, la facciamo con le prove». Mentre, parlando del "menage" aziendale, aggiunge: «Le galline le teniamo un anno, perché, una volta trascorso questo periodo di tempo, cala la produzione. La data del cambio è la prima settimana di ottobre».

Fino a ora, quando non le utilizzavamo più, le vendevamo semplicemente, in pratica le davamo via in stock, mentre ora si è aperto il canale delle mense biologiche. Si tratta sempre di gallina "da brodo».

E in questo discorso c'è anche una curiosità "bio",

oltre a qualche dato: «Nel '97 - spiega, infatti, Pascolo - il mercato biologico era pari allo 0,6% del consumo italiano di cui il 90% vegetariano».

Mentre, adesso, sta parlando anche il discorso carne di pollo "bio". Insomma, capacità imprenditoriale, risultati per un'azienda che, oltre a essere appunto stata la prima del genere in Italia, è anche l'unica della regione. Tutto ciò, unito al fatto che Sergio Pascolo ha trovato il miglior distributore della Penisola, ha portato ai notevoli risultati descritti. E la concorrenza? Se il prodotto di Pascolo si riversa sui negozi specializzati nel "bio", la produzione concorrente si propone, invece, nei supermercati.

Mentre i programmi? «L'intenzione è di riuscire

ad aumentare - sottolinea Pascolo -, ma facendo una cosa simile all'esistente per mantenere l'attuale nicchia di mercato. Non ho intenzione di entrare nei supermercati: a Udine vi arrivano le uova francesi». E non è finita qui per quel che riguarda il futuro: «Adesso cerchiamo di fare il mangime noi. Entro settembre cominceremo col farci preparare il beccame da un mangimificio che ce lo produrrà su nostra indicazione con la materia prima che gli forniremo noi. Cominciamo adesso perché aspettiamo la raccolta del mais: siamo d'accordo con un agricoltore veneto, che produce biologico, mentre per la crusca ci riforniamo a Ferrara».

Sergio Pascolo continua: «Comunque, in quanto ad alimentazione, per le galline il mais è l'alimento principale. A ciò si aggiungono altri ingredienti che fanno la diversa qualità dell'uovo, e tutto concorre per cercare di migliorarne la qualità. Le nostre galline, poi, quando razzolano si nutrono anche di erba medica».

Impianto e differenza pure nella produzione: le galline, infatti, come spiega Pascolo, uscendo con-

sumano più energie, producono il 20-30% in meno rispetto a quelle di allevamento non biologico, 4-5 anziché 6-7 uova».

Tutto ciò comporta anche una diversità nel prezzo di vendita: «Per esempio, nell'impianto di Variano, ci sono 3.000 galline ma ce ne starebbero 13 mila; ricordo che sono 33 mila metri quadrati, ben 11 per gallina. E va considerato che il disciplinare biologico Cee mette un limite minimo di 4 metri quadri per animale». Insomma, il concetto da capire per il consumatore è: «Le uova sono diverse, costano tanto per quello che "non" hanno». Un costo che può essere riassunto in una percentuale di 1 a 3. Insomma, per parlare di cifre, «al consumatore a Udine l'uovo "bio" costa 600-650 lire l'uno contro le 3-400».



Renata Sangoi

Ma fuori regione, per esempio in Emilia, il prezzo sale a 750. E poi va valutato anche l'aspetto del lavoro umano: ogni addetto si occupa di 2-3.000 galline, anziché di diecimila. E alla Positiv sono in 3-4 a lavorare, tutte persone di famiglia che provvedono anche al confezionamento delle uova».

E dunque, dopo l'ampia panoramica sull'azienda che Sergio Pascolo gestisce coadiuvato dai suoi collaboratori, moglie Susanna in primis, calza proprio a pennello quanto si legge su un manifesto dedicato alla produzione della Positiv. È l'immagine di una gallina ruspante accompagnata dallo slogan: «La libertà dà sempre buoni frutti». Già, sono proprio galline che «hanno uno stile di vita migliore rispetto alle altre "colleghe»».

Profilo d'impresa

Cinquecento milioni di fatturato per la Positiv che porta sul mercato le uova "Antichi contadini". Un'azienda che si articola in due centri di "produzione" biologica: uno a Nogaredo di Corno, a pochi chilometri da San Daniele, l'altro a Variano di Basiliano, paese dove ha sede la Positiv stessa. Entrambi gli impianti, come spiega Sergio Pascolo, hanno una caratteristica che li accomuna: le galline, in media 3.000 per sito, hanno a disposizione un numero di metri quadrati "pro capite" di gran lunga superiore alle medie dei pollai "in batteria". Parlando di cifre, il pollaio di Nogaredo è strutturato in due "sezioni": c'è un ricovero per le avicole di 500 metri quadrati che permette di avere 6 galline per metro quadro, e un'area esterna di 12.000 mq: questo fa sì che ci sia una media di 5 mq per gallina. Spazi notevoli per ogni animale anche nella recente struttura varianese: infatti, se le dimensioni delle aree interne sono le stesse, il pascolo raggiunge i 33 mila metri quadrati che permettono di arrivare a una possibilità di "razzolo" per gallina di ben 11 mq. Si tratta, dunque, di due impianti affini e complementari: infatti, per la necessità di dare una risposta alle esigenze di mercato, uno solo risulta insufficiente.

E, passando alla produzione della Positiv, va detto che ammonta a 4.500-5.000 uova al dì: uova che vengono raccolte dai nidi in tre momenti successivi nel corso della giornata. Notevole anche la fascia di mercato: appoggiata a due aziende distributrici, le uova "Antichi contadini" - questa la denominazione stampigliata sul logo dell'azienda - soddisfano le esigenze di un mercato medio-alto, e raggiungono il Nord Est (cinque negozi solo a Udine), con il 50% della produzione destinata alla Lombardia. Ma le uova biologiche di Sergio Pascolo sono vendute anche nelle zone dell'Italia centrale, fino a Roma, per arrivare a essere collocate, complessivamente, in 400 negozi specializzati in biologico.

Un calo delle vendite si registra solo nel periodo estivo e si motiva col semplice fatto ricordato da Pascolo: «La clientela, essendo di livello medio-alto, se ne va in ferie lasciando la città».



PMI al microscopio

Manzano, una realtà viva dal 1936 che sa rinnovarsi

Verzegnassi, la ferramenta "bazar" che non tradisce la clientela locale

di Simonetta Di Zanutto

Chiudi per cavalli, sale, vetri, sigarette: c'è un po' di tutti nel "bazar" che la famiglia Verzegnassi apre nel 1936 a Manzano. La gente del paese lo frequenta volentieri per questo motivo, ma anche perché si può comprare a credito e pagare un po' per volta, dopo gli incassi di una buona vendemmia o dopo la vendita di un vitello.

L'attenzione al privato, alle famiglie e ai piccoli artigiani e agricoltori è rimasta immutata negli anni, nonostante la domanda dei clienti sia cambiata così come l'offerta dell'azienda. Niente più chiudi per cavalli, insomma, ma elettrodomestici all'avanguardia e ampia scelta di articoli per la casa, con uno sguardo privilegiato alle liste nozze e al corredo per la sposa. "La realtà locale può essere ancora una valida alter-

nativa a quella della grande distribuzione - dichiara Federico Verzegnassi, uno dei due soci dell'azienda - e noi lo stiamo dimostrando, grazie a una filosofia che crede ancora in un negozio con una chiara e definita identità, mantenuta nonostante il sistema moderno invogli a deviare la propria collocazione verso le stali".

Fino agli Anni '50 il negozio, unica ferramenta della zona, rappresenta un vero e proprio punto di riferimento per il pubblico locale, mentre esiste in paese già qualche negozio di alimentari. "E' l'epoca in cui si comincia a fornire le case di stufe, cucine e frigoriferi - ricorda Verzegnassi -, ma l'azienda nasce da una famiglia di falegnami che lavorano sia in campagna sia in laboratorio, con un piccolo spazio dedicato al commercio



e gli acquisti vengono fatti in bicicletta da Manzano a Udine".

Poi l'insediamento urbanistico trasforma il paese e nascono i primi insediamenti artigianali e le prime aziende di sedie. "Nonostante il momento di crescita - spiega il titolare - si vendeva ancora il 60% a credito perché le possibilità erano limitate. Tutti

i crediti, però, venivano incassati". È così che il rapporto fondato sulla conoscenza e la fiducia personale si mantiene fino a oggi. "Il cliente è seguito in maniera diretta dai proprietari - spiega Verzegnassi - e se, dopo l'acquisto, ha qualche problema può rivolgersi tranquillamente al nostro personale".

Nel 1965 viene costruito il nuovo fabbricato dall'altro lato della strada, mentre il vecchio negozio acquisisce funzioni di magazzino. Inizialmente negozio di abbigliamento, nel 2000 il negozio è completo come offerta, funzionale come proposta, aggiornato nella scelta. "Pur riconoscendo la validità della grande distribuzione - afferma Verzegnassi -, un negozio di paese professionale e pronto a capire il mercato è ancora importante per l'economia dei piccoli centri".

La domanda dei clienti, inoltre, è sempre più strutturata e richiede un impegno costante per essere soddisfatta. Si fanno ac-

quisti mirati e i negozianti devono essere preparati ed aggiornati. "La famiglia è emancipata - spiega Verzegnassi -, può spendere, ha la possibilità di confrontare l'offerta e scegliere".

Spesso capita che i clienti frequentino anche altri negozi, ma poi tornano da noi perché hanno la sicurezza del prodotto". Nonostante il successo, nume-

rosi sono ancora i problemi da superare, dovuti soprattutto alla posizione di Manzano, a metà strada fra grossi centri commerciali quali Udine, Cividale, Cormons e Palmanova. "E' una zona difficile - ammette Verzegnassi -, ma sono convinto che Manzano può diventare una city, lasciando a San Giovanni e Buttrio gli sviluppi di carattere artigianale".

Profilo d'impresa

Con circa 30 mila articoli, l'azienda Verzegnassi di Manzano spazia in tutto il settore merceologico, con particolare riguardo alla ferramenta, rivolta al privato e alla piccola industria, e al casalingo, dalle liste nozze ai piccoli elettrodomestici, fino ai tendaggi sia per interno sia per esterno.

L'azienda, sita in via Natissone 66, ha uno spazio di 2.500 metri quadrati tra coperto e scoperto. E gestisce da 2 soci, Flavio e Federico Verzegnassi, con le rispettive famiglie e 12 dipendenti. Il fatturato si ag-

gira sui 3 miliardi. Nata nel 1936, nel 1965 ha costruito il nuovo negozio sull'altro lato della via Natissone.

Entro 3-4 anni, però, il vecchio magazzino dovrebbe essere trasformato in una nuova struttura per la vendita, dotata anche di ampio parcheggio.

Entrato nel gruppo di acquisto Graf per non perdere competitività di fronte all'avanzare della grande distribuzione, il target della clientela di Verzegnassi è rimasto inalterato: 70% rivolto al privato, 30% all'industria.



Uniti con "Graf" per contare di più

Ci si poteva mettere insieme e fare una serie di centri commerciali sulla statale, ma abbiamo preferito puntare ancora sul localismo, rafforzandolo". Federico Verzegnassi spiega così la scelta di costituire, insieme con altri negozianti del settore ferramenta e casalingo, un gruppo di acquisto che permette di essere competitivi nell'acquisto e propositivi nella vendita. Il Graf (Gruppo ferramentisti friulani)

"Siamo preparati ai cambiamenti"

è nato da 6 anni ed è formato da 8 soci che presentano le stesse caratteristiche di offerta merceologica, ma che sono geograficamente distanti quanto basta per non doversi "confrontare e scontrare" a vicenda. "Associati ad

altri negozi del Friuli - spiega Verzegnassi -, possiamo essere competitivi negli acquisti e riuscire a vendere prodotti agli stessi prezzi della grande distribuzione, mantenendo il contesto di localismo che ci contraddistingue.

Inoltre, siamo convinti di dare di più, perché garantiamo un servizio di qualità grazie alla professionalità dei dipendenti".

Assieme alle altre aziende del gruppo, Verzegnassi partecipa a circa 12 fiere l'anno in

Francia, Germania e Italia. Presente come Graf alla Fiera della casa moderna, l'azienda partecipa individualmente a "Idea Natale" e "Sposa 2000". Il negozio copre una fetta di clienti per un raggio di 20-30 chilometri da Manzano,

mentre i soci della Graf sono presenti su una buona parte del Friuli: dalla Carnia alla Bassa friulana. Legati con lo stesso sistema informatico, finora il gruppo ha informatizzato circa 40 mila articoli. "Siamo preparati ai

cambiamenti per la grande distribuzione - conclude Verzegnassi -, ma se la piccola e media sarà capace di attrezzarsi, soprattutto in termini di informatica e di preparazione globale, può garantire ancora un servizio valido".



PMI al microscopio

Fondata da 3 soci nel 1998, s'è già ritagliata degli importanti spazi

La Palote, piccola cooperativa attiva nel turismo e nell'ambiente

di Gino Grillo



Voglia di vivere la montagna, di rimanere nei propri paesi, nessuna paura per le difficoltà, quelle normali dettate da burocrazia, leggi e adempimenti vari, quella straordinaria data dall'inventarsi un lavoro in un'area riconosciuta come marginale. Riattato un rustico ex agricolo in Cinal, nel comune di Forni di Sotto, la Palote ha ricavato una struttura ricettiva mantenendo all'edificio l'architettura tipica dolomitica e dotandolo di tutte le comodità. Il turismo è un comparto che "tira", ma per poco tempo durante l'arco dell'anno. Quindi il problema è di come investire, e investire bene anche in questa struttura ricettiva. O ricavarne dei posti letto, una ventina, per un turismo diretto a gruppi, scolaresche e squadre sportive, o ricavarne qualcosa per un turismo di nicchia, che sfrutti i due principali motivi di attrazione della vallata: il turismo e la natura, motivi entrambi valorizzati dal Parco naturale delle Dolomiti Friulane.

La cooperativa non vuole comunque abbandonare il turismo sociale, e qui fa domanda anche agli enti pubblici, o alle troppe strutture private abbandonate per il troppo frazionamento pro-

prietario, per poter utilizzare questi vani perduti allo scopo ricettivo. In particolare, si rivolge ai vecchi gestori di malghe e casere, o stavoli appena fuori paese, che spesso vengono "piastrellati e lucchettati", senza un utilizzo reale. Le altre attività principali della Palote sono la manutenzione del verde e sentieristica, specie tematica, nonché la gestione del centro visite del Parco delle Dolomiti Friulane di Forni di Sopra e di Forni di Sotto, la gestione del Centro vacanze di Ampezzo, dove ha attivato una animazione di vallata e una animazione sportiva che va dall'escursionismo, al tiro con l'arco, alla mountain bike e ad altre attività correlate con l'ambiente.

Il turismo in montagna, si è convenuto, non riesce a dare un reddito necessario per tutto l'arco dell'anno, per cui si sono dovute cercare altre attività, legate comunque da un filo comune. Si lamenta la troppa burocrazia nel settore, dove i burocrati vengono tacciati di operare sopra un territorio che sostanzialmente non conoscono con provvedimenti legislativi che non hanno una visione integrata della gestione del territorio stesso. Ma non si demorde: se la stagione turistica e della gestione del verde viene a scemare nei periodi invernali, si aggiusta il tiro con interventi di servizio alle imprese, mentre si fa il punto per il potenziamento delle strutture e dell'offerta generale.

L'inverno comporta un'attività di animazione, nel settore ludico sportivo, rivolta sia ai turisti sia ai residenti di tutte le vallate carniche. Le principali attività sono l'orienteeing, lo sci e il tiro con l'arco che attualmente sono svolti nei maggiori centri turistici: Forni di Sopra, Arta Terme, Sauris, Ampezzo e Ravascletto, oltre naturalmente che a Forni di Sotto. La cooperativa sta lavorando pure a un progetto top secret a livello regionale, in cooperazione con altri operatori del settore, che si ritiene possa essere interessante per le scuole della regione. Una importante azione sociale sul territorio viene condotta dalla cooperativa nel cercare di coinvolgere altri soggetti per cambiare mentalità, per uscire dai luoghi comuni e da punti di vista ristretti. Serve presentare un prodotto Carnia, sviluppando le realtà esistenti e creando nuovi servizi interattivi con le varie componenti socio-economiche e culturali della società, dando più spazio ai nuovi progetti e ai nuovi imprenditori che presentino progetti innovativi desunti dal patrimonio delle esperienze e delle tradizioni del passato.

Pare invece si voglia dare spazio solamente a vecchi progetti, in parte consolidati, ma che presentano le prime avvisaglie del logorio del tempo, che hanno cioè perso parte della loro caratterizzazione originale tanto da non poter più essere definiti autentici della nostra montagna. Un grido contro la cultura della rassegnazione, per dare una sferzata di ottimismo alla cultura della montagna con l'orgoglio di potersi ancora oggi, alle soglie del terzo millennio, definirsi montanari.

Chiedono più privato, meno Regione

Una realtà fatta tutta da giovani

Una cooperativa di giovani, specie nello spirito, con grandi capacità, know-how e titoli di studio anche a livello universitario. Per tutti la volontà, la sfida di potersi costruire una nicchia di vita fra le loro montagne, senza dovere necessariamente abbandonare queste valli, come succede a tanti loro coetanei. Questa è la Palote di Forni di Sotto: cooperativa che guarda alla realtà in cui opera in senso critico, non facendosi abbagliare dai facili esempi della vita bucolica della montagna. Lavorare in montagna costa di più, in soldi, in fatica e in soddisfazioni.

La caratterizzazione operativa de La Palote si svolge non solo in campo turistico - il più facile e il più redditizio si pensa, risultando invece solo specchio per le allodole -, ma anche nel campo della piccola ingegneria naturalistica, con attenzione particolare, e nostalgica, all'utilizzazione boschiva. Un campo lasciato vuoto dallo spopolamento della montagna e dall'abbandono da parte dell'italiano di certi tipi di lavoro. Ma qui si punta il dito anche su una concorrenza effettua dalla Regione con una politica di assistenzialismo sul territorio che mortifica coloro i quali vo-

gliono lavorare. La Regione, si recrimina, va a sostituirsi troppo spesso all'imprenditore privato, anche in quei settori che "ancora tirano".

Nell'Alta Val Tagliamento operano due squadre della Forestale che fanno sistemazioni ambientali in una situazione di mancanza di economia, invece di lasciare crescere un vero mercato competitivo fra le imprese private del settore. Nel frattempo, si denuncia, le realtà economiche del campo forestale, sia piccole cooperative sia artigiani, si trovano costrette a essere assorbite da questi enti e a chiudere i battenti.



Profilo d'impresa

La Palote è una piccola società cooperativa con sede in via Baselia 72, a Forni di Sotto. È nata nell'aprile del 1998. Soci fondatori: Vittorio Tonello, presidente; Rosanna e Giovanni Colmano, Giombattista Lerussi; socio Roberto Corisello.

Objetto: gestione, progettazione, manutenzione al verde, turismo e servizi, animazione turismo ambientale, servizi a imprese.

Il bilancio 1998, con soli 6 mesi effettivi di operatività e tre soci, di cui due impiegati a tempo pieno, è stato di una cinquantina di milioni.

Cifra che è stata raddoppiata nel bilancio chiuso al 31 dicembre 1999, mentre le proiezioni per il bilancio del 2000 vedono la Cooperativa raggiungere un giro d'affari di 180 milioni.

Nel settore occupazione-

la Palote è alla ricerca di nuovi soci, in possesso di esperienza professionale, specie in campo di utilizzazione forestale, cosa che si trasforma in un'impresa ardua per mancanza di popolazione e per la concorrenza degli enti pubblici che lavorano nello stesso settore.

Telefono 0433 - 877402 fax 0433 - 877900 - cellulare 0328 - 2335098 e-mail lapalote@libero.it



Qui Congafi

Artigianato

Per ampliare ulteriormente la possibilità di intervento per le imprese artigiane

Nuova convenzione con Cassamarca

Il Congafi Artigianato di Udine ha ulteriormente ampliato le possibilità di intervento a favore delle imprese artigiane. E' stata infatti sottoscritta lo scorso 7 settembre una nuova convenzione tra il Congafi Artigianato di Udine e Cassamarca, allo scopo di concedere garanzia su tutte le forme tecniche bancarie alle imprese artigiane friulane correntiste della banca trevigiana. I tassi applicati sono i seguenti: conto corrente 7,5%, prestiti a rientro fino a 36 mesi 6,60%, Sbf R.B. e anticipo fatture 5,80%, mutui chirografari 6,80% e mutui ipotecari 6,60%. La convenzione con Cassamarca si affianca a quella già in vigore con molti istituti bancari quali Banche di credito cooperativo, Banca nazionale del lavoro, Banca Antoniana popo-

lare veneta, Banca popolare di Cividale, Banca popolare Friuladria, Banca popolare di Novara, Banca popolare udinese, Banco di Brescia San Paolo, Banco di risparmio di Trieste, Cassa di risparmio di Udine e Pordenone e Rolo Banca 1473.

Raggiunti 5.000 soci

Nel mese di settembre il Congafi Artigianato Udine ha raggiunto un significativo traguardo. Le imprese artigiane associate hanno infatti superato quota 5.000 unità. Significativi risultati si sono avuti anche riguardo all'operatività di concessione della garanzia: i fidi concessi al 30 giugno 2000 pari a 63 miliardi hanno registrato un incremento del 6% rispetto allo stesso periodo dello scorso

anno con un maggiore utilizzo dello smobilizzo dei crediti e dei finanziamenti agevolati. A completare un quadro estremamente positivo c'è da segnalare la diminuzione dei tempi di delibera da parte della Cooperativa passati dai 7,9 giorni del '99 ai 6,9 giorni del 2000.

Nuove imprese e successione di impresa

Prosegue con notevole successo anche nel corso del 2000 l'intervento del Congafi a favore delle nuove imprese artigiane. I dati al 30 giugno 2000 evidenziano un aumento di fidi concessi alle nuove imprese pari al 10% rispetto allo stesso periodo del 1999. L'attività di sostegno alla successione d'impresa beneficia anche dell'importante con-

tributo di 800 milioni che la Regione ha erogato a favore dei Congafi Artigianato delle quattro province. L'avvio dell'attività è evidentemente una fase cruciale per ogni impresa, che deve spendere e quindi ricorrere a prestiti bancari quando, non essendo ancora conosciuta dalle banche, non gode di alcun credito. Proprio per questo motivo, il Congafi concede garanzia su finanziamenti volti a supportare le spese iniziali di avvio e di gestione dell'attività di imprese artigiane di nuova costituzione e fino al quinto anno di attività. Possono beneficiare dei finanziamenti previsti anche le aziende non ancora iscritte all'Albo imprese artigiane e i soggetti che subentrano o che succedono ad altra azienda. Riscontra sempre maggior in-

teresse il servizio di consulenza finanziaria fornita gratuitamente alle imprese socie, indispensabile per la scelta del prestito più corretto e meno costoso, nonché per una migliore gestione complessiva del passivo aziendale. Troppo spesso le aziende utilizzano prestiti a breve termine anche per finanziare la struttura.

Una continua alta esposizione a breve termine crea evidenti scompensi finanziari, carenza di liquidità e continue tensioni con il mondo bancario. In questa situazione è a volte sufficiente un mancato incasso di crediti clienti per mettere in pericolo aziende potenzialmente sane. La razionalizzazione del passivo, lo spostamento dal breve al medio termine di esposizioni bancarie e di altro tipo (fornitori eccetera) con-



sentono alle imprese di cautelarsi di fronte a eventuali emergenze. Per qualsiasi informazione si possono contattare gli uffici del Congafi Artigianato dalle 8 alle 18 o visitare il sito web www.congafi.it.

Commercio

Linee di credito agevolato e forfetizzazione delle spese in conto corrente bancario

Crescono le proposte per gli associati

Il Consorzio garanzia fidi al commercio della provincia di Udine amplia il ventaglio degli istituti di credito convenzionati, ai quali i soci si possono rivolgere certi di trovare condizioni particolarmente favorevoli. Nei giorni scorsi, infatti, è stata firmata una nuova convenzione con Cassamarca, l'istituto di credito trevigiano sbarcato a Udine nel dicembre dello scorso anno.

L'intesa, siglata da Giovanni Da Pozzo, presidente del Congafi commercio, e Mario Bassetto per Cassamarca, rappresenta una novità anche in tema di van-

taggi per i soci.

E' la prima volta infatti che un istituto di credito accetta di convenzionare non solo le condizioni relative ai tassi, ma anche le condizioni accessorie, cioè le spese e il massimo scoperto.

Il socio Congafi che decide di scegliere l'istituto trevigiano come interlocutore finanziario, dunque, può utilizzare tutte le linee di credito agevolato comprese nella convenzione e usufruire della forfetizzazione delle spese riguardanti le operazioni in conto corrente. Per le imprese il cui fatturato non supera i 250 mi-

lioni, le spese sono state quantificate in 30 mila lire mensili, per chi fattura di più la cifra sale a 50 mila lire. La più bassa praticata fino a ora, infine, anche la commissione sul massimo scoperto: 0,125.

Per lo scoperto di conto corrente, le condizioni prevedono un tasso pari al prime rate Abi meno lo 0,25%, per l'anticipo su fattore il tasso è pari all'Euribor 3 mesi più 1,15, così come per l'anticipo castello commerciale che aggiunge però solo 1 punto. Anche per l'anticipo sui crediti Iva il tasso è pari all'Euribor 3 mesi, ma più

1,20. Euribor 3 mesi più 1,80 per i finanziamenti ordinari a rimborso rateale, fino a 36 mesi, più 2 se i mesi sono più di 36. Finanziamenti agevolati pure per gli investimenti (importo massimo 20 milioni) relativi all'adeguamento all'euro e all'aggiornamento informatico: tassi pari all'Euribor 3 mesi più 1,20 per una durata massima di 36 mesi.

Sui mutui ipotecari (75% massimo del valore cauzionale dell'immobile) della durata massima di 10 anni, viene praticato un tasso pari all'Euribor a 6 mesi più 1,50, mentre se la du-

rata è dai 10 ai 15 anni all'Euribor sei mesi viene aggiunto 1,750. La commissione per l'istruzione del mutuo infine è pari allo 0,50% sull'importo richiesto.

Particolarmente soddisfatto della "new entry" il presidente del Consorzio Giovanni Da Pozzo, che da sempre persegue l'obiettivo di offrire questo genere di opportunità soprattutto alle piccole e medie imprese. "La proposta formulata su misura per chi fattura meno di 250 milioni l'anno - ha commentato dopo la firma della convenzione - mi pare veramente inte-

ressante e sono certo che numerose aziende la utilizzeranno. Molte volte, infatti, sono proprio le piccole realtà ad aver bisogno di strumenti pensati a loro dimensione, ma raramente il mercato li mette a disposizione".

Gli istituti di credito maggiormente radicati sul territorio, in ogni caso, sono i più sensibili alle esigenze delle aziende di piccole dimensioni e i più disponibili a "rischiare" "perché come ha spiegato Mario Bassetto - sono consapevoli del ruolo strategico che le Pmi rivestono in tutto il Triveneto".

Industria

Un nuovo servizio agli associati per ottimizzare l'utilizzo del c/c

Calcolo delle valute

Tutte le imprese, è ovvio, fanno transitare la maggior parte delle loro operazioni su uno o più conti correnti, magari accesi con istituti di credito diversi.

Ma quante di queste aziende hanno mai "soppesato" costi e benefici delle condizioni che al conto corrente vengono applicate, oppure controllato cosa è cambiato in seguito alle ultime modifiche che la banca ha comunicato?

Ben poche, certamente, perché il tempo per questo tipo di "indagini" non è

mai sufficiente, perché ci sono cose più urgenti a cui far fronte, perché i conti sono numerosi e i metodi di computo dei costi usati

dagli istituti di credito diversi fra loro. Eppure, una razionalizzazione dell'uso dei conti correnti e un loro più "ragionato" utilizzo consentono, in molti casi, un risparmio non da poco.

Ebbene, il Congafi mette a disposizione degli asso-

ciati un nuovo servizio: l'analisi delle condizioni praticate in conto corrente dagli Istituti di credito.

Sulla base dell'estratto conto bancario fornito da ogni azienda e partendo dal tasso nominale applicato dalla banca al

rapporto di conto, lo staff del Consorzio è in grado di fornire il tasso effettivo finanziario che consente di conoscere il rendimen-

to o l'onere del conto; il tasso complessivo finanziario (normalmente calcolato per posizioni finanziarie negative) e il tasso complessivo che indica il costo o il rendimento effettivo del conto su base annua, al netto delle componenti di costo connesse al tempo, agli interessi, alla commissione di massimo scoperto e alle spese.

Grazie al calcolo del tasso complessivo è possibile sapere quanto effettivamente rende o costa un determinato rapporto di affidamento o di impiego.

Linea export per le piccole e medie aziende

Incrementare l'export, sbarcare su nuovi mercati, far conoscere i propri prodotti anche oltre confine. Sono le parole d'ordine più ascoltate in tutti i convegni, gli incontri e i seminari che economisti e politici ripetono costantemente in questi ultimi mesi. L'economia tira, i segnali di ripresa ci sono in tutta Italia, ma il tallone d'Achille, per le imprese italiane, rimane sempre l'export, soprattutto in determinati settori.

Per agevolare gli imprenditori impegnati in una sfida importante, ma non certo facile, il Consorzio garanzia fidi all'industria dispone da tempo di uno strumento interessante, e finan-

zizzato proprio a sostenere questa componente dell'attività imprenditoriale. Si tratta della "Linea export", una linea che permette di usufruire dell'anticipo in lire, su fatture, effetti, contratti.

E' attiva con tre diversi istituti di credito: Rolo Banca (tasso 4,70%), Banca popolare udinese (tasso 4,70%) e Banca popolare di Cividale (tasso 5,20%). Con un plafond massimo di 200 milioni e una durata che arriva a 12 mesi, rappresenta un utile complemento alle attività di sostegno soprattutto per le piccole e medie imprese, le più impegnate a consolidare il processo di internazionalizzazione.

Euro Info Centre News

Pagina a cura
dell'E.I.C. IT 388
del Friuli-Venezia Giulia
Tel. 0432-248828-248826
Fax 0432-503919



SELL OR BUY

ABBIGLIAMENTO

ABBIGLIAMENTO PER LA DANIMARCA

Grossista danese ricerca produttori di abbigliamento e accessori per uomo.
(Rif.20.10.01,
BRE 200005221)

AGROALIMENTARE

FERTILIZZANTI SPAGNOLI

Si ricercano distributori interessati a commercializzare fertilizzanti 100% naturali per piante e alberi da frutta.
(Rif.20.10.02,
BRE 200005804)

RICHIESTA PRODOTTI ALIMENTARI DALLA POLONIA

Importatore polacco di prodotti alimentari ricerca partner commerciali.
(Rif.20.10.03,
BRE 200005510)

FLASH NORMATIVE

Una panoramica delle notizie legislative secondo noi più rilevanti pubblicate sulle Gazzette Ufficiali UE serie L (Legislazione) e C (Comunicazioni ed informazioni) nei mesi di agosto e settembre 2000.

- Accordo tra la Comunità e la Repubblica di Cipro che istituisce una cooperazione nel campo delle piccole e medie imprese nel quadro del terzo programma pluriennale per le piccole e medie imprese (Pmi) nell'Unione Europea (1997-2000).
(Guce L 197 del 03 agosto 2000)

- Decisione del Consiglio del 3 agosto 2000 recante modifica della decisione 1999/319/Pesc che attua la posizione comune 1999/318/Pesc concernente ulteriori misure restrittive nei confronti della Repubblica federale di Jugoslavia.
(Guce L 200 del 08 agosto 2000)

- Direttiva 2000/35/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 29 giugno 2000 relativa alla lotta contro i ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali.
(Guce L 200 dell'8 agosto 2000)

- Decisione n.1/2000 del comitato di cooperazione doganale CE - Turchia del 25 luglio 2000 relativa all'accettazione di certificati di circolazione Eur.1 o di dichiarazioni su fattura attestanti l'origine comunitaria o turca, rilasciati da determinati Paesi firmatari di un accordo preferenziale con la Comunità o con la Turchia.
(Guce L 211 del 22 agosto 2000)

- Life 2000-2001. Invito a presentare proposte per i

SPEZIE DALLA SIRIA

Esportatore siriano con diverse filiali ricerca acquirenti di spezie, legumi, liquirizia.
(Rif.20.10.04,
BRE 200005301)

PRODOTTI BIOLOGICI PER LA GRECIA

Si ricercano produttori o commercianti di prodotti ortofrutticoli biologici.
(Rif.20.10.05)

EDILIZIA

MARMO DALLA TUNISIA

Impresa tunisina specializzata nel settore del marmo ricerca partner stranieri per cooperazioni commerciali.
(Rif.20.10.06,
BRE 200005055)

CEMENTO MALTESE

Produttore di cemento Portland cerca importatori italiani.
(Rif.20.10.07,
BRE 200005077)

ELETTRICO/ELETTRONICO

JOINT-VENTURE CON LA ROMANIA

Impresa romena, specializzata nella progettazione e nella produzione di installazioni elettriche è interessata a creare una società mista/accordi commerciali nel settore elettrico.
(Rif.20.10.08,
BRE 200005459)

LEGNO/ARREDAMENTO

LEGNAME DALL'UNGHERIA

Ditta ungherese, operante nella lavorazione legno (pino siberiano), ricerca partner attivi nel settore della produzione di mobili, infissi e porte.
(Rif.20.10.09,
BRE 200005659)

ESPORTAZIONI ROMENE

Società specializzata nell'esportazione di legname forn-

sce vasto assortimento: abete, faggio, quercia, nocciolo, ciliegio, platano, pioppo, castagno, salice, rovere, frassino, betulla. Si offrono anche cereali, mobili per giardini e parchi in legno e metallo.
(Rif.20.10.10)

LEGNAME BULGARO

Impresa bulgara offre legno di faggio, acacia, pioppo.
(Rif.20.10.11,
BRE 200005811)

MECCANICA

ACCESSORI PER AUTOMEZZI PER LA POLONIA

Ditta specializzata nella riparazione di autoveicoli e vendita di accessori ricerca produttori ed esportatori interessati a introdurre i loro prodotti nel mercato polacco.
(Rif.20.10.12,
BRE 200005447)

METALLI

LAMIERE PER LA GRECIA

Si richiedono esportatori di lamiera e tubazioni inossidabili.
(Rif.20.10.13)

MATERIE PLASTICHE

TUBI PER LA GRECIA

Ditta greca ricerca distributori di tubi in pvc per giardinaggio.
(Rif.20.10.14)

EUROAPPALTI

Selezione di gare d'appalto aperte a tutte le piccole e medie imprese dell'Unione Europea pubblicate nell'apposito spazio della Gazzetta Ufficiale UE serie S.

FRANCIA

BOURG EN BRESSE MOBILI PER UFFICI

Mobili per uffici. Stazioni di lavoro. Sedili, sedie e loro parti.
Termine per il ricevimento delle offerte: 27.10.2000 (16.00).

TOLONE FORNITURE E ATTREZZATURE PER OFFICINE

Impianti per officine. Macchine utensili per la lavorazione dei metalli. Macchine utensili per la lavorazione del legno.
Termine per il ricevimento delle offerte: 27.10.2000 (16.00).

ROUEN ATTREZZATURA SCOLASTICA

Attrezzatura scolastica.
Termine per il ricevimento delle offerte: 30.10.2000 (16.30).

LIONE LEGNAME

Legname. Compensato.
Termine per il ricevimento delle offerte: 2.11.2000 (16.30).

DALLA SLOVENIA RICHIESTA BOTTIGLIE

Si ricercano produttori di bottiglie in pvc o vetro da 2-2,5 dcl.
(Rif.20.10.15,
BRE 200005724)

ACCESSORI PER SEDIE PER LA GRECIA

Azienda di mobili in metallo è interessata a cooperare con produttori di parti di plastica per sedie in metallo.
(Rif.20.10.16)

VARIE

TRASPORTI DALLA REPUBBLICA CECA

Impresa ceca, specializzata in logistica e trasporto su strada, si offre come intermediario commerciale.
(Rif.20.10.17,
BRE 200005587)

PRODOTTI OSPEDALIERI PER IL CILE

Importante distributore cileno ricerca produttori di materiale ospedaliero: sonde, sistemi di drenaggio, elettrodi medicali eccetera.
(Rif.20.10.18,
BRE 200005825)

ANESTETICI DAL BELGIO

Produttore belga di prodotti anestetici ricerca distributori in grado di fornire assistenza tecnica.
(Rif.20.10.19,
BRE 200004513)

GENERI VARI PER L'ALGERIA

Impresa di import-export è interessata a cooperare con partner commerciali.
(Rif.20.10.20)

OFFERTA GIAPPONESE

Si offrono guanti da lavoro.
(Rif.20.10.21)

DALL'ARGENTINA UTENSILI DA CUCINA

Produttore argentino di utensili da cucina in alluminio ricerca intermediari e partner commerciali per ampliare i propri affari.
(Rif.20.10.22)

CONSULENZA POLACCA

Ditta polacca, specializzata nei servizi di consulenza, sarebbe interessata a rappresentare imprese straniere nel settore delle tecnologie di prodotto e di costruzione.



SVEZIA

GOTEBORG INDUMENTI DA LAVORO

Indumenti da lavoro. Calzature diverse dalle calzature sportive e protettive. Pantofole. Riferimento: Dnr 169/00. Valore annuo: 3375000 SEK.
Termine per il ricevimento delle offerte: 31.10.2000. Lingua o lingue: svedese.

GERMANIA

ERFURT SEDILI E MOBILI PER UFFICIO

Sedili, sedie e loro parti. Mobili per uffici e negozi.
Termine per il ricevimento delle offerte: 8.11.2000. Lingua o lingue: tedesco.

SPAGNA

MADRID MATERIALE PER UFFICIO NON INVENTARIABILE E FORNITURE INFORMATICHE

Forniture per ufficio. Forniture per computer. Valore: 99300000 ESP/ 596805,02 EURO.
Termine per il ricevimento delle offerte: 13.11.2000 (13.00).



Attualità

Sono quelli della Saf, recente assegnataria della concessione regionale

Con gli autobus di un'unica azienda sulle strade di tutto il Friuli

di Bruno Peloi

Scenario di trasporto pubblico locale completamente cambiato. Non più la miriade di medi e piccoli concessionari attivi nel settore, come accadeva fino a pochi anni fa. Ma un'unica, grande azienda, la Saf, cui la Regione ha di recente assegnato - con gara europea - l'unità di gestione nella provincia di Udine. Nella quale i viaggiatori, d'ora in avanti - almeno per i prossimi dieci anni - potranno spostarsi usufruendo di servizi di assoluta qualità. Il via libera dell'ente concedente ha dato il giusto riconoscimento a una realtà imprenditoriale capace di produrre uno sforzo senza precedenti. "La società - spiega il ragioniere Barbiero, direttore generale della Saf - sarà l'unica a gestire i trasporti in un territorio così ampio. La stessa Regione ha ritenuto che la dimensione ottimale per la gestione del Tpl sia il livello

provinciale. Si tratta, peraltro, di un indirizzo valido per tutto il territorio nazionale. Lo scopo della gara europea è anche questo: creare concorrenza durante l'asta e poi assegnare la concessione per un periodo di tempo che consenta a chi vince di operare con una programmazione a lungo termine".

E' nato dunque un vero colosso nel settore trasporto di persone, costruito in poco tempo, ma su solide basi. Gli investimenti hanno toccato soprattutto l'informaticizzazione aziendale, il parco autobus (il cui massiccio rinnovo ha portato l'età media dei pullman a meno di sette anni), le moderne infrastrutture (ci sono sedi e depositi attrezzati in tutti i punti dove gravitano i servizi). L'utente friulano ha dunque a disposizione una rete di trasporti all'altezza dei tempi. Entro un paio d'anni, poi, la Saf ha in programma la realizzazione della nuova sede.

Sorgerà in via della Faula, nell'attuale area Atm: vi troveranno spazio gli uffici, le officine, gli impianti di lavaggio.

"Questo grande impegno - dice ancora il ragioniere Barbiero - è finalizzato anche alla sfida che i nuovi mercati ci lanciano. Dovremo potenziare tutti i servizi: di linea, turistici e merci. Dovremo poi fare molta attenzione a ulteriori sviluppi nella riforma dei trasporti. Anche per quelli via mare (una linea Marano-Lignano, per esempio) e su rotaia. Per questi ultimi, l'amministrazione regionale (presto disporrà delle relative deleghe) potrà rilasciare concessioni in un tempo relativamente breve. Quando ci saremo consolidati, terremo nel mirino pure le linee statali e internazionali (di recente, abbiamo costituito una società mista italo-romena che potrebbe portare a interessanti sviluppi).

Ma la strategia aziendale non si ferma qui: il trend dei risultati economici è in costante crescita e, avendo il consiglio d'amministrazione deciso d'investire gli utili in nuove attività, è facile prevedere che nei prossimi anni riverseremo le nostre energie su gare indette da altre regioni, se non addirittura in Europa".

Importante il ruolo del sistema bancario nello sviluppo della nuova società. Fin dall'inizio, gli istituti di credito hanno dato fiducia all'iniziativa, fiducia peraltro supportata da elementi concreti. E la colla-



borazione è stata intensa e di interesse reciproco.

Di pari passo con le strategie per la conquista del mercato viaggiano anche le economie realizzate grazie alla fusione delle sei aziende "madri" della Saf. Oggi, l'ufficio approvvigionamenti riesce, grazie ai grandi numeri, a spuntare condizioni eccellenti negli acquisti di materie prime, combustibili e lubrificanti, pezzi di ricambio, pneumatici.

L'assetto organizzativo interno non è rimasto estraneo al nuovo corso aziendale. Tutto il personale impiegato, autisti, operai - svolge il proprio lavoro in aree ben determinate, con strutture non verticistiche ma di senso orizzontale. Talché i dipendenti, nei rispettivi settori, si responsabilizzano, si integrano e diventano intercambiabili. In azienda, i risultati di questo modo d'operare sono giudicati soddisfacenti, soprattutto per l'importante flessibilità raggiunta. La formazione, naturalmente, gioca un ruolo determinante. Ci sono corsi e aggiornamen-

ti continui e le maestranze vengono interessate direttamente, senza figure intermedie.

Dal 1999, la Saf ha acquisito la certificazione di qualità Iso 9002. "E' un nostro punto d'orgoglio - continua il ragioniere Barbiero -, qualificante per raggiungere i nostri obiettivi. Ed è stato un fattore molto importante anche nella gara d'appalto, consentendoci di acquisire i punteggi necessari per il miglioramento dei servizi".

Nel 1999 è stata data alle stampe anche la Carta del servizio Saf, un documento che impegna l'azienda a "operare con azioni mirate alla gestione della qualità, intesa come capacità di soddisfare i bisogni, le attese e i desideri della clientela". Per tutto questo, sempre lo scorso anno, è arrivato un riconoscimento di livello nazionale: la rivista specializzata Tuttotrasporti passeggeri ha assegnato alla Saf la Stella del trasporto pubblico extraurbano. Dietro l'azienda udinese si sono classificate altre 14 aziende di tutt'Italia.

Profilo d'impresa

Autoservizi F.V.G. S.p.A. - SAF, con sede legale a Gorizia in via Catterini, sede amministrativa a Udine in via Baldasseria Bassa 75. Telefono 0432-608111, fax 0432-602777 o 601472. E-mail: info@saf.ud.it. Internet: www.saf.ud.it. Presidente è Lucio Olivo, vicepresidente Marco Ferrari, consiglieri d'amministrazione Girolamo Collavini, Silvia Crucil, Gianni Olivo. Direttore generale: ragioniere Silvano Barbiero.

La società - con 14 miliardi di capitale interamente versato - ha per oggetto il trasporto di persone, con servizi di linea e turistici, il trasporto di cose, le agenzie di viaggio, i lavori d'officina anche per conto terzi.

Il parco macchine della Saf è costituito da 300 autobus, dei quali 45 gran turismo e 8 scuolabus.

La percorrenza annua è di circa 14 milioni di chilometri. La forza lavoro è composta da 1 dirigente, 33 impiegati, 29 operai, 8 addetti al movimento e 246 autisti, più un numero variabile di stagionali.

Nel 1999 il fatturato ha toccato i 47 miliardi. Grandi numeri nel futuro prossimo: con l'incorporazione di Saita e Atm, l'azienda disporrà di circa 500 autobus e 600 dipendenti.

La percorrenza annua passerà a 22 milioni di chilometri. Il fatturato salirà a circa 90 miliardi.



Da sinistra: Lucio Olivo e rag. Silvano Barbiero

Il trasporto pubblico resta friulano

Discendenti dei cjadadors e dei veturini con diligenza, i concessionari di autolinee rappresentano una classe d'imprenditori forti, a volte cocciuti e pur sempre determinati nello svolgere un lavoro pesante e senza orari.

Ma anche innamorati delle proprie "corriere" e delle scritte che compaiono sulle loro fiancate, messe lì a ricordare il glorioso nome di "famiglia".

Detto questo, si capisce subito quale grande rivoluzione sia "scoppiata" nella categoria il 29 dicembre del 1994. La data è storica perché è la prima volta che sei aziende (Olivo,

Isonzo, Collavini, Trieste, Ferrari, Rosina) decidono di rinunciare alla propria secolare identità per dar vita a un nuovo soggetto imprenditoriale: la Autoservizi Fvg Spa - Saf. La filosofia che muove il tutto è chiara: lavorando uniti si possono attuare importanti economie di gestione. Ma non solo: l'azienda più grande diventa referente più importante di fronte agli interlocutori, sia pubblici sia privati.

"Cinque anni or sono - afferma in proposito il direttore generale della Saf, ragioniere Silvano Barbiero - abbiamo fatto una scommessa.

Vedendo i risultati odierni, possiamo dire di averla vinta. Siamo partiti con decisione, lavorando sodo e tra non poche difficoltà. Ma facendo continui passi avanti. S'è trattato d'una progressiva serie di rilevanti successi gestionali".

Nel 1999 la Saf assorbe dapprima la Grade, quindi anche il ramo del trasporto pubblico locale di altre due importanti realtà udinesi: la Saita e l'Atm. Sono operazioni che rappresentano importanti tappe d'avvicinamento alla gara di tipo europeo indetta dalla Regione: in ballo c'è l'assegnazione delle unità di gestione, tra le quali

quella della provincia di Udine.

Alla gara inizialmente partecipano in quattro concorrenti, tutti agguerriti. La selezione è severa. Dopo una prima scrematura, restano in due: la Saf contrapposta a un colosso dei trasporti di valenza nazionale: le Ferrovie Nord Milano.

La società meneghina, quotata in Borsa, non nasconde le sue proprie mire: ambisce a gestire gli autoservizi in Friuli. C'è dunque il rischio che - dopo banche,

giornali, industrie varie - un altro settore dell'economia locale passi in mani "straniere". "La nostra azienda però - conclude Barbiero - s'è presentata a questo appuntamento con le carte

in regola, dal punto di vista economico, gestionale e delle risorse. E, alla fine, sono stati i nostri requisiti a prevalere: adesso gestiremo per dieci anni i trasporti in provincia".



Economia

Valduga: "La fabbrica è cambiata e i giovani lo debbono sapere"

L'Associazione Industriali di Udine ha presentato Orientagiovani

Il mondo del lavoro è cambiato, si è evoluto con le nuove tecnologie. Anche l'azienda non è più quella di qualche anno fa. Ora è un ambiente in cui un giovane può crescere come persona e trovare gratificazioni e realizzazioni professionali ed economiche". Lo ha sottolineato il presidente dell'Assindustria friulana Adalberto Valduga, nell'aprire, martedì 10 ottobre, nell'aula magna dell'Isti Malignani di Udine, il primo degli incontri degli imprenditori con gli studenti degli ultimi due anni delle scuole medie inferiori e superiori della nostra provincia. L'iniziativa rientra nella campagna "Orientagiovani", promossa dall'associazione, d'intesa con Confindustria e con il Provveditorato agli studi di Udine, per diffondere la cultura d'impresa e avvicinare i giovani al lavoro in fabbrica. Il

progetto prevede tra l'altro, sotto l'insegna dello slogan "Il protagonista sei tu! Le industrie friulane aprono ai giovani", una costante azione di sensibilizzazione relativa ai valori e alle prospettive della fabbrica su diversi strumenti di comunicazione: dagli inserti sulla stampa locale agli spot radiofonici, in video e cinematografici; dalle affissioni fisse di grandi dimensioni (metri 6x3) collocate in posizioni strategiche sul territorio alle affissioni mobili con ampi pannelli sui fianchi degli autobus per il trasporto urbano, finanche alle distribuzioni di depliant e locandine presso le scuole e altri centri di aggregazione.

Valduga, nel suo intervento, ha ribadito che l'impresa, in un contesto come quello attuale di grande competitività dei mercati, dispone di una sola strada obbligata per aumentare la

propria efficienza: ovvero, "puntare sulla valorizzazione delle risorse umane, in particolar modo sui giovani, specie quelli che si dimostreranno capaci di lavorare in squadra e di identificarsi con gli obiettivi dell'azienda". E i giovani cosa pensano di questa manovra tesa dagli industriali? L'incontro ha offerto spunti di riflessione importanti per capire le loro paure e perplessità nell'avvicinarsi al mondo dell'impresa. Emblematica la discussione che si è aperta tra il presidente Valduga, il presidente dell'Isti Malignani Fabio Illusi e gli studenti al termine della proiezione della "fiction" appositamente realizzata dall'Assindustria volta a promuovere l'inserimento dei giovani all'interno delle realtà industriali della nostra regione.

I ragazzi non credono che trovare lavoro nelle fabbriche sia poi così facile, chie-

dono informazioni sulla misura della retribuzione, hanno il timore che la scuola non riesca a formarli per le reali esigenze dell'azienda, chiedono garanzie e certezze. Valduga ha rassicurato gli studenti: "Nessun imprenditore pensa che un giovane debba sapere fare tutto bene e tutto bene subito. Con l'attuale carenza di manodopera specializzata il ragazzo, appena diplomatosi dalla scuola, diventa un investimento per il futuro dell'azienda purché intraveda buona volontà e capacità di apprendimento". Dal canto suo, il presidente del Malignani Illusi ha difeso il ruolo formativo di base della scuola: "Istituti tecnici come il nostro devono essere in grado di dare quella formazione di base che permetta poi al giovane, una volta inserito in un'impresa, di "imparare a imparare". D'altra parte le conoscenze si evolvono,

il funzionamento delle macchine industriali anche. Sarebbe oramai fuori di logica insegnare un mestiere compiuto agli studenti di oggi, come si faceva trent'anni fa, perché rischia di essere superato dai fatti. L'importante è che il ragazzo disponga di una corretta conoscenza di base: quella andrà bene sempre!".

Sul tema delle garanzie e delle certezze, Valduga e Illusi hanno sottolineato come i termini del problema vadano rovesciati. È il giovane, con la sua capacità e la sua volontà, che deve essere protagonista del proprio futuro. Va inoltre notato che l'Assindustria ha inteso pure organizzare un programma di interventi rivolto ai capi di Istituto delle scuole provinciali sul tema specifico della sicurezza. Si svilupperà in tre convegni che avranno luogo a Palazzo Torriani venerdì 15 dicembre ("Obblighi e



Adalberto Valduga

responsabilità dei Capi d'Istituto - Il quadro normativo". Relatrice la dottoressa Paola Roia - Tribunale di Udine); giovedì 11 gennaio ("Autonomia scolastica e sicurezza di edifici, attrezzature e impianti". Relatore: ingegner Giuseppe Di Florio - e mercoledì 17 gennaio ("Azioni operative per l'attuazione delle misure di prevenzione in ambito scolastico" - Relatore: perito industriale Bruzio Bisignano).

Economia

Sfilata di vip, di stilisti e di modelle nello stand della Camera di commercio

Il Friuli enogastronomico protagonista a Milano Collezioni



Sandra Mondaini



Inna Zobowa e Dario Ballantini



Venerdì, giornata inaugurale di Milano Collezioni: 5 forme di formaggio Montasio, 3 prosciutti di San Daniele, 40 bottiglie di vino, 10 gubane. E si è trattato solo del cocktail di benvenuto al quale hanno partecipato, fra gli altri, Nadia Bengala, Jo Squillo, il finto Valentino, Mario Boselli presidente della Camera nazionale della moda e Beppe Modenese, presidente onorario, Simona Ventura, Rosita Celentano, oltre naturalmente a molti degli ospiti vip presenti all'inaugurazione.

Sabato, seconda giornata

delle sfilate milanesi: trota a gogò. E' stato un via-vai ininterrotto quello che ha caratterizzato la prima degustazione a tema, dedicata alla trota, degustazione che ha visto, fra gli "assaggiatori" d'eccezione, nientemeno che Tania Zampanò, Miss Italia 2000, Alessia Merz, Miriana Trevisan, una nutrita rappresentanza degli attori della soap opera "Vivere" e una serie di modelle, incuriosite dall'originalità della proposta e attratte dalle qualità alimentari della trota, illustrate con dovizia di particolari, vista l'occa-

sione. Leggera, scarsamente calorica (1 etto di trota affumicata non supera le 100 calorie), gustosa e delicata, la trota salmoneata di Pighin a Milano ha letteralmente spopolato.

Se le modelle hanno preferito la trota, i giornalisti italiani e stranieri, le autorità e i numerosi ospiti vip di quella grande kermesse che è Milano Collezioni, non hanno certo disdegnato ripetuti spuntini a base di prosciutto San Daniele, che Dante Baggatto affettava incessantemente, o di formaggio Montasio, né tanto meno si sono fatti

pregare per degustare i diversi tipi di vino dei Colli Orientali (vini autoctoni, dalla ribolla gialla al tocai, offerti da una ventina di aziende) che facevano bella mostra di sé nello spazio friulano, allestito quest'anno accanto alla sala stampa, all'interno della Casa nazionale della moda, su iniziativa della Camera di commercio di Udine, diventata ormai una presenza fissa agli appuntamenti primaverili e autunnali.

Una presenza conosciuta, apprezzata e ricercata, visto che numerosi addetti ai lavori, prima ancora di re-

carsi ad assistere alle sfilate, sono andati a controllare se anche questa volta lo spuntino Made in Friuli era assicurato.

Ogni prodotto ha i suoi estimatori. C'è che predilige il salato e assaggia ogni giorno qualche cosa di diverso (la quantità a onor del vero si mantiene sempre entro limiti rigorosi), chi invece passa subito al dolce e chiede la gubana, accompagnata dal verduzzo che riscuote molti consensi.

Il momento della grappa invece, è, logicamente, la sera, quando, ormai esausti, i giornalisti, i buyers e i fotografi si

accasciano sui comodi ed eleganti divani della ditta Montina che arredano lo spazio friulano per consumare uno spuntino e sorseggiare una grappa scelta fra la vasta gamma messa a disposizione dalla Nonino. Oltre ai salumi di Wolf, che insieme alla trota e ai prodotti d'oca sono stati i protagonisti di altrettante degustazioni a tema, gli ospiti - come accennato - hanno potuto scegliere fra stuzzichini di prosciutto di San Daniele, formaggio con vini dei Colli Orientali, proposti da Adriano Gigante e Angelo Buttusi.



Ana Obregon - soubrette



Alessia Merz

Attualità

Le presenze straniere sono aumentate del 20 per cento

Friuli Doc 2000, un successo nonostante pioggia e vento

Ogni manifestazione che si rispetti traccia il suo bilancio partendo dai "numeri" che rivelano il successo o l'insuccesso dell'iniziativa e aiutano a pianificare l'edizione successiva. Anche Friuli Doc non si sottrae a questa regola. Anzi. Ogni anno gli organizzatori puntano ad aumentare presenze e consumi.

Ma il bilancio dell'edizione 2000 non può fare i conti solo con i dati numerici. Molte altre componenti, infatti, hanno inciso sulla riuscita della festa. Il maltempo, per esempio, ha costituito un forte deterrente alle passeggiate per le vie del centro e alle soste negli stand dei visitatori, latenti soprattutto nella serata di sabato, quella che di solito rappresenta l'apice della kermesse, ma che quest'anno è stata caratterizzata dalla pioggia battente. Ne hanno ap-

profittato i locali al chiuso, 36 dei quali avevano aderito all'iniziativa del piatto tipico con il calice di vino a prezzi contenuti, proposta che ha ottenuto grande successo. Quest'anno, inoltre, la manifestazione è uscita dai confini del centro storico allargandosi fino a comprendere via Aquileia, via Poscolle e via Prachiuso.

Un tentativo, nato con l'obiettivo di decongestionare il centro storico, non pienamente riuscito. Da registrare, infine, l'aumento di circa il 20% delle presenze straniere, anche se alcuni friulani non hanno apprezzato la componente eccessivamente esterofila assunta dalla manifestazione. Sotto accusa, in particolare, lo stand della Baviera (un tendone con 750 posti a sedere dove si sono versati fiumi di birra) che esula dallo spirito originario di Friuli Doc, nato

per promuovere la qualità dei prodotti "nostrani". Hanno "bissato" il successo dell'anno scorso, invece, piazza Carinzia e piazza Stiria, i cui stand, complici anche i tendoni e gli ombrelloni contro il brutto tempo, sono stati presi d'assalto dai visitatori.

Nonostante l'edizione 2000 non sia da record, il bilancio è senz'altro positivo. Soddisfatti Guglielmo Bertossi, "padre" della kermesse, Italo Tavoschi, vicesindaco di Udine, Andrea Cecchini, responsabile vitivinicolo dell'Ersa, e Marco Zoratti, coordinatore degli esercenti udinesi. I risultati si sono avvicinati ai numeri del 1999, con un giro d'affari di 2,5 miliardi e 500 mila visitatori che hanno transitato a Udine nell'arco di 4 giorni. Ventimila sono le bottiglie di vino stappate e 80 mila i bicchieri di birra bevuti. Per quanto riguarda le pietanze, sono

state consumate 200 forme di formaggio Montasio, affettati 100 prosciutti di San Daniele e mangiati 45 quintali di pesce fritto. Sono andati a ruba gli gnocchi con lo spezzatino d'oca, "piatto boom" dell'edizione 2000. Infine, 2 mila chili di speck sono stati affettati in piazza Duomo e altrettanti in piazza Carinzia, dove sono stati serviti anche 3.500 chili di strudel, 10 mila fette di Sacher e 4.500 litri di birra. E il futuro? Di certo riserverà qualche novità. "Friuli Doc" potrebbe essere anticipato addirittura a settembre per evitare il brutto tempo che di solito caratterizza l'inizio del mese ottobre. Questa ipotesi eviterebbe la concomitanza con la Barcolana ma sovrapporrebbe la manifestazione alla Fiera della Casa Moderna. I confini della manifestazione, inoltre, potrebbero rientrare nel centro storico.

Applausi anche per Spirito Di Vino

Sorriso, ironia, satira: il mondo e la cultura del vino hanno ispirato le matite dei giovani vignettisti italiani, che hanno partecipato numerosi al concorso Spirito di Vino, lanciato dal Movimento Turismo del Vino del Friuli Venezia Giulia. Ora le loro vignette sono raccolte in una divertente pubblicazione e sono state esposte in una gustosa mostra alla Casa del Vino di Udine dal 7 al 15 ottobre. La premiazione del concorso si è svolta sabato 7 ottobre: fra i 30 finalisti sono stati selezionati i 3 vincitori, prescelti dalla giuria presieduta da Giorgio Forattini e composta dal vignettista Emilio Giannelli, dall'art director Gianluigi Colin, dai giornalisti Marco Ausenda, Carlo Cambi, Paolo Marchi, Cesare Medail, Germano Pellizzoni. A loro è andata in premio una selezione dei migliori vini friulani, mentre tutti i finalisti sono stati ospitati in Friuli-Venezia Giulia, per dar loro modo di conoscere da vicino queste terre, che il Movimento Turismo del Vino sta contribuendo a valorizzare. "Il Movimento Turismo del Vino friulano promuovendo Spirito di Vino - spiega la presidente Elda Felluga - ha voluto raccogliere l'interesse che il mondo giovanile ha manifestato per l'enoturismo. In questi ultimi anni, infatti, le persone che si sono mosse per le strade del vino sono state per il 25% giovani. A questo nuovo turista, abbiamo voluto dedicare questo sorridente concorso e questa mostra".

Speciale Fiera di Udine

Più che positivo il bilancio da gennaio a oggi

La Fiera di Udine fa il pieno l'hanno visitata in 300.000

Casa Moderna numero 47 ha da poco lasciato i padiglioni della Fiera ed è entrata nell'archivio delle "cose fatte" con una conferma sostanziale dei suoi storici primati: conferma del numero espositori (500 aziende di provenienza nazionale) e tenuta degli indici di gradimento da parte dei visitatori. Alla realtà portante e confortante dei numeri si affiancano azioni altrettanto importanti come la selezione, la riqualificazione e la riorganizzazione dei settori merceologici applicate non soltanto a un evento di grande portata come Casa Moderna, ma anche alle altre manifestazioni che compongono il calendario espositivo, vale al dire il "biglietto di visita" con cui la Fiera si presenta e si propone come punto di riferimento eco-



Quartiere Fieristico Udinese - Aut. RGS n. 12-480 del 08.11.99

nomico, commerciale e promozionale.

Il peso di Casa Moderna in particolare (1,5 miliardi di fatturato), ma anche quello delle altre rassegne (sono 16 gli appuntamenti del 2000 tra quelli orga-

nizzati direttamente e quelli realizzati in collaborazione con terzi) non riguarda soltanto i bilanci della Fiera e il portafoglio clienti delle aziende espositrici che vi partecipano acquisendo contatti che si

concretizzano in affari durante i mesi che seguono la manifestazione. Gli eventi fieristici sono la leva che aziona e fa vivere una miriade di settori e servizi collegati all'attività espositiva e congressuale con un indotto che riguarda pubblicità e comunicazione, allestimenti, cartellonistica, vigilanza, pulizie, hosting, trasporti, ristorazione, ricettività alberghiera.

Da gennaio a settembre di quest'anno in Fiera si sono tenute 10 manifestazioni con la partecipazione di 1.750 espositori e di 303.500 visitatori. Numeri che non includono l'attività del Centro Congressi: le previsioni per il 2000 segnano 140 eventi seguiti da 20.000 persone. Cospicue sono anche le cifre dell'ingente opera di ristrutturazione e amplia-

mento che sta interessando il quartiere fieristico. Dopo il make-up ai padiglioni 1, 2 e 5 si stanno aggiungendo nuove e importanti tappe: la nuova area di sosta per visitatori in prossimità dell'ingresso ovest; la realizzazione del parcheggio in prossimità dell'ingresso sud e del Centro Congressi che incrementerà di 500 posti auto l'attuale disponibilità del parcheggio esistente (al termine dei lavori e con l'utilizzo di aree sterrate limitrofe, la Fiera disporrà di 3.000 posti auto di cui 2.000 urbanizzati); di prossimo avvio anche i lavori di rifacimento e allargamento del ponte stradale adiacente all'ingresso ovest; entro l'aprile del 2001 saranno portati a termine i lavori di realizzazione del ponte di collegamento tra i padiglioni 2 e 7 che con

una struttura in acciaio e cristallo consentirà una migliore gestione del flusso visitatori durante le manifestazioni.

Nella lista dei lavori, resi possibili grazie all'intervento regionale, anche il rifacimento ex novo del padiglione 6 che risponderà, entro un futuro ormai prossimo, alla crescente domanda di spazi con circa 2.850 mq di superficie espositiva in più.

La Fiera, insomma, si sta dotando di un quartiere che sul primitivo assetto di apprezzabile archeologia industriale, completamente reso in sicurezza, innesta nuove realizzazioni sotto il segno della flessibilità e del multiuso rispondendo in termini aggiornati e moderni alle cangianti esigenze di un'economia in perenne cambiamento.

La prima edizione del concorso internazionale di design

Prossimamente in programma

- 12^a Ideanale (10-13 Novembre 2000)
- Artigianato, Sperimentazione, Ricerca
- XVII Mostra d'Arte Orafa
- VIII Concorso Orafo "Un gioiello per il 2000"
- Primo Concorso Internazionale di Design

terna è stata una concreta dimostrazione e una vetrina di raffinata bellezza in cui perizia e tradizione artigianale dimostrano di sapersi rinnovare e riproporre nel tempo coniugandosi al più moderno design e alla sperimentazione di nuovi materiali e di nuove tecniche di lavorazione.

Artigianato e design è un binomio che si riproporrà con slancio anche durante la prossima edizione di Ideanale che accanto all'ormai tradizionale Mostra d'arte orafa e al Concorso orafa (anch'esso rivisto nell'impostazione per stimolare l'ideazione di una nuova ti-

pologia di oggetto) proporrà la prima edizione del Concorso internazionale di design curato dal Centro design di Amaro dell'Agemont.

Tema del Concorso - rivolto artigiani, professionisti, designer e studenti - è lo sviluppo di un progetto per la realizzazione di un oggetto promozionale da destinarsi a omaggi/gadget per un'azienda o un Ente del Friuli-Venezia Giulia.

Anche per questo nuovo concorso i partecipanti si potranno ispirare alla tradizione storico-artistica della nostra regione rielaborandola, però, in chiave moderna.

Il vincitore del Concorso di design vincerà una borsa di studio consistente in uno stage presso il Centro di Amaro durante il quale effettuare un corso di progettazione e modellazione in 3D e rapid prototyping con l'utilizzo dei più evoluti software disponibili finalizzato alla realizzazione dell'oggetto tema di concorso. Per informazioni specifiche sul Concorso design, contattare il Centro design di Amaro - Laboratorio internazionale di design e sperimentazione tecnologica avanzata - Referente è Andrea Spangaro - Tel. 0433 486111 - Fax 0433 486500.

MANIFESTAZIONI 2° SEMESTRE 2000

10-13 Novembre	IDEANATALE 12. Fiera nazionale dell'artigianato, arte, regalo XVII Mostra d'Arte Orafa
23-25 Novembre	S.I.G.L.A. 2. Salone dell'Imprenditorialità giovanile e del lavoro autonomo
25-26 Novembre	MOSTRA INTERNAZIONALE CANINA (*) 13. edizione
7-10 Dicembre	A COME ANTIQUARIATO (*)

MANIFESTAZIONI 2001

25-29 Gennaio	AGRIEST 2001 36. Fiera nazionale delle macchine e dei prodotti per l'agricoltura
9-12 Febbraio	EUROSPOSA 2000 (*) 3. Grande rassegna annuale per gli sposi
4-08 Marzo	ALIMENTA 15. Salone nazionale dell'alimentazione, della ristorazione e delle attrezzature alberghiere

Le date possono subire variazioni.

S.I.G.L.A. (23-25 novembre 2000)

2° Salone dell'Imprenditorialità giovanile e del Lavoro autonomo

A novembre dello scorso anno la Fiera di Udine ha inserito nel proprio calendario di attività il Salone dell'Imprenditorialità giovanile e del Lavoro autonomo Sigla, suscitando notevole interesse, curiosità e apprezzamento non solo in ambito istituzionale, ma anche nel mondo imprenditoriale e della scuola, centrando gli obiettivi prefissati: creare in Fiera un punto di incontro e di riferimento per mettere a disposi-

zione dei giovani e degli studenti le informazioni, le idee, le esperienze e gli strumenti che caratterizzano il percorso che porta alla nascita e allo sviluppo di un'impresa. L'intervento si è concretizzato in un'affluenza massiccia, oltre le migliori previsioni, a tutti i convegni e seminari (17 incontri specifici e mirati, curati da enti e associazioni di categoria) che hanno registrato la partecipazione di oltre 3.000 presenze con una forte predo-

minanza di studenti di Istituti tecnici e professionali.

Volendo dare continuità a un progetto che mira a fare del Salone un momento annuale di incontro-confronto tra domanda e offerta e un'occasione di verifica in regione unica nel suo genere, la seconda edizione del Sigla è programmata dal 23 al 25 novembre prossimi sviluppando e riconfermando gli obiettivi istituzionali di fondo: sensibilizzare i giovani (in particolare laureandi e neo-

laureati) alle tematiche relative all'imprenditoria; diffondere informazioni a casi di successo in materia di impresa giovanile; far incontrare i giovani con i soggetti che svolgono funzioni nel settore del sostegno all'imprenditorialità giovanile. Il denso programma di incontri e seminari sarà aperto da due appuntamenti importanti fissati per la giornata inaugurale di giovedì 23 novembre: alle 15 "Nuovi imprenditori in Friuli. Possibilità o Utopia?", a

cura della Facoltà di Economia dell'ateneo udinese; alle ore 17.30 "Innovazione e Finanza. Chi rischia in Regione?", tavola rotonda sullo sviluppo e sull'imprenditorialità in Friuli-Venezia Giulia. Patrocinato dalla Regione, il Salone è promosso dalla Fiera, dall'Agemont Spa e della Fondazione Cassa di Risparmio di Udine e Pordenone con la collaborazione di Esa, Camera di commercio, Università degli studi e Provveditorato agli studi di

Udine e della Fondazione IG Students. Vi parteciperanno Associazione industriali, Associazione piccole e medie imprese, Federazione regionale Unione agricoltori, Federazione regionale Coltivatori diretti, Federazione regionale Artigiani, Confederazione nazionale Artigianato Fug, Associazione commercianti, Unione regionale cooperazione Fug, Lega Cooperative, Associazione generale cooperative italiane, Enaip, Enfap, Ial e Trenkwalder.

CCIAA NEWS

Lo afferma un'indagine condotta fra gli utenti

La Camera di commercio migliora i propri servizi

La qualità dei servizi offerti dalla Camera di commercio è migliorata anche quest'anno. È il risultato più eclatante dell'indagine sulla soddisfazione della clientela svolta mediante interviste personali. Gli intervistati sono stati gli utenti diretti dei servizi dell'anagrafe economica - imprenditori, impiegati e addetti alle imprese, di studi professionali e di associazioni di categoria - che nel periodo gennaio-febbraio di quest'anno si recavano agli sportelli del Registro delle imprese e Albo imprese artigiane. Giunta ormai alla terza annualità, la Camera di commercio di Udine realizza indagini campionarie tra i propri utenti, al fine di rilevare la soddisfazione per la qualità dei servizi prestati e per le modalità con cui essi vengono effettuati. Cogliamo l'occasione per ringraziare tutti gli utenti-clienti che con cortesia e competenza hanno partecipato all'indagine; i loro giudizi e i loro suggerimenti costituiscono preziose in-

formazioni che permettono all'Ente camerale di assumere decisioni volte a migliorare costantemente i servizi offerti, nell'auspicio di porsi sempre in linea con le aspettative della clientela.

La metodologia di ricerca adottata, supervisionata dal professor Furio Camillo, docente di Statistica all'Università di Bologna e Ferrara, esperto di customer satisfaction, misura il differenziale fra la qualità percepita dal cliente e le sue aspettative, in termini di cortesia, competenza, professionalità del personale, tempo di attesa, velocità di evasione della pratica e altri attributi del servizio. Il grado di soddisfazione non è quindi un valore assoluto (sebbene sia espresso con un numero che va dallo zero al cento), in quanto rappresentativo della differenza tra la percezione effettiva (il vissuto del servizio) e le aspettative dell'utente. L'indagine qualitativa è quindi uno strumento per misurare la qualità per-

cepita dagli utenti sia in linea con le aspettative che essi hanno. I risultati di quest'anno sono particolarmente confortanti.

L'indice medio di soddisfazione dell'ufficio Albo imprese artigiane è pari a 82,3, con un incremento del 14% rispetto l'anno precedente, mentre quello dell'ufficio Registro delle imprese si attesta su 79,3, migliorandosi del 13% rispetto all'anno prima. I singoli prodotti offerti dai due uffici presentano incrementi quasi sempre oltre il 10%. Nella tabella che segue sono elencati i servizi offerti dai due uffici, per ciascuno vengono mostrati i voti ottenuti nelle indagini 1999 e 2000

corredati dall'incremento percentuale tra i due. Da questo panorama emerge che mediamente il 95% della clientela si dichiara soddisfatta dei servizi ricevuti e di questi la metà è molto soddisfatta. Dall'analisi del profilo dei clienti più soddisfatti si desume che essi sono per lo più donne diplomate di età inferiore a 40 anni, la cui sede

PRODOTTI DELL'ALBO IMPRESE ARTIGIANE	1999	2000	Incremento
Iscrizioni, variazioni, cancellazioni Albo imprese artigiane	72.8	80.5	+11%
Iscrizioni, variazioni, cancellazioni Elenchi previdenziali	71.9	82.6	+15%
Iscrizioni, variazioni, cancellazioni Registro autoriparatori	74.0	84.3	+14%
Iscrizioni, variazioni, cancellazioni Registro imprese di pulizia	72.4	81.9	+13%
Rilascio di visure previdenziali	72.3	82.6	+15%
Rilascio di visure informative gratuite	70.3	78.7	+12%
Ricezione domande abilitazione installatori termotecnica	73.2	80.4	+10%
Ricezione domande abilitazione autoriparatori	74.3	83.3	+12%
Ricezione e consegna dichiarazione conformità installatori termotec.	71.3	83.0	+17%
Iscrizioni, variazioni, cancellazioni Ruolo mediatori	74.2	81.7	+10%
Deposito formulari mediatori	70.0	85.8	+23%

PRODOTTI DEL REGISTRO DELLE IMPRESE	1999	2000	Incremento
Servizio informazioni	70.6	78.0	+11%
Ricezione domande e atti	71.8	77.6	+8%
Vidimazione libri sociali e contabili	69.0	74.6	+8%
Iscrizioni, variazioni, cancellazioni dal Registro delle imprese	68.7	77.4	+13%
Deposito atti e bilanci	69.5	85.7	+23%
Rilascio certificati e visure dal Registro delle imprese	73.5	82.2	+12%
Rilascio Partita Iva	67.1	79.8	+19%

lavorativa si trova nella provincia di Udine. Si recano in Camera di commercio meno di cinque volte il mese, di solito nella prima metà della mattinata; ci vanno a titolo personale o per conto di un libero professionista. Gli aspetti che influiscono maggiormente sul giudizio espresso sono quelli relativi al fattore "umano" (la competenza e la chiarezza

delle informazioni mirate alle richieste dell'utenza) oltre che il valore attribuito al fattore "tempo" (velocità nell'evasione della pratica allo sportello e ricezione dell'output finale in breve tempo rispetto alla data di presentazione della richiesta). Tutte queste indicazioni forniscono importanti elementi per impostare politiche aziendali basate

sulla qualità. In questo senso la Camera di commercio, oltre ad avviare a breve il processo di certificazione qualitativa dei propri servizi ISO 9001:2000, ottempera altresì a precise disposizioni legislative, tra cui il d.lgs. 29/93, 286/99, L.150/00 sui meccanismi di valutazione dei risultati delle amministrazioni pubbliche.

La Cciao ricorda le regole da rispettare per evitare spiacevoli conseguenze

Benzina regionale a prezzo agevolato attenzione a non commettere errori

Ci sono molti cittadini che commettono errori. Al fine di evitare spiacevoli conseguenze, ricordiamo chi ha diritto al prezzo agevolato e, più in generale, le regole da rispettare. La tessera spetta alle persone fisiche residenti nella regione che siano intestatari, co-intestatari o titolari di diritto di usufrutto su mezzi autorizzati; non spetta ai locatori di veicoli (leasing), alle macchine con targa straniera, agli iscritti all'Aire, alle società, alle imprese, ai professionisti, alle ditte individuali.

Per mezzi si intendono gli autoveicoli, i motoveicoli soggetti a iscrizione nei Pubblici registri automobilistici della regione e le unità da diporto indicate all'art. 1 comma 4 della legge 11 febbraio 1971 n. 50 e successive modifiche. La benzina regionale a prezzo agevolato deve essere utilizzata esclusivamente per rifornire il mezzo per il quale la stessa è stata rilasciata.

In caso di sostituzione, vendita, rottamazione e

quindi il venire meno o la variazione della titolarità del mezzo per il quale è stato rilasciato l'identificativo, tali elementi devono essere segnalati alla competente Camera di commercio entro 15 giorni dall'evento, ovvero dal momento in cui viene meno la titolarità del veicolo. Il mancato rispetto determina l'applicazione di una sanzione amministrativa consistente nel pagamento di una somma di denaro da L. 15.000 a L. 45.000. Il beneficiario che effettua il rifornimento beneficiando di una riduzione di prezzo superiore a quella spettante in attuazione della presente legge oppure utilizza l'identificativo non essendo più intestatario, co-intestatario o titolare di diritto di usufrutto del mezzo è soggetto all'applicazione di una sanzione amministrativa consistente nel pagamento di una somma di denaro da quattro a sei volte la riduzione beneficiata.

Inoltre, il trasgressore è tenuto a restituire le riduzioni di prezzo indebi-

tamente beneficiarie maggiorate degli interessi calcolati in base al tasso legale vigente al momento del consumo illecito.

Il beneficiario che utilizza l'identificativo proprio o altrui o cede ad altri il proprio identificativo per rifornire un mezzo diverso rispetto a quello per il quale è stato rilasciato o utilizza senza titolo l'identificativo altrui è soggetto all'applicazione di una sanzione amministrativa consistente nel pagamento di una somma di denaro da quattro a sei volte la riduzione beneficiata.

Inoltre il trasgressore è tenuto a restituire le riduzioni di prezzo indebitamente beneficiarie maggiorate degli interessi calcolati in base al tasso legale vigente al momento del consumo illecito. Il beneficiario che, anche a seguito del venir meno del titolo di proprietà, com-

proprietà o usufrutto del mezzo, ceda ad altri il proprio identificativo, è soggetto alla sanzione amministrativa da L. 100.000 a L. 300.000.

E' quindi indispensabile che l'utente si rivolga sollecitamente agli uffici camerale per restituire la tessera (anche inviandola con una semplice raccomandata) se il mezzo sia stato venduto/rottamato/demolito senza la contestuale sostituzione. Nel caso in cui vi sia un cambio contestuale di

veicolo è necessario procedere con altrettanta sollecitudine a variare il numero di targa registrato sulla tessera. Lo smarrimento della tessera, quello del contrassegno nautico e quello del mezzo devono essere segnalati alla competente Camera di commercio entro 15 giorni dall'evento o dalla conoscenza del medesimo. La segnalazione può avvenire

attraverso un'autocertificazione in carta semplice. La mancata segnalazione è sanzionata ex art.15 comma 1 L.R. 47/96 con il pagamento di una somma di denaro da L. 15.000 a L.45.000.

Il furto e la distruzione della tessera, del contrassegno nautico e del mezzo devono essere segnalati alla competente Camera di commercio entro 15 giorni dall'evento o dalla conoscenza del medesimo. La segnalazione può avvenire attraverso copia della denuncia rilasciata dalle competenti Forze dell'ordine. La mancata segnalazione è sanzionata ex art.15 comma 1 L.R. 47/96 con il pagamento di una somma di denaro da L. 15.000 a L. 45.000. Il cambiamento di residenza in altro Comune deve essere segnalato alla competente Camera di commercio entro 15 giorni dal pubblico nei seguenti orari: il mattino, dal lunedì al venerdì dalle ore 8,45 alle ore 12; il pomeriggio, nelle giornate di lunedì, martedì e giovedì dalle ore 14,45 alle ore 16.

fascia più vantaggiosa a un Comune collocato in fascia meno conveniente senza effettuare la variazione di residenza sulla tessera nei termini di cui sopra, si applica la sanzione del pagamento di una somma di denaro da due a quattro volte per ogni riduzione di prezzo beneficiata.

Inoltre il trasgressore è tenuto a restituire le riduzioni di prezzo indebitamente beneficiarie maggiorate degli interessi calcolati in base al tasso legale vigente al momento del consumo illecito. Pertanto colui che si reca in Comune per richiedere l'iscrizione anagrafica deve contattare gli uffici camerale preposti per variare la residenza sulla tessera, al fine di evitare che, nell'ipotesi ricordata e in caso di trasferimento fuori regione, l'utente continui a beneficiare di uno sconto più favorevole. Per ogni eventuale richiesta di informazione e di chiarimento si può telefonare allo 0432 - 273222-276-294 con fax 0432 - 273555-509469. Il Servizio benzina a prezzo ridotto ha sede a Udine in via Morpurgo 12 ed è aperto al pubblico nei seguenti orari: il mattino, dal lunedì al venerdì dalle ore 8,45 alle ore 12; il pomeriggio, nelle giornate di lunedì, martedì e giovedì dalle ore 14,45 alle ore 16.

“Per i trasgressori ammende pesanti”

CCIAA NEWS

Come guadagnare la soddisfazione del cliente adottando dei semplici accorgimenti

Il tuo sito web è "usable"? Ecco cosa fare per saperlo

Chiunque abbia navigato in Internet si è spesso trovato davanti a difficoltà non comprensibili né spiegabili: ogni volta che un utente non riesce a trovare l'informazione che gli occorre, a concludere un'azione o a prendere una decisione in base alle informazioni disponibili, si scontra con problemi di usabilità. Il ruolo dell'usabilità è di fare in modo che il sito web risulti facile da utilizzare e confortevole. Tuttavia, la facilità d'uso, il comfort nell'interazione e la soddisfazione dell'utente non sono quasi mai un prodotto spontaneo o dell'intuizione con cui viene realizzato un sito web.

Verificare che un sito web sia "usable" significa testare che la soluzione tecnologica sia stata realizzata nel modo più confacente e che le strategie di marketing e di comunicazione siano adeguate e im-

plementate nel giusto modo. L'usabilità è il collante delle varie componenti attraverso cui si dà vita a un sito web: tecnologia, marketing, comunicazione. La tecnologia, infatti, rende i servizi attuabili riducendo a un valore tendente a zero il lavoro mentale necessario all'utente del sito per portare a termine un'azione con il mezzo (collegamento a Internet). Il marketing individua i bisogni del servizio, promuove i servizi e indirizza verso i servizi: crea una relazione tra gli utenti e il marchio. La comunicazione trasmette il valore dei servizi e le strategie dell'azienda e crea le premesse per la costruzione di un legame di fiducia e di confidenza nelle transazioni. L'usabilità adatta quindi i servizi ai profili dell'utente: identifica le modalità preferite e accettate con cui soddisfare un bisogno, rendere un servizio,

verifica e monitora il conseguimento delle strategie di marketing e di comunicazione. Esistono vari testi e linee guida per rendere il sito web "usable", tra i quali anche uno standard elaborato dall'ISO (International Standardization Organization), l'ISO 9241-11, che propone una guida per l'usabilità.

Facciamo un esempio di usabilità: in un sito di e-commerce, ogni contatto del cliente si compone di azioni finalizzate a essere accolto, dare un'occhiata in giro (browsing) ed eventualmente acquistare un bene. Nella fase di primo contatto, è importante che la home page del sito non crei problemi di usabilità: spesso accade infatti che le informazioni di utilità per il cliente si trovino a competere con quanto il venditore vuole rendere visibile. Il cliente deve essere subito messo in condi-

zione essere assistito nell'acquisto, di avere un mezzo di esplorazione del sito, di scegliere uno schema di navigazione o un settore di suo interesse, o semplicemente di lasciare il sito. Nella fase di browsing, l'utente deve essere messo in grado di navigare attraverso i vari settori merceologici disponibili per raggiungere il prodotto che desidera, per guardare il prodotto desiderato nei minimi dettagli, e infine per poter decidere se effettuare l'acquisto, aggiungendolo al carrello o a una lista dei desideri. Infine, nella fase di acquisto, l'utente deve essere messo in condizione di avere tutte le informazioni relative all'acquisto prontamente disponibili e chiare, con tutti i dettagli relativi a spese di spedizione, gestione dei resi...

I vantaggi della presa in considerazione delle linee

guida e degli studi sulla usabilità sono notevoli, ne riportiamo alcuni. Maggiore customer satisfaction: Gartner Group stima che coinvolgere gli utilizzatori nello sviluppo congiunto di un prototipo di sito porta a un incremento della soddisfazione dei clienti pari a circa il 40%. Maggiore competitività: rendere il sito "usable" può portare vantaggi competitivi, guadagnando i clienti che non sono soddisfatti dell'usabilità dei siti dei vostri concorrenti. Inviare gli utenti del messaggio giusto: Jakob Nielsen, la più insigne personalità nel campo dell'usabilità, ha detto: "Se metteste in linea un sito difficile da utilizzare, è come se apriste un negozio e decideste di tenerlo aperto al pubblico solo il mercoledì dalle 15 alle 16; fareste pochi affari e la maggior parte dei vostri clienti preferirebbe rivolgersi a qualcun altro". Il Web pul-

lula di siti che perdono clienti solo perché mancano di soddisfare i loro bisogni, perché sono difficili da utilizzare, perché rendono difficile la ricerca delle informazioni e perché mancano di comunicare al cliente il giusto messaggio. Prendendo in considerazione le tecniche customer oriented o user-centred nello sviluppo del sito, sarete sicuri che il sito si focalizzi sulle necessità e sui bisogni degli utenti e che vi aiuti a fare davvero degli affari. Riduzione dei costi di sviluppo: il coinvolgimento dei clienti fin dai primi stadi di progettazione può ridurre significativamente i costi di sviluppo dovuti a incomprensioni delle necessità/aspettative/meccanismi di risposta degli utenti. Per saperne di più... <http://www.useit.com> - <http://www.hyperlab.net/ergonomia/> - <http://www.usability.serco.com>

La Camera di commercio di Udine crede fermamente nel commercio elettronico e si propone come volano dello sviluppo delle piccole e medie imprese in questo settore. Gli operatori hanno ormai capito che le regole stanno cambiando e che le possibilità della new-economy vanno colte al volo.

Le strategie del marketing e della comunicazione aziendale sono da rivedere in funzione del nuovo media ed è necessario sviluppare nuove competenze e professionalità per il contesto Internet.

A tale scopo, il Punto nuova impresa della Cciaa mette a disposizione degli operatori della new economy una guida pratica multimediale al commercio elettronico, uno strumento utilissimo per conoscere l'Abc dell'e-commerce/business e fornisce tutte le informazioni necessarie ad affacciarsi nel mondo del commercio in rete.

Il corso multimediale si compone di brevi lezioni, suddivise per percorsi di diversa complessità, tagliati sul livello di conoscenza dell'utente.

I tre percorsi standard proposti sono: un percorso di base, che riassume i concetti più rilevanti della costituzione di un sito di e-commerce e della promozione on line; un percorso intermedio, che si divide a sua volta in tre sottopercorsi: il primo è dedicato e studiato per chi non ha ancora un sito,

Dalla @ all'e-commerce, un'interessante iniziativa

Corso per imprenditori... in rete

ma è interessato a crearlo; il secondo è rivolto a chi già dispone di un sito e vuole installare funzionalità di e-commerce; il terzo è rivolto a uomini di affari e professionisti interessati al marketing on line per lo sviluppo di un'attività di e-commerce di successo; un percorso avanzato, che riassume i con-

cetti più rilevanti della costituzione di un sito di e-commerce e di promozione on line. La durata media di ogni percorso è di circa due ore.

L'utente può scegliere il percorso più adatto alle proprie esigenze e testare il proprio grado di apprendimento con esercizi di comprensione. Il taglio

del corso è molto pratico: si studiano la concorrenza, i prezzi, i punti di forza e debolezza del progetto, l'importanza della marca, la ricerca di mercato e via di questo passo.

In più, c'è l'applicazione al mezzo multimediale Internet, alle sue peculiarità e alle sue insidie.

Già in prova da alcune

settimane, il corso ha destato l'interesse e ha incontrato il favore del pubblico più vario: professionisti del multimediale, imprenditori artigiani e agricoli, nuovi imprenditori e imprenditori... inoltre l'autoformazione è accompagnata dall'assistenza degli operatori del Punto nuova impresa, che resteranno a

disposizione dell'utente per chiarimenti, approfondimenti, ricerche mirate e analisi dell'idea di business.

Siamo dell'idea che chi vuole servirsi di Internet debba conoscere Internet: solo così il rapporto con il visitatore/cliente potrà essere all'insegna della fiducia.

Per prendere appuntamento con gli operatori del Punto nuova impresa, si prega di contattare lo 0432 - 273542 - 273509 - 273508 o nuovaimpresa@ud.camcom.it

Dopo Sydney tocca ai gourmet

Non a Sydney, ma a Erfurt. Non gare di atletica leggera, ma di cucina. Purtroppo, sempre Olimpici sono. Si svolgono dal 22 al 25 ottobre. In gara circa 730 cuochi, provenienti da ogni angolo della Terra. La trasferta degli chef friulani - resa possibile dall'appoggio della Camera di commercio udinese, della Provincia e delle Aziende di promozione turistica di Udine e Lignano - si svolge sotto buoni auspici: l'anno scorso, ai mondiali di Basilea, il Friuli è riuscito a portare a casa tre medaglie d'oro (tutte col pasticciere udinese Roberto Lestani, che sarà presente anche a Erfurt, 6 d'argento, 4 bronzi e 2 menzioni d'onore). I nostri portacolori gareggeranno negli ultimi due giorni. Il 24 tocca alla squadra, composta Danilo De Stefano (Castello di Villalta di Fagnana), Juri Riccato (Miculan di Tricesimo), Michele Zucchiatti (Villa Otello de Carvalho di Buttrio) e Fabio Giacomello (pasticceria Marcello di Monteraia Valscellina). Il 25 Claudio Turrin (lavora al Der Kaizlmaier di Monaco di Baviera), Martino Vizzon (Al banuc di Lignano), Maurizio Fantuzzi (Belvedere di Tricesimo), Ramon Gigante (Al Grop di Tavagnacco), Silvio Di Giusto (chef al Costantini di Tarcento), Claudio De Stefano, il pasticciere Daniele Martinello (Ial di Aviano) e Luciano Spizzo (cuoco amatore di Treppo Grande). I piatti sono abbinati a vini di Girolamo Dorigo.

Diritto annuale, chi deve indicare il fatturato 1999

Sono tenute a comunicare l'ammontare del fatturato 1999 tutte le imprese iscritte nella sezione ordinaria del Registro imprese, ai sensi della legge 23 dicembre 1999 n. 488 art.17. Per facilitare la dichiarazione, sul bollettino 2000, è stata prevista una casella "Indicazione fatturato 1999" nella quale viene indicato "SI" se l'impresa risulta iscritta nella sezione ordinaria ed è quindi tenuta a effettuare la dichiarazione. Anche sul bollettino delle unità locali sarà riportata l'indicazione dell'iscrizione dell'impresa nella sezione ordinaria, tuttavia è sufficiente che il fatturato sia dichiarato solo sul bollettino della sede.

Per fatturato si intende: per gli enti creditizi e finanziari tenuti alla redazione del conto economico a norma dell'articolo 6 del decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 87, la somma degli interessi attivi e assimilati e delle commissioni attive, così come dichiarati ai fini dell'imposta regionale sulle attività produttive; per i soggetti esercenti imprese di assicurazione tenuti alla redazione del conto economico a norma dell'articolo 9 del decreto legislativo 26 maggio 1997, n. 173, la somma dei premi e degli altri proventi tecnici, così come dichiarati ai fini dell'imposta regionale sulle attività produttive; per le società e gli enti che eser-

citano in via esclusiva o prevalente l'attività di assunzione di partecipazioni in enti diversi da quelli creditizi e finanziari, la somma dei ricavi delle vendite e delle prestazioni, degli altri ricavi e proventi ordinari e degli interessi attivi e proventi assimilati, così come dichiarati ai fini dell'imposta regionale sulle attività produttive; in mancanza, come rappresentate nelle scritture contabili previste dagli articoli 2214 e seguenti del Codice civile.

CCIAA NEWS

Dopo un'assenza che si è protratta per oltre un triennio

L'economia friulana "fotografata" nuovamente dall'Ufficio Statistica

Ritorna, dopo un triennio, la raccolta delle statistiche sulla situazione economica della provincia: statistiche che costituiscono una delle funzioni più importanti delle Camere di commercio attraverso le attività di raccolta, elaborazione, comunicazione e diffusione delle informazioni sulle economie locali, sui mercati e in generale sulle imprese. La "Situazione economica della provincia di Udine" si prefigge di essere uno strumento prezioso per capire e seguire l'evoluzione dell'economia friulana. Innanzi tutto, intende rispondere alle numerose richieste di informazione sia economiche sia statistiche di operatori economici, liberi professionisti, istituzioni pubbliche, associazioni, privati.

In secondo luogo vuole proporsi come strumento di analisi economica (in

questo caso più quantitativa che qualitativa) poiché se è vero che i numeri sono condizione necessaria ma non sufficiente, l'economia ha bisogno di numeri (statistiche) aggiornati, tempestivi, affidabili per comprendere i suoi punti di forza e di debolezza, per confrontarsi con le altre economie locali, ha bisogno dei numeri per simulare prospettive, per programmare azioni, interventi, iniziative. La sfida che l'economia friulana è chiamata a vincere ha attinenza con la competitività, al punto che tale aspetto è diventato obiettivo strategico per la Comunità Europea "la quale diventerà appunto più competitiva e più dinamica se la sua evoluzione sarà basata sulla conoscenza e specificatamente su quella in grado di realizzare una crescita economica sostenibile". Conoscenza però

non solo di tipo tecnologico, ma valida anche per riappropriarsi l'importante funzione di programmazione per la cui efficacia è condizione necessaria, sebbene non sufficiente, l'acquisizione di informazioni economico-statistiche tempestive, continue, oltreché qualitativamente affidabili.

La pubblicazione, che riferisce sulle statistiche del 1999, si suddivide in 10 sezioni tematiche (scheda allegata) in modo da facilitare la scelta dell'utente su gruppi limitati di tavole e grafici. Le tavole sono state strutturate per consentire una lettura agevole e chiara circa gli sviluppi dei diversi fenomeni dell'economia provinciale.

Esse riportano il dato provinciale confrontato con quello regionale e talvolta con quelli delle altre province della regione. Per

PROSPETTO DI SINTESI		
	Valore 1999	Var. % sul 1998
Popolazione	518 mila	+189 unità
Imprese attive	49.672	- 0,79%
di cui Agricoltura	17.774	- 3,84%
Industria	12.431	+ 0,78%
Commercio	14.367	- 0,77%
Servizi	8.100	+2,7%
Forza lavoro	221 mila	Stazionaria
Tasso di disoccupazione	5/6%	Stazionario
Esportazioni	5.867 miliardi	- 1,31%
Prezzi al consumo	1,6%	
Turismo: Arrivi	978 mila	+ 2,64%
Presenze	5,9 milioni	+ 3,99%

determinati argomenti il dettaglio numerico è quello comunale: tuttavia al fine di promuovere un ragionamento programmatico si sono sviluppate analisi a livello sovramunicipale considerando tra tutte le aggregazioni comunali proposte da varie normative (distretti scolastici, distretti socio-sa-

nitari, mandamenti giudiziari eccetera) quelle delle sezioni circoscrizionali per l'impiego (denominate mandamenti) che appaiono più attinenti all'approccio economico della pubblicazione.

I confronti (tra mandamenti, con le altre province, con la regione, con l'Italia) visualizzano con

immediatezza i punti di forza e di debolezza dell'economia locale friulana. Gli argomenti saranno Popolazione e territorio, conti economici territoriali, lavoro; Agricoltura, industria, commercio e artigianato, commercio estero, credito, turismo, anagrafe delle imprese e altre statistiche.

Anche una gara a premi per "fare impresa"

Scuola & Impresa, nuova iniziativa dell'Ente camerale udinese

Il presidente della Camera di commercio di Udine Enrico Bertossi ha illustrato un progetto, approvato con particolare entusiasmo dalla Giunta camerale, rivolto al mondo della scuola.

Nell'ambito delle iniziative che l'ente promuove a favore dell'imprenditoria giovanile, ha varato un importante progetto denominato "Scuola & Impresa", rivolto ai giovani che frequentano le scuole medie superiori di Udine e Provincia. Questa iniziativa ha lo scopo di comunicare ai ragazzi lo spirito imprenditoriale, con un occhio di riguardo verso i più recenti sviluppi tecnologici e telematici della new economy.

Il progetto si articola in quattro distinti tipi di iniziative: la prima azione è denominata "La Cciaa presenta il Friuli economico": esperti camerale entreranno direttamente nelle aule delle scuole a parlare di economia in Friuli, di come la Camera di commercio attraverso alcuni dei suoi uffici promuove e sostiene l'imprenditoria (sono previsti interventi sugli uffici di Punto nuova impresa, Europortello, Ufficio Web), e di come è facile e possibile navigare all'interno del suo sito, diven-

tato ormai un vero e proprio portale informativo. Altri interventi riguarderanno l'orientamento al mondo del lavoro, al mondo dell'università, ai corsi di formazione post diploma.

Infine, una finestra particolare sarà aperta sull'Euro, con pratiche "istruzioni per l'uso".

La seconda iniziativa denominata "Porte aperte alle scuole" prende spunto da quella precedente per illustrare, questa volta di-

rettamente presso l'Ente camerale, gli aspetti concreti e pratici degli interventi svolti presso le scuole: le visite guidate, gli approcci diretti con alcuni uffici operativi, il tutto in un contesto spontaneo di "domande e risposte" sul campo.

La terza iniziativa è denominata "Business Gates": 75 ragazzi delle quarte classi degli istituti superiori di Udine e Tolmezzo avranno la possibilità di parte-

cipare a una gara che li vedrà impegnati, con modi e tempi studiati appositamente per dare priorità al loro impegno scolastico, a inventare un vero e proprio progetto imprenditoriale, un'idea che svilupperanno dalla A alla Z, imparando a lavorare in gruppo, avendo a disposizione tutors, aule informatiche, strumenti multimediali eccetera.

Alla fine, premi di partecipazione per tutti, ma, per i migliori progetti classificati, premi più sostanziosi.

La quarta iniziativa "Incontri rivolti a docenti" vedrà, appunto, coinvolti gli insegnanti attraverso una serie di interventi sull'economia in Friuli, sulle fonti statistiche, sulle politiche di coesione dell'Europa, sulla moneta unica; altri incontri riguarderanno la new economy, il commercio elettronico e i suoi sviluppi, e, a chiusura, un intervento sulla tutela e i diritti del consumatore.

La Cciaa ha anche messo a disposizione, per informazione, un indirizzo di posta elettronica, scuolainpresa@ud.camcom.it, e alcuni numeri di telefono: 0432/27.35.29 - 27.32.24, oppure consultando il sito www.ud.camcom.it.

Predisposto dalla Cciaa

È pronto il prezzario delle opere edili

CARATTERISTICHE DEL PREZZARIO

Come è diffuso

In forma cartacea (circa 270 pagine), con allegato Cd-rom e in solo formato Cd-rom (formato Acrobat).

Come richiederlo

All'Ufficio pubblicazione o all'Ufficio statistica e prezzi (telefono 0432 - 273227/543 e telefono 0432 - 273219; telefax 0432 - 509469; e-mail mail@ud.camcom.it) al costo di L. 50.000 con possibilità di abbonamento anche al successivo numero 2 (uscita ad aprile 2001) al costo complessivo (n. 1 e n. 2) di L. 95.000.

Cosa contiene

Comprende quattro sezioni: mano d'opera, noli, materiali a piè d'opera, lavori e opere compiute.

Per la *mano d'opera* si sono distinti i settori: edile e installatori.

Per i *noli* si sono individuate 16 tipologie.

Per i *materiali* sono esposti i prezzi "a piè d'opera" dei materiali da costruzione, materiali di finitura, materiali per impianti, materiali per opere di urbanizzazione (pavimentazioni esterne, stradali e così via), materiali

per ripristini e interventi nell'ambiente, opere forestali, agronomiche, idrauliche.

Per le *opere compiute* sono esposti i prezzi relativi alle nuove costruzioni normali residenziali e produttive, alle ristrutturazioni, alle ricostruzioni in vivo del tessuto urbano, alle urbanizzazioni, alle opere stradali, alle opere nell'ambiente e nel paesaggio, alla sicurezza di cantiere (ai sensi del decreto legislativo 494/96 e successive modifiche).

Come si utilizza

I prezzi rappresentano quotazioni medie di mercato per forniture e lavori di media importanza eseguiti nel territorio della provincia di Udine. Deve essere tenuto presente il loro carattere essenzialmente informativo di orientamento in quanto sui prezzi possono influire altri elementi, quali l'ubicazione, l'entità, il tipo delle costruzioni, la dimensione, il tempo prevedibile di esecuzione, l'incidenza di personale qualificato, il tipo di attrezzature e mezzi occorrenti e quindi la tipologia della struttura d'impresa. I prezzi si riferiscono al mese di GIUGNO 2000.

Notizie dalle aziende

Continua la crescita dell'azienda fondata da Antonio e dal figlio Romeo

Show room e due nuove fabbriche per la Calligaris di Manzano



Sono trascorsi quasi 80 anni da quando l'azienda Calligaris di Manzano ha prodotto la sua prima sedia. Nell'arco di tre generazioni, la stessa azienda oggi arreda un'intera casa. "Stessa" si fa per dire: in quanto a dimensioni e livelli produttivi, la Calligaris ha mantenuto ben poco di quello che era nel 1923, quando la fondarono Antonio Calligaris e il figlio Romeo. A non essere stati modificati sono il nome e la filosofia alla base dell'azienda che, fin dalla nascita, ha puntato sulla qualità dei materiali e delle caratteristiche ergonomiche, perfezionati dall'eleganza e dall'innovazione nel design. L'azienda si è così garantita negli anni una posizione di leader nel proprio settore a livello internazionale, grazie anche a un progetto che ha puntato a sviluppare una produzione basata sulla ricerca tecnologica ed estetica. Sembrano già preistoria anche gli Anni 60, quando viene introdotta la macchina impagliatrice, se si pensa che oggi si producono 7 mila pezzi il giorno, articolati in oltre 420 modelli tra sedie,

tavoli, complementi d'arredo, divani e letti, offerti ognuno in numerose versioni.

Attualmente la produzione si articola secondo diversi stili: dall'essenziale al sofisticato, dal classico al moderno, per soddisfare le esigenze diversificate della clientela. Fra 170 modelli di sedie, 80 tipi di tavoli, oltre 120 esemplari tra letti, complementi e imbottiti, quasi 3.900 versioni contando le diverse finiture e misure proposte, ce n'è davvero per tutti i gusti. La Calligaris si è dotata anche di un sito Internet, www.calligaris.it, in cui è possibile sfogliare il catalogo virtuale dei prodotti e richiedere informazioni. È in fase di sviluppo il sistema di ordinazioni on-line, grazie al quale l'azienda cavalcherà l'onda della new-economy, mantenendo però la qualità come priorità di base. Basti pensare che il sistema qualità della Calligaris è certificato in accordo alla norma internazionale Iso 9001. È in fase di definizione, invece, la sinergia Qualità & Ambiente che, attraverso l'utilizzo della norma internazionale Iso

14001, dimostra come una realtà industriale possa vivere in armonia con il proprio territorio. Un altro importante traguardo per la produzione aziendale è l'ottenimento della certificazione "Go Standard", garanzia di sicurezza e di salute nei confronti dei consumatori. Da non trascurare la promozione che assume, anzi, un ruolo rilevante: presenza fissa alle fiere del settore quali Parigi, Colonia, Singapore, High Point, Milano e Udine, la Calligaris partecipa anche al Mow (Westfalia) e alle fiere di Lisbona, Tokio e Mosca. "Fatta l'opera, bisogna farla conoscere in maniera adeguata" si sono detti alla Calligaris appena terminato il nuovissimo show room nella sede dell'azienda a Manzano. E quale poteva essere la migliore occasione per presentare la struttura se non il Salone internazionale della sedia di Udine, giunto quest'anno alla 24a edizione? Con 1.600 metri quadrati in una struttura moderna e razionale, progettata dall'architetto Enrico Franzolini, lo show room permette un'esclusiva presentazione dei modelli dell'azienda in un ambiente adeguato alle esigenze del settore commerciale. Qualche esempio? Gli uffici per il lavoro individuale sono differenziati da quelli per i progetti di squadra e da quelli per le riunioni, mentre l'arredo di qualità e un impianto di climatizzazione all'avanguardia completano l'opera.

Il 2000 ha segnato per la Calligaris un importante momento di crescita anche

Destinato alle società di capitale

Bcc e Friulia: siglato un accordo per sostenere lo sviluppo delle Pmi

Consolidare e rafforzare la situazione patrimoniale; puntare sugli investimenti immateriali (potenziamento della rete di vendita, puntare sul design, ottenere la certificazione di qualità); affrontare con maggior sicurezza progetti di crescita aziendale. Per raggiungere questi obiettivi, le piccole e medie imprese del Friuli-Venezia Giulia, soprattutto quelle operanti nei settori tradizionali (meccanica, legno, tessile), possono contare sulle Banche di credito cooperativo che, grazie a un accordo sottoscritto con Friulia, promuoveranno l'ingresso della finanziaria nelle aziende con determinate caratteristiche per incentivarne la crescita e lo sviluppo. Destinato alle società di capitali, con un patrimonio di almeno 1 miliardo e ricavi superiori ai 5, l'intervento prevede un tetto massimo di partecipazione pari al 35 per cento e comunque non

superiore al miliardo. La partecipazione è, come sempre, temporanea e non prevede la presenza della finanziaria nel Consiglio di amministrazione dell'impresa, come invece accadeva in passato.

Convinto dell'innovazione rappresentata dall'accordo siglato fra le due realtà, l'amministratore delegato Dino Cozzi - che ha sottoscritto la convenzione assieme a Italo Del Negro, presidente della Federazione delle Bcc - ha affermato che "si tratta di una vera e propria svolta per l'operatività di Friulia, orientata, in passato, più verso interventi mirati a "salvare" le imprese, mentre ora ciò che contraddistingue la nostra attività è proprio l'ingresso in aziende vive e vitali, ma spesso sottocapitalizzate, che richiedono solo di essere attrezzate, con più mezzi propri, per affrontare meglio il mercato".

"Il sistema delle Banche di

credito cooperativo - ha affermato il presidente della Federazione, Italo Del Negro -, come veicolo di promozione dei servizi orientati alle piccole e medie imprese, ha tutte le carte in regola".

"Rappresentare l'interlocutore privilegiato delle Pmi - ha fatto notare Del Negro - per noi è quasi un compito istituzionale, viste la conoscenza approfondita che abbiamo della realtà produttiva locale e la nostra capillare presenza sul territorio. E proprio queste caratteristiche, che contraddistinguono le nostre banche, si sono sempre rivelate determinanti per sottoscrivere accordi importanti, finalizzati a veicolare nuovi strumenti, agevolazioni finanziarie, opportunità d'investimento".

Soddisfazione per la stipula di questo primo accordo è stata espressa anche dal presidente di Friulia dottor Franco Asquini.

per altri motivi. Sono sorti due nuovi stabilimenti, uno in località Cascina Rinaldi a San Giovanni al Natissone e uno a Ravna Gora in Croazia, che hanno permesso all'azienda di razionalizzare la logistica tra materie prime, prodotto e distribuzione, creando un'occupazione per oltre 350 persone. Dal 29 agosto, infine, è entrato in funzione il sistema informatico Erp (En-

terprise Resources Planning), fondamentale per la gestione integrata. Con 560 dipendenti, oltre 200 miliardi di fatturato, dei quali il 57% riguarda l'export, 83 mila metri quadrati coperti suddivisi tra quattro stabilimenti, la Calligaris rappresenta un saldo punto di riferimento per l'economia del Triveneto. A Manzano la sede si estende su 29 mila metri quadrati tra verni-

ciatura e magazzino. A San Giovanni al Natissone i 29 mila metri quadrati sono composti da falegnameria, montaggio sedie in metallo e tavoli. L'azienda di Cormons ospita il montaggio e la verniciatura di sedie speciali su 13 mila metri quadrati. Infine, a Ravna Gora la sede si estende su una superficie di 12 mila metri quadrati per segheria, essiccatoi e falegnameria.

Nella zona industriale del capoluogo, ha una superficie di 8.000 metri quadrati

Nuova sede per la Tecnomaster di Udine

Un'imponente serie di vetri blu dark e, in bella vista, il marchio rosso, il tutto su una superficie di 8.000 mq, di cui 3.700 coperti, sono i primi elementi che caratterizzano la nuova sede di Tecnomaster, ubicata nella zona industriale udinese. L'azienda friulana, produttrice di circuiti stampati professionali (doppia faccia - multistrato) per i settori delle telecomunicazioni, della difesa, dell'automazione, dell'automobile, del medicale e della ricerca, ha ritenuto necessa-

rio espandersi per riuscire più agevolmente a produrre. Il trasferimento è nato, appunto, dall'esigenza di avere maggiore spazio a disposizione per poter automatizzare il processo produttivo al fine di ottenere una produzione tecnologica più evoluta. Con l'allargamento dei locali e l'entrata di nuove macchine si prevede, inoltre, un aumento della potenzialità produttiva media da 75 mq/giorno a 120 mq/giorno. Si potrebbero raggiungere i 240 mq/giorno, ma la Tecnomaster sceglie, volun-

tamente, di restare entro i 120 per non avere limiti nel carico delle commesse veloci, per essere sempre all'altezza di garantire al cliente una risposta professionalmente ineccepibile in termini di servizio rapido, puntuale, soddisfacente.

Novità, conseguenza diretta di questo ampliamento, è anche il consistente investimento per la tutela dell'ambiente. Il nuovo edificio, oltre all'impianto di depurazione, sarà dotato di una serie di impianti per il trattamento dei prodotti chimici

impiegati nel normale ciclo produttivo. Questo consentirà la riduzione dei costi del trattamento stesso ma soprattutto uno scarico delle acque in fognatura più sicuro. Tutti i fumi, inoltre, prima di essere liberati nell'atmosfera verranno opportunamente puliti. Rimangono immutate, invece, le strategie di mercato volte a privilegiare la customer satisfaction attraverso un know-how che si è consolidato, negli ultimi anni, con la nuova gestione.



Economia

Curata dalla Commissione provinciale dell'artigianato presso l'Ente camerale

È in corso la revisione a campione delle imprese artigiane friulane

di **Abbondio Bevilacqua**

La legge regionale 28 del 15 novembre 1999, avente per oggetto "Norme urgenti per la semplificazione dei procedimenti in materia di lavoro, cooperazione e artigianato", ha previsto, all'articolo 13, la revisione a campione delle imprese iscritte all'albo degli artigiani, ad opera della Commissione provinciale la quale, avvalendosi della partecipazione dei comuni coinvolti (taluni prontamente adempienti, altri più lenti nel fornire la dovuta collaborazione) "dispongono gli opportuni accertamenti sulla sussistenza dei requisiti stabiliti dalla legge per l'iscrizione nell'Albo delle imprese artigiane". Nel gennaio del Duemila la Commissione

della provincia di Udine ha provveduto alla scelta dei nove comuni (secondo criteri di equilibrio geografico) all'interno dei quali è stato estratto, in forma ponderata rispetto agli iscritti, il campione di 750 imprese soggette ad accertamento, che rappresentano il cinque per cento dell'intero universo delle 15 mila iscritte.

Le amministrazioni così individuate sono state dotate di un formulario idoneo all'acquisizione, presso le imprese locali, di una sequenza di dati, tra cui in particolare eventuali mutamenti sopravvenuti (di attività, di sede, di natura giuridica nelle società, casi di liquidazione, fallimento, cessazioni ecc.).

Il materiale raccolto sarà successivamente elaborato dalla Direzione regionale, mentre la Commissione provinciale provvederà agli aggiornamenti dell'Albo aventi efficacia "erga omnes".

"Prescelti nove comuni"

E' il caso di ribadire, in proposito, che l'iscrizione all'Albo "costituisce prova della qualifica artigiana dell'impresa e le dà titolo all'applicazione delle disposizioni legislative e amministrative concernenti il settore". Per quanto riguarda la provincia di

Udine, la responsabilità istituzionale della revisione fa capo alla Commissione provinciale dell'artigianato istituita presso la Camera di commercio, commissione presieduta da Sergio Zanirato, mentre quella attinente alle procedure amministrative alla signora Sandra Peruzzi Marziali, capo reparto dell'Albo artigiani e segretario della stessa Commissione.

"Abbiamo colto le opportunità offerte da questa iniziativa di carattere straordinario - precisa la signora Peruzzi Marziali - anche per migliorare la qualità del nostro archivio (incrociando e verificando i nostri dati con quelli della banca-dati anagrafica), per aggiornare

d'ufficio, senza oneri per le imprese, le singole posizioni degli artigiani, e per effettuare la ricognizione delle aziende iscritte

nell'elenco dei mestieri artistici e tradizionali, che godono di particolari benefici e agevolazioni di legge".

PROSPETTO RIASSUNTIVO DELL'ATTIVITA' DI REVISIONE DELLE DITTE ISCRITTE ALL'ALBO IMPRESE ARTIGIANE FINO AL 29/09/2000		
Comuni	N. Questionari consegnati dai comuni	N. Imprese soggette a revisione
CIVIDALE DEL FRIULI	50	50
CODROIPO	0	85
GEMONA DEL FRIULI	65	65
LATISANA	85	85
MANZANO	43	50
POVOLETTO	30	30
TAVAGNACCO	0	70
TOLMEZZO	49	60
UDINE	112	255

Lo ha assicurato l'assessore regionale Giorgio Venier Romano

La Commissione per l'artigianato sopravviverà

La Commissione provinciale per l'artigianato sopravviverà. Parola di assessore (e frutto del buonsenso). In sede di stesura della prima bozza del nuovo Testo unico sull'artigianato, pareva che la Regione fosse orientata alla soppressione di tale organismo, demandando all'apparato amministrativo (in pratica ai funzionari della Camera di commercio) l'incarico della gestione ordinaria dell'Albo artigiani, quasi che i compiti della Commissione fossero solo di mera gestione burocratica dello "status" delle aziende iscritte e non invece di ben più ampio spessore, dal momento che investono rilevanti competenze nei campi della consulenza, della rappresentanza e dell'autotutela della categoria. L'importanza della sua sopravvivenza è stata chiaramente avvertita dal neo titolare dell'assessorato all'artigianato e alla cooperazione, Giorgio Venier Romano, il quale ha assicurato il suo intervento e appoggio affinché il Testo unico in esame non solo mantenga in vita le attuali quattro Commissioni (uno per provincia) ma ne rafforzi il ruolo e ne ribadisca le insostituibili funzioni a sostegno di un settore che nella sola provincia di Udine dà lavoro a 40 mila addetti tra titolari, collaboratori, soci e dipendenti. Sulla natura e sui compiti della Commissione abbiamo voluto raccogliere il parere di Sergio

Zanirato, che presiede la più grossa tra le quattro esistenti, quella che ha competenza sull'intera provincia di Udine e che da sola raggruppa oltre la metà delle 30 mila imprese artigiane sparse nell'intera regione. "Va precisato innanzitutto che la Commissione provinciale per l'artigianato è un organo amministrativo della Regione, che esercita funzioni di rappresentanza e di tutela della categoria. In relazione a ciò è deputata a svolgere una nutrita serie di incombenze, di cui ricorderò le principali: tenuta del pubblico registro denominato "Albo delle imprese artigiane", l'iscrizione al quale ha efficacia "costitutiva" verso i terzi, nel senso che definisce lo "status" di artigiano e dà diritto a chi ne è titolare (in forma singola, associata o cooperativa) di usufruire delle disposizioni legislative e amministrative (in materia fiscale, retributiva, contributiva, pensionistica ecc.) emanate nell'interesse del settore; tenuta degli elenchi previdenziali della gestione speciale Inps, cui è strettamente connesso il diritto a beneficiare del trattamento pensionistico da parte dei titolari e collaboratori d'azienda; il riconoscimento di determinate qualifiche previste dalla legge (si sono contate 2.000 certificazioni tra gli installatori di impianti elettrici, di riscaldamento, di protezione anti incendio), da cui dipende il rilascio e

la conservazione degli attestati di conformità (oltre 4.000 nel primo semestre Duemila), ovvero, nel caso di violazioni di legge, l'avvio di procedure di tipo sanzionatorio; l'emanazione di pareri relativamente ai regolamenti comunali riguardanti talune categorie professionali; l'attestazione dei requisiti per l'esercizio di attività che hanno a che vedere con l'igiene e la salute pubblica, come le imprese di pulizia, disinfezione, disinfestazione, de-rattizzazione, sanificazione. E così via". - Com'è composta la Commissione e con

quali modalità esplica il suo mandato? - Formata in prevalenza da imprenditori artigiani e comprendente pure esperti designati dalle associazioni di categoria, oltre a un rappresentante a testa proposti rispettivamente dall'Inps, dall'Agenzia regionale dell'impiego e dalla Direzione regionale della formazione professionale, si riunisce di norma a cadenza mensile per deliberare sugli argomenti appena richiamati. Essa dispone inoltre di poteri di accertamento nei confronti delle aziende associate, per verificare in

qualsiasi momento l'esistenza e la permanenza dei requisiti di "impresa artigiana". Quest'anno tale attività di indagine, sia diretta che documentale, è stata intensificata per effetto dell'avvio della periodica revisione dell'albo, prevista dalla legge regionale 28 del 15 novembre 1999 ed in corso di effettuazione in collaborazione con gli uffici camerale e i comuni interessati". Al di sopra delle quattro Commissioni provinciali si colloca la Commissione regionale dell'artigianato, presieduta dall'assessore competente. Essa

ha funzioni di indirizzo e, di fatto, decide le politiche di settore.



Sergio Zanirato

Le piccole imprese crescono

Uno stimolo per i giovani che vogliono intraprendere

Le piccole imprese crescono. Quelle artigiane della provincia di Udine superano ormai le 15 mila unità (con trend in salita), e rappresentano oltre il 30% del totale delle ditte iscritte nel Registro generale delle imprese (49.614). A cosa si deve una così marcata vitalità del settore? Lo chiediamo a Carlo Faleschini, presidente provinciale dell'Unione Artigiani e Piccole Imprese. "C'è una continua richiesta di manodopera e molti giovani, assecondando un'aspirazione tramandata dagli avi, si orientano verso l'attività imprenditoriale (ac-

contentandone tutti i rischi) anziché accontentarsi del (sicuro) lavoro dipendente. Ci sono località del nostro Friuli in cui operano più titolari d'impresa che sottoposti. Del resto basta guardare il dato globale per avere la conferma: nell'ambito dell'artigianato provinciale si contano circa 40 mila addetti; ebbene più della metà (20.566 al 31 dicembre 1999) sono costituiti da titolari e collaboratori". - Il futuro si presenta dunque roseo? - "Per gli artigiani c'è indubbiamente un ampio margine di sviluppo. Oggi molte commesse restano a lungo inavese per

manca di addetti (qualificati). Ci sono tuttavia due temi che meritano una riflessione: il passaggio generazionale e il sostegno alla nuova imprenditoria. Sul primo punto l'Esu, fin dall'ottobre 1999, ha approvato un regolamento (recepto dalla Regione) che prevede agevolazioni ed incentivi finalizzati ad assicurare la continuità d'impresa nell'ambito del cosiddetto "progetto di successione", con bonus a favore del titolare che lascia e incentivi di avviamento ai discendenti che subentrano. Sul secondo invece (aziende che stanno

per nascere) siamo ancora carenti, ed approfittando dell'occasione per sollecitare le forze politiche ad assecondare le buone intenzioni dei giovani che intendono intraprendere, concedendo loro temporanee franchigie fiscali, prevedendo l'abbattimento dei contributi associativi e previdenziali negli anni iniziali, snellendo le procedure e così via. Gli stimoli e gli incoraggiamenti derivanti da tali (e consimili) supporti avrebbero effetti dirompenti, e per l'Ente pubblico i minori introiti di oggi avrebbero un effetto moltiplicativo su quelli di domani. Insomma, per dirla con la saggezza popolare: è meglio un uovo oggi o la gallina domani?". Parafrasando Benedetto Croce, diamo quindi ai giovani validi motivi per cui "non possano non dirsi artigiani".

Pagina Friulana

Ce puest aie la lenghe furlane te comunicazion eletroniche?

Il furlan te rêt

Sul sît tal "Onu" la "Declarazion dai derits dal om"

par cure di Luche Nazzi

“Www.unhchr.ch/udhr/lang/frl.htm”: pai amants di Internet e par ducj chei che la frecuentazion de “rêt des rêts” al è il so impres di lavor al sarà un zûc di ôdulis, cun 3 o 4 “cricadis” di computêr, cjatâ fûr cheste direzion.

La sorprese e sarà chê di buri fûr il lûc internet salacôr plui prestigjôs là ch’è je rivade la lenghe furlane. Si cjacare dal sît dal “Comissariat pai derits dal om” des “Nazioni Unidis”, là ch’è comparis la version par furlan de “Declarazion universal dai Derits dal om”.

Ma ce puest aie la lenghe furlane tal impres plui strasordenari e plui rivoluzionari de informazion multimediâl dal di di vuê? La rêt cjacarie ancje par furlan? Censiments uficiâi no’ndi è, sicchè ogni conclusion e à di sei cjapade tant che provisorie. Ma chei che la rêt le an frecuentade fûr par fûr a sigûrin che di furlan s’in cjate pôc e, pal plui, in sîts immaneâts di clapis culturâls e di personis bessolis.

Lis istituzions nostranis - Comuns, Provincis, Region e Universitât - si contêntin di doprâ il talian o cualchi lenghe fore-

ste. Ancje ents impuants tant che “Societât filologjiche furlane” (www.uniud.it/cir/fw/welcome.htm) e “Ent Friûl tal mont” (www.infotech.it/friulmondo/index.html), ore presint, a proferissin dome che cualchi pagjinute.

I plui convints partisans dal “web par furlan” a son i furlans de “Diaspore”. Fogolârs e sengui emigrants si cjatjû cun frecuece su la rêt di Internet, cun dut il lôr amor pal folclôr nostran e pe marilenghe. Di Gjinevre a Lugan, di Milan a Montevideu, di Rome a Torin e Toront si è daûr a tiessi une rêt pardabon internazionâl e cence confins.

Tun sît di Udin, www.petruspaulus.org/, ch’al è chel de associazion “Cooperadôrs paulins” e je prontade une cjerde di leteradure furlane. Si puês lei la “Letare a Diognêt”, volta-de di Nicolau Borgo, la “Teologie dal Beppo” di Gilbert Pressacco e cualchidune des contis di Agnul Covazzi.

Fra i lûcs des clapis, i plui siôrs a son chel de “Academie dal Friûl” (www.geocities.com/CollegePark/Union/1702/), chel de “Cooperative di informazion furlane - Radio

Onde furlane” (www.friul.it) e chel dal mensil “la Patrie dal Friûl” (www.friul.net).

L’Academie dal Friûl e presente il so periodic, “La sclese nere”; un “Vocabolari visual”, un pigul cors di lenghe furlane e une rubriche “puestâl” pai visitadôrs.

“Radio Onde furlane”, ch’è je stade un pionir dal “web par furlan”, e proferis la sô programazion radiofoniche, lis novis dal di e un vocabulari furlan (che però par leilu al covente un “permès” speciâl). Il sît di “la Patrie dal Friûl” al è une minere di informazions e di dàts.

Dongje di une antologjie des edizions dal sfuei, si cjâtin documents integrâi (“Declarazion universal dai Derits dal om”; “Declarazion universal dai Derits lenghistics”; Leç statâl 482/99 pe tutele des minorancis lenghisticis; Leç regional 15/96...), la bibliografie furlane (1990-1999), il “Dizionario etimologico furlan-talian/furlan” e une tablele cu lis direzions eletronicis di clapis, instituzions, sfueis e mieçs di comunicazion dal Friûl e des altris comunitâts lingvisticis d’Europe.



Il lûc Internet dal Onu cu la “Declarazion dai Derits dal om” par furlan

Argentine: il re dai bombons

I champions dal Friûl globâl/1

In Argentine, Fulvio Salvador e Luis Alejandro Pagani a son stâts bogns di meti in pâs la plui grande aziende di bombons dal mont: mil prodots sul lôr catalic, 37 stabiliments (30 in Argentine, chei altris in Uruguay, Chili, Perù e Brasil), 13 mil dipendents e un futurât di mil e 300 milions di dolars “Usa”.

Il l’Arcor S.a.i.c., cussì si clame l’imperiu industriâl dai Pagani, al

espuarte i siei prodots in 75 Pais dal mont.

Il pari de famee, Fulvio Salvador, al è nascût in Argentine dal 1928. So pari al jere nafit di Listize e si clamave Amos; al jere emigrât par fâ il pancôr a Arroyo, te provincie di Cordoba. Il fr, Luis Alejandro, al à cjapât in man l’impresa tal 1993, daspò de muart di so pari, par consolidâ e slargjâ un sucès començât tai agns dal ‘50.



Il re dai bombons, Luis Alejandro Pagani, argentin di Listize

Il Friûl al puès taiâsi fûr un puest impuortant

La “Business community” furlane

TieSSI un’unitât profonde cul Friûl tal mont, lassant jentrâ chest mont in Friûl: se nol ricognôs e se nol vînc cheste scommesse, il Friûl de ete de globalizazion al varâ un destin di cjantonut periferic e cence impuortance dal mont. Al è il “chival” che

di agns l’“Ent Friûl tal mont” al berle par ogni cjanton de Patrie.

Par dimostrâ la sô tese, midiant dal “Institut di Storie de emigrazion furlane”, al à tacât a presentâ lis cjartis di “potence internazionâl” che la Patrie e podarès zuiâ: ministris tai guvierns di

mieç mont, professôrs universitaris ch’a jemplin lis Universitâts forrestis, vescui, industriâi, imprendidôrs di sucès...

Venezuele, Canada, Argentine, Brasil, Australie a son pronti pe scommesse de “Diaspore organize” e de “Business community”.

IN CURT

Vocabulari furlan-anglès “FRIULAN DICTIONARY”:

I studiâts plui creatifs e atents a la rivoluzion epocâl ch’e scjasse il mont, a clamân “glocalism” la recipe par frontâ la globalizazion cence pierdi i valôrs leâts a la dimension locâl.

Dal Istât dal 2000, i furlans a an un impres in plui par frontâ ancje cheste disfidie. Al è il “Friulan dictionary” di Gianni Nazzi e Deborah Saidero, editât dal “Ent Friûl tal Mont”. Un vocabulari anglès-furlan/furlan-anglès di passe 700 pagjins, ch’al bute un «puint jenfri il microcosmos linguistic furlan e il macrocosmos universal di lenghe anglese», cemût ch’al motive, te jentrade, Mario Toros, president dal Ent.

Cul “Friulan dictionary”, la lenghe furlane e fâs un altris pas impuortant viers la sô afirmazion e la sô consolidazion. Tai agns passâts, Zuan Nazzi Matalon al veve bielzâ sigurât il so contribût midiant dal “Dizionario pratico italiano-friulano” (1993), di “Lingue d’Europa”.

Dizionario pratico italiano-friulano-sloveno-tedesco-inglese” (1995, cun Marjan Breclj) e dal “Dictionnaire Frioulan. Français-Frioulan/Frioulan-Français” (1995).

UN BIEL “BENVIGNÛT” IN BRETAGNE

A bastin 28 peraulis par fâ amicizie cuntun País strasordenari e plen di secrets: la Bretagne, l’unic cjanton di Europe di tiere ferme dulâ che si fevele ancjemû chê lenghe che, prin dal latin, si cjacarave par duti il continent.

La pensade juste le an vude i ristoradôrs e i caffeters de region che, impen di doprâ tavaiuts di cjarte anonims e... cence anime, a proferissin tai lôr ambients tavaiuts cuntun biel «Digemer mad e Breizh!» (benvignûts in Bretagne), il salût in marilenghe celtiche cu la traduzion par francês, anglès e todesc. E po a son i disens di 28 carataristicis de region cul so non tes 4 lenghis: di “ar mor” (il mâr) a “an heol” (il sorelli), di “ar choroll” (il bal) a “ar banniel” (la bandere).

AFÂRS CUL FURLAN

«Tropis sono e cualis lis aziendis ch’a declarin tal non fapartignince a la region furlane?». Cheste e je la cuistion ch’è a causonât il scandal “Del Friuli si fidano in affari non del friulano”, curât di Gianfranco Ellero tal secont numar dal 2000 de riviste “Sot la Nape”,

dade fûr de “Societât filologjiche furlane”.

L’autôr al à passât fûr par fûr i elencs telefonics des provincis di Gurize, di Pordenon, di Udin e di Vignesie (mandament di Puart), par buri fûr lis impresis dal “Friûl storic” ch’a an tal non la peraula “Friûl”.

Massime te forme curte (“Friul-”), e je doprade cetant - al note Ellero - sie dutun cun peraulis talianis (“Friulghiaia” a Codroip, “Friulestintori” a Cervignan...) sie cun peraulis anglis (“Friulglass” a Sacil, “Friulair” a Roncjis di Monfalcon).

Al è un segnacul che ju impredidôrs a crodin tes possibilitâts des lenghis taliane e anglese «cence rinuciâ a di une forme di braure etniche». In Provincie di Udin, e à verificât “Sot la Nape”, a son al mancul uns 70.

Ellero al à controlât ancje i nons scrits par furlan, ma in chest câs si à fermât a lis categoris dai ambients publics (agriturismis, albercos, ostaris), des cooperativis e des agenzis di viaç.

E je saltade fûr una note ch’è cjape dentri 141 impresis in provincie di Udin, 12 in chê di Pordenon e 4 in chê di Gurize.

Ristorazione & gastronomia

Le proposte di Franco Simoncig e Teresa Covaceuszach, nella più vecchia trattoria di Stregna

Minuziosa ricerca sul territorio per ridare vita a piatti dimenticati

di Bruno Peloi

Il viaggio alla scoperta della buona enogastronomia ci porta in questo mese d'ottobre a Stregna, alla trattoria Sale e Pepe. Non è difficile da raggiungere. Il punto di riferimento è Cividale: da qui si prosegue per la strada che porta in Slovenia; arrivati a Ponte San Quirino, si seguono le indicazioni per Stregna. Un'alternativa di percorso è quella di Castelmonte: da qui s'imbocca la panoramica di Tribil, strada bella e suggestiva che spazia sulle valli circostanti e sulla pianura friulana. Da Tribil Inferiore a Stregna ci sono pochi minuti di macchina.

I giorni d'inizio d'autunno sono ideali per immergersi nelle bellezze delle Valli del Natisone. In un mini-itinerario turistico, da non perdere le chiesette votive, testimoni di una civiltà antica, fatta di religiosità popolare, di vita quotidiana. Piccole cose ma di grande significato. È facile da "scovare", come quella di Cravero (in comune di San Leonardo): notevole il suo altare in legno dorato. O quella di San Nicolò, nei cui pressi si combatté un'importante battaglia nella Grande guerra. Ma ci sono pure il santuario di Castelmonte e la valle di Pulfero, con la grotta d'Antro ricca di storia frammista alla leggenda della regina Kraica Vida. E ancora archeologia a Biazzo, le bellezze del Natisone, il fascinoso Matajur e, appena oltre confine, Caporetto col suo



Teresa Covaceuszach e Franco Simoncig

museo. I luoghi valgono insomma la gita. A corollario della quale, com'è nostro uso, consigliamo il posto dove ritemperare il corpo dopo aver fatto contento lo spirito.

Torniamo perciò al Sale e Pepe, trattoria che ben s'inscrive in questo mondo a tratti aspro a tratti fatisma, comunque sempre orgoglioso della propria appartenenza. Siamo nella Benecia, ossia, in sloveno, nel territorio di Venezia. Come ricorda un pieghevole del locale, questa è "terra di contadini tenaci e forse un po' testardi nel volere strappare lembi di terra da coltivare da montagne bellissime che si affacciano sulle valli come vecchie austere signore". E dunque qui la vita è cadenzata dai ritmi stagionali, quali semina, fienagione, mietitura, vendemmia, dalle feste paesane

(sejmi) o dai matrimoni. E la gastronomia s'è adeguata a questi ritmi. Però, con lo spopolamento dovuto all'emigrazione, la cucina ha rischiato di perdere gran parte delle sue peculiarità. Per questo, meritoria è l'opera del Sale e Pepe che,

dopo una minuziosa ricerca, ha riportato alla luce piatti ormai dimenticati, quali zlicnjaki (gnocchi di farina e acqua, conditi con burro, zucchero e cannella), stakanje (purea di patate e verdure di stagione, con salame e formaggi), briza (minestra di zucca), bizna (minestra di brovada, patate e fagioli, simile alla jota). Sono piatti che seguono il cambio delle stagioni e la disponibilità degli orti, dando con la loro semplicità il meglio di sé.

L'autunno, coi suoi sapori marcati, è il periodo più fortunato: c'è il trionfo di frutta, verdure, animali da cortile e cacciagione. Ecco alcune golosità: sformato di porcini con fonduta al formaggio di Monte Fosca, insalata di cavolo cappuccio con mela Seuka e speck di Sauris cotto con aceto di mele, gnocchi di susine. D'in-

verno, ancora cacciagione, carni (eccellenti quelle di maiale), salumi (anche di cinghiale e oca) e tante minestre. Un cenno meritano il filetto di maiale al latte con maggiorana e polenta saracena, le crespelle di grano saraceno ripiene di verze, i bleki (pasta simile a lasagne) con sugo di cinghiale. In primavera, tante erbe: largo quindi alle fritte. Tra i piatti più graditi: radicchio con aceto e salumi, strudel di ortiche, scopolit e salsiccia, minestra maricaria (un'erba amarognola). D'estate, ancora frutta e verdure. Le richieste maggiori puntano su insalate di orzo, piselli, fagioli, pomodoro e basilico; coniglio freddo marinato al timo; fiori di patata (gnocchi) al finocchietto selvatico ripieni di ricotta. Anche i dolci, tutti fatti in casa, seguono lo scorrere delle stagioni.

Deliziosi i biscottini col mais e le torte di more, uva frangola, lampone, fichi, susine, pere, mele, cachi. Sui-

siti gli struchi lessi (simbolo della famiglia riunita). La gubana è quella di Claudio Qualizza. Sempre disponibile, naturalmente, anche la cucina tradizionale. Una particolare attenzione è riservata agli ospiti più piccoli: per loro si confezionano piatti semplici e simpatici, accompagnandoli con gadget (materiale da disegno).

Interessante la carta dei vini: la cantina (curata direttamente da Franco Simoncig, che segue anche il lavoro in sala) propone un centinaio di etichette prettamente regionali, con predilezione per i prodotti Collio e Colli Orientali. In cucina, la signora Teresa, aiutata da Fabiana Trusgnach (il buongusto nella presentazione dei dolci è merito suo).

Centrato il rapporto qualità prezzo: al Sale e Pepe si mangia con 35-45 mila lire a persona, più bevande. Anche per questo, sempre meglio prenotare.



Briza

La trattoria Sale e Pepe propone la ricetta di una minestra leggera, saporita, dal gusto leggermente acidulo, la Briza, appunto. **Ingredienti per otto-dieci persone: 1 kg di patate, 300 gr di fagioli freschi mondati, 1 zucca bianca di media grandezza, 2 litri di batuda (latte intero acidulato).**

Mondare la zucca privandola della buccia esterna, dei semi e dei filamenti interni. Tagliarla con l'apposita grattugia per rape e lasciarla sotto sale per circa due ore. Nel frattempo, pelare e cuocere le patate, passarle al passaverdura e conservarle al caldo.

In una casseruola - con una carota, una foglia d'alloro, mezza cipolla e una costa di sedano - cuocere anche i fagioli.

In una pentola capace, scaldare la batuda, aggiungere la zucca dopo averla strizzata per bene dalla sua acqua di vegetazione, le patate passate e infine i fagioli con la loro acqua di cottura, badando di togliere gli aromi.

Mescolare tutti gli ingredienti. A questo punto, alzare la fiamma e attendere il bollore mescolando spesso: cuocere per circa 15 minuti a fuoco molto dolce. Regolare il sale e servire la Briza quasi tiepida. Da accompagnare con vino bianco profumato, come un Tocai di Zamò.

Da sala da ballo a... Sale e Pepe

Di certo è la trattoria più vecchia di Stregna. L'attività comincia tra fine Ottocento e inizi Novecento: è una bottega rustica, dove si vendono

coloniali e altri generi alimentari. Pian piano il negozio si trasforma in posto di ristoro. Negli Anni Settanta la gestione passa a Mario e Paola Simoncig, che adattano

l'ambiente trasformandolo in osteria e anche sala da ballo (sono i tempi in cui la motorizzazione non si è ancora sviluppata e la televisione sta appena pren-

dendo piede). E qui dunque, oltre a rifocillarsi, i giovani trovano terreno fertile per conoscersi: sbocciano amori, con fidanzamenti e matrimoni a seguire. Una successiva ristrutturazione avviene dopo il terremoto del 1976: agli operai di passaggio ma anche ai clienti locali viene proposta una cucina semplice ma gradevole. Nel 1987 la svolta che porta ai giorni nostri: entrano in scena Franco Simoncig - figlio di Mario e Paola - e la sua consorte, Teresa Covaceuszach. Da un regalo fatto alla coppia come augurio di buon lavoro nasce il nome del locale: si tratta di due contenitori per sale e pepe, appunto, che oggi fanno bella mostra di sé in sala da pranzo.

"Per continuare la nostra attività a Stregna - dicono Teresa e Franco -, abbiamo fatto una scelta: vogliamo vivere non soltanto nel territorio, ma anche con esso. Per questo proponiamo una cucina diversa: semplice e vicina alla tradizione culinaria delle Valli. E' il nostro orgoglio".

Sale e Pepe è stata la prima trattoria a comporre le proprie pietanze con nomi locali, così come locali sono gli ingredienti. Qualche esempio: si usano mais bianco, rape, prodotti del bosco e del sottobosco, animali da piccolo allevamento come i conigli.

In tale contesto, l'attività gastronomica diventa anche presidio per la salvaguardia di alcuni prodotti altrimenti destinati a scomparire, come il morbido lardo locale. Il tutto, poi, fa da volano a un indotto non da grandi numeri, co-

munque importante per arrotondare i bilanci familiari e favorire una vita decorosa in queste vallate. Una microeconomia che conforta chi ha l'orto, il piccolo allevatore, l'agricoltore e così via. Ecco dunque perché da queste parti - e segnatamente al Sale e Pepe - il cibo assume un valore non soltanto alimentare: diventa ricerca e difesa delle radici culturali di un intero territorio.

La trattoria è a Stregna, nella piazza del paese. Dispone di due sale, per una quarantina di commensali. Chiusura per turno di riposo martedì e mercoledì. Da marzo a settembre, apertura solo serale. Da ottobre a febbraio, i venerdì solo cena, sabato e domenica anche pranzo. Telefono e fax ai numeri: 0432-724118, 0432-724081; e-mail: t.covaceuszach@libero.it.



Economia

Indagine congiunturale dell'Api sul primo semestre 2000

Medie industrie, salgono le vendite ma preoccupa il costo del lavoro

L'Ufficio studi dell'Associazione piccole e medie industrie di Udine ha pubblicato i dati dell'indagine congiunturale sulla piccola e media industria friulana relativi all'andamento del primo semestre del 2000 rispetto al secondo semestre del 1999 e sulle aspettative dell'andamento del secondo semestre 2000 rispetto al primo semestre del 2000. Speciale attenzione, come in passato, è stata posta sulle maggiori difficoltà incontrate dalle aziende durante i periodi considerati. L'indagine si propone di rappresentare il clima di opinioni del sistema di imprese della nostra provincia, sulla base di un campione formato da 112 imprese, esclusivamente manifatturiere. Al fine di effettuare un'indagine più analitica, il campione è stato suddiviso nei diversi settori merceologici, quali alimentare, grafico-editoriale-cartario, chimico-gomma-plastica, legno arredo, manufatti in cemento-marmo, meccanico elettromeccanico, tessile-abbigliamento-pelli-scarpe e altri.

Il settore legno-arredo e quello meccanico-elettromeccanico sono quelli che presentano il maggior numero di imprese e incidono significativamente sul cam-

pono di riferimento (entrambe con il 30%). Per quanto concerne le dimensioni aziendali, è confermato come la maggior parte delle imprese intervistate si collochi al di sotto della soglia dei 20 dipendenti (64%). Il 28% delle imprese del campione ha un numero di dipendenti compreso tra i 21 e i 50 e il 5% tra i 51 e i 100. Se poi si considerano le imprese con oltre 100 dipendenti, l'incidenza scende addirittura al 3%. A ciascuna impresa sono stati formulati quesiti sulle variazioni di andamento del primo semestre 2000 e sulle previsioni per il successivo semestre 2000, prospettando tre possibilità di risposta: in aumento, stabile, in diminuzione, con indicazione anche delle cause. I quesiti sono inerenti all'andamento: del volume delle vendite, degli ordinativi, dei costi d'acquisto, delle scorte del prodotto finito, dell'occupazione, dei costi del lavoro, degli oneri finanziari e in ultimo dei prezzi di vendita.

Nel complesso, il quadro congiunturale per il primo semestre 2000 evidenzia una crescita dell'attività produttiva. In particolare, delle aziende che hanno partecipato alla presente indagine, il 38% denuncia la stabilità delle vendite, a cui

fa fronte il 50% di risposte di aumento e il 12% di risposte di diminuzione, con un saldo positivo dunque di 38 punti percentuali. Anche gli ordinativi confermano l'andamento delle vendite: sono stabili per il 37% degli intervistati, con uno scarto del 39% tra aumento e diminuzione. I costi d'acquisto sono stabili per il 33% delle imprese intervistate, mentre il 62% riscontra degli aumenti. L'andamento delle scorte del prodotto finito dimostra che per il 72% delle imprese intervistate si mantengono a livelli stabili con uno scarto negativo del 4% tra giacenze in diminuzione e in aumento. Anche l'occupazione si mantiene a livelli stabili con una lieve tendenza all'aumento. Il campione di imprese da noi intervistate si è dimostrato maggiormente sensibile al costo del lavoro, facendo registrare un aumento per il 42%; mentre il 56% non segnala alcuna variazione. La diminuzione del costo del lavoro è quindi di scarso peso, solo il 2%. Si confermano le tendenze emerse nella precedente indagine di un appesantimento degli oneri finanziari. Infatti, il 49% degli intervistati dichiara un aumento degli stessi, mentre per il 47% si mantiene stabile, a dimo-

strazione della negativa incidenza dei tassi di interesse.

I prezzi di vendita restano sostanzialmente stabili, con un valore del 63%. Per quanto riguarda il problema occupazionale, i dati rivelano un quadro tutto sommato positivo, in quanto solo il 4% delle imprese è ricorso alla Cassa integrazione ordinaria, nel corso del primo semestre 2000. Il dinamismo e la forte tendenza all'esportazione delle imprese regionali (incidono positivamente soprattutto le imprese dei settori legno-arredo, alimentare, chimico-gomma-plastica) permettono di far registrare una positiva evoluzione delle vendite all'estero con un aumento per il 43% degli intervistati, dato che va a raddoppiare quello registrato nel semestre immediatamente precedente. Il 44% delle imprese intervistate non ha riscontrato variazioni nei volumi di vendita all'estero rispetto al precedente semestre. I fatturati esteri crescono, per l'effetto non trascurabile della debolezza dell'euro che determina dei vantaggi competitivi. Tutto questo non deve però far perdere di vista alle nostre imprese quello che è il loro obiettivo: è necessario elaborare strategie di lungo periodo, innovare sui prodotti, sui processi, esplorare con l'attenzione necessaria i nuovi mercati. Da un confronto dei vari settori analizzati emerge che per i settori alimentare, legno e arredo, meccanico elettromeccanico, chimico-gomma-plastica e manufatti in cemento-marmo si registrano solo lievi differenziazioni con dati che dimostrano un contesto congiunturale positivo: infatti, tutti i settori citati si trovano in una fase di stabilità con tendenza all'espansione, in particolare modo per il settore alimentare.

Fanno eccezione i settori grafico-editoriale-cartario e tessile-abbigliamento-pelli-scarpe, per i quali il primo semestre 2000 non è stato positivo, in controtendenza rispetto alla generalità del ramo manifatturiero: diminuzione delle vendite e degli ordinativi per entrambi i settori, con un considerevole aumento dei costi di acquisto, una fles-

sione che è stata registrata sia sul mercato nazionale sia su quello estero. Serve osservare che tutti gli indici che riguardano gli oneri finanziari sono peggiorati in questa rilevazione (aumento dei tassi di interesse, difficoltà di accesso al credito legato alle garanzie, maggiori difficoltà nella riscossione dei crediti nei confronti della clientela): tutti elementi tutti che ripropongono il problema del credito tra quelli più sentiti dalle imprese dopo un periodo di marginalità. In quest'ultima rilevazione, il 13% delle imprese intervistate considera l'accesso al credito la maggiore delle difficoltà che ha dovuto affrontare nel primo semestre 2000, contro il 2% registrato nella precedente indagine. Lo stesso dicasi per la riscossione dei crediti: il 14% del campione la colloca al primo posto della scaletta delle maggiori difficoltà, evidenziando un aumento percentuale rispetto all'ultimo semestre del 3%.

Il forte aumento dei costi d'acquisto denunciato per il primo semestre 2000 e previsto anche per il secondo semestre 2000, imputabile in buona misura alla preoccupante crescita dei costi energetici, con le relative conseguenze di carattere inflattivo, costituirà un pericolo per le nostre imprese, pericolo che potrà seriamente ostacolare l'attuale fase di ripresa del settore manifatturiero.

Degna di nota è la parte della rilevazione che riguarda le indicazioni da parte delle imprese intervistate sulle maggiori difficoltà incontrate nel loro operare. Alle imprese è stato chiesto di indicare quali in ordine decrescente sono stati i maggiori ostacoli tra quelli qui di seguito indicati: accesso al credito, approvvisionamenti da fornitori, riscossione dei crediti, sbocchi nuovi mercati, oneri legislativi e burocratici, costo del lavoro, reperimento del personale.

Nel considerare le sole risposte relative alla difficoltà ritenuta più importante, si nota che al vertice di quest'ultima indagine viene riconfermata quella relativa al reperimento del personale, con una percentuale del 28%, superiore al dato del passato semestre che si attestava al 24%. Al secondo posto si posizionano gli oneri legislativi e burocratici con un 17% e al terzo posto la riscossione dei crediti con il 15% delle risposte. Da notare che la difficoltà di ac-



Massimo Paniccia

cesso al credito, regredite nella precedente rilevazione al 2%, sono passate ora a un considerevole 14%, effetto dovuto all'incremento dei tassi e degli oneri finanziari.

La riconferma del reperimento della manodopera come la più importante e sentita fra le diverse difficoltà che le imprese si trovano ad affrontare nel loro operare quotidiano costituisce una chiara dimostrazione dell'effettivo fabbisogno delle imprese di personale adatto, fabbisogno che quindi tuttora non riescono a soddisfare. Non stupisce invece il riposizionamento al secondo posto degli oneri legislativi e burocratici, a testimonianza che le difficoltà di natura burocratica e legislativa sono ancora uno fra i principali fattori di preoccupazione delle imprese nello svolgere la loro attività, che comunque non sembrano sortire alcun effetto dalla già avviata riforma della pubblica amministrazione. La terza difficoltà per ordine di importanza è quella relativa alla riscossione dei crediti.

E' fondamentale a questo punto cercare di spiegare il significato di questo dato procedendo a un'analisi congiunta assieme ad altri due fattori: l'accesso al credito (al 4° posto nella graduatoria delle maggiori difficoltà, con un 13%) e l'andamento degli oneri finanziari (in aumento per il 49% delle imprese). L'aumento dei tassi di interesse e quindi il maggiore costo del denaro creano non poche problematiche alle imprese: frenano gli investimenti e quindi la crescita delle imprese proprio perché trovano degli ostacoli nell'accesso al credito legati sia al costo sia alle garanzie che sono vincolate a dare. Si crea quindi un effetto a catena che si manifesta anche nei rapporti con i clienti e che si concretizza nella difficoltà della riscossione dei crediti.

ANDAMENTO DEL 1° SEMESTRE 2000 RISPETTO AL 2° SEMESTRE 1999

Schede inviate							527,00
Schede ricevute							112,00
	In aumento	%	Stabile	%	In diminuzione	%	TOTALE
Vendite (volume)	56	50	43	38	13	12	100
Ordinativi	57	51	42	37	13	12	100
Costi d'acquisto	69	62	37	33	6	5	100
Scorte del prodotto finito	9	8	80	72	13	12	92*
Occupazione	29	26	77	69	6	5	100
Costo del lavoro	47	42	63	56	2	2	100
Oneri finanziari	54	49	53	47	5	4	100
Prezzi di vendita	36	32	70	63	6	5	100

* Il 8% ha dichiarato di non avere magazzino.

	In aumento	%	Stabile	%	In diminuzione	%	TOTALE
Vendite all'estero							
SI	27,00	43	28,00	44	8,00	13	63
NO	49,00						
TOTALE							100

PREVISIONI SULL'ANDAMENTO DEL 2° SEMESTRE 2000 RISPETTO AL 1° SEMESTRE 2000

	In aumento	%	Stabile	%	In diminuzione	%	TOTALE
Vendite (volume)	39	35	67	60	6	5	100
Ordinativi	39	35	69	62	4	3	100
Costi d'acquisto	43	38	67	60	2	2	100
Scorte del prodotto finito	6	5	84	76	12	11	92*
Occupazione	21	18	88	79	3	3	100
Costo del lavoro	26	23	86	77	0	0	100
Oneri finanziari	34	30	75	67	3	3	100
Prezzi di vendita	18	16	92	82	2	2	100

* Il 8% ha dichiarato di non avere magazzino.

	In aumento	%	Stabile	%	In diminuzione	%	TOTALE
Vendite all'estero							
SI	23,00	38	37,00	60	1,00	2	61
NO	51,00						
TOTALE							100

Artigianato

Premiati 74 fra imprenditori e collaboratori - Sala gremita (oltre 400 persone)

Gli artigiani adesso vogliono avere il federalismo salariale

Risanato il Paese, raggiunto l'obiettivo dell'Euro, è giunto ora il tempo di distribuire risorse alle imprese e alle famiglie, pensando allo sviluppo". Lo ha detto il 1° ottobre a Udine il sottosegretario all'Industria Cesare De Piccoli intervenendo alla terza giornata dell'artigianato e della piccola impresa organizzata dall'Unione Artigiani e Piccole Imprese Confartigianato che si è svolta in una gremita (oltre 400 persone) sala Diego Di Natale alla Fiera di Udine. "Dopo oltre 10 anni, in Italia non si litiga più su quanto peserà la stangata, ma su quanto lo Stato distribuirà ai contribuenti. Questo vuol dire - ha affermato ancora De Piccoli - che gli italiani hanno a suo tempo capito che erano sull'orlo del baratro e hanno avuto coraggio di reagire".

La giornata è stata aperta dalla relazione del presidente dell'Uapi Carlo Faleschini, introdotto dal direttore dell'Unione Bruno Pivetta. "Volevamo un filo conduttore che potesse rac-

chiudere il senso del passato come quello del futuro e lo abbiamo trovato - ha detto Faleschini - nel coraggio di lavorare, di iniziare un'impresa o di continuarla, visti i mille ostacoli che Governo e Unione Europea inventano ogni giorno per ostacolare le piccole imprese e le aziende artigiane. Per questo oc-

"La Srl pluripersonale obiettivo irrinunciabile"

corre - ha concluso Faleschini - potenziare e rilanciare le associazioni di categorie, le uniche in grado di battersi con efficacia per risolvere i problemi delle aziende".

La terza giornata è proseguita con i saluti del presidente regionale di Confartigianato Fulvio Bronzi, del vicepresidente della Provincia di Udine Loreto Mestroni, del presidente della Camera di commer-

cio Enrico Bertossi, che ha sollecitato la Regione a trovare delle sinergie con le categorie e la Camera di commercio di Udine con lo stesso spirito di collaborazione che c'è in provincia di Udine fra le categorie e le istituzioni. Gli ha replicato l'assessore regionale all'artigianato Giorgio Venier Romano, ammettendo ritardi nella realizzazione dello sportello unico, assessore che si è poi soffermato sul testo unico per l'artigianato in discussione in Regione impegnandosi ad allargare alla aziende artigiane la possibilità di diventare società a responsabilità limitata pluripersonale. Venier Romano, che ha criticato la soppressione dell'Esas e l'ipotezzata SpA con maggioranza regionale, si è inoltre impegnato a tutelare la commissione provinciale dell'artigianato, a modificare le norme sui lavoratori extracomunitari ("occorre scorporare dalla quota i lavoratori transfrontalieri e consentire il lavoro ai pensionati giovani"), a rilanciare la formazione.

Il segretario generale di Confartigianato Francesco Giacomini, che ha promosso con riserva la Finanziaria, ha lanciato l'allarme caro-energetico e ha parlato del rischio-burocrazia e del centralismo che può trovarsi anche nel Comune più piccolo e non solo a Roma e ha denunciato la "marginalità culturale e politica in cui è tenuta ancora in considerazione la piccola impresa".

Sulla Srl pluripersonale, ha chiesto l'impegno del governo, e ricordato di aver disdetto il contratto unico, ha proposto il federalismo salariale: "L'Italia è lunga e, stabiliti dei minimi, occorre lasciare alle Regioni la contrattazione e la facoltà di definire i contratti regionali". Giacomini ha concluso con una riflessione sull'Europa, sostenendo il suo rilancio e il suo potenziamento ed esaltando il prin-

cipio di sussidiarietà verticale e orizzontale. Il presidente dell'Uapi Carlo Faleschini era affiancato dai vicepresidenti Pietro Botti, Sergio Zanirato e Pietro Natolino, dal presidente di Confartigianato Service Roberto Mestroni, dal presidente onorario dell'Uapi Beppino Della Mora.

Al termine degli interventi sono stati consegnati attestati di benemerita a 74 fra imprenditori anziani, giovani e donne e ai loro collaboratori. Fra i presenti, il presidente del

Consiglio regionale Antonio Martini, i consiglieri regionali Ennio Vanin e Giorgio Matassi, il commissario della Fiera di Udine Gabriella Zontone, il presidente dei pensionati degli artigiani Silvio Pagani, del patronato Luigi De Monte, del gruppo donne Daniela Bernardi, dei giovani Daniele Nonino, il coordinatore di Confartigianato Servizi Sandro Caporale, il segretario di Confartigianato del Friuli-Venezia Giulia, Maurizio Luchetta.



Imprenditori artigiani anziani, giovani e donne premiati con diploma di benemerita e medaglia

Aldo Tolazzi, autofficina e carrozzeria, Tarvisio; Luciana Fabbro, pulitura a secco di Moggi Udinese; Ivana Minisini, parrucchiera di Resiutta; Antonio Lorenzini, autotrasporti c/terzi, Villa Santina; Cosimo Diroma, barbiere, Coglians; Federico Fior, elettrauto, Tolmezzo; Tiziana Musser, creazioni di moda di Tolmezzo; Maria Cucchiara, panificio, Tolmezzo; Massimo Fachini & C., panificio pasticceria, Socchieve; Francesco De Franceschi, produzione cjalzons e pasta fresca, Tolmezzo; Angelo Sinatra, barbiere, Cervignana;

Novellino Paviotti, piastrellista, San Vito al Torre; Friulpose di Paolo Iacobuzio & C. - pavimentazioni e coperture industriali - Faedis; Rinaldo Railz, fonderia, Moimacco; De. Va. di Orietta Degano & C., tapperzeria, Premariacco; Dea di Gianna De Sabbata, metalmeccanica, Attimis; Angelo Scagnetto, officina meccanica, Codroipo; Giancarlo Pasutto, barbiere, Varmo; F.A.R.I. di Adelino Venier & C., serramentista e produzione avvolgibili e zanzariere, Sedeghiano; Printer Point di Marco Martinelli e Roland Toneatto, produzione di cartucce a

getto d'inchiostro, Gonars; Officina del Diesel di Carmelo Di Giusto & Figli, autofficina, Gemona; Danilo Pesamosca, pittore edile, Gemona; I.R.I. di Fabiana Siega, produzione componenti elettronici, Gemona; V.T.L. di Pierino Vuerich, segheria, Trasaghis; Gianpietro Forgiarini, piastrellista, Osoppo; Fiorentino Coletti, autotrasportatore, Buia; Salone Gigi di Luigi Vit, parrucchiera, Lignano; Celio Paron, impresa edile, Latisana; Akademia di Raffaella Anzolin, decoratrice, Latisana; Lidiano Apollonia, officina meccanica, Pocenja; Auto Buri di

Arnaldo Cocetta, autoriparatore, Buttrio; Nibe Caon & C. - laboratorio verniciatura e laccatura elementi sede, Manzano; Valeriano Ietri, officina meccanica di riparazione cicli e motocicli, San Giorgio di Nogaro; Giuliano Florio, barbiere e calzolaio, Santa Maria la Longo; Jolanda de Colò Srl di Bruno Pessot, produzione foie gras, salumi speciali e salmone affumicato, Palmanova; Officina Nord Diesel di Giancarlo Potarini & C., officina meccanica, Tavagnacco; Mirella Lizzi, parrucchiera, Fagnana; Lino Fabbro, impresa edile, San Vito di Fagnana; Giuseppe Pirrò, autotrasporti c/terzi, Moruzzo; Guido Liva, autotrasporti c/terzi, Colloredo di Monte Albano; Bruno Celi, scavi e sbancamenti, Tarcento; Luigino Michelini, falegname, Tarcento; Michele Culinio & C., autotrasporti, Lusevera; Enzo Chittaro, falegname, Tricesimo; Vanni Nadalutti, officina meccanica, Udine; Franco Mindotti, pittore edile, Tavagnacco; Giuliano Malisani, idraulico, Udine; Giorgio Morè, odontotecnico, Udine; Mario De Bernardi, riparazione elet-

trodomestici - radio e Tv, Udine; Gianni Degano, orologiaio, Udine; Romeo Masetti, tapperzeria per auto, Udine; Redea Basso Bondini, parrucchiera, Udine; Salone Charmant di Ancilla Berlasso, parrucchiera, Udine; Arduino Mauro, terrazzieri mosaicista, Reana del Rojale; Anna Maria Barbatello, parruc-

chiera, Udine; Foto Cesco di Francesco Laporto, fotografo, Udine; Romano Alessandri & C., timbrificio, Udine; Zia Betta di Cozzi Elisabetta, confezioni con fiori, Udine; Ferdinando Virgili, impresa edile, Lestizza; Michele Tosone, panificio, Lestizza; Pierino Chianducci, autotrasporti c/terzi, Pozzuolo.

Diploma di fedeltà al mestiere e medaglia dell'Unione a dipendenti di ditte artigiane da oltre vent'anni

Massimo Marin, fabbro meccanico alla Albo Serramenti di San Giorgio di Nogaro dal 1980; Elsa Bearzi, stiratrice alla Lavanderia Vicentini di Tolmezzo dal 1978; Sergio De Sabbata, autista alla Lavanderia Vicentini di Tolmezzo dal 1973; Renzo Peverini, tecnico di laboratorio alla D'Orlando Dima, San Daniele dal 1977; Gianni Burini e Roberto Venica, elettricisti alla Elettrica De. Sa di De Biasio M. & C. di Manzano, dal 1976; Silvana Nobile, stiratrice al Laboratorio Supertavastir di

Lunazzi & C. dal 1974; Lucia Martinig, tagliagomma alla Resingomma di Manzano dal 1973; Maurizio Zappetti, fabbro alla Vatriss Ermete di Sedeghiano dal 1973; Sandro Bernardini, falegname, alla Imballaggi Nonino di Romeo Nonino, Remanzacco, dal 1969; Carlo Iuri, falegname alla Imballaggi Nonino di Romeo Nonino di Remanzacco dal 1973. Sergio Pinat, pellicciaio alla Eredi Ferluga, Visco, dal 1968; Gianpietro Cimenti, decoratore da Carlo Faleschini di Tarvisio dal 1965.



Commercio

Lo ha chiesto l'Ascom al Magnifico rettore dell'università friulana Marzio Strassoldo

Manager del sistema turistico Sì ad un corso di laurea a Udine

Il comparto turistico esprime, senza dubbio, una delle più vissute realtà imprenditoriali italiane, in grado di rappresentare un'importante quota del PIL nazionale. Il livello di feed-backs accumulati in questo settore, accompagnati alle ricchezze naturali del territorio, dovrebbero quindi essere tali da prevenire qualsiasi difficoltà o, perlomeno, essere in grado di superarla. Ma questa formula, se poteva dichiararsi vincente fino ad alcuni anni fa, inizia a scricchiolare. Possono intervenire, infatti, episodi straordinari in grado di rendere avverso l'ambiente congiunturale del momento, ma, soprattutto, diventa molto probabile il verificarsi di un costante sviluppo di una "presa di coscienza" del cliente che comporta la richiesta, come in ogni attività economica, di sempre maggiori servizi e più evolute composizioni di offerta.

Tutto ciò si amplifica in un ambito commerciale come quello del turismo, dove le finalità del divertimento e del cambiamento negli stili di vita del cliente - la cui fantasia ha ampi spazi di movimento - esaltano la richiesta di innovazione e di diversificazione del prodotto.

Anche il comparto del turismo perciò deve mettersi alla prova con esigenze di rinnovamento che

non sono molto discordi da quelle di altri settori e, che impongono a non far risiedere buona parte dei fattori critici di successo nel solo ambiente naturale, molte volte - tra l'altro - non adeguatamente valorizzato.

Ci troviamo di fronte ad un cliente evoluto, sofisticato che esige professionalità negli operatori, chiarezza nelle caratteristiche del servizio, rispondenza agli standard richiesti. Si potrebbe dire che stiamo assistendo ad una vera rivoluzione nell'offerta dei servizi turistici, complice anche ovviamente l'avvento di internet.

Infatti, i tempi sempre più incalzanti della società moderna portano il cliente all'impossibilità di programmare le proprie ferie, costringendolo ad orientarsi verso prestazioni di servizio rapide e qualificate. Non è difficile immaginare un futuro nel quale internet farà la parte del leone. Ma le imprese sapranno adeguarsi? Una adeguata formazione delle persone coinvolte, ma anche di esperti del comparto, sarà un must. Al bando ogni tipo di improvvisazione. Ne discende quindi la necessità di creare delle figure professionali che sappiano operare in questo settore, esperti che vogliano accedere a conoscenze specialistiche per un approccio all'analisi del territo-

rio dal punto di vista socio-economico, turistico e naturalistico.

Un programma formativo mirato a giovani che intendono applicarsi per diventare i futuri manager del nostro sistema turistico, pubblico e privato ed, al contempo, i primari fattori umani di propulsione e di rinnovamento per spingere questo comparto verso nuovi traguardi di competitività e di mo-

derna efficienza economica e funzionale.

Ne sono convinti anche i vertici dell'Ascom che in un recente incontro con il Magnifico Rettore dell'Università friulana - hanno potuto convenire sulla necessità di garantire uno sviluppo sostenuto del sistema turistico solamente attraverso una formazione degli operatori del settore che sappia unire sensibilità per gli

aspetti culturali ed ambientali, esperienza e professionalità adeguate ad operare in contesto dinamico e complesso come quello del turismo.

Da qui l'esigenza e, perché no, l'opportunità di dare avvio ad un corso di laurea in Economia del Turismo, che da un lato funga da raccordo con la realtà operativa del settore e, dall'altro, assicuri un immediato risvolto pra-

tico degli insegnamenti impartiti.

Una metodologia didattica quindi incentrata non solo sulla ben caratterizzata problematica settoriale del turismo e delle imprese turistiche ma anche su indirizzi didattici che rendano i contenuti ancora più puntuali e meglio attagliati alla realtà operativa del comparto. Come si dice: se son rose...

Scenario è quello solito: la piazza di Lavariano, "sot dal Tor", sotto il millenario campanile. L'occasione è una festa tutta particolare, ormai diventata tradizione enogastronomica: L'oca e il vin novello. Il nome dice tutto e al contempo racchiude un bel programma. Cerimonia inaugurale alle 18 dell'11 novembre (giorno di San Martino, ricorrenza tanto cara ai nostri agricoltori e così ben "cantata" dal Carducci con la sua ode, dove "l'aspro odor dei vini va l'anime a rallegrar"); subito dopo, chioschi aperti sino a notte fonda. Il giorno successivo, domenica, la kermesse ripartirà alle 12 e durerà fin quando... il fisico resisterà.

Sono due, dunque, i protagonisti principali del weekend. Il primo è lo starnazzante, traballante e simpatico pennuto, simbolo un po' dimenticato della nostra terra, alle cui genti ha sem-

Festa d'autunno a Lavariano con l'oca e il vin novello

pre fornito, anche negli anni più difficili, carni e grassi per scaldarsi. Il secondo è il vino, fresco di vendemmia: il novello, appunto.

L'oca e il vin novello è alla quinta edizione ed è il frutto del lavoro dell'associazione In Lavariano. Ma i prodromi della festa s'erano già avuti nel 1981, quando la trattoria Da Blasut per l'estate di San Martino aveva proposto una giornata di ristorazione con prodotti caserecci. Oggi, la parte gastronomica della manifestazione la curano le trattorie Da Blasut e Ancora d'oro, il Bar Telefono, l'agriturismo Buttasella, oltre alla locale Latteria (quella che produce formaggio "come Dio comanda" secondo un detto paesano). Salumi e insaccati d'oca della ditta Iolanda De Colò di Palma-

nova. La parte enologica è invece competenza delle aziende agricole Gianni Vesco di Farra d'Isonzo, Atimidis di Buttrio, Pighin di Risano e Antonutti di Colloredo di Prato, Forchir di Feletis. Grappe della Nonino di Percoto.

Semplici e accattivanti a un tempo le proposte di cucina: Polpette d'oca con mela Seuka (Blasut), Orzo con ragù d'oca (Ancora d'oro), Porca l'oca e speck d'oca (Bar Telefono), Minestra di San Martino, con oca e castagne (Buttasella). Come il solito, sono attesi anche ospiti illustri. Dovrebbero esserci Renato Pozzetto, un habitué. Probabilmente, sarà presente anche un grande personaggio della cultura, grazie all'interessamento della Nonino. L'aria della sana festa paesana è garantita anche da altri

elementi non secondari. Saranno accessi bracieri con ciocchi di gelso: e la piazza ne ricaverà un calore particolare. Alla cerimonia inaugurale parteciperà la famosa banda di Lavariano. Durante le serate suonerà il complesso Mezza sporca dozzina. Soprattutto, L'oca e il vin novello non diventerà occasione di mercato. Ci si diventerà mangiando e bevendo: ognuno col proprio bicchiere, pronto a "navigare" da una tavola all'altra e sempre disposto a scambiare quattro chiacchiere, anche con lo sconosciuto vicino durante la mesca. E' previsto l'arrivo di tanta gente. Per questo gli organizzatori rivolgono un simpatico invito: è importante saper aspettare, avere pazienza, magari fraternizzando con chi ci sta accanto. Anche l'oca sa attendere il proprio turno. E lei non ha il novello che la scalda.

D.V.

Inaugurato nel centro Fiera di Torreano

È a Martignacco il primo cinema multisala realizzato in Friuli

Un cinema così "comodo e confortevole" non si era mai stato visto: standard modernissimi, sound perfetto, schermi giganti, poltrone rivestite in pelle nella sala Vip e a ergonomia variabile, con schienali reclinabili fino a 20 gradi, la cui distanza tra una fila e l'altra raggiunge i 110 centimetri. L'offerta del primo cinema multisala del Friuli è imbattibile.

Inaugurato il 14 settembre nel centro Fiera di Torreano di Martignacco, il Multiplex amplia notevolmente l'offerta cinematografica della provincia di Udine. Soddisfatti i cinefili, dunque, ma anche coloro che amano il cinema come valida alternativa per trascorrere una piacevole se-

rata con la famiglia o con gli amici.

Accanto all'aggiornatissimo cartellone, al suono garantito dal sistema dolby digital e dts e al nuovo SounSystem Dolby Ex, sviluppato a suo tempo per la proiezione di Star Wars, al primo piano si possono trovare una pizzeria, una pizzeria romagnola, una bruschetteria toscana, ristoranti cinese, africano con cucina senegalese e giapponese. Non solo. Ci sono anche un negozio di dischi, un mercatino delle cose usate e una birreria di impronta spagnola. Entro la fine dell'anno, poi, sarà realizzata una sala giochi di circa 1.000 metri quadrati e uno spazio dedicato alla famiglia con giochi per i bambini under 10. Second-

do Antonio Maria Bardelli, proprietario del centro commerciale "Città Fiera", questa iniziativa "segnerà l'inizio di una nuova era, in cui gli spazi riservati allo shopping saranno integrati ai servizi per il tempo libero". A breve cominceranno anche i lavori per la realizzazione di parcheggi multipiano coperti, su 4 livelli, per mille posti auto.

I biglietti si potranno prenotare attraverso Internet oppure da alcuni totem touch screen. Per il futuro si prevede la prenotazione anche tramite cellulare. Gli orari di programmazione vanno dalle 15 alle 24 (solo venerdì e sabato sarà sperimentato l'ultimo spettacolo dalle 24 alle 2). Il CineStar Città Fiera di Udine prevede di raggiungere 400

mila visitatori già nel primo anno di attività. Nel minor tempo possibile il complesso sarà ampliato, aggiungendo, alle attuali 6 sale con 1.200 posti, ulteriori 4 sale cinematografiche per ulteriori 1.200 posti. In totale il cinema avrà a disposizione quasi 2.500 posti. Il multisala è gestito dalla Joint-Venture Kieft&Kieft e Mediaport, che ha dato vita alla società CineStar Cineplex Spa, che ha già in programma lo sviluppo e la gestione di moltissimi complessi Multiplex su tutto il territorio italiano. In particolare, la Mediaport si occuperà della gestione dei cinema, mentre la Kieft del marketing e dello sviluppo. La nuova società ha in mente di realizzare nei prossimi anni

30 nuovi cinema Multiplex in tutta Italia: non offriranno soltanto cinema, ma diventeranno anche "meeting-point" con proposte di ristorazione a tema, "Family entertainment", pubs. Il gruppo Kieft, con 57 complessi cinematografici e 351 schermi, è al secondo posto nella classifica dei gestori di complessi cinematografici in Germania. Con il marchio CineStar gestisce 24 complessi Multiplex nella stessa Germania. Il concetto di CineStar supera e modifica il classico modo di

intendere il cinema: un'architettura particolare, che si fonde con quella locale, foyers spaziosi e arredati con qualità, un'offerta varia di ristorazione. E poi schermi giganti, poltrone di lusso, nuovissime tecniche del suono.

I "totem" dove prenotare i biglietti e sapere le ultime novità della programmazione sono 4: 2 posizionati a Udine e 2 alla Città Fiera di Martignacco. I biglietti costano dalle 12 alle 14 mila lire.

Simonetta Di Zanotto



Agricoltura

Lo annuncia il presidente provinciale Rigonat - Anche in Friuli si scaldano i trattori

Coldiretti mobilitata, senza riforme l'unica strada sarà la piazza

“Non escludiamo le manifestazioni di piazza con i trattori, se il Governo e la Regione non assumeranno provvedimenti non tampone e se non avvieranno le riforme da tempo promesse”. Lo afferma, annunciando lo stato di mobilitazione dei soci della Coldiretti della provincia di Udine, il presidente provinciale Roberto Rigonat. “Molte sono le ragioni - spiega Rigonat - che inducono la Coldiretti a mobilitare la propria base associativa: da un lato la presa d'atto dei danni che si stanno ripercuotendo sull'agricoltura a causa della grave e persistente latitanza politica sui temi delle riforme; in secondo luogo l'esigenza di al-

zare il livello e la qualità della presenza del mondo agricolo sui temi sociali ed economici per fronteggiare i ritardi e dare alle imprese il supporto di cui hanno bisogno”.

“Anche se ci si rende conto che questo Governo non ha davanti tempi lunghi - prosegue Rigonat - vi sono delle emergenze che vanno assolutamente affrontate al più presto. Si va dal caro gasolio alle questioni fiscali, solo in parte affrontate dalla finanziaria. Stiamo vivendo momenti difficili sul fronte quote latte, con le multe che arrivano, a dispetto delle contraddittorie dichiarazioni del Ministro, e i produttori costretti a lavorare nell'incertezza, senza un

progetto di sviluppo del comparto.

C'è, soprattutto, la scadenza del 2006, traguardo fissato da Agenda 2000, che rappresenterà la svolta per l'agricoltura europea ed italiana e c'è l'amara pro-

“Sullo sfondo la scadenza del 2006 di agenda 2000”

spectiva che i Paesi che non arriveranno preparati a quella data, rischieranno di fortissimi contraccolpi con inevitabili ridimensionamenti delle rispettive agricolture”.

Quindi sul tappeto

non c'è soltanto la questione fiscale e previsionale o il caro gasolio, ma la mancanza di un programma strategico per lo sviluppo del settore, un progetto che ha a Bruxelles il momento strategico e che va seguito attentamente, ma che deve avere a Roma e a Trieste l'elaborazione di conseguenti politiche tese - per quanto riguarda la Regione - allo sviluppo rurale, all'incentivazione delle produzioni di qualità e ai prodotti tipici, alle misure agroambientali, obiettivi che si raggiungono grazie anche - se non soprattutto - ad un adeguato sviluppo e potenziamento della ricerca, alla sperimentazione e all'assistenza tecnica ed una attenzione

particolare alle aziende professionali”.

“Coldiretti - spiega sempre Rigonat - ha individuato sei punti per un programma strategico che coinvolge anche i consumatori: sono la sicurezza alimentare e la qualità dei prodotti agricoli ed alimentari, le riforme per l'ammodernamento del settore a sostegno della crescita dell'autentica impresa agricola, la fiscalità per dare competitività alle imprese, l'agricoltura come opportunità per una nuova politica energetica, un nuovo



Roberto Rigonat

progetto per il lavoro in agricoltura ed una pubblica amministrazione capace di affiancare lo sviluppo dell'impresa.

L'Italia è prima in Europa nella riduzione di prodotti chimici

Agricoltura italiana da primato per qualità e rispetto ambientale

L'Italia è prima in Europa nel numero di imprese agricole che hanno assunto l'impegno di ridurre l'utilizzazione di prodotti chimici o che hanno scelto la strada dell'agricoltura biologica. Sono oltre 125.000 le imprese agricole del nostro Paese che hanno abbandonato o sensibilmente ridotto l'impiego di mezzi chimici nell'attività di coltivazione, per una superficie complessiva di oltre 2.000.000 ettari. E' quanto emerge da una

analisi della Coldiretti nella quale si evidenzia che 75.000 imprese hanno ridotto sensibilmente l'impiego di mezzi chimici su una superficie di quasi un milione di ettari, mentre circa 50.000 imprese hanno scelto il metodo di produzione biologico sul restante milione di ettari di superficie.

A questi risultati si sommano i 106 prodotti a denominazione di origine ottenuti nel rispetto di specifici disciplinari di produ-

zione, garantiti da strutture di controllo indipendenti e riconosciute dall'Unione europea, nonché le 2.171

“50.000 imprese hanno scelto il biologico”

specialità alimentari censite dalle regioni nell'elenco nazionale dei prodotti

tradizionali. Gli imprenditori agricoli del nostro Paese hanno dimostrato una grande attenzione al tema della qualità dei prodotti e del rispetto dell'ambiente, che fa dell'agricoltura italiana una realtà di avanguardia, a livello comunitario e internazionale.

Il diffuso impiego di tecniche di coltivazione compatibili con l'ambiente, la crescita esponenziale delle coltivazioni biologiche e la presenza rilevante di prodotti tipici ne rappresen-

tano una significativa testimonianza.

I primati dell'agricoltura italiana

Agricoltura a basso impatto ambientale: L'Italia è tra i Paesi europei che hanno maggiormente utilizzato le opportunità offerte dal Regolamento CEE n.2078/92 in materia di agricoltura ecocompatibile.

I prodotti biologici: L'Italia è il Paese più biologico di tutta l'Unione Europea. Le imprese agricole biologiche italiane sono 49.018 (su un totale comunitario di 105.000) e la superficie interessata è di 958.687 ettari (su un totale comunitario di circa 3.000.000 di ettari).

In questi ultimi anni il numero delle aziende e la

superficie coltivata a biologico sono esplose, nel 1995 le imprese erano 8.921 e la superficie 182.890 ha.

I prodotti tradizionali: L'elenco nazionale dei prodotti tradizionali comprende 2.171 specialità alimentari censite dalle regioni ed è stato approvato con decreto del Ministero per le Politiche Agricole del 18 luglio scorso, pubblicato sul S.O. della GURI n.194 del 21/8/2000;

I Prodotti a Denominazione di Origine: Sono 106 i prodotti riconosciuti a livello comunitario per il nostro Paese.

Si tratta di 24 salumi, 30 formaggi, 21 oli di oliva, 26 ortofruttili, 2 condimenti e un prodotto della panetteria

È stato anche nominato amministratore delegato del Caf del Triveneto

Coldiretti, Della Picca nuovo direttore regionale

Due nuovi prestigiosi incarichi per Oliviero Della Picca, direttore della Coldiretti della

provincia di Udine. E' stato, infatti, nominato direttore regionale della Coldiretti della Friuli Venezia Giulia ed amministratore delegato del Caaf Coldiretti Triveneto, organismo che raggruppa le società di servizi (Impresa Verde) del Trentino Alto Adige (2), del Veneto (7) e del Friuli Venezia Giulia (3) per oltre 50.000 asseverazioni di contabilità Iva.

Uno strumento che ha compiti di coordinamento gestionale, di curare i rapporti con l'amministrazione finanziaria e le attività di formazione e d'aggiornamento professiona-

le degli addetti e che s'è posto l'obiettivo di portare alla certificazione di qualità le 12 Imprese Verdi che coordina. Friulano, Della Picca è laureato in giurisprudenza ed è stato presidente del Crsa (Centro Sperimentazione Agraria dall'89 all'94), sindaco di Mereto di Tomba dall'85 all'89, ed è entrato in Coldiretti nel 1985 come segretario dell'Apricola, associazione regionale dei produttori lattiero caseari, incarico che ha mantenuto fino all'89 quando è stato nominato vice direttore della federazione provinciale.

Diventa direttore provinciale nel '92 ed ora è anche direttore regionale. Della Picca sostituisce Dino Tartagni, chiamato a dirigere la federazione regionale delle Marche. La Federazione regionale della Coldiretti, che raggruppa 4 federazioni provinciali, ha 38 mila soci, 25 uffici ed oltre 200 dipendenti. Della Picca, che mantiene anche l'incarico di direttore provinciale, insediandosi, ha ringraziato il predecessore Tartagni per il lavoro svolto, la Confederazione e la Federazione regionale per la fiducia, ha ricordato il ruolo di coor-

dinamento che deve avere la federazione regionale e l'obiettivo che s'è data per arrivare a porre in essere “un progetto di sistema regionale sia per quanto riguarda i servizi alle imprese agricole associate sia per iniziative economico-sindacali che sempre di più debbono avere una dimensione almeno regionale”.

Della Picca, che ha messo in evidenza l'ottimo clima di collaborazione fra le quattro federazioni, ha posto l'accento anche sulla necessità di rilanciare la concertazione con la Regione in previsione di alcune im-

portanti iniziative legislative, dell'attuazione del Piano di Sviluppo Rurale e della gestione dei Fondi strutturali Ob. 2, 3, Interreg e Leader Plus.

Fra gli obiettivi, condivisi dal presidente regionale Claudio Filipuzzi, anche il rilancio della ricerca, che diventa di enorme importanza per un'agricoltura moderna che punti alla riscoperta ed allo sviluppo di prodotti tipici e locali con una maggior attenzione all'ambiente, ricerca che coinvolga l'Ersr e l'ex Crsa, ma anche il mondo universitario, in un ottico di sistema.



Oliviero Della Picca

Industria

L'ex segretario generale della Cisl ha partecipato a un convegno all'Assindustria a Udine

D'Antoni ai giovani: "C'è bisogno di una nuova concertazione"

"C'è bisogno di un nuovo accordo di concertazione tra le parti sociali. Prioritari restano comunque il lavoro e la sua qualità". Lo ha dichiarato il segretario generale della Cisl Sergio D'Antoni nell'intervento a Palazzo Torriani alla Convention del Gruppo giovani imprenditori dell'Assindustria di Udine presieduto da Gabriele Drigo, sul tema: "Quale strada per un sistema Paese efficiente". D'Antoni ha preso parte a una tavola rotonda moderata dalla giornalista Carmen Lasorella alla quale sono intervenuti il presidente nazionale dei Giovani imprenditori di Confindustria Edoardo Garrone, il presidente della Camera di commercio di Udine Enrico Bertossi, il consigliere della Corte d'Appello di Trieste Oliviero Drigani, il presidente del Comitato della piccola industria dell'Assindustria Udine Adriano Luci, Mario Raggi, componente dei Giovani imprenditori di Udine, e Edi Snaidero, amministratore delegato della Snaidero.

D'Antoni ha, tra l'altro, sottolineato l'importanza di un dialogo costante e costruttivo tra sindacato e Confindustria. "Questo dialogo - ha detto - può produrre in futuro più risultati di quanti finora ne abbia

prodotti. In particolare molto può essere fatto in due direzioni: una nuova politica di formazione e l'uscita dal monopolio pubblico del collocamento". Come prospettiva di dialogo, D'Antoni ha indicato il tema centrale delle tre flessibilità: fiscale, salariale e del mercato del lavoro.

Il segretario generale della Cisl, che ha auspicato pure che un clima di fiducia ritorni nel Paese, si è anche soffermato sul tema del federalismo: "Sono convinto che anche in Italia ci stiamo muovendo verso un sistema federale. A me, per esempio, piace l'equilibrio che si è trovato in Germania. Qui, nel nostro Paese, ci possiamo arrivare attraverso una via parlamentare. L'importante è che quando si parla di federalismo ciò non sottintenda il preavvicinare di alcune aree regionali rispetto ad altre". Dal canto suo, il presidente nazionale dei Giovani, Garrone, ha rimarcato il fatto che "le nuove generazioni non si riconoscono più nella lotta di classe. Nuovi valori si vanno affermando tra cui la valorizzazione del lavoro, dell'individuo e del fare impresa". Garrone ha poi incentrato la sua relazione sulla riforma della pubblica amministrazione che non deve essere soltanto di facciata, ma strutturale e con effettiva eliminazione di

procedure burocratiche inutili e dannose per tutto il sistema".

Non meno interessanti anche gli interventi degli imprenditori e degli esponenti politici della nostra Regione. Il presidente dei Giovani imprenditori friulani Drigo ha infatti sottolineato come, in una Italia che perde ogni giorno di più competitività, anche a causa dell'instabilità politica e della mancanza di riforme strutturali, diventa prioritario riuscire a fare sistema tra le varie componenti sociali. "Anche la classe sindacale - ha rimarcato Drigo - deve fare sistema, ma pure gli imprenditori devono fare una opportuna autocritica. Troppo spesso infatti ce ne stiamo nell'ombra aspettando gli eventi". "Non vogliamo fare del vittimismo - ha aggiunto Drigo -. L'assemblea di oggi vuole essere un momento di confronto, di discussione e anche di autocritica nella speranza di innescare una stagione positiva di condivisione degli obiettivi e di crescita del Paese, a beneficio di tutti. Deve nascere un vero e proprio gioco di squadra. E allora - ha concluso Drigo - facciamo veramente sistema!".

Invece, il presidente dell'Assindustria, ingegner Adalberto Valduga, ha incentrato il suo intervento sull'andamento dell'econo-



mia alla ripresa dalle ferie. "Svalutazione dell'euro, aumento del costo del petrolio, ripartenza dell'inflazione determinano - ha detto - uno scenario con punti di criticità più marcati di quanto non si potesse pensare a luglio". In particolare, le imprese scontano una costante perdita di competitività, "il cui recupero diventa, a questo punto, la prima priorità".

"La situazione economica in Friuli rispecchia l'andamento italiano - ha aggiunto Valduga -. La produzione industriale a partire dall'ultimo trimestre del 1999 è in costante crescita,

ma le nubi che si profilano all'orizzonte possono avere qui, come nel vicino Veneto, effetti particolarmente preoccupanti". Le vie obbligate per restare competitivi? La ricerca e l'innovazione, la crescita dimensionale delle nostre imprese, lo sviluppo dei distretti industriali e delle zone industriali, una Regione leggera, efficiente e parte attiva nel sostegno al sistema produttivo".

Da parte sua, Sergio Dresi, assessore all'Industria del Friuli-Venezia Giulia, ha ripercorso gli interventi più significativi di questa Giunta regionale a so-

stegno dell'industria e dello sviluppo, "concertati assieme alle associazioni imprenditoriali territoriali". L'assessore ha sottolineato come siano stati predisposti strumenti di programmazione che ora è compito degli imprenditori gestire.

Paolo Ciani, vice-presidente della Giunta regionale, ha parlato invece delle sfide che le istituzioni devono raccogliere. Ciani ha sostenuto la necessità di modellare una devolution flessibile in base alle esigenze e alle possibilità di assorbimento delle competenze di ogni singolo ente pubblico.

Per superare il blocco degli extracomunitari l'Api di Udine punta sulla formazione

Uno dei problemi più importanti per le imprese della nostra regione è la scarsa attrattività per i nostri giovani delle professioni più richieste dalle industrie della provincia che sono quelle di esiguo contenuto professionale, ma non solo. Lo afferma l'Associazione piccole e medie industrie di Udine che, approfondendo l'argomento, dice anche che questo comporta un ricorso massiccio a manodopera extracomunitaria alla quale non è possibile, comunque, attingere a causa della scarsità delle quote di ingressi concesse per l'anno 2000. Sembra, infatti, che al ministero del Lavoro non abbiano notizie in merito alla concessione in tempi rapidi di nuovi 1.000 ingressi per cittadini extracomunitari per la nostra provincia.

L'ingresso dei lavoratori

extracomunitari non può comunque essere considerato la panacea di tutti i mali del nostro sistema produttivo, in primo luogo perché solo i lavoratori di alcuni Paesi extra-Ue offrono adeguate garanzie di professionalità e secondariamente perché a questi lavoratori, ancor prima dell'inserimento lavorativo, va garantita la disponibilità di alloggi adeguati.

È innegabile che il problema della manodopera straniera esiste, sarebbe però auspicabile che le quote d'ingresso venissero decise non a livello nazionale bensì a livello locale o regionale, secondo il principio di sussidiarietà, laddove cioè le autorità locali sono in grado di conoscere con precisione la portata effettiva della carenza di manodopera.

Il perdurare di una mancanza di volontà politica per dar corso a una disci-

plina specifica sui lavoratori frontalieri, già riportata peraltro dall'articolo 27 del Testo unico sull'immigrazione, non permette alla nostra realtà produttiva di poter attingere a figure professionali qualificate e specializzate presenti notoriamente nella vicina Slovenia, senza l'obbligo per le aziende di indicare per questi lavoratori una dimora in Italia.

In mancanza, comunque, di personale professionalizzato, le aziende stanno ricorrendo a manodopera straniera non qualificata e in molti casi, dopo una lunga prassi amministrativa per ottenere l'autorizzazione al lavoro (quando arriva), il lavoratore non è più reperibile o quando lo è non si dimostra in grado di inserirsi immediatamente nella realtà aziendale.

E' a disposizione delle imprese che diano garan-

zia di alloggio allo straniero uno strumento, anche se poco conosciuto e di conseguenza poco utilizzato, quale l'inserimento tramite tirocinio o "stage" aziendale, previsto dal Testo unico sull'immigrazione e dal successivo regolamento di esecuzione, per permettere il soggiorno di stranieri per motivi di formazione professionale, attraverso periodi temporanei di addestramento presso datori di lavoro italiani ed effettuando anche prestazioni che rientrino nell'ambito del lavoro subordinato. Le modalità di svolgimento del tirocinio sono quelle di un normale stage aziendale.

La parte più importante di questa normativa riguarda la possibilità di convertire, prima della scadenza, il permesso di soggiorno per motivi di studio o formazione in permesso

di soggiorno per motivi di lavoro. Una recente circolare del Ministero del lavoro, recependo questo articolo, precisa che le Agenzie per l'impiego devono prendere in considerazione, a tale fine, esclusivamente le richieste di conversione presentate da stranieri con permesso di soggiorno non scaduto o che abbiano richiesto il rinnovo dello stesso.

Una volta rilasciata l'attestazione, l'Agenzia regionale per l'impiego dovrà ridurre le quote di ingressi del posto attribuito al lavoratore cui sia stato convertito il permesso di soggiorno.

Questa possibilità prevista dal Testo unico sull'immigrazione è dunque finalizzata a permettere l'ingresso in Italia a lavoratori stranieri che riescono ad acquisire le competenze tecniche specifiche ri-

chieste dai datori di lavoro attraverso un periodo di formazione in azienda.

La chiave di lettura va dunque ricercata nella formazione professionale: l'azienda che lamenta carenza di manodopera qualificata e che intende rivolgersi alla forza lavoro straniera per sopprimere a tale bisogno, viene autorizzata ad assumere lavoratori extracomunitari al di fuori dei flussi programmati a condizione che si impegni ad offrire loro l'addestramento necessario a raggiungere il livello di specializzazione richiesto.

In questo modo il permesso di soggiorno per motivi di studio e formazione professionale può essere convertito, prima della scadenza, in permesso di soggiorno per motivi di lavoro, con tempi di rilascio decisamente più brevi (circa un mese).