

Udine **Economia**

Marzo 2010 - N. 3

Mensile di attualità economica e culturale della Camera di Commercio di Udine



Camera di Commercio
Udine

Registrazione Tribunale
di Udine n. 7 del 18 Febbraio 1984
Spedizione in Abbonamento Postale - 45% -
art. 2 comma 20/b legge 662/96 Filiale di Udine

Taxe percue - Tassa riscossa
33100 Udine - Italy - Pubblicità inferiore al 70%
Per la pubblicità rivolgersi a: EURONEWS
Telefono 0432-512270 - 0432-292399 - 0432-202813

ATTUALITA'



**Il bilancio
di Friuli
Innovazione**

pag. ► 5

L'INTERVISTA



**I mercati
secondo
Morandini**

pag. ► 12

IL DOPO BIT



**Un'offerta
regionale
unica**

pag. ► 17



Made in Italy la normativa ai raggi X

I pareri di categorie, imprenditori
e legali a pag. 2, 20 e 21

di Giovanni Da Pozzo*

Il 12 marzo scorso è entrata in vigore la riforma delle Camere di Commercio. Una riforma attesa e alla quale guardiamo con fiducia, convinti che permetterà al mondo produttivo di evolversi e alle imprese di trovare un interlocutore sempre più utile ed efficace nel sostenere la loro nascita e i loro processi di crescita e internazionalizzazione. Il Decreto legislativo n.23 del 2010 era atteso da tempo e introduce significative novità, innovando la disciplina degli Enti camerali. Sancisce innanzitutto l'identità istituzionale delle Camere di Commercio, mettendo in pratica le disposizioni contenute nel Titolo V della Costituzione: esplicitandone l'autonomia funzionale e collegando lo

La riforma degli enti camerali, un passo avanti per l'economia

svolgimento delle loro funzioni al principio di sussidiarietà, ridefinisce in modo nuovo il rapporto con le altre istituzioni, sulla base di un federalismo più equilibrato e solidaristico. La riforma prevede inoltre il rafforzamento delle competenze sull'internazionalizzazione e promozione all'estero delle aziende,

sulla semplificazione delle procedure attraverso la telematica e sulla valorizzazione della conciliazione, della metrologia legale, dell'innovazione e del trasferimento tecnologico. Altre novità importanti: l'introduzione del Patto di stabilità, l'inserimento di un rappresentante dei liberi professionisti nel consiglio camerale, un accorciamento dei servizi per le Camere più piccole e un potenziamento delle Unioni regionali, con un rafforzamento del raccordo con le Regioni anche attraverso la possibilità di valersi di accordi di programma. La riforma rappresenta, dunque, come ha sottolineato anche il presidente

di Unioncamere Ferruccio Dardanello, un passo avanti, specie in un momento in cui è imprescindibile il rilancio del mondo economico. Prevede peraltro importanti disposizioni per la riduzione dei costi, attraverso la razionalizzazione delle iniziative, e una maggior semplificazione con il ricorso alla tele-

matica, strumento in cui la Cciaa di Udine è all'avanguardia, sia per quanto riguarda le procedure interne e il perfezionamento di atti, da noi quasi interamente digitalizzati, sia per le procedure di interlocuzione tra le aziende e la Camera. Il richiamo all'internazionalizzazione, poi, risulta per noi particolarmente sentito, visto che è una delle attività su cui la nostra Cciaa sta puntando maggiormente, convinta del fatto che assistere le imprese nella loro apertura verso nuovi mercati sia una delle strade obbligate per permettere loro di crescere e uscire dall'attuale momento di difficoltà. Di guardare oltre, prima possibile, con fiducia.

*Presidente della Cciaa di Udine

...

A MILANO



**Salone
del Mobile
ad aprile**

pag. ► 19

LA MISSIONE



**Obiettivo
Brasile**

pag. ► 27

CIPAF



**Cooperare
per lo
sviluppo**

pag. ► 30

Una tavola rotonda mette in risalto tutti gli aspetti critici della nuova disciplina emanata recentemente

SPECIALE MADE IN ITALY

IL CONVEGNO

Applicazione difficile

La norma risulta significativa per l'agroalimentare, poco adattabile alle grandi aziende

La nuova disciplina del Made in Italy tutela effettivamente la qualità del lavoro delle imprese italiane o rende più complessa l'apposizione di questa "etichetta" sui prodotti delle nostre aziende? È efficace per tutti i settori e per le aziende di tutte le dimensioni? Ancora: si armonizza con le disposizioni europee e consente la tutela dei consumatori e una più forte lotta alla contraffazione? Le risposte non sono univoche ed evidenziano una netta distinzione tra la posizione delle piccole e piccolissime aziende che riescono a mantenere l'intero ciclo produttivo in Italia – come prevede l'attuale normativa – e le numerose imprese che invece ricorrono all'estero per parte del lavoro. Se può essere inoltre significativa per il settore agroalimentare, risulta poco adattabile alle esigenze delle altre aziende. È in sostanza quanto è emerso nel corso del convegno che si è svolto il 5 marzo, organizzato dalla Camera di Commercio di Udine in partnership con lo Studio Glp e in collaborazione con lo sportello Enterprise Europe Network. All'incontro stati appro-

fonditi a tutto tondo i diversi aspetti della normativa sul Made in Italy, con particolare riferimento al quadro attuale, dato

istituzioni (il comandante della Gdf Alessandro N. Serena, il Comandante del Nucleo Investigativo del Comando provinciale

telare una tradizione ma anche il nostro sistema produttivo e l'occupazione, tenendo conto che il 96% delle nostre imprese ha meno di 9 dipendenti e che le Pmi hanno bisogno di un riconoscimento del loro 'know-how' in settori strategici come arredo, fashion, enogastronomia. La nuova norma risulta però di difficile applicazione, dovendo coordinarsi con le disposizioni comunitarie. E, se anche il suo intento iniziale era quello di tutelare i consumatori e intensificare la lotta alla contraffazione, risulta di difficile applicazione nella realtà variegata delle nostre aziende». Come illustrato anche dagli avvocati milanesi, infatti, la legge va da un lato a definire un Made in Italy in cui prevale l'allocatione geografica del prodotto, dato che disegno, progettazione, lavorazione e confezionamento devono essere compiuti esclusivamente sul territorio italiano. È sufficiente, questo, per tutelare uno stile e una qualità del lavoro che il concetto di Made in Italy rappresenta? A sentire i relatori e i tanti imprenditori intervenuti, la risposta sembra proprio essere negativa.



dalla legge 166 del 2009. Moderati dal giornalista di Radio 24 Sebastiano Barisoni, si sono confrontati esperti (gli avvocati Massimo Cartella e Vincenzo Franceschelli dell'Università di Milano Bicocca), rappresentanti di imprese (Alessandro Calligaris di Calligaris S.p.a., Francesco Carducci di Parmalat S.p.a., Alberto Morgante del Prosciuttificio Morganti S.p.a., e Marco Piccitto di De' Longhi S.p.a.) e

dei Carabinieri Fabio Pasquariello e Nicola Palladino dell'Agenzia delle Dogane di Trieste). «Questa norma, che ci impone anche una riflessione sulla natura stessa del concetto di Made in Italy, arriva in un momento quanto mai complesso per le aziende - ha detto il presidente della Cciao Giovanni Da Pozzo -, dato che per uscire dalla crisi occorre guardare all'estero. Tutelare la nostra qualità significa tu-

I COMMENTI AL CONVEGNO

Gilberto Petraz "È una legge - bivio"

«Il "Made in" non può e non deve essere il solo motivo di stimolo per le aziende che si muovono a livello internazionale. E il concetto è molto più profondo di una semplice connotazione geografica». È questa la convinzione di Alessandro Calligaris, uno dei protagonisti del dibattito al Convegno del 5 marzo, assieme a Morgante e ai rappresentanti di Parmalat e De'Longhi. «Sarebbe più utile e necessario - ha aggiunto Calligaris - tutelare la qualità di un brand, ossia certificare l'azienda o il consorzio di aziende, che hanno un determinato standard produttivo, che hanno una determinata qualità del lavoro e rispetto per l'ambiente. Di questo hanno bisogno le imprese. E così i consumatori». Di "legge-bivio" per l'imprenditore ha parlato Gilberto Petraz dello studio Glp. «Con questa norma - ha detto - l'impresa o rinuncia al Made in Italy per rifornirsi all'estero e dunque restare competitiva sui mercati internazionali, oppure applica il Made in Italy, ma resta chiusa nel proprio "orticello". Una soluzione a monte sarebbe ridurre in Italia gli oneri a

carico di lavoratori e impresa». Se dunque la norma è stata stigmatizzata da diversi punti di vista, sia sull'opportunità sia pure su un difficile e mal calibrato coordinamento con altre normative in materia, non ultime quelle europee, è emerso come, se non altro, risul-



ti significativa per espletare e rinforzare la lotta alla contraffazione. Tutti aspetti applicativi che sono stati approfonditi negli apprezzati interventi delle istituzioni, che hanno completato il dibattito, nella sessione pomeridiana, rappresentate dal comandante Gdf Alessandro N. Serena, dal Comandante del Nucleo Investigativo del Comando provinciale dei Carabinieri Fabio Pasquariello e da Nicola Palladino dell'Agenzia delle Dogane di Trieste.

C.P

L'ASPETTO LEGALE

Parlano gli avvocati

"Una disciplina punitiva ma non risolutiva"

La nuova normativa sul Made in Italy lascia aperti moltissimi problemi interpretativi. La dimostrazione è stata data dagli interventi degli avvocati Franceschelli e Cartella. Franceschelli ha approfondito la disciplina vigente partendo dalla sequenza di disposizioni che si sono susseguite nel tempo, e ha messo anche in luce la difficoltà di chiarire il significato stesso del concetto di Made in. Qualificabile come un marchio? Un'indicazione d'origine? O come un reato? Poiché «sembra - ha detto - che assuma rilevanza giuridica solo in quanto apposto falsamente o decettivamente su prodotti in cui disegno, progettazione, lavorazione e confezionamento non sono compiuti esclusivamente sul territorio italiano». E ancora: come armonizzare le disposizioni del decreto legislativo 166/2009 con la



normativa europea?

Come ha evidenziato anche in chiusura di convegno l'avvocato Cartella, la nuova disciplina «risulta punitiva, cioè va a colpire, chi delocalizza, anche solo in parte. E contemporaneamente premia chi riesce ancora a compiere l'intero ciclo produttivo interamente in Italia. La norma crea dunque una contrapposizione non

risolutiva tra piccolissimi produttori e il resto delle aziende». Il concetto di Made in Italy «dovrebbe essere una "patente di qualità" dell'azienda - ha concluso l'avvocato -, invece la legge certifica il solo lavoro fatto in Italia. Una tutela dovrebbe invece prescindere dalla mera allocatione sul territorio nazionale: non è scontato che tutto ciò che è fatto in

Italia sia espressione del concetto qualitativo, dello stile, della suggestione e del valore che sta dietro all'idea di Made in Italy». Riflessione cui si è aggiunta quella di Barisoni, che si è chiesto se il Made in Italy non debba essere materia del marketing piuttosto che di una legge. Forse, ha detto an-

"Non è scontato che tutto ciò che è fatto in Italia sia espressione del concetto qualitativo"

cora, bisognerebbe capire che la difesa dei piccoli non può essere rappresentata dalla morte dei grandi e la lotta alla contraffazione andrebbe fatta con una cooperazione e con accordi internazionali efficaci fra gli Stati.

LA LEGGE

In vigore il 1° ottobre

Il provvedimento prevede che la denominazione "Made in Italy" possa essere usata esclusivamente per prodotti finiti le cui fasi di lavorazione abbiano avuto luogo prevalentemente nel territorio italiano; in particolare, se almeno due fasi della lavorazione sono state eseguite nel territorio italiano e se per le rimanenti fasi è verificabile la tracciabilità. I prodotti che non potranno essere marchiati come "Made in Italy" dovranno essere obbligatoriamente etichettati con l'indicazione dello Stato di provenienza. L'etichetta obbligatoria consentirà la tracciabilità, indicando non dove il prodotto è stato finito ma dove sono state eseguite le lavorazioni. Etichetta che dovrà essere apposta su tutti i prodotti finiti e intermedi, evidenziando il luogo di origine di ciascuna delle fasi di produzione. Dovranno esserci tutte le indicazioni sulla conformità dei processi di lavorazione alle norme vigenti in materia di lavoro, la certificazione di igiene e sicurezza dei prodotti; ma anche l'esclusione dell'impiego di minori nella produzione; il rispetto della normativa europea e degli accordi internazionali in materia ambientale. Il provvedimento dovrebbe entrare in vigore il primo ottobre.

L'ateneo friulano in prima fila nel campo delle energie a difesa dell'ambiente

UNIVERSITÀ

LE SOLUZIONI

Progetti "alternativi"

Si va dal teleriscaldamento alle tecnologie che trasformano l'energia chimica in elettrica

Mara Bon

Fare sistema per valorizzare le potenzialità del tessuto imprenditoriale, sensibile all'ambiente.

L'invito arriva dal mondo accademico, impegnato nel campo della ricerca sulle energie alternative con diversi progetti.

Sono molteplici le sperimentazioni che vedono il coinvolgimento dell'Università di Udine con le sue strutture e dipartimenti.

Studi e applicazioni innovative sulla cogenerazione-teleriscaldamento sono portate avanti dal CIFRA, il Centro Interdipartimentale per la Formazione e la Ricerca Ambientale.

Uno dei progetti riguarda una rete di teleriscaldamento di 13 km di anello sul territorio locale: si tratta di un'iniziativa che consente una notevole riduzione dei costi di servizio, oltre a 20 mila tonnellate in meno di Co2 rispetto al sistema tradizionale e la riduzione dei problemi legati alla sicurezza.

Inoltre il Centro, in collaborazione con l'Unione Industriale di Pordenone, ha avviato un audit energetico alle più rilevanti aziende del pordenonese, mentre con l'Area Science Park ha effettuato uno studio sulle necessità formative di operatori termotecnici in Friu-



li Venezia Giulia.

Queste importanti progettualità legate alle energie alternative trovano in regione "un territorio fecondo di imprenditorialità", come ha spiegato il prof. Gio-

acchino Nardin, direttore del Centro. Tuttavia uno dei punti di debolezza nel portare avanti le ricerche in questo campo è legato alla difficoltà nel fare sistema tra enti amministrativi e enti di ricerca pubblici. La collaborazione è dunque fondamentale per non disperdere le risorse e gli investimenti.

L'Università degli Studi di Udine è coinvolta anche nel progetto RiducaReflui di Veneto Agricoltura, finanziato dalla Regione Veneto. Il gruppo dell'ateneo friulano, rappresentato dall'unità operativa del Prof. Roberto Chiumenti, fa parte dell'azione n.5 del

progetto, ovvero quella finalizzata alla valutazione tecnico/ambientale delle tecnologie di trattamento.

Il progetto può essere ritenuto strategico nell'ambito della problematica relativa alla Direttiva Nitrati, in quanto va ad analizzare le principali tecnologie per il trattamento del digestato da impianti di digestione anaerobica con lo scopo di verificarne l'applicabilità, le problematiche ambientali, legate principalmente alle emissioni di gas ed odori e alla gestione di azoto e fosforo e, in definitiva, la loro sostenibilità economica.

Le soluzioni tecnologiche oggetto di studio pos-



L'impianto pilota di digestione anaerobica verrà monitorato a Gorizia

sono essere suddivise in "distruttive" o "conservative", a seconda che il surplus di azoto venga allontanato dal digestato ed immesso in atmosfera sotto forma di azoto molecolare (approccio distruttivo) o venga valorizzato in prodotti fertilizzanti (approccio conservativo). Nell'ambito dei processi conservativi si stanno studiando: impianti di separazione liquido/solido; processi avanzati a membrane; processi di concentrazione/evaporazione sotto vuoto; essiccazione del digestato con produzione di solfato d'ammonio; compostaggio del digestato.

In tema di fonti rinnovabili, l'ateneo sta portando avanti anche un progetto legato allo sviluppo di nuovi materiali, in celle

a combustibile, in grado di trasformare l'energia chimica direttamente in energia elettrica. Oltre che con idrocarburi, il dispositivo può essere alimentato a idrogeno; sistema studiato per ottenere alta efficienza.

"È un settore - ha spiegato il prof. Alessandro Trovarelli, referente del progetto - con grandi opportunità". Tuttavia, spesso l'applicazione riguarda comparti di nicchia, con forti ricadute sui costi e la durata. Per le piccole imprese è difficile poter predisporre dei laboratori e delle risorse sufficienti.

Per razionalizzare i costi e ottimizzare la ricerca nelle energie alternative, la capacità di fare sistema diventa quanto mai un fattore determinante.

CURIOSITÀ

Il primo impianto di digestione anaerobica

Nell'ambito del progetto RiducaReflui, i monitoraggi vengono condotti in Italia e anche all'estero ove esistono impianti in scala reale, operanti su digestato da impianti di codigestione, non presenti in Italia: sono state effettuate prove in Germania, Svizzera e Belgio.

Verrà anche monitorato il primo impianto italiano di digestione anaerobica "a secco" in fase di ultimazione in provincia di Gorizia.

L'unità operativa dispone di impianti pilota di digestione anaerobica, sia in scala da laboratorio, sia in unità mobili in container e su telaio, in modo da poter valutare la produttività in biogas di diverse matrici.

Nell'ambito dell'utilizzo energetico della pollina il gruppo operativo è coinvolto nella realizzazione di un impianto di combustione con produzione di energia elettrica: non appena ultimato verranno anche effettuate campagne di monitoraggi per verificarne l'impatto ambientale.

IL SISTEMA

Lo "Specchio Lineare" unirà le funzioni di fotovoltaico e pannello solare

Ecco l'impianto solare che rivoluziona l'energia

Lo "Specchio Lineare", il sistema inventato all'Università di Udine per lo sfruttamento dell'energia solare e per produrre dunque energia pulita, è realtà, pronto per essere industrializzato e commercializzato. La macchina è una novità assoluta nel settore dei sistemi termodinamici e delle tecnologie pulite. Il sistema, infatti, è in grado di produrre una quantità di energia da due a tre volte superiore rispetto a quella di un impianto solare classico (fotovoltaico o pannelli solari) di pari dimensioni e costo. Inoltre, potrà svolgere assieme le funzioni che, attualmente, sono svolte separatamente da pannelli solari e impianti fotovoltaici: produrre elettricità e fornire calore. Un prototipo di Specchio Lineare è già stato com-

missionato dalla Regione Friuli Venezia Giulia. Grazie alle sue caratteristiche il prodotto è destinato a privati (utenze familiari e condominiali), utenze pubbliche (enti, scuole, ospedali, piscine, ecc.), industriali,

Il progetto è nato dalle ricerche svolte da Hans Grassmann al dipartimento di Fisica

imprese agricole per il riscaldamento delle serre, società di produzione di energia elettrica. «Lo specchio lineare - spiega Hans Grassmann, ricercatore dell'ateneo di Udine - rende disponibile, a un costo accessibile, una fonte di energia pulita, efficiente, adatta a di-

verse applicazioni, di facile integrazione con gli impianti preesistenti (riscaldamento e impianti elettrici), e con un rapido ritorno dell'investimento. L'obiettivo è offrire a famiglie e imprese la possibilità di utilizzare fonti rinnovabili senza affrontare un pesante investimento come quello richiesto per le tecnologie solari attuali».

Il progetto è nato dalle ricerche svolte da Hans Grassmann al dipartimento di Fisica dell'ateneo friulano. Brevettato, è stato sviluppato da Isomorph srl, azienda spin off dell'università di Udine. Della produzione, industrializzazione e commercializzazione si occupano, in collaborazione con le officine Ocsam di Campoformido, Hans Grassmann, Michele Sambo e Fabio Zilli, che presto daranno vita a

un altro spin off dell'ateneo, Solamente srl. Nel 2009 Specchi Lineari si è classificato al secondo posto a Start Cup Friuli Venezia Giulia, la competizione regionale riservata ai migliori progetti innovativi.

Nel 2009 Specchi Lineari si è classificato al secondo posto a Start Cup Friuli Venezia Giulia

«Lo Specchio Lineare - sottolinea il delegato alla Ricerca e al trasferimento tecnologico dell'Università di Udine, Michele Morgante - è un altro esempio e dimostrazione della capacità dell'ateneo di trasferire i risultati della ricerca ac-



L'impianto a Specchi Lineari è un insieme di specchi piani in alluminio, da 20 a 50

cademica alla produzione industriale, questa volta in un settore, quello delle energie rinnovabili, in grande crescita e che sarà un pilastro dell'economia post-crisi».

Caratteristiche costruttive. L'impianto a Specchi Lineari è un insieme di specchi piani in alluminio, da 20 a 50, montati su un sistema di assi e leve che inclinano gli specchi tramite due piccoli servomotori in modo da catturare i raggi solari durante tutto l'arco della giornata su un'unica superficie ricevente, simile a un unico grande specchio.

Caratteristiche funzionali. Lo Specchio Lineare, convogliando i raggi solari su un collettore, è in grado di riscaldare l'acqua fino a circa 100 gradi anche in inverno e di utilizzare fluidi termovettori, come oli sintetici, per raggiungere temperature superiori ai 200 gradi. Può essere collegato con impianti di riscaldamento o condizionamento e con tutti i cicli produttivi in cui siano richieste fonti di calore. L'impianto, grazie alla sua modularità di costruzione, può essere adattato a varie richieste energetiche e produrre da 4 a 8 KW.

Dopo la crisi ci si aspetta maggiore attenzione all'ingegneria del software e all'ingegneria genetica

ATTUALITÀ

FRIULI INNOVAZIONE

Investire nella ricerca

Nell'anno in corso seguiti oltre 50 progetti anche europei in diversi settori

Tommaso Botto

Fabio Feruglio, Direttore di Friuli Innovazione, il vostro consorzio ha risentito della crisi?

“Ne abbiamo risentito in alcune nostre attività, soprattutto nell'ambito di quei progetti che riguardano il 'fare impresa'. Abbiamo però anche esempi in controtendenza. Quel che ci si attende nel dopocrisi è che le aziende dovranno avere a che fare molto di più con l'innovazione, con lo sviluppo di conoscenze, competenze, capacità distintive, relazioni internazionali e tecnologia. Ci saranno straordinarie opportunità ma solo per quelle aziende che saranno preparate: ci si aspetta maggiore attenzione all'ingegneria del software e all'ingegneria genetica piuttosto che all'ingegneria finanziaria. Attualmente, le priorità sono l'occupazione e le imprese”.

Quale tipo d'impresa?

“Ci dedichiamo sostanzialmente alle piccole imprese (meno di venti dipendenti). L'Unione Europea stessa dice che è importante coltivare questo tipo di tessuto e aiutarlo a crescere. Tutte le attività di ricerca e di innovazione più promettenti partono da competenze multidisciplinari ma abbiamo cercato di concentrar-



ci, per dimensioni, su alcuni settori: biotecnologie, metallurgia, ICT, legno, energia e ambiente. **In cosa consiste la vo-**

Il "Parco" si dedica sostanzialmente alle imprese con meno di venti dipendenti

stra attività?

“Fondamentalmente diamo servizi a tutte le imprese del territorio regionale, guardando però al mondo intero. Lavoriamo

a due livelli: portare innovazione nei settori tradizionali e aiutare a 'partire' nei settori altamente innovativi. Siamo quindi un'opportunità, complementare alle iniziative delle amministrazioni pubbliche, della Camera di Commercio e delle associazioni di categoria. Nella pratica, sviluppiamo progetti nei settori e nei servizi in cui ci siamo specializzati. Infatti, Unione Europea, Italia e Regione Friuli Venezia Giulia finanziano, attraverso un bando, chi redige e realizza un progetto su un determinato tema. C'è quindi un processo di

valutazione della domanda (se realmente innovativo, se ha caratteristiche d'impatto sui processi aziendali, per credibilità del team e risorse investite). Dopo di che si costituisce una partnership: in alcuni progetti siamo capofila, in altri siamo partner, ossia qualcuno ci ha scelto in base a referenze e credibilità per proporre progetti ed iniziative europee. **I progetti che seguite sono numerosi...** “Diamo supporto ed assistenza alla creazione e all'avviamento di nuove aziende Hi-Tech e ICT, all'aggregazione e all'in-

ternazionalizzazione di imprese, alla ricerca, all'innovazione ed al trasferimento tecnologico, ossia promuoviamo sinergie durevoli tra mondo imprenditoriale e sistema della ricerca scientifica.

Nell'anno in corso stiamo seguendo: 10 progetti regionali/nazionali, di cui otto in fase di conclusione e due in corso (approvati e finanziati), IN-FVG Idee Nuove per lo sviluppo sul territorio regionale e il Polo Formativo di istruzione e formazione tecnico superiore ICT; 14 progetti regionali, in attesa di valutazione, sul Bando regionale POR FESR 2007-2013, di cui sei nel settore della Domotica, due nel settore della Biomedicina Molecolare e altri sei nel settore della Cantieristica Navale; 15 Progetti europei, di cui tre già approvati e finanziati (TRI ICT Cooperazione PMI innovative utilizzatori avanzati e organizzazioni di supporto nel settore ICT - Interreg IV Italia-Austria-EXE-PRIZE, Erasmus per Giovani Imprenditori EXE-MORE, Erasmus per Giovani Imprenditori, seconda fase pilota 2010-2011) e altri dodici, in attesa di valutazione, su bandi Interreg e VII Programma Quadro di ricerca e sviluppo tecnologico”.

CURIOSITÀ

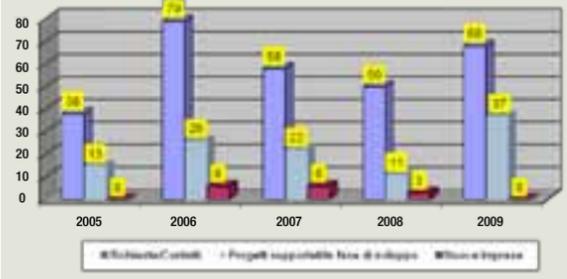
La sedia su YouTube

Friuli Innovazione ha realizzato, in collaborazione con l'Università di Udine, un video dal titolo YU4U e scaricabile da YouTube. È stato realizzato nell'ambito del progetto "Filiera della Sedia 100% made in FVG" con un budget inferiore ai 5.000 euro. Mira ad intercettare interessi "specializzati" facendo viaggiare la sedia "Yu" attraverso le reti di connettività globale, internet e dispositivi mobili, in maniera possibilmente virale. Oltre al video, YUGame, gioco per Iphone, realizzato da Mobile 3D srl e già disponibile gratuitamente su AppStore. Fabio Feruglio: "A Febbraio è stato scaricato 2600 volte (2000 negli Usa). Sono nuovi modelli che le imprese ormai devono adottare”.

IN CIFRE

Techno Seed
15 imprese in 5 anni

Nel 2009 Friuli Innovazione ha presentato 18 progetti (nel 2008 erano 9) su bandi europei e 4 su bandi regionali; sono state svolte attività di assistenza diretta a 28 imprese; sempre nel 2009 si è concluso il progetto Techno Seed che ha dato vita a 15 nuove imprese in 5 anni. Le persone occupate direttamente nello staff sono 15 e vengono stimate in 81 quelle impiegate per progetti seguiti direttamente da Friuli Innovazione, 34 in attività partecipate e 175 in attività connesse (totale: 305 unità). Il Parco Scientifico e Tecnologico "Luigi Danieli" verrà ampliato con 3.000 mq di superficie coperta: il bando, ad offerta economicamente più vantaggiosa, prevede tre nuove aree, da realizzarsi entro gennaio 2012, e una base di gara di 5,5 milioni di euro. Le aziende attualmente insediate sono 26, di cui 12 "incubate”.



CCIAA

Uno strumento unico in Italia

Tessera sanitaria e firma digitale insieme

La firma digitale "all'interno" della carta nazionale dei servizi. Tradotto: un unico strumento - la tessera sanitaria - per consentire all'utente, che già la possiede, di avere su di essa anche la firma digitale, senza oneri aggiuntivi.

Questa l'iniziativa che sta mettendo in campo la Camera di Commercio di Udine - prima in Italia -, tramite un protocollo d'intesa con la Regione: un servizio innovativo e all'avanguardia, che porterà a minori costi e a una semplificazione per le imprese, ma anche per la Cciaa stessa, in quanto verrebbe caricato sulla tessera sanitaria solo il certificato di firma, utile per tutte le procedure di Comunicazione, attive dal 1° aprile, per la nascita e la vita



dell'impresa. Il sistema assicurerà dunque anche alla Regione e alle pubbliche amministrazioni coinvolte un grande impatto in termini di razionalizzazione delle risorse e di utilizzo delle tecnologie, agevolando la velocità e l'economicità delle procedure.

La Cns sarà dunque un più comodo strumento per presentare le pratiche al Registro Imprese e alle altre amministrazioni (Inps, Inail, Agenzia delle Entra-

te e altre eventuali) interessate all'applicazione della ComUnica, che sarà subito operativa. La proposta è emersa proprio perché la carta sanitaria è già in possesso di tutti i cittadini della regione

ed è proprio una Cns, che per legge deve consentire a tutte le pubbliche amministrazioni di inserire propri dati e servizi.

Il protocollo d'intesa s'inserisce nel solco delle numerose iniziative della Camera di commercio per la semplificazione delle procedure attraverso un sempre più marcato utilizzo della telematica e delle nuove tecnologie, e sarà ora proposto anche all'Unione regionale.

UdineEconomia

mensile fondato nel 1984

Direttore editoriale:

Giovanni Da Pozzo

Direttore responsabile:

Daniele Damele

Caporedattore

Davide Vicedomini

Editore:

Camera di Commercio di Udine

Via Morpurgo 4

33100 Udine

Tel. 0432 273111/519

Progetto grafico:

Colorstudio

Impaginazione/Fotoliti:

Digigraf - Udine

Stampa:

Editoriale Fvg

Fotoservizi:

Foto Agency Anteprema

Archivio:

C.C.I.A.A. - Anteprema

Per la pubblicità rivolgersi a:

EURONEWS

Tel. 0432 512270-292399-

202813

La tiratura del mese di febbraio, è stata di 52 mila copie

Il settore edile è in continuo mutamento. C'è però una nicchia che sta dando diverse soddisfazioni

IMPRESE

APRILE ALESSANDRO & C. SNC

Restauro in Friuli, che occasione!

Giada Bravo

Qual è quell'impresa nata come azienda di costruzioni quasi 50 anni fa che oggi si occupa con successo non solo di realizzazioni e risistemazioni edili ma anche di prestigiose opere di restauro, accurate bonifiche ambientali e attività legate al settore immobiliare? La risposta è soltanto una, Aprile Alessandro, realtà imprenditoriale gestita con passione e grinta da una famiglia unita che non solo vanta lunga esperienza nel settore ma che nel tempo ha dimostrato di sapersi adattare velocemente ai cambiamenti dettati dalle esigenze di mercato. A dare vita all'azienda co-

L'impresa friulana si occupa di restauro. Nello staff diversi archeologi. E c'è una conoscenza approfondita nella bonifica ambientale



Le ex scuole di San Lorenzo di Fiumicello dopo il restauro e Piazza Capitolo a Aquileia



L'azienda è nata 50 anni e si occupa anche di realizzazioni e risistemazioni edili

me ditta individuale è stato Alessandro Aprile che, nel 1964, ha realizzato il suo più grande sogno incoraggiato e aiutato dalla moglie, per tanti anni impegnata in prima linea insieme a lui. In nome della continuità generazionale, poi, il testimone è passato nelle mani della figlia Flavia che non ha esitato a raccogliere la sfida insieme al marito, Paolo Pontel, e lanciarsi in una nuova avventura. "La nostra - spiega Flavia - è un'impresa di costruzio-

ni che opera in molti settori che spaziano dal privato al pubblico, dalla costruzione alla risistemazione edile, dal restauro alla bonifiche ambientali, includendo persino l'attività immobiliare. Siamo in grado di affrontare le situazioni più differenti, offrendo alla clientela la nostra professionalità e una vasta gamma di tipologie d'azione per la realizzazione di edifici ma anche per il più impegnativo dei ripristini. È un'occasione di lavoro stimolante che ci permette di mettere in campo il nostro staff di restauratori e archeologi e che ci porta ad operare a stretto con-

tatto con la Soprintendenza ai beni culturali e con altre realtà specializzate nel settore. Inoltre, spesso ci occupiamo anche di bonifica di amianto e di rifiuti in genere, perché lo sgombero dei materiali di scarto rappresenta la prima fase di un intervento di restauro". Un successo, quello della Aprile Alessandro, che perdura negli anni grazie alla voglia di evolversi e mettersi continuamente in gioco attraverso l'analisi del mercato di riferimento per cogliere tutte le peculiarità e la scelta delle strategie migliori per vincere le prove quotidiane sfoderando sempre

la soluzione giusta e soprattutto lavorando sodo. "Un vero imprenditore - spiega ancora Flavia - deve sapersi organizzare bene. Per

Il lavoro porta ad operare a stretto contatto con la Soprintendenza ai beni culturali

questo ho individuato alcuni aspetti focali che hanno caratterizzato il nostro fortunato percorso. Il primo è la lungimiranza, ovvero la

capacità di saper interpretare i segnali che il mercato invia e sapersi orientare di conseguenza. Poi c'è la diversificazione, che ci ha portato ad approfondire la specializzazione nel campo del restauro e ottenere le iscrizioni all'Albo Gestori Rifiuti necessarie per poter operare nel settore della bonifica e anche del trasporto di amianto. Poi ancora la formazione, un impegno profuso nel seguire i corsi di preparazione. E infine l'innovazione, intesa come acquisizione di competenze e conoscenze per tenersi continuamente aggiornati".

IN CIFRE

+45% di fatturato

I risultati attestano un incremento del fatturato del 45% rispetto al 2008 (e già nel 2008 era cresciuto del 30% rispetto al 2007) e pure un incremento degli investimenti con l'assunzione di 2 nuovi collaboratori. "Questi risultati ci danno indubbiamente molta soddisfazione - spiega Flavia Aprile - ma vorrei sottolineare come per ottenerli sia stato fondamentale mettere in campo più impegno, più ore in azienda e più elasticità. La crisi, infatti, richiede sempre una maggiore disponibilità in termini di tempo e di acquisizione di competenze, perché dobbiamo essere veloci nelle decisioni.

CURIOSITÀ

Rinvenute necropoli e affreschi

Importanti interventi di restauro hanno permesso di riportare all'antico splendore alcune strutture ormai deteriorate. Nella Centa di Joannis è stata trovata una necropoli del X secolo; nella Porta Aquileia a Palmanova sono stati ridati alla luce affreschi di fine 1500 (soggetti araldici) e 1800 (Madonna); sempre a Palmanova, il Magazzino delle Fortificazioni e il Museo della Resistenza, utilizzato ai tempi del Fascismo per la detenzione dei partigiani, sono stati rinvenuti interessanti graffiti incisi sulle pareti delle celle. Ma il vero fiore all'occhiello è l'intervento in piazza Capitolo ad Aquileia. "Abbiamo restaurato tutta la pavimentazione esterna dell'area utilizzando ben 400 mc di pietra varia, soprattutto arenaria di Muggia e Aurisina".

CARBON COMPOSITI A Basiliano ogni idea trova realizzazione

30 anni di esperienza nei materiali compositi

All'attivo due brevetti, un mercato diviso a metà tra quello domestico e quello internazionale, un'esperienza trentennale nei materiali compositi, un ricco know how tecnico e un'adeguata tecnologia.

Sono gli asset vincenti che hanno fatto di Carbon Compositi di Basiliano un punto di riferimento ben oltre i confini regionali per produttori e utilizzatori di articoli in Prfv, ovvero materiale plastico rinforzato con fibre di carbonio o fibre di vetro. Un consulente in grado di fornire assistenza tecnica e supporto di ingegneria durante tutte le fasi di realizzazione dei manufatti, "dalla progettazione e/o

L'attività è partita presso l'incubatore di impresa di Trieste

produzione di prototipi alla verifica strutturale, ai controlli finali di ogni tipo di struttura in Prfv", spiega il fondatore e amministratore unico, Valerio Danielis.

Un'attività avviata nel 1992 dopo una lunga frequentazione della vetroresina e partita presso l'incubatore d'impresa di Trieste prima di insediarsi in Friuli.

Innumerevoli i settori di applicazione dei materiali compositi, alcuni

storici ed altri che stanno oggi scoprendo le loro caratteristiche competitive. "Sono materiali isolanti, resistenti agli agenti atmosferici e alla corrosione - elenca Danielis -, non inquinanti, termoisolanti, con un peso specifico inferiore da tre a sei volte rispetto ai materiali tradizionali".

Classici ambiti d'impiego sono la nautica e la chimica. A questi ora s'aggiungono il settore dell'energy power, per le strutture atte al trattamento dei fumi di scarico; dell'edilizia, "soprattutto nelle opere di restauro per rafforzare le strutture con materiali leggeri e resistenti"; il comparto dei complementi d'arredo,



Travi di sostegno dei filtri delle ceneri provenienti dal boiler presso una centrale Enel a Brindisi

dalle lampade alle sedie, in cui i materiali compositi evidenziano tutta la loro versatilità.

A Basiliano ogni idea trova realizzazione. Carbon Compositi, infatti, consiglia i materiali idonei, supporta nella progettazione e nell'ingegnerizzazione, realizzando anche prototipi e piccole serie. A ciò s'aggiungono le perizie tecniche eseguite in loco; riparazioni, montaggi, modifiche strutturali o manutenzione; rivesti-

menti di strutture edilizie degradate con proprio personale specializzato; prove di laboratorio per la valutazione delle proprietà chimico-fisiche di materie prime e prodotti finiti; analisi di lavoro interno ed esterno.

"Oltre che degli ingegneri e tecnici in organico - conclude Danielis - ci avvaliamo della collaborazione di professionisti esterni con significative esperienze nel settore".

Antonella Lanfrat

Sulle nostre tavole i prodotti provenienti da Perteole di Ruda

IMPRESE

AZIENDA AGRICOLA BOTTEGA SUINA

Il meglio del norcino

La qualità dell'alimentazione risulta fondamentale per l'ottenimento di carni squisite

Gianni Lauretig

Cevapicici, prosciutti cotti, prosciutti crudi, mortadelle, würstel, salame e tutti i possibili tagli di carne suina: questo è il focus produttivo dell'Azienda Agricola "La Bottega Suina" di Marina Franzon in Perteole di Ruda.

"Allevare suini domestici, prima di essere il mio lavoro, è una vera e propria passione nel solco della tradizione portata avanti nel pieno rispetto di questo generosissimo animale", dice Massimiliano Krcivoj, macellaio con notevoli esperienze a Reggio Emilia e in Austria nonché autore della trasformazione di tutta la carne trattata in questa vera e propria "Boutique del Maiale".

Ad affiancare Massimiliano troviamo Marina Franzon che, lasciando le ambizioni attinenti il mondo dell'architettura (è laureata in questa disciplina al prestigioso IUAV di Venezia), capisce ben presto quanto la sua strada corrisponda a quella del compagno Massimiliano, innamorandosi così anche dell'arte norcina e dedicandosi quindi alla cura dei 350 capi costituenti l'allevamento in proprio.

I suini sono allevati rispettando i più rigorosi standard qualitativi e – soprattutto – il buon senso di considerare il maiale come un animale da rispettare e nutrire con amore affinché possa dare all'uomo la migliore carne possibile. Proprio per questo gli animali godono di ampi spazi all'interno di confortevoli box in legno il cui pavimento è completamente rivestito da paglia. La scelta del cibo somministrato è scrupolosissima: cereali, mais, verdure e frutta (tutti provenienti da campi di proprietà)



non lasciano spazio alcuno né a pastoni né a siero derivante dalla lavorazione del formaggio.

"Proprio perché azienda agricola, ci teniamo al fatto che il cibo venga totalmente seguito da noi senza ricorrere a forniture di cui non conosceremo l'origine", dice Marina Franzon.

za solo cibo secco evitando quello liquido al fine di permettere ai salami una corretta ed equilibrata stagionatura evitando in tutte le fasi di lavorazione la formazione di muffa ed eventuali batteri.

I macchinari utilizzati sono di prim'ordine, come il forno a vapore con affu-

Sono 350 i capi allevati nell'azienda. I proprietari sono Massimiliano Krcivoj e Marina Franzon.



La qualità dell'alimentazione risulta fondamentale per l'ottenimento di carni squisite che poi finiscono sulle nostre tavole: la "Bottega Suina" utiliz-

micatoio (con relativo castellino dedicato alla posa della segatura), le celle di asciugatura e affumicatura ed il cutter per i würstel.

IN CIFRE

Tre capi macellati a settimana

Capi allevati	350
Anno di apertura dello spaccio carni	2008
Suini macellati	tre capi a settimana
Prodotti offerti	Salame Friulano, Porchetta, Pancetta, Patè, Würstel, Pancette Affumicate, Mortadelle, Prosciutti Cotti e Crudi, Spiedini, Cevapicici.
Macchinari utilizzati	Forno a vapore con affumicatoio (affumicatura ottenuta con segatura, per mortadella e würstel), Forno tradizionale (per porchette, arrostiti e prosciutto cotto nel pane), frighi, impastatrice, cella di asciugatura e affumicatura, cutter per würstel e patè di suino.
Telefono	335 1748144
Fax	0431/99134
Orari	martedì e mercoledì 09:00-12:30; venerdì e sabato 09:00-12:30 e 15:30-19:00
Spaccio aziendale	Via Diaz 21, 33050 Perteole di Ruda (UD)
Allevamento aziendale	Via Diaz 30, 33050 Perteole di Ruda (UD)

AZIENDA AGRICOLA FALESCHINI

Dal 1990 in Valcanale

Il pioniere del Bio

Raccogliere i frutti della terra, rispettando l'ambiente. È questa la filosofia dell'Azienda agricola montana condotta da Luigi Faleschini, che opera dal 1990 in Valcanale. Produce ortaggi di pregio e piccoli frutti quali lamponi, ribes, more e fragole, rigorosamente con metodi biologici.

Faleschini, noto come "Gigi Verdura", dopo una prima fase della vita da emigrante (si è diplomato perito agrario a Milano), è tornato in Alto Friuli, di dove è

male: altrimenti, mi sarebbe sembrato di compiere un delitto verso l'ambiente». Gigi comincia così con la coltivazione sul suo appezzamento di patate, fagioli, cavoli, radicchio e tegoline, cercando di far sempre ricorso alle sementi locali per mantenere la tipicità del luogo. Nel 1995, però, è costretto a cambiare strada. «Una forte grandinata – ricorda Faleschini – mi aveva messo in ginocchio. Così, ho deciso di far ricorso, per parte della produzione, ai tunnel freddi». L'aumento della superficie culturale si sposa con la scelta di appoggiarsi per la vendita estiva alla Cooperativa agricoltori Valcanale, nello spaccio di Ugovizza. E cresce la voglia di 'espandersi' verso i negozi di Udine (attualmente, ne serve sette): «La produzione estiva in montagna offre, grazie al microclima, 'primizie' che la pianura non riesce a regalare nel periodo. Parlo di piccole zucchine con il fiore, tegoline Marconi o radicchio a cespo, variegato o precoce. Portare in città questi ortaggi mi ha dato grandi vantaggi».

Tra gli obiettivi creare uno spaccio aziendale nella casa di Pontebba

originario, per far partire l'azienda. «Il legame con la terra è sempre stato forte – racconta – e mi sono mosso alla ricerca di un campo da coltivare, trovandolo a Malborghetto». Dimostrando di avere le idee chiare fin dall'inizio: «Ho 'sposato' da subito la scelta del biologico, perché in montagna secondo me, non si può agire in altro modo. I terreni sono puri e ricchi di sostanze organiche, grazie al lavoro dei nostri nonni, e senza tracce di concimazione chimica. Sono stato un pioniere del 'bio', ma per me è nor-



I prodotti dell'azienda finiscono sui banchi di sette negozi di Udine

rizza, ma anche del Veneto. In più, qui nascono conserve e composte che portano il marchio dell'azienda valcanalese. Gigi, inoltre, è presidente dell'Associazione di promozione e tutela del radic di mont, collegata al locale presidio Slowfood.

Quali idee per il futuro? «Ho tre obiettivi – conclude Luigi – implementare la ricerca su produzione e trasformazione; far crescere l'attenzione sulle erbe selvatiche locali e creare uno spaccio aziendale nella mia casa di Pontebba». Il tutto, sempre con l'amore per la terra in primo piano.

CURIOSITÀ

I prodotti principe prosciutto cotto e mortadella

Sono due i prodotti premium di cui Massimiliano e Marina vanno particolarmente fieri: il Prosciutto Cotto e la Mortadella de "La Bottega Suina".

Il Prosciutto Cotto è un salume completamente naturale, prodotto con la coscia disossata e messa in salamoia. Fondamentale come garanzia della sublime qualità di questo affettato è l'interezza della coscia stessa che non viene né assemblata né pressata. La scarsissima presenza d'acqua, la cottura lenta con una delicata affumicatura e spezie selezionate conferiscono un sapore inconfondibile che si ricorda nel tempo.

La Mortadella è un capolavoro dell'artigianato norcino: solo polpa di prima qualità, lardellino e nessuno spazio per grassi aggiunti, glutammato, farine e derivati del latte. Queste mortadelle – rigorosamente insaccate in budelli naturali – sono riconoscibili a prima vista grazie alla loro particolarissima forma simile a quella del culatello e lontana anni luce dalle dimensioni industriali.

Altre prelibatezze da gourmet sono poi il patè di suino e i "pronti a cuocere".

Lavorare nell'ambito delle automazioni industriali vuol dire mettere a disposizione il proprio know how informatico

IMPRESE

ISAR

Impianti al sicuro

L'azienda sta attualmente partecipando all'avviamento di una centrale elettrica in Egitto

Tommaso Botto

Denis Pellizzari è il titolare della Isar snc, azienda iscritta all'albo delle imprese artigiane nel settore delle automazioni industriali. In pratica, non produce, non installa, non commercia ma vende esclusivamente la sua esperienza e le sue conoscenze. Si occupa, infatti, di un'attività assai particolare per la quale è necessario un know-how che pochi professionisti al mondo detengono: consulenza e messa in servizio di automazioni per impianti di produzione di energia elettrica. L'azien-



DATI

Ha operato in dieci Paesi

Isar snc fattura approssimativamente 110.000 euro l'anno. Denis Pellizzari è l'unico operatore aziendale e presta la sua consulenza in esclusiva alla Abb, una delle quattro multinazionali che realizzano questi impianti in tutto il mondo. I principali siti industriali dove ha operato si trovano in: Brasile, Messico, Cina (due anni), Egitto, India, Romania (centrale nucleare di Cernavoda, due anni), Uruguay, Inghilterra (Manchester), Portogallo (centrale a biomassa). In Italia: Monfalcone, Montalto di Castro, La Spezia, Vado Ligure, Sardegna, Taranto, Cellino San Marco, Calabria, Palermo, Cefalù, Milazzo.

L'azienda si occupa di software e schede hardware atte a controllare tutti i processi dell'impianto

da lavora in subappalto, seguendo l'avviamento delle centrali, nell'ambito delle automazioni, forse la parte più delicata del complesso industriale: si tratta di software e schede hardware che controllano tutti i processi dell'impianto, quali, ad esempio, la regolazione del flusso del carburante e le procedure di si-

CURIOSITÀ

Sì al nucleare

Le numerose centrali che ha avviato utilizzano le più svariate fonti energetiche: dai combustibili fossili alle biomasse, dall'idroelettrico al nucleare.

A proposito di centrali nucleari, questa è la sua nota tecnica: "Se vengono rispettate tutte le procedure di sicurezza previste, non c'è alcun rischio. Oltre all'importante contributo energetico, vi è il vantaggio di non immettere fumi nell'atmosfera: ricordiamoci che bruciando un chilogrammo di combustibile fossile si producono poco più di 4Kw, "consumando" quindici chilogrammi di aria.

Il problema scorie sussiste ma, con tanti buchi fatti nel sottosuolo, mi sembra strano non trovarne di adatti. Dopo tutto l'uranio è un minerale che si trova nel sottosuolo".



curezza. Pragmatismo e modestia, insiti nel carattere di Denis Pellizzari, lo portano a definire "banale" la sua attività, che così riassume: "L'Isar snc è stata aperta nel 1992 al rientro dalla Cina; prima portava il mio nome. Il mio unico cliente è la Abb, una multinazionale del settore, la quale mi emette un ordine quadro annuale e mi propone i siti e le attività da svolgere. Ovviamente, fornisco anche consulenze all'insorgere di problematiche specifiche in impianti già in funzione. Il compenso è in funzione delle ore lavorate e dei giorni fuori sede, oltre il rimborso

delle spese straordinarie; si aggira attorno ai 400 euro lordi a giornata. Concorrenza: tanti ci provano ma pochi hanno le capacità".

Pellizzari, classe '44, pur essendo in pensione da qualche mese, sta attualmente partecipando all'avviamento di una centrale elettrica in Egitto. "Vado su e giù per il mondo dagli anni '70; la mia famiglia, quando è stato possibile, mi ha sempre seguito. Abbiamo contato una quarantina di traslochi. Mia moglie cura la parte amministrativa, mentre mio figlio conduce, in Portogallo, la medesima attività".

METALLASER

Nel 2010 si guarda anche alla sedia

Lamiere ad alta tecnologia

Parole d'ordine della Metallaser? "Professionalità e massima flessibilità applicate alla tecnologia d'avanguardia dei macchinari impiegati" ci risponde, quasi di getto, Bruno Cerueto, titolare insieme Michele Carra da di questo centro, che ha sede a Martignacco in Via Spilimbergo (tel. 0432.677587). "I macchinari d'avanguardia - continua a spiegare Cerueto - ci consentono infatti di soddisfare qualsiasi richiesta del cliente che si rivolge a noi, sia che richieda un singolo pezzo per arrivare anche a commissioni su larga scala". "Abbiamo le capacità e l'esperienza dell'artigiano - continua a spiegare Cerueto - che diventano però inscindibili dalle più alte e perfezionate tecnologie dell'industria manifatturiera d'avanguardia. Lavoriamo con passione - ha spiegato - tanto che

è un nostro piacere anche indirizzare il cliente verso le più recenti e innovative tendenze della tecnologia applicata nella lavorazione dei metalli, come ad esempio nella lavorazione della lamiera, il tutto in perfetta armonia e in linea con i più alti standard qualitativi.

Un campo di impiego è anche quello della fornitura di componentistica per impianti di rilevamento satellitare

Questo ci permette anche - ha sottolineato Cerueto - di modificare un prodotto già esistente migliorandone quanto possibile l'aspetto qualitativo e funzionale".

Per rimanere in linea

con così alti standard di qualità, inoltre, la Metallaser dispone di un fornito magazzino che contiene lamiere, che viene gestito per comodità e per evadere gli ordini nel miglior tempo tecnico possibile gestito via software, metodo che consente di monitorare perfettamente le previsioni di impiego, la scelta dei materiali che spaziano dagli acciai alto-resistenziali sino agli inossidabili, fino alle diverse tipologie di lega e finitura.

Un campo di impiego davvero interessante dell'azienda è anche quello della fornitura di componentistica per impianti di rilevamento satellitare, impianti audio video e decoder insieme ai relativi cablaggi, settori che in questi tempi diventano sempre più importanti e fondamentali nel campo dell'elettronica: "Uno dei nostri primi interessi - spiega ancora

il titolare della Metallaser - è stato uno specifico settore dell'elettronica e cioè la fornitura di componentistica per impianti di rilevamento satellitare, impianti audio video e decoder inclusi relativi cablaggi. Noi ce ne occupiamo in tutti i suoi passaggi, dalla realizzazione delle componenti stesse cioè fino alla finitura estetica dei metalli: scotch-brite, satinata

L'impresa è interessata anche ai nuovi metodi di illuminazione coi led

to, lucido, cromo, cromo lucido. Abbiamo compreso infatti come anche la componente estetica sia fondamentale per noi e per il cliente e faccia parte del "pacchetto" di fornire dei prodotti al altis-



sima qualità, per questo spingiamo anche perché i prodotti finiti evidenzino una costante attenzione nel processo di rifinitura: valenti collaboratori infatti si occupano esclusivamente delle lavorazioni di rifinitura come la cromatura, la nicelatura oltre alla verniciatura, alla zincatura, alla cataforesi e all'anodizzazione". Ultima ma certamente la non meno im-

portante la missione per il 2010:

"Stiamo lavorando ad una linea di sedie nostra - ha concluso Cerueto - e siamo interessati anche ai nuovi metodi di illuminazione coi led che permettono parità di illuminazione rispetto alla tecnologia tradizionale, solo che con la tecnologia LED si ha un risparmio energetico dal 50 al 80%".

Valentina Coluccia

Quando la crisi diventa opportunità.
Previsto un nuovo showroom e in arrivo
anche uno stabilimento

IMPRESE

ALTACUCINA



Produzioni di cucine su misura

NEL 1975 IL PREMIO DI MIGLIOR CUCINA

1953: nasce l'azienda

1959: si sposta nell'attuale sede in via Martignacco 403 a Udine.

1963: si comincia a realizzare cucine componibili

1975: vincitore del premio di miglior cucina alla Fiera della casa moderna.

1980: entrano in azienda i figli di Bruno, Tiziano l'attuale titolare e Edda.

1992: vengono realizzate e vendute direttamente soltanto cucine di alta qualità.

CURIOSITÀ

I nuovi progetti... ad arte

Mobili come opere d'arte. Con disegni unici che trasformeranno una normale anta in un quadro. È il nuovo progetto pensato da Tiziano Codutti per differenziare i prodotti artigiani dell'azienda di via Martignacco. La linea innovativa di cucine artistiche sarà presentata a settembre. E anche la presentazione di questa nuova collezione sarà un evento unico. «Abbiamo intenzione di organizzare una galleria d'arte in un locale vicino al Duomo di Udine anticipa Codutti per lanciare questo nuovo modo di pensare il mobile».

Cristian Rigo

Agli amici racconta di essere nato in mezzo alla segatura e nel suo caso non si tratta di una metafora. Perché quella volta, siamo nel 1960, i parti in casa erano molto frequenti e così l'attuale socio accomandatario di Altacucina, Tiziano Codutti, è venuto al mondo al secondo piano dello stabile che oggi ospita lo showroom dell'azienda artigiana. Suo papà, Bruno Codutti, l'ha fondata nel 1953 e dal 1959 la sede è quella di via Martignacco a Udine dove ancora oggi Tiziano lavora. Sempre a contatto con la segatura, disegnando e realizzando cucine su misura con l'aiuto del papà (pensionato ma ancora appassionato) e di cinque dipendenti.

Altacucina è infatti rimasta una piccola realtà artigiana che ha saputo vincere la concorrenza delle grandi aziende ritagliandosi una nicchia di mercato. Due le parole d'ordine di Altacucina: innovazione e qualità. Ovviamente su misura. Perché la carat-

teristica principale di Altacucina è proprio quella di trasformare in realtà la cucina così come la sognano i clienti.

Dal rilievo delle misure al progetto con lavorazioni manuali, dall'assemblaggio ai controlli, dall'installazione alle lavorazioni tecnologiche: tutte le fasi vengono seguite passo dopo passo con la supervisione del cliente che in questo modo ha la possibilità di veder nascere la "sua" cucina.

«All'inizio racconta Tiziano Codutti fornivamo solamente i negozi, ma poi la concorrenza delle grandi aziende ci ha costretto a cambiare radicalmente. Non potendo competere sui numeri per quanto riguarda la produzione, abbiamo deciso di puntare tutto sulla qualità rivolgendoci direttamente ai privati. E' stata una svolta, all'inizio è stata dura ma poi siamo riusciti a imporci. Chi viene da noi sa che può trovare una cucina di alta qualità a prezzi competitivi e assolutamente unica perché progettata e costruita su misura». Il prezzo medio di una cucina completa



di tutto è di circa 12 mila euro. «Ma si tratta di un valore indicativo spiega Codutti dipendente tutto dalle esigenze del cliente».

Un'altra particolarità di Altacucina è la promozione. Pubblicità e marketing sono ridotti ai minimi termini. «La nostra pubblicità la fanno i clienti assicura Codutti, sono loro i nostri venditori. Perché un cliente soddisfatto parlerà sempre bene della sua cucina anche a distanza di anni. E noi in zona abbiamo già realizzato circa 600 cucine quindi scherzando possiamo contare su una buona rete di vendita». In un anno Altacucina realiz-

za circa una cinquantina di cucine. Ma nel 2009 le vendite si sono ridotte di circa il 25%.

«La crisi si è fatta sentire continua Codutti inutile negarlo, ma abbiamo cercato di prendere questo momento di calo come un'opportunità e abbiamo deciso di rinnovare tutto lo showroom». L'inaugurazione dei nuovi spazi espositivi è prevista a settembre sempre in via Martignacco. Nel comune di Martignacco invece sorgerà il nuovo stabilimento produttivo: un progetto da 2 milioni di euro che si svilupperà su 4.200 metri quadrati di superficie.

CABEL ENERGY

A Gonars

Quadri elettrici per impianti

Si è tenuto il 12 febbraio scorso presso lo stabilimento della Cabel Energy a Gonars il primo evento "Porte aperte alla Cabel". La Cabel Energy vanta oltre 15 anni di esperienza nella produzione di quadri elettrici per impianti e automazioni, un costante ampliamento dell'azienda e un continuo rinnovamento tecnologico della produzione. Con questa oc-



Un'immagine della manifestazione "Porte aperte" che si è tenuta il 12 febbraio

Ultimo nato: il quadro dedicato al settore fotovoltaico

casione di incontro, primo evento di questo tipo tra gli operatori del settore in Regione, la Cabel Energy conferma la propria politica di attenzione ai propri clienti, che ha reso il marchio Cabel Energy sinonimo di fiducia per clienti e

fornitori in Friuli Venezia Giulia.

L'evento ha visto un'ottima partecipazione da parte di tecnici e responsabili aziendali, che hanno potuto visitare l'area produttiva della Cabel Energy, osservare i prodotti in fase di realizzazione e toccare con mano il nuovo quadro dedicato al settore del fotovoltaico.

A introduzione di un ricco brindisi, Mauro Penz, uno dei titolari e responsabile commerciale della Cabel Energy, si è rivolto ai presenti, spiegando come la Cabel Energy si sia impegnata negli ultimi anni in uno sforzo per il miglioramento dei processi e della qualità, attraverso l'acquisizione di un sistema gestionale e del-

la certificazione ISO 9001. La Cabel Energy, inoltre, ha visto un ampliamento dei propri settori di business, sino a includere la progettazione e la realizzazione chiavi in mano di impianti fotovoltaici. Penz ha sottolineato come il modo di operare della Cabel Energy sia da sempre caratterizzato da valori di disponibilità, correttezza, fiducia e responsabilità verso il cliente. La sod-

L'azienda possiede la certificazione ISO 9001

disfazione dei presenti a "Porte aperte alla Cabel", in effetti, sembra proprio essere la conferma di come questa politica di attenzione alle persone, oltre che ai prodotti, costituisca una scelta vincente per la Cabel Energy.

SE.RI.GI.

Solaris 44 e 60

Due nuovi yacht d'altura

Sono stati raggiunti con successo gli obiettivi che il Cantiere Se.Ri.Gi. di Aquileia si era posto cinque anni fa. Quando avviò il processo di innovazione, ormai compiuto anche grazie al sostegno e all'assistenza della Finanziaria regionale Friulia.

Infatti, i risultati acquisiti nei mercati della nautica d'altura di pregio, sia nazionali che esteri, hanno fatto sì che il Cantiere Se.Ri.Gi. possa, da quest'anno, continuare il suo cammino aziendale senza il prezioso aiuto di Friulia. Nel periodo considerato, Se.Ri.Gi. ha creato tre nuovi modelli d'imbarcazione. Il Solaris One 48, del quale sono già naviganti venti esemplari, il Solaris One 60, presentato al Salone di Dusseldorf un mese fa, e che fra pochi giorni inizierà a navigare. E il Solaris One 44, in fase di realizzazione, del quale sono già stati venduti, così come del 60, alcuni esemplari semplicemente sulla base del progetto.



Il Presidente di Se.Ri.Gi., Rinaldo Puntin con la moglie Livia e i figli Alessandro e Mara

Come si fa ad abbinare l'estetica ai prodotti in serie? Ce lo spiega una professionista

DONNE IMPRENDITRICI

MARA PICCO

Emozioni da design

Compito del designer lavorare sulla funzionalità in equilibrio con l'estetica e i costi

Raffaella Mestroni

“Il design è uno stile di vita, non solo una professione”. Parola di Mara Picco, giovane designer friulana con studio a Codroipo, in piazza Garibaldi, dove lavora insieme al collega Roberto Foschia. Un percorso, quello di Mara, iniziato in Lussemburgo dove è nata e proseguito in Italia, allo Ied (istituto europeo di design) dove si laurea in disegno industriale. Segue poi un master in “Exhibit Design” e

Mara gestisce uno studio “2b design” con Roberto Foschia a Codroipo

uno stage in Eurostands azienda milanese leader nel settore degli allestimenti fieristici, dove consolida il suo sapere lavorando per due anni nell'ufficio tecnico. “Un'esperienza sicuramente molto formativa - conferma - anche perché oltre alla progettazione, in azienda erano attivi anche una serie di laboratori che realizzavano ciò che noi ideavamo”. Come spesso accade, lavorando in una realtà di grandi dimensioni, i con-



tatti si moltiplicano e le occasioni di tessere relazioni non mancano. Mara comincia a collaborare con la Azzolini Tinuper uno studio di design che segue la filosofia di Clio Castelli, pioniere nello sviluppo dell'identità emozionale dei prodotti e della sostenibilità estetica nel settore industriale, partecipando a progetti di lavoro per Mandarin Duck e Maleskine. Nel 2005 decide di rientrare in Friuli “perché anche i miei genitori, dal Lussemburgo avevano deciso di rien-

trare - spiega - e poi perché in terra friulana ci venivo già spesso, a trovare gli amici. E' stato

Il percorso dell'imprenditrice è iniziato in Lussemburgo

un rientro naturale anche se devo dire che io mi sento cittadina del mondo, non particolarmente radicata in un luogo piuttosto che in un altro.

Oggi sono qui, fra cinque anni chissà.” A Codroipo Mara comincia a lavorare condividendo lo studio con Roberto Foschia, designer pure lui, ovviamente, conosciuto nell'ambiente di lavoro. Un sodalizio professionale dal quale nasce lo studio “2bdesign” (la scelta del nome e del marchio che ne deriva esprime la natura contrapposta dei due professionisti ma allo stesso tempo la similitudine che li accomuna). Un sodalizio che funziona e che da allora non si è più interrotto.

IL PROGETTO

Il “trasportino” per gli animali

Il design industriale non è solo forma, ma un processo di progettazione tecnica ed estetica di prodotti in serie. Il lavoro del designer, in questo ambito, va dalla fase di ideazione di un oggetto a quella finale di produzione, passando per tutti gli stadi intermedi: progettazione, sviluppo e ingegnerizzazione. Il designer, quindi, studia il mercato, il posizionamento di un prodotto, lavora sulla funzionalità in equilibrio con l'estetica e i costi. Se un prodotto viene venduto a venticinque euro, non può costare più di cinque alla fonte. Il progetto sviluppato per un'azienda di Pordenone che produce i cosiddetti “trasportini” (contenitori per il trasporto degli animali di piccola taglia) ha tenuto conto di tutte queste variabili e il prodotto di base è stato rielaborato seguendo un processo di industrializzazione ben preciso. Partendo dal concetto che la forma doveva essere morbida e accattivante, da realizzarsi in diverse declinazioni ma utilizzando un unico stampo, il contenitore è stato completamente trasformato e dotato di accessori standard ma declinabili in due misure diverse e più colori. Stesso procedimento per un altro oggetto multifunzione: la lettiera per gatti che diventa trasportino, con ganci laterali e maniglione unico nella parte superiore, il tutto, naturalmente, assolutamente gradevole dal punto di vista estetico.



EDITORIA

“Lignano mezzo secolo di eventi”

I primi 50 anni della “Florida d'Italia”

È risaputo che chi intraprende un viaggio, qualsiasi viaggio, mette in preventivo l'opportunità di vedere cose nuove, luoghi da conoscere, gente da incontrare.

Ho tra le mani, e sto sfogliandolo con interesse, un voluminoso libro di 350 pagine con moltissime fotografie, dal titolo “Lignano mezzo secolo di eventi”, scritto da Enea Fabris, giornalista, attento nel descri-

Il libro è di 350 pagine e ha moltissime fotografie

vere, annotare e anche commentare notizie e fatti storici della sua seconda “patria”, Lignano. Per cinquant'anni Fabris, firmandosi anche Enzo Fabris, ha parla-

to di Lignano dalle colonne de “Il Gazzettino” e, dal 1987, è direttore di “Stralignano”, periodico turistico liganese. Ha raccolto gran parte dei suoi articoli e ne ha fatto un libro, con prefazione di Natale Zaccuri e presentazione di Andrea Valcic.

Certo Lignano 1960 - 2009 ne ha di cose da raccontare. Diventato Comune autonomo (prima era una frazione di Latisana) il 21 luglio 1959, in cinquant'anni è diventato un importante centro balneare a livello europeo. Da 2.727 abitanti del 1959 è arrivato a 6.732 nel 2009 registrando, durante la stagione estiva, punte che superano le 250 mila presenze giornaliere.

A Lignano, negli anni Sessanta, è esplosa il boom turistico. Ecco che tutto è diventato grande, dalle pensioni agli alberghi, dai caffè ai lo-



Una indovinata pubblicità che ha fatto epoca e scalpore

cali notturni. E la spiaggia libera, lunga oltre otto chilometri, larga fra i cinquanta e i cento metri che fiancheggia tutto l'ampio lungomare, si riempie sempre più di ombrelloni e sedie a sdraio. Fabris è lì, sul posto, e annota tutto. “Per certi urbanisti - scrive - Lignano è soltanto una colata di cemento, non

sempre architettonicamente valida ed in carattere con il paesaggio che sorge sul mare. A questo punto - continua - non si può neppure dar loro torto: i fabbricati crescono un piano dopo l'altro e chissà dove si andrà a finire”.

Siamo nel 1968 e Lignano continua, in tutti gli anni successivi, il suo

viaggio facendo nascere Lignano Pineta con la famosa spirale dell'architetto Marcello D'Olivo, il “Circolo dei forestieri”, originariamente destinato a diventare una casa da gioco, aumentando la sua ricettività, chiedendo più volte di diventa-

Comune autonomo dal 21 luglio 1959, Lignano in cinquant'anni è diventata un importante centro balneare a livello europeo

re sede di un casinò, ampliando le sue darsene, facendo nascere il Parco zoo “Punta Verde”, spostando una chiesetta del Quattrocento che, a causa delle piene del Taglia-



mento, rischiava di andare distrutta, costruendo il Parco Hemingway su un'area di 40 mila metri quadrati (proprio Ernest Hemingway aveva definito Lignano la “Florida d'Italia”) e un attrezzatissimo campo da golf, accogliendo nei suoi alberghi i gruppi di sfollati dalle zone terremotate del Friuli.

E Lignano è diventata Lignano Sabbiadoro, in compagnia di quella splendida figura femminile dipinta in blu, dolcemente sdraiata sulla rena dorata, che susurra due parole: Mare d'amare.

Silvano Bertossi

Dai Paesi del Golfo alla costa mediterranea dell'Africa. Giuseppe Morandini (Ice) indica la nuova via dell'internazionalizzazione

L'INTERVISTA

GIUSEPPE MORANDINI

I mercati da scoprire

"Per andare all'estero occorre una struttura ma anche una nuova vocazione alle alleanze"

Davide Vicedomini

Giuseppe Morandini, il peggio è passato? Come agire dopo la crisi?

Non l'ho fatto quando ero presidente della Piccola Industria e a maggior ragione non lo faccio ora, anche perché la situazione non può essere affrontata usando toni diplomatici: il peggio sarà passato nel momento in cui i dati sulla disoccupazione saranno meno angoscianti. È sempre stato questo il termometro con cui ho misurato il livello di crisi e questa è la priorità: salvare il maggior numero possibile di posti di lavoro, facendo fronte comune tra imprese, banche, sindacato e politica economica. Basta polemiche, personalismi e interessi particolari: non serve litigare, dobbiamo rilanciare il paese.

Il 2009 ha segnato un vistoso calo dell'export. Dal suo osservatorio il gap verrà recuperato nel 2010?

Anche qui dobbiamo essere realistici e responsabili: ci vorranno anni per tornare ai livelli precisi e la nostra attenzione va tarata



non tanto sull'asticella dei volumi, quanto piuttosto su quella dei valori, perché se è chiaro che i mercati torneranno a crescere, non è altrettanto chiaro quali saranno i consumi, cosa comprenderà la gente. E capirlo, rappresenterà la grande sfida dei prossimi mesi-anni.

Internazionalizzazione: come si posizionano e si devono posizionare le industrie friulane?

Parto dalla convinzione che i mercati internazionali - senza i quali non si può pensare di sopravvivere - spingeranno noi piccoli imprenditori a fare quello che da soli non riusciamo: metterci assieme. Volendo semplificare al massimo, ci saranno paesi che cresceranno - dico valori a caso - 7 e paesi che cresceranno 3: e tra questi ultimi metto purtroppo anche l'Europa. Non si può pen-

sare di rimanere competitivi, vendendo solo nei paesi a crescita 3. I mercati che crescono 7, però, sono lontani: per raggiungerli ci vuole struttura, dimensione, organizzazione, cose che la maggioranza di noi oggi non ha, ma che possiamo raggiungere in fretta con una nuova vocazione alle alleanze, alle fusioni, alle collaborazioni.

Quali sono i mercati su cui puntare?

Dai paesi del Golfo proseguendo verso destra: Cina, India, Brasile, ma anche la Russia e soprattutto un'area nella quale credo molto e che già oggi mostra un grandissimo fermento, la sponda mediterranea dell'Africa.

La nuova disciplina del "made in Italy" tutela effettivamente la qualità del lavoro delle imprese italiane?

È stato un iter lungo e travagliato, ma adesso siamo in dirittura d'arrivo. Ora c'è bisogno di tempo - il provvedimento entrerà in vigore dal prossimo ottobre - perché le aziende possano adeguarsi e per notificare le novità a Bruxelles. Per tutelare efficacemente il grande patrimonio

che è il made in Italy è necessario garantire piena compatibilità alle norme nazionali nei confronti di quelle in vigore a livello europeo e internazionale.

Quali servizi e opportunità offre l'Ice?

Il nostro paese ha due grandi reti estere: le ambasciate e gli uffici Ice. E la loro forza sinergica è riferimento insostituibile per le imprese che vogliono operare sui mercati internazionali. A me piace definirli "gli agenti" del nostro paese e devo dire che negli ultimi anni si è radicata una grande vocazione commerciale e produttiva nell'attività quotidiana di queste

organizzazioni. Nel 2009 Ice ha organizzato quasi mille iniziative di promozione commerciale, collaborazione industriale, attrazione investimenti internazionali coinvolgendo 103 paesi, interessando 83 diversi settori, partecipando a 245 missioni fieristiche e più di 7mila imprese italiane sono state messe in contatto con quasi 14mila partner straniere. E c'è un ultimo dato, il più importante: i quasi 10 milioni di euro investiti per la formazione manageriale per italiani e stranieri, un telepass verso il futuro soprattutto per le nostre piccole imprese.

IN CIFRE

Export in calo si salvano Usa e Canada

Nel 2009 il valore delle esportazioni della provincia di Udine è stato di 4.387,88 milioni di euro e ha registrato un decremento del 25,14% rispetto al 2008; le importazioni ammontano a 2.003,09 milioni e sono diminuite del 40,12%. Il saldo commerciale è quindi di 2.384,78 milioni. Il dato complessivo del Friuli Venezia Giulia, che presenta un export di 10,7 miliardi di euro, esprime una riduzione del 19% in linea con quelle delle altre regioni del Nord Est (-17% in Trentino Alto Adige, -23% in Veneto e in Emilia Romagna).

Se torniamo alla provincia di Udine, le esportazioni sono calate in quasi tutti i continenti e in quasi tutti i Paesi. Una variazione positiva è quella verso l'America settentrionale, che presenta un +10,48% del volume esportato rispetto al 2008, mentre appaiono in calo le esportazioni verso l'Europa, diminuite di quasi un terzo, l'America centro-meridionale (-40%) e l'Asia (-9%). Da questo quadro negativo emergono alcune performance positive, ossia l'aumento delle esportazioni in Polonia, Turchia, Libia, Stati Uniti, Emirati Arabi Uniti ed India. «Elementi confortanti - aggiunge Da Pozzo -, perché molti di essi sono Paesi verso cui si sono concentrate e si concentrano molte delle missioni organizzate per le nostre imprese».

Il risultato negativo dell'interscambio commerciale si evidenzia anche per singoli prodotti: il settore dei macchinari vede flettere le esportazioni del 7%, la metallurgia (specie metalli di base e prodotti in metallo) cala del 48%, gli apparecchi elettrici del 6,6%, articoli di gomma e materie plastiche del 24%, i prodotti alimentari, bevande e tabacchi del 7%. Tra i prodotti esportati si registra una sostanziale tenuta delle sostanze e dei prodotti chimici; il legno-mobile ha registrato un calo del 26% nell'export e del 22% nelle importazioni, cali che per altro non si discostano da quanto accade a Pordenone.

Dai dati disaggregati per Paese emergono in modo chiaro le difficoltà dei Paesi centro-orientali d'Europa, da e verso i quali l'interscambio della nostra regione e di Udine si era fortemente sviluppato. Paesi che sembrano aver risentito in maniera più pesante della crisi economica, dato che emerge anche dal forte calo delle importazioni ed esportazioni di Udine verso e da la Repubblica Ceca, la Slovacchia, l'Ungheria, la Romania, la Bulgaria, l'Ucraina, la Slovenia, la Croazia, la Bosnia e la Serbia.



COMMERCIO ESTERO NEWS

Extender & Ted

Opportunità di business all'estero

Essere sempre aggiornati sulle gare di appalto internazionale è un punto in più per la competitività delle imprese che operano sui mercati esteri. Una risposta a questa esigenza arriva da due sistemi informativi: Extender e Ted.

Cos'è Extender? È il sistema informativo gratuito promosso nel quadro di un'intesa tra Ministero degli affari esteri, Unione delle Camere di commercio italiane e Associazione delle Camere di commercio italiane all'estero. Il motore di ricerca online permette di consultare l'elenco delle gare d'appalto e delle early warning (anticipazioni di gare e grandi progetti), effettuando la ricerca con diverse chiavi (Paese, settore, ecc). Ambasciate e Consolati italiani, Camere di commercio italiane all'estero, Uffici ICE - Istituto Commercio con l'Estero - sono i soggetti che alimentano la banca dati. Registrandosi al servizio, si possono inoltre ricevere gratuitamente via e-mail tutte le informazioni



di interesse, personalizzate sulla base dei mercati e dei settori indicati al momento della registrazione. Un network di oltre quattrocento strutture che mette a disposizione del mondo imprenditoriale italiano la propria esperienza sui mercati esteri per l'individuazione di nuovi traguardi di internazionalizzazione. Extender introduce e orienta al mercato degli appalti internazionali, segnalando, in modo personalizzato, non solo informazioni sulle gare, ma anche notizie strategi-

che che anticipano i grandi progetti in cantiere nel mondo. Si può avere accesso anche ad una serie di approfondite analisi settoriali e ai Rapporti Paese redatti congiuntamente da Ambasciate e Uffici ICE che, semestralmente, offrono il quadro aggiornato della situazione macroeconomica, delle opportunità di mercato, degli investimenti e degli ostacoli agli scambi.

Per informazioni e registrazioni: sito web: <http://195.110.134.84/extender/Index.htm>; Unità

operativa centrale tel. 06.36913935-7318-3941; extender@esteri.it

Cos'è TED? TED (Tenders Electronic Daily) è la versione online del "Supplemento alla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea" nel quale devono essere pubblicati, e pertanto resi noti a livello comunitario, tutti gli avvisi di appalti pubblici che superano determinate soglie. TED fornisce un accesso gratuito alle opportunità commerciali e viene aggiornato cinque volte a settimana con circa 1.500 avvisi di appalti pubblici provenienti dall'Unione europea, dallo Spazio Economico Europeo e da altri paesi. Gli avvisi di appalti possono essere ricercati e selezionati per paese, regione, settore commerciale e altro; le informazioni relative ad ogni appalto vengono pubblicate nelle 23 lingue ufficiali dell'UE. Per avere maggiori informazioni su un particolare avviso è possibile registrarsi nel sito - <http://ted.europa.eu> - e consultare la scheda sulla specifica gara.

a cura del Centro Studi,
Ufficio statistica e prezzi

L'ECONOMIA
FRIULANA IN CIFRE

12%
(0,05+)} = [155**

ATTUALITÀ

Indici dei prezzi al consumo e inflazione

Le statistiche dei prezzi comprendono tutti gli indicatori statistici che esprimono la dinamica temporale dei prezzi praticati nelle diverse operazioni di mercato e nelle diverse fasi della commercializzazione dei prodotti. Lo strumento metodologico utilizzato sono i numeri indici calcolati su un campione di prodotti e servizi rispetto ad un determinato periodo preso come base.

I numeri indici dei prezzi al consumo

Misurano le variazioni nel tempo dei prezzi di un insieme di prodotti (paniere) rappresentativo di tutti i beni e i servizi destinati al consumo finale delle famiglie, acquistabili sul mercato attraverso transazioni monetarie (sono escluse, quindi, le transazioni a titolo gratuito, gli autoconsumi, i fitti figurativi, ecc.).

Le rilevazioni correnti sui prezzi al consumo svolte dall'Istat danno luogo ad un sistema di indici costituito da:

- indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC);

INDICI NAZIONALI DEI PREZZI AL CONSUMO. GENNAIO 2010				
	INDICE	ULTIMO MESE (*)	VAR. ANNUALE (*)	VAR. MEDIA (#)
Per l'intera collettività (base 1995=100)				
con tabacchi	138,5	+0,1	+1,3	+0,7
senza tabacchi	137,8	+0,1	+1,2	+0,7
Armonizzato (base 2005=100)	108,3	-1,5	+1,3	+0,8
Per le famiglie di operai e impiegati (base 1995=100)				
con tabacchi	137,3	+0,1	+1,5	+0,8
senza tabacchi	136,0	+0,1	+1,3	+0,7

(*) Variazione percentuale calcolata tra dicembre 2009 e gennaio 2010 (variazione congiunturale)
(*) Variazione percentuale annuale calcolata tra gennaio 2009 e gennaio 2010 (variazione tendenziale)
(#) Variazione calcolata sulla media degli indici relativi ai dodici mesi (Febbraio 2009-Gennaio 2010/Febbraio 2008-Gennaio 2009)

- indice nazionale dei prezzi al consumo per famiglie di operai e impiegati (FOI);
 - indice dei prezzi al consumo armonizzato per i paesi dell'Ue (IPCA).
- I tre indici hanno finalità differenti:
- Il NIC è utilizzato come misura dell'inflazione a livello dell'intero sistema economico, in altre parole considera l'Italia come se fosse un'unica grande famiglia di consumatori, all'interno della quale le abitudini di spesa sono ovvia-

te molto differenziate.

- Il FOI si riferisce ai consumi dell'insieme delle famiglie che fanno capo a un lavoratore dipendente (operaio o impiegato). È l'indice usato per adeguare periodicamente i valori monetari, ad esempio i canoni di locazione, gli assegni dovuti al coniuge separato, il TFR (FOI senza tabacchi).
- L'IPCA è stato sviluppato per assicurare una misura dell'inflazione comparabile a livello europeo. Infatti, viene as-

sunto come indicatore per verificare la convergenza delle economie dei paesi membri dell'Unione Europea. Tale indice viene calcolato e pubblicato dall'Istat e inviato all'Eurostat mensilmente secondo un calendario prefissato. L'Eurostat, a sua volta, diffonde gli indici armonizzati dei singoli paesi dell'UE ed elabora e diffonde l'indice sintetico europeo, calcolato sulla base dei primi.

Tutti e tre usano il medesimo sistema di rilevazione e la stessa metodo-

FOI SENZA TABACCHI

Variazione percentuale gennaio 2010
utilizzata per rivalutare somme di denaro
(affitti, assegni per alimenti, TFR)

+1,3

Variazione percentuale gennaio 2009

+1,5

logia (condivisa a livello internazionale); NIC e FOI considerano il prezzo di vendita, mentre l'IPCA si riferisce al prezzo effettivamente pagato; NIC e FOI hanno lo stesso paniere ma i pesi sono diversi a seconda dell'importanza che i prodotti rivestono nei consumi della popolazione residente; infine NIC e IPCA hanno in comune la popolazione di riferimento.

Come si rilevano i prezzi

I prezzi vengono rilevati dagli Uffici comunali di Statistica: passano da 84 nel 2009 ad 83

nel 2010 (L'Aquila a causa degli effetti derivanti dal sisma del 2009 non parteciperà al calcolo dell'indice) i comuni capoluogo che concorrono al calcolo dell'indice nazionale e la copertura in termini di popolazione provinciale è dell'86,1%.

Nel complesso, sono circa 565.000 le quotazioni di prezzo rilevate ogni mensilmente; i punti vendita rilevati territorialmente, ed aggiornati ogni anno, sono circa 41.000 (negozi tradizionali specializzati, grandi magazzini, supermercati, ipermercati, hard discount, distribuzione commerciale su aree pubbliche) mentre sono circa 8.200 le abitazioni per la parte che riguarda i canoni di locazione.

L'inflazione

È un processo di variazione continua e generalizzata del livello dei prezzi dei beni e servizi destinati al consumo delle famiglie.

Un aumento dell'inflazione corrisponde ad una situazione in cui aumenta la velocità di crescita dei prezzi, mentre una riduzione dell'inflazione si verifica nel caso in cui i prezzi, pur essendo in aumento, crescono a una velocità minore.

L'inflazione si misura attraverso la costruzione di un indice dei prezzi al consumo, uno strumento statistico che misura le variazioni nel tempo dei prezzi di un insieme di beni e servizi, chiamato paniere, rappresentativo degli effettivi consumi delle famiglie in uno specifico anno.

Attenzione, l'inflazione non rappresenta le città dove i prezzi sono più alti, ma dove crescono di più.

Di interesse per l'argomento trattato è la pubblicazione dell'Istat "Il valore della moneta in Italia": il volume fornisce uno strumento per confrontare le variazioni temporali del valore della moneta a partire dal 1861 fino all'ultimo anno disponibile (attualmente il 2007), utilizzando coefficienti di adeguamento monetario riportati in apposite tavole numeriche.

Oltre ad una breve premessa, nel testo sono presentati una descrizione sintetica del calcolo di adeguamento valutario tra differenti periodi di tempo, un esempio numerico pratico di impiego delle tavole ed infine le tavole con i coefficienti sopra menzionati, una per ogni anno considerato.

Fonte: elaborazioni su dati Istat e Unità Organizzativa Studi e Statistica del Comune di Udine

Il paniere

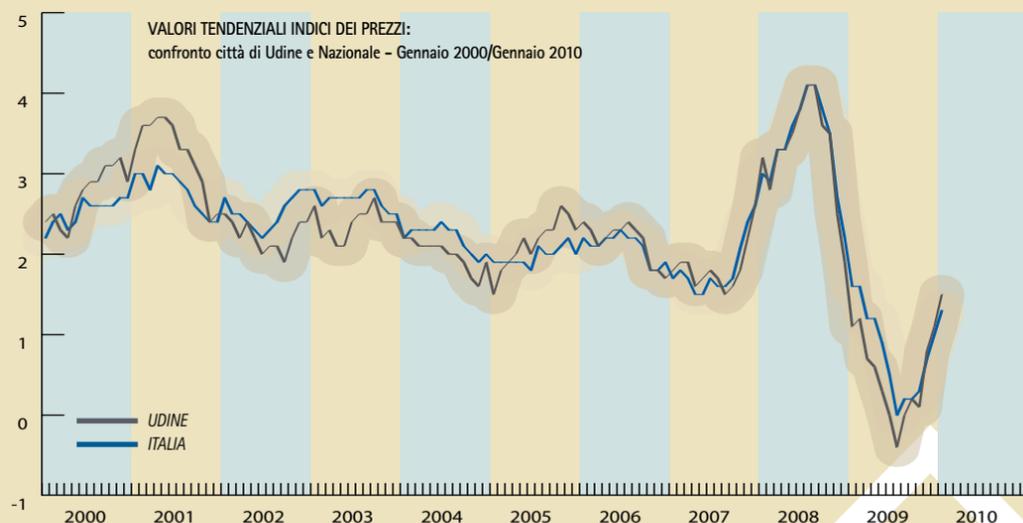
L'aggiornamento del paniere viene effettuato dall'Istat alla fine di ogni anno, sulla base della verifica della rappresentatività dei prodotti, della loro evoluzione tecnologica, delle tendenze degli specifici mercati e delle differenziazioni regionali.

Questa operazione determina l'inserimento di quei prodotti che hanno assunto maggiore importanza nella spesa effettiva delle famiglie e l'esclusione di altri la cui diffusione o utilizzo risulta in declino o marginale.

Nel 2010 il paniere per il calcolo dell'inflazione è composto da 521 posizioni rappresentative (530 nel 2009), che costituiscono il campione di prodotti o di gruppi di prodotti per i quali vengono calcolati mensilmente i relativi indici dei prezzi al consumo. Rispetto all'anno precedente entrano nel paniere le nuove posizioni di Collaboratore familiare con compiti di as-

sistenza alla persona e Intervento medico in regime privatistico. Inoltre, vengono inseriti nuovi prodotti all'interno di posizioni già esistenti; ad esempio, le posizioni relative agli Apparecchi per la telefonia mobile e ai Personal computer unità centrale comprendono, rispettivamente, anche gli smartphone e i nettop; la posizione relativa ai Viaggi aerei nazionali vede l'introduzione dei voli low-cost (già presenti nella posizione Viaggi aerei europei).

Molte altre posizioni subiscono scomposizioni o raggruppamenti di posizioni rappresentative già presenti nel paniere, allo scopo di migliorare la copertura dell'insieme dei consumi delle famiglie che esse rappresentano. Escono dal paniere le posizioni Lampadina ad incandescenza, Fiammiferi, Riparazione orologio.



GLOSSARIO

ISTAT: l'Istituto Nazionale di Statistica è un ente di ricerca pubblico ed è il principale produttore di statistica ufficiale a supporto dei cittadini e dei decisori pubblici.

PANIERE: composto dai seguenti capitoli di spesa "Prodotti alimentari e bevande analcoliche - Bevande alcoliche e tabacchi - Abbigliamento e calzature - Abitazione, acqua, elettricità e combustibili - Mobili, articoli e servizi per la casa - Servizi sanitari e spese per la salute - Trasporti - Comunicazioni - Ricreazione, spettacoli e cultura - Istruzione - Servizi ricettivi e di ristorazione - Altri beni e servizi."

BIBLIO-SITOGRAFIA

Sistema Statistico Nazionale, Istituto Nazionale di Statistica, "Il valore della moneta in Italia dal 1861 al 2007", anno di edizione 2008, volume on line del 03 marzo 2009

www.istat.it

www.ud.camcom.it

www.starnet.unioncamere.it

www.comune.udine.it

Lignano vuole ripetere l'exploit del 2009 con + 7% di turisti. La stagione apre il primo maggio

TURISMO

ESTATE ALLE PORTE

Bissare il successo

Tra le novità del 2010 la Geostruttura, una nuova vetrina sul mare da parte di aziende e enti

Francesco Cosatti

Lignano alla ricerca del bis. Il bis è quello dell'estate 2009. Il + 7% di turisti, con le tante targhe nuove della "New Europe" (Rep. Ceca, Ungheria, Russia...) che si sono viste nella località balneare friulana, è un risultato che tutti sono pronti a firmare anche per quest'anno. "A Lignano - spiega Pierfrancesco Bocus, il presidente del nuovo Consorzio Lignano Vacanze - l'attesa è tanta per la nuova stagione. Il 2009 è andato molto bene per quanto riguarda il settore ricettivo, forse meno al commercio, ma ripetere gli stessi numeri di 12 mesi fa vorrebbe dire ritrovarci a sorridere, a settembre". Il nuovo consorzio (in realtà già attivo dal 2005, ndr) permetterà di coordinare le attività di Cal (Consorzio albergatori Lignano) e Ltl (Località turistiche Lignano) formando una struttura che riunisce 109 alberghi, oltre 3000 appartamenti, e due campeggi. A parte la Getur, e pochi privati, la totalità delle strutture ricettive del comune di Lignano Sabbiadoro. Il consorzio rinnovato vanta almeno 180 operatori, e muove-



rà un fatturato attorno ai 500-600 milioni di euro. Una stagione pronta a partire, in leggero ritardo causa il maltempo che ha allungato i lavori di ripristino e manuten-

Confermati gli stessi prezzi dell'estate scorsa per alberghi e appartamenti

zione non solo dell'arenile ma anche di case e appartamenti. "La stagione apre il 1° di maggio, e contiamo di essere

pronti per quella data. La neve fino a inizio marzo, non ci ha aiutato così come il maltempo che ha rallentato i lavori. Ma sono sicuro che per il primo sole, Lignano sarà pronta". Ma cosa c'è da aspettarsi di nuovo dall'estate 2010? La conferma dei grandi eventi in primis, in quella che grazie alla Coppa del Mondo di calcio, sarà comunque un'estate speciale. Possibili dei maxi schermi per seguire le partite, e poi il torneo di basket. I concerti all'arena, i pomeriggi con il liscio dedicati agli over 50, e le attività sportive sulla spiaggia all'interno della be-

ach arena (ufficio 7), ma non solo. Spazio alla cultura con gli ormai tradizionali incontri con il vino e con l'autore al Tenda bar, locale culto di tutto l'alto adriatico, così come le serate legate alla gastronomia. Tra le novità di Lignano Pineta per il 2010 c'è la Geostruttura un nuovo spazio, nelle vicinanze di piazza Marcello D'Olivo che potrà essere sfruttata come una nuova vetrina sul mare, da parte di aziende e enti. Una sorta di contenitore-spazio espositivo da riempire a seconda dei clienti e delle esigenze.

Lignano che attira sempre più l'attenzione dei turisti stranieri. "Siamo stati in tutte le principali fiere del settore d'Europa - spiega Bocus - da Vienna, a Anversa, da Monaco a Budapest e Norimberga, dalla Bit di Milano a Berlino. Ovunque sono stati distribuiti i nostri cataloghi. E nei giorni successivi agli eventi i contatti su internet si sono moltiplicati". Servizi e qualità, ma i costi? "Confermati gli stessi prezzi dell'estate scorsa per alberghi e appartamenti. Chi ha incrementati i costi, l'ha fatto solo dopo importanti investimenti e migliorie in attrezzatura o servizi".

LE ALTRE NOVITÀ

500 nuovi ombrelloni anti infortuni

Lignano Pineta si presenterà con un nuovo look per l'estate 2010. "La novità più importante - spiega Giorgio Ardito di Lignano Pineta Spa - riguarda che il pontile che sarà ricostruito per altri 90 metri, dopo i 50 già ristrutturati lo scorso anno. In totale 140 metri, nuovi che offrono un nuovo volto alla spiaggia." Nuovi colori e nuove forme sia davanti alla spiaggia, sia dietro. Verranno realizzati 12 toilette nuove, e rinnovate le biglietterie degli uffici 3 e 5. Rinnovata anche la passeggiata sopra all'ufficio 5, con maggiori spazi per il bar". Nuovi servizi anche in spiaggia, con 500 ombrelloni nuovi. "Ombrelloni nuovi dotati di uno speciale pulsante anti-infortuni, per non rischiare di farsi male alle mani al momento di aprire o chiudere gli ombrelloni". Verrà ampliata anche la zona-Lettini all'altezza dell'ufficio 5, come già fatto lo scorso anno per l'ufficio 2.



TURISMO NEL 2009

Mare ok. Città ko



MARE - Il mare vanta le migliori crescite, facendo registrare da maggio a settembre un +6,7% sia negli arrivi che nelle presenze. Lignano (+6,6% di arrivi e +7,3% di presenze).



CITTÀ - I comuni capoluogo faticano ad attestarsi nella zona positiva, fatta eccezione per Trieste (+5,5% di presenze). Udine è a -6,5%.



MONTAGNA - Restano indietro la Carnia (-6,6%) ed il Tarvisiano (-4,7%), soprattutto per un calo dei turisti stranieri. Le anticipazioni di gennaio evidenziano una ripresa nel Tarvisiano ed un sostanziale pareggio in Carnia.

LA STAGIONE INVERNALE

Il consuntivo

Bilancio positivo "ma ci sono pochi progetti per l'estate"

Una stagione invernale tutto sommato positiva per il turismo della Carnia, ma con molte nubi per il futuro, ne parla Paola Schneider, vice presidente della Confcommercio del mandamento di Tolmezzo. "Un inverno positivo - inizia Schneider - nei classici poli sciistici, con una stagione lunga che da Natale arriva a Pasqua." "Purtroppo si tratta di un turismo povero costituito da clientela dell'est Europa e da settimane bianche scolastiche." A soffrire di più Forni Avoltri e Sauris "che paga lo scotto del ritiro del sesto polo invernale da parte della Regione e ne soffre in maniera esagerata." Preoccupa alla vice presidente il futuro: "Non ci sono progetti per l'estate: si accenna solamente al Giro d'Italia di ciclismo." "Attendiamo - prosegue - le decisio-

ni di Turismo FVG su cosa fare per il turismo della Carnia, mancano strategie e ci si arrabatta come si può." Schneider passa quindi a commentare i numeri relativi al 2009. "Gli alberghi tutto sommato, con una flessione delle 0,04% nelle presenze e del 1,30% negli arrivi, hanno tenuto." Meno fortuna negli Alberghi diffusi "nonostante i bandi milionari" che flettono del 2,20% sulle presenze aumentando del 9,98% gli arrivi. "Crollo dei B&B, che vengono calcolati assieme ai rifugi alpini: presenze meno 17,60% e flessione del 22,55% negli arrivi." Schneider commenta il cambio della normativa che eleva i posti letto nei Bed and Breakfast da 6 a 10. "Ci vogliono 14 posti letto per fare un albergo: ma il peso burocratico in campo fiscale e di sicurezza è enormemen-



te maggiore: la Regione investe troppo su un settore, il B&B che non paga e ci si dimentica di sostenere il comparto alberghiero." In sintesi poi l'andamento, lo scorso anno, delle singole realtà carniche. Ravascletto si distingue in campo invernale, ma soffre durante l'estate: 34552 le presenze su 8148 arrivi, con nicchie di turismo più propenso alla spesa prove-

niente da Austria e Germania. Forni di Sopra tiene con 77385 presenze su 19184 arrivi, Arta Terme 51870 presenze su 8407 arrivi, Sauris 21955 presenze su 6784 arrivi, Forni Avoltri 124844 presenze su 24521 arrivi, compresi gli ospiti della Getur. "Turismo FVG ha cambiato da quest'anno - precisa la vice presidente - i criteri di conteggio degli ospiti in appartamenti privati e seconde case, dapprima stimati dai singoli comuni, e presenta così un calo del 36% nelle presenze e del 34% negli arrivi." Un appello accorato dunque quello della vice presidente dei commercianti della Carnia per una maggiore incisività sul comparto turistico in Carnia e in montagna da parte della Regione attraverso Turismo FVG.

Gino Grillo

Le strategie future del turismo nell'intervista al vice presidente della Giunta regionale Luca Ciriani

TURISMO

IL DOPO BIT

Un'offerta unica

Nei progetti la riduzione dei consorzi e pacchetti uniformati per gli operatori

Irene Giurovich

Una scommessa per il territorio. Il turismo in Friuli Venezia Giulia segna un trend positivo, confermato anche dall'ottima performance incassata alla Bit di Milano. La strategia complessiva elaborata dall'assessore regionale al Turismo Luca Ciriani punta dritto all'obiettivo: immagine integrata e coordinata del territorio per un corretto posizionamento lungo le direttrici rappresentate dalla fidelizzazione e dall'ampliamento dell'utenza. Ciò significa adottare il marketing mix e le quattro "P" di Kotler nel settore turistico: il sistema di offerta deve inglobare la combinazione delle variabili del marketing, ovvero product, price, place e promotion. Di transactional marketing e relational marketing parliamo nel faccia a faccia con l'assessore.

Risultati Bit – Nonostante gli investimenti ridotti, i risultati portati a casa dal Fvg nello stand allestito alla Borsa internazionale del Turismo a Milano sono stati lusinghieri: "Il nostro stand è stato il più visitato, il più fruito e il più vivace: anche se abbiamo dovuto ritoccare l'estensione e i fondi, non è stato perso nulla del contenuto essenziale finalizzato ad integrare e valorizzare la promozione turistica". Nella quattro giorni di esposizione è stato dato spazio a tutta l'ampia gamma di offerta turistica regionale, con un'attenzione particolare per i settori più richiesti dai buyer nazionali e internazionali. "Sicuramente siamo stati capaci di caratterizzarci per unicità, irripetibilità

Le risorse del budget lieviteranno sui mercati di riferimento, ovvero i Paesi di lingua tedesca e l'est Europa

ed esclusività degli eventi: nel benchmarking con gli altri espositori il nostro stand si è saputo imporre per il suo grande effetto e per l'originalità dei contenuti". Sono stati infatti definiti diversi deliverable, ovvero prodotti tangibili. "Adesso ci si deve concentrare anche su un'operazione di convincimento verso gli operatori, in modo che programmino insieme i pacchetti, per un core business di rete e relazioni". La razionalizzazione esige anche uno stop alla frammentazione attuale: l'assessore Ciriani insiste per la riduzione dei Consorzi,



Ottima la performance registrata alla Borsa Internazionale del Turismo di Milano dallo stand del Friuli Venezia Giulia.

attualmente 21 ("troppi"), con l'obiettivo di portarli al massimo a 10. "La dispersione e la parcellizzazione rischiano di indebolirci e di essere inefficaci per realizzare la corporate identity". Ogni obiettivo, si sa, deve rispondere alla logica Smart: specific, measurable, achievable, realistic e timetable.

A gonfie vele - Nell'analisi di contesto e nel paragone con le arene competitive emerge che il Friuli Venezia Giulia continua a crescere: aumentano sia gli arrivi sia le presenze. "Si tratta di dati positivi, raffrontati sia con le regioni contermini come il Veneto, sia con la media nazionale, entrambi caratterizza-

ti da segni negativi". Il bilancio 2009 (+1,4 per cento di incremento negli arrivi; +2,5 per cento di presenze) e i primi mesi del 2010 collocano il nostro territorio in controtendenza: gennaio e febbraio registrano oltre un punto percentuale positivo negli arrivi e un +1,6 per cento di presenze turistiche. Sono picco-

le ma significative crescite che acquistano tutto il loro significato soprattutto alla luce della crisi internazionale in atto e fanno ben sperare per i prossimi mesi. Se gli elementi che compongono il marketing mix continueranno ad essere interconnessi e coerenti fra di loro, il 2010 dovrebbe procedere a vele spiegate. Gli assi vincenti sono

"Ospiti di gente unica è di difficile traduzione". Da qui la scelta di un nuovo claim

Grado, Lignano e Trieste, "i tre principali punti di forza del turismo che intendiamo rafforzare, anche se il budget in due anni si è ridotto del 40 per cento". Grado e Lignano calamitano il 60 per cento delle presenze turistiche e anche Trieste sta navigando molto bene.

Core business - Il marketing concentrato prevede che i target siano ben definiti. E' per questo che la politica regionale punta tutto "a indirizzare le risorse del budget sui mercati di riferimento, con segmenti definiti: principalmente i bacini d'utenza rappresentati dai paesi di lingua tedesca e l'est Europa cui si propongono pacchetti differenziati per segmenti. Non è produttivo investire in paesi che in termini di ritorno economico ci danno ancora poco". Lieviterà nel corso del 2010 la pressione promozionale verso la Germania e i paesi europei, secondo una logica di posizionamento in un raggio di 500 chilometri dal Friuli Venezia Giulia. I dati parlano chiaro: il 60 per cento del turismo si basa su Austria, Germania e Italia del centro-nord e alla luce di queste tendenze "continueremo a selezionare le fiere cui partecipare in relazione alle esigenze provenienti dal sistema turistico".

Marchio e claim - Il messaggio/azione passa attraverso un marchio innovativo accompagnato da un claim altrettanto d'impatto. In questi mesi l'Assessorato con il suo entourage sta rielaborando il marchio, che inizia ad avere i suoi anni, e a coniare un nuovo claim. In comunicazione premiano la coerenza e la riconoscibilità. "Ospiti di gente unica - spiega l'assessore - è di difficile traduzione, non sempre si riesce a veicolare il concetto esatto se viene traslitterato. Stiamo cercando di trovare un naming più internazionale anche con il supporto degli operatori turistici, per una condivisione d'intenti".

Confermati i grandi eventi musicali: in arrivo AC/DC, Placebo e Iron Maiden

Grandi eventi - Coniugare il turismo con grandi eventi culturali, musicali e sportivi continua ad essere la priorità dell'Assessorato. I Grandi Eventi sono occasione anche per prorogare la stagione turistica, in campo musicale, artistico e sportivo, con la promozione delle tre iniziative strategiche "Music&Live", "Art&Performance" e da quest'anno anche Sport&Competition. "I gruppi musicali hanno investito anche nel 2010 nella nostra regione, a dimostrazione delle formule di successo", commenta l'assessore. Quest'anno gli Ac/Dc e i Placebo metteranno in moto l'economia.

GLI ALTRI GRANDI EVENTI

Frecce tricolori e Giro d'Italia

Un viaggio tra cielo e monti

Pronti a festeggiare i 50 anni della pattuglia acrobatica che fa sognare grandi e piccini in ogni parte del mondo? La macchina organizzativa si è già messa in moto. 1961-2010: "tradizione, passione, emozione" recita il video di lancio della kermesse che si terrà l'11 e 12 settembre all'aeroporto di Rivolto, come hanno annunciato l'assessore Luca Ciriani alla platea internazionale della Bit di Milano, il comandante delle Forze di combattimento dell'Aero-

nautica militare Roberto Corsini, il comandante delle Frecce Tricolori Marco Lant, il responsabile dell'organizzazione del 50.mo anniversario Paolo Tarantino. La Pan rappresenta una delle eccellenze dell'aeronautica nel mondo e la Regione Fvg è in prima linea per sostenere l'immagine internazionale anche attraverso questi dominatori del cielo: prosegue il cammino di collaborazione fra l'istituzione e la Pan che rende il nostro territorio "a voca-

zione aeronautica" come ha dichiarato il colonnello Tarantino. Si calcola che l'air show di Rivolto per la commemorazione dei 50 anni di tradizione e spettacolari acrobazie delle Frecce Tricolori nate in Friuli Venezia Giulia, richiamerà oltre 400 mila spettatori. A Rivolto sbarcheranno 16 team acrobatici nazionali, le cui esibizioni saranno seguite da numerosissimi canali televisivi nazionali ed internazionali.

Dalle Frecce agli eventi sportivi che fra il 2010 e il 2011 trasformeranno il nostro territorio in una grande tappa per gli appuntamenti agonistici: l'arrivo della tappa sullo Zoncolan per il Giro d'Italia 2010 che partirà il 23 maggio da Mestre e attraverserà le province di Pordenone e Udine, catalizzando migliaia di appassionati sulla scorta di quanto avvenuto nelle due tappe del giro 2009, in particolare quella con arrivo a Trieste. Il grande ciclismo ritorna protagonista in Friuli Venezia Giulia: gli sportivi dovranno vedersela con una delle salite più ostiche d'Europa, 1210 me-



Torna la tappa dello Zoncolan

tri di dislivello in appena 10,5 chilometri, una pendenza media dell'11,5% con punte che arrivano addirittura al 22%. Lo Zoncolan segna l'avvio dell'ultima, decisiva, settimana del 93mo Giro. Si terranno poi i campionati del mondo di pallavolo maschile una cui tappa si svolgerà a Trieste dove si sfideranno le squadre di Serbia, Polonia, Germania e Canada: cinque continenti coinvolti, 78 partite, 24 Nazionali e 10 città italiane: si partirà da Milano il 24 settembre.

Per il 2011 due eventi di nuova portata storica: i Mondiali di sci apinismo e subito dopo i Campionati del mondo e gli European Master Games a Lignano



L'11 e 12 settembre festa per il cinquantenario della Pan

I seminari del 31 marzo prepareranno le aziende alle missioni a Praga e Monaco

INTERNAZIONALIZZAZIONE

ECCELLENZE IN TOUR

Pronti per l'estero

Interverranno esperti di marketing, internazionalizzazione e designers

Sono due gli appuntamenti seminari, il 31 marzo - realizzati in collaborazione con lo Sportello Enterprise Europe Network - per preparare al meglio le imprese della provincia alle due missioni di Eccellenze in Tour, il progetto gestito dalla Camera di Commercio di Udine e nato da una partnership stretta nel 2009 con la Provincia di Udine e il Consorzio Friuli Venezia Giulia Via Dei Sapori. Il primo approfondimento è fissato dalle 10.30 alle 13, in Sala Consiglio della sede camerale e affronterà con il prezioso apporto dell'esperto di ingegneria del marketing Nicola Minervini gli strumenti per migliorare la presenza delle Pmi all'estero, con focus sull'attività di fidelizzazione. Il settore di approfondimento sarà quello del design arredo che sarà curato da Anna Lombardi, designer esperta che collabora con primarie realtà nel settore e che si fermerà nello specifico sul mercato di Monaco di Baviera, anche attraverso un'intervista all'azienda friulana Interna Contract, che nel 2007 ha sviluppato un progetto proprio nella città bavarese. Nel po-



A Praga, dal 27 al 29 aprile, è prevista la partecipazione delle aziende del vino alla Fiera Food & Wine

meriggio l'architetto sarà disponibile a incontrare, singolarmente, le imprese interessate ad approfondimenti sul tema.

Il secondo seminario, alle 15, presenterà le migliori strategie per ottimizzare la partecipazione alle fiere e agli eventi internazionali, con il contributo di Minervini, e dedicherà un approfondimento al settore vitivinicolo, nelle aree di destinazione delle due missioni. Missioni che, dunque, vanno quest'an-

no a concentrarsi su un mercato tradizionale quale quello di Monaco di Baviera e una città emergente come Praga, mete privilegiate per la promozione del sistema di eccellenze del territorio friulano. A Praga, dal 27 al 29 aprile, è prevista la partecipazione delle aziende del vino alla Fiera Food & Wine; il programma della missione sarà arricchito da un work-shop dedicato alla promozione del turismo, da un evento istituzionale di promo-

zione dell'agroalimentare e del sistema produttivo friulano, da un seminario istituzionale sul design arredo abbinato alla presentazione della mostra "Floating Chairs" installazione di forte valore simbolico che, composta da noti modelli di sedie Made in Distretto, ha attratto l'attenzione di architetti, interior designer e stampa internazionale al Salone del Mobile dello scorso anno. A Monaco di Baviera si andrà invece il 19 maggio 2010; il programma prevede un evento istituzionale di promozione dell'agroalimentare e del sistema produttivo friulano, un work-shop con incontri d'affari B2B, dedicato sempre all'agroalimentare e al turismo la presentazione del design arredo di alta gamma abbinato alla mostra Floating Chairs, e a momenti di incontro con qualificate figure del settore, specificatori attivi nel contract-progettuale e distributori. Per le adesioni ai seminari - entro il 29 marzo - e per ulteriori informazioni, sono a disposizione l'Ufficio Internazionalizzazione (Tel. 0432.273295-516 - email progetti.info@ud.camcom.it) e l'Ufficio Contributi (Tel. 0432.273829).

CENTRO EST EUROPA E CANADA

59 check up aziendali

Sono 59 i check up aziendali già organizzati dall'inizio della nuova annualità dei progetti per il Centro Est Europa e il Canada (il prossimo per il Centro Est sarà il 21 aprile), consulenze, realizzate attraverso l'Azienda Speciale I-Ter della Camera di Commercio di Udine, che hanno l'obiettivo di preparare al meglio alle missioni all'estero le piccole e medie imprese della provincia. Il servizio gratuito di informazione, di primo livello, è svolto da qualificati esperti Paese. Obiettivo degli incontri è approfondire sotto i diversi punti di vista la conoscenza dei mercati di riferimento. Dunque, oltre a quello canadese, quelli di Bulgaria, Repubbliche Baltiche (Estonia, Lettonia e Lituania), Polonia, Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca, Romania, Ucraina e Ungheria e Russia. Durante gli appuntamenti viene anche fornito orientamento sui punti di forza e di debolezza del mercato estero di riferimento. Ogni incontro, inoltre, può diventare occasione per analizzare soluzioni relative a quesiti di tipo operativo da parte delle imprese e a incentivare progetti di aggregazione o di filiera. Per informazioni e adesioni è possibile contattare l'Azienda Speciale Imprese e Territorio - I.TER, Ufficio Internazionalizzazione, Via Morpurgo 4 - 33100 Udine. Questi i recapiti: tel 0432.273218-283844; fax 0432.503919; e-mail: progetti.info@ud.camcom.it.

Camera di Commercio Udine internazionalizzazione

Azienda Speciale Imprese e Territorio - I.TER

calendario iniziative [mar>giug/2010]

PROGETTO	INIZIATIVA	DATA	LUOGO	
Tavola rotonda "Brasile: opportunità e prospettive per le PMI" - Brasile	Seminario di presentazione opportunità nel paese sudamericano con focus settore vino	30 marzo	Udine	[1]
Seminari tecnici - Monaco e Praga	"Strumenti per migliorare la presenza delle Pmi all'estero: l'attività di fidelizzazione. Area focus: design arredo in Monaco di Baviera"	31 marzo - mattino	Udine	[2]
	"Strumenti e strategie per ottimizzare la partecipazione agli eventi internazionali. Area focus: vitivinicolo a Praga e agroalimentare a Monaco di Baviera"	31 marzo - pomeriggio	Udine	[2]
Incoming - Canada	Incontri bilaterali con operatori settore vitivinicolo	7 - 11 aprile	Canada	[3]
	Incontri bilaterali con operatori settore arredo/design	14- 18 aprile	Milano	[3]
Incoming - Singapore, Sud africa, Emirati Arabi	Incontri bilaterali con operatori settore arredo/design	14- 18 aprile	Milano	
Missione imprenditoriale - Grecia	Missione multisettoriale: moda (abbigliamento, accessori, calzature), design (design interno/esterno), arredamento, ambiente ed energia, agroalimentare, farmaceutico/sanitario	19 - 21 aprile	Atene	[5]
Partecipazione collettiva alla Fiera Vino&Destillati - Wine&Spirits 2010 e attività di promozione e internazionalizzazione - Repubblica Ceca	Partecipazione fiera, Seminari, degustazioni, incontri b2b settori vino e distillati, arredo/design, turismo e nautica	27-29 aprile	Praga	[6]
Progetto Saperi d'Italia nel mondo IV Missione imprenditoriale - Brasile	Missione settore agroalimentare e vitivinicolo	3-5 maggio	San Paolo e possibilità a estensione Rio Grande do Sul	[4]

[1] Iniziativa organizzata dall'Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER, nel quadro delle attività promozionali a favore delle PMI della Provincia di Udine - co-finanziate da Unioncamere nazionale.

[2] Rete EEN - Consorzio Friend Europe Programma europeo competitività ed innovazione (CIP).

[3] Progetto del sistema camerale regionale, capofila CCIAA Udine, finanziato dalla L.R. 1/2005.

[4] Azienda Speciale Imprese e Territorio - I.TER, in collaborazione con l'ICE - Istituto Nazionale per il Commercio Estero e Promofirenze - Azienda Speciale della CCIAA di Firenze, nell'ambito dell'intesa operativa ICE/Unioncamere.

[5] Cciaa e/o Aziende Speciali del Gruppo Strutture Camerali per l'internazionalizzazione congiuntamente alla CCIAA di Udine/ Azienda Speciale I.TER con il patrocinio di Unioncamere.

[6] Cciaa di Udine, Provincia di Udine - Assessorato al Turismo, Consorzio Friuli Venezia Giulia Via dei Sapori

A Milano verranno organizzati una serie di incontri bilaterali tra le nostre aziende e varie imprese straniere

INTERNAZIONALIZZAZIONE

MOBILE

Salone degli incontri

L'incoming di operatori vuole espandere le possibilità di conoscenza dei nostri prodotti di eccellenza

In occasione del Salone del mobile, che "andrà in scena" a Milano dal 14 al 19 aprile, l'Ufficio internazionalizzazione della Camera di Commercio di Udine non si è lasciato sfuggire l'occasione per organizzare una serie di incontri bilaterali tra le nostre aziende e imprese straniere. In particolare, saranno 26 le realtà aziendali che entreranno in contatto con quelle friulane, e provveranno da Canada e Hong Kong (nell'ambito del progetto finanziato dalla l.r. 1/2005 e sostenuto dall'assessorato alle attività produttive della Regione per favorire l'internazionalizzazione delle imprese), nonché da Singapore, Russia ed Emirati Arabi Uniti, queste ultime ospitate nell'ambito dell'Accordo fra Ice e Unioncamere del 2009 e, in particolare, grazie al supporto di quest'ultima. Già vetrina nazionale e internazionale per numerose aziende friulane del settore, il Salone del Mobile di Milano può vantare quasi 280 mila visitatori nell'edizione 2009: sarà dunque, nuovamente, occasione per presentare a un pubblico esperto tut-



ti gli elementi innovativi e di design della nostra produzione, obiettivo che la collettiva "Padiglione Promosedia" (mille e 600 metri quadrati nel padiglione 14) coglierà con un'immagine particolarmente incisiva. L'incoming di operatori vuole dunque espandere le possibilità di conoscenza dei prodotti di eccellenza delle piccole e medie imprese regionali attraverso una serie di incontri bilaterali che sono stati calen-

darizzati per le giornate del 14, 15, 16 e 17 aprile. Sempre nell'ambito della collettiva, troveranno spazio anche altre attività di promozione del territorio friulano. Il Salone sarà inoltre la sede in cui sarà conferito il Premio Caiazza, e precisamente il 15 aprile alle 17. La competizione internazionale, che vede ogni anno la partecipazione di tanti giovani designer da tutto il mondo, quest'anno ha premiato la sedia Simple

del designer Emanuele Magini, classe 1977, nato ad Arezzo ma con studio a Milano, dove si è laureato in disegno industriale al Politecnico. Il concorso assegna tradizionalmente anche due Menzioni d'Onore che sono andate rispettivamente a Bohan Kim - classe 1981, nato a Seoul, Corea del Sud - per la seduta Neat e a Peter Scherer - classe 1975, tedesco con studio a Berlino - per il modello X Chair.

IN BREVE

TIEPOLO: PROMOZIONE DELL'EVENTO ALL'ESTERO

Anche la Camera di Commercio di Udine appoggia le Giornate del Tiepolo 2010. L'Ente camerale, nell'ambito del suo impegno a garantire supporto alla valorizzazione della città, sia direttamente sia coordinando le attività delle associazioni di categoria, ha voluto dare, anche in questa occasione, il suo contributo per arricchire l'offerta di iniziative complementari di qualità, in una manifestazione che ha l'obiettivo di mettere in luce un'indiscutibile eccellenza del patrimonio artistico e culturale friulano.

Per questo avvenimento, in particolare, la Cciao di Udine, in accordo con Confcommercio e Confartigianato, creerà una serie di attività parallele, che mirano ad accogliere al meglio i turisti e visitatori che arriveranno in città per seguire i tanti eventi organizzati nell'arco del tempo. Tutto ciò, proprio mettendo a disposizione un'esperienza che rappresenta una delle sue vocazioni: la promozione del turismo, dell'ospitalità del territorio e della città, con la convinzione che la cultura sia un mezzo fondamentale anche per dare sviluppo all'economia. Il programma delle Giornate del Tiepolo sarà inoltre presentato e promosso dalla Camera di Commercio nel corso delle due principali missioni europee che la vedranno impegnata nei prossimi mesi: a Praga in aprile e a Monaco in maggio. Due mete strategiche e vicine, in cui saranno coinvolte le imprese di tanti settori. Un'ottima opportunità, dunque, per mettere in rilievo l'importante manifestazione a livello internazionale.



AL VINITALY AGENTI CANADESI

Dal Canada per il Vinitaly. Saranno cinque gli agenti del Paese nordamericano ad approdare al Salone del vino, a Verona dall'8 al 12 aprile, per offrire alle imprese friulane nuove occasioni di contatto e di apertura all'estero. L'incoming è previsto all'interno della seconda annualità del progetto "Sviluppo delle Pmi del Friuli Vg in Canada", finanziato dalla legge regionale 1/2005, progetto sostenuto dall'assessorato alle attività produttive della Regione per favorire l'internazionalizzazione delle imprese e gestito in collaborazione con il sistema camerale regionale. L'arrivo al Vinitaly degli agenti canadesi vuole dare continuità alle azioni già avviate nell'ambito dello stesso progetto nel corso del 2009. Il mercato canadese risulta essere la quarta destinazione mondiale dell'export dei vini friulani. Si caratterizza per la presenza in quasi tutte le province del Monopoli, quale organismo che regola l'importazione e la distribuzione degli alcolici in Canada. L'Ontario e il British Columbia, in particolare, si sono dimostrati, negli ultimi anni, due delle province maggiormente ricettive nel consumo dei nostri prodotti vinicoli, con trend decisamente significativi. Il grande evento di Verona, dunque, risulta essere un'occasione ottimale per ampliare le relazioni internazionali delle nostre imprese partecipanti, anche verso un mercato di assoluto interesse come quello canadese.



SELL OR BUY

SERBIA - COMPONENTI PER IMPIANTI

RISCALDAMENTO E LAVORAZIONI INDUSTRIALI

Azienda serba produttrice di elementi per riscaldamento centralizzato e lavorazioni industriali è interessata a joint venture con imprese produttrici e a collaborazioni per produzione reciproca. (Rif. 2010.03.01 BCD 20100227003)

MACEDONIA - GOMMA

Produttore macedone di gomma e prodotti in gomma per diversi tipi di industrie cerca intermediari commerciali per i propri prodotti e joint venture con aziende già operanti nel settore. L'azienda vanta una lunga tradizione sul mercato locale e si offre per produzione reciproca. (Rif. 2010.03.02 BCD 20100217018)

SVEZIA - IMBALLAGGI

Azienda svedese attiva nella vendita di varie soluzioni di imballaggio per l'industria cerca nuovi partner, fornitori per espandere la propria attività.

ROMANIA - FERRAMENTA

Azienda produttrice di filo metallico, chiodi e catene in metallo è interessata a produzione reciproca e cerca agenti, distributori. (Rif. 2010.03.03 BCD 20100218028)

RUSSIA - COMPONENTI MACCHINARI

Azienda russa specializzata nella produzione e fornitura di componenti per macchinari: attrezzature per molatura e fresatura, parti di ricambio meccaniche ed elettriche per gru è interessata a cooperazioni commerciali con partner affidabile. (Rif. 2010.03.04 BCD 20090907011)

BOSNIA - PRODOTTI CEMENTIZI

Azienda bosniaca certificata ISO 9001:2000 produttrice di prodotti in cemento è interessata a joint venture. (Rif. 2010.03.05 - BCD 20100219015)

SERBIA - ARREDO

Azienda serba specializzata nella produzione di mobili da ufficio ricerca partner per joint venture, produzione reciproca

e subfornitura. L'azienda è interessata anche a rapporti di franchising, realizza nuovi tipi di arredo per questo format di vendita.

(Rif. 2010.03.06 BCD 20100227002)

GRECIA- TESSILE

Azienda greca produttrice di articoli tessili cerca intermediari commerciali ed è interessata ad attività in subfornitura e outsourcing. (Rif. 2010.03.07 BCD 20090710016)

AUSTRIA - CONSULENZE

Società austriaca è alla ricerca di consulenti interessati a rilevare un'attività ben avviata, la società offre servizi di consulenza alle pmi su tematiche diverse. (Rif. 2010.03.08 BCD 20100303049)

FRANCIA - OTTICA

Azienda francese specializzata nella produzione di soluzioni per lenti a contattato cerca agenti e distributori. I prodotti sono conformi alla Direttiva 93/42 EC, ISO 13485 standard. (Rif. 2010.03.09 BCD 20090816003)



L'Europa alla portata della vostra impresa.

AVVISO

L'Azienda Speciale Imprese e Territorio - I.TER della CCIAA di Udine non si assume alcuna responsabilità per le informazioni incomplete e/o inesatte contenute nel presente documento, né sull'affidabilità delle aziende inserzioniste.

Camera di Commercio di Udine
Azienda Speciale Imprese e Territorio - Internazionalizzazione
Via Morpurgo 4
33100 Udine
Tel 0432 273516 273826
Fax 0432 503919
e-mail: cciaaud@friendeurope.it

La nuova normativa pone qualche dubbio anche tra le associazioni. Un'iniziativa importante, ma forse non risolve ancora tutti i problemi

SPECIALE MADE IN ITALY

VISTO DALLE CATEGORIE

Sì all' "etichetta", purc

Sonia Sicco

Tracciabilità dei prodotti, etichetta, controlli. A prevederli è la legge per l'ottenimento della dicitura 'Made in Italy', salutata con favore dalle categorie produttive del Friuli Venezia Giulia. Un'iniziativa importante, attesa, ma non risolutiva, secondo alcuni, di tutti i problemi che colpiscono un mercato diversificato e sempre più aggressivo.

Il provvedimento prevede che la denominazione "Made in Italy" possa essere usata esclusivamente per prodotti finiti le cui fasi di lavorazione abbiano avuto luogo prevalentemente nel territorio italiano; in particolare, se almeno due fasi della lavorazione sono state eseguite nel territorio italiano e se per le rimanenti fasi è verificabile la tracciabilità.

I prodotti che non potranno essere marchiati come "Made in Italy" dovranno essere obbligatoriamente etichettati con l'indicazione dello Stato di provenienza. L'etichetta obbligatoria consentirà la tracciabilità, indicando non dove il prodotto è stato finito ma dove sono state eseguite le lavorazioni.

Etichetta che dovrà essere apposta su tutti i prodotti finiti e intermedi, evidenziando il luogo di origine di ciascuna delle fasi di produzione.

Dovranno esserci tutte le indicazioni sulla confor-

mità dei processi di lavorazione alle norme vigenti in materia di lavoro, la certificazione di igiene e sicurezza dei prodotti; ma anche l'esclusione dell'impiego di minori nella produzione; il rispetto della normativa europea e degli accordi internazionali in materia ambientale.

Il provvedimento dovrebbe entrare in vigore il primo ottobre. Il Senato ha infatti differito a questa data l'efficacia delle norme per dare tempo alla Commissione europea di pronunciarsi sul provvedi-

Rigutti, "La contraffazione è un male non solo per lo Stato"

mento dopo la notifica da parte dell'Italia.

Per **Alessandro Calligaris**, presidente di Confindustria Fvg, "è difficile che senza una disciplina europea i provvedimenti di tutela a livello nazionale come quelli intrapresi da Governo e Parlamento italiano possano essere utili. Senza un quadro normativo omogeneo a livello comunitario in materia di indicazioni obbligatorie in tema di origine ogni tutela delle produzioni tipiche nazionali è destinato a risolversi nel nulla con il rischio per di più di genera-

re distorsioni di traffico a favore degli Stati membri più lassisti".

"Sarebbe meglio offrire un incentivo agli imprenditori per il rafforzamento del loro brand - ha spiegato - ossia della reputazione di cui godono sul mercato o meglio investire nella costruzione del brand 'Italia' uno e facilmente riconoscibile nel quale tutte le produzioni a marchio nazionale possono riconoscersi".

Calligaris ha inoltre sottolineato come, a suo parere, "il 'Made in' non può e non deve essere il solo motivo di stimolo per le aziende che si muovono a livello internazionale. L'azienda è e sarà sempre l'entità che fa la differenza sul mercato, non possiamo aspettarci che una semplice etichetta sul prodotto possa risolvere i problemi economici di un Paese".

"Il concetto di 'Made in' è molto più profondo di una semplice connotazione geografica. Sono le aziende e la loro storia, frutto di tradizione, dedizione e forti investimenti, che devono essere valorizzate e aiutate a sopravvivere", ha concluso Calligaris.

Secondo il presidente di Confcommercio Fvg, **Franco Rigutti**, "la contraffazione è un male non solo per lo Stato, ma anche per l'essenza stessa del mercato".

Secondo Rigutti "la certificazione dei prodotti è un passaggio fondamentale. Se l'intero ciclo produttivo



si realizza in Italia, meglio. Ma certificazione significa essere stati sottoposti a controlli rigorosi, che devono valere anche per le fasi di lavorazione non eseguite in Italia".

Secondo **Graziano Tirlatti**, presidente di Confartigianato Fvg, "non si tratta di legge flop come è stata definita da qualcuno, ma di una legge importante che noi abbiamo pro-

mosso. Confartigianato ha fatto della battaglia per il Made in Italy un simbolo dell'uscita dalla crisi per le piccole imprese. L'auspicio è che in un'economia in consumi post-crisi-

VISTO DALLE AZIENDE

Gli imprenditori si sentono tutelati, riconoscibili ma...

Dubbi sul 100% "non è usufruibile da

di materie prime estere, esclude la possibilità di apporre questo marchio. La legge dovrebbe consentire l'utilizzo dell'etichetta se la lavorazione che determina il prodotto, è fatta in Italia anche con materie prime di altri Paesi. Oro, tessuto o legno - aggiunge - hanno varie provenienze ma giunti in Italia e lavorati, diventano gioielli, abiti o arredo, declinazioni del nostro Made in Italy». La nuova legge che obbliga a indicare l'indicazione del paese d'origine, si rivela un utile strumento di tutela per i consumatori. «Non è corretto - nota Mansutti - che un prodotto fatto in Cina acquisisca il Made in Italy se qui si svolge solo una minima fase di produzione. Per proteggere il nostro valore aggiunto, inoltre, dovrebbe essere più incisiva l'attività di tutela delle istituzioni a livello

internazionale». Per l'**Italian Design di Magnano in Riviera** (ditta artigiana ramo pelletterie), la normativa «si potrebbe rivelare un ottimo strumento per valorizzare le pmi artigiane di produzione, asse portante del sistema economico italiano, sem-

Mansutti "Per un'azienda del legno-arredo l'impiego di materie prime estere, esclude la possibilità di apporre questo marchio"

pre più attuali per la reattività che il mercato esige. Tuttavia - aggiungono i dirigenti - il total Made in Italy non risolverà la stagnazione economica se,

prima che accada l'irreparabile, non si concretizza un Patto per il lavoro (non atipico) che favorisca la crescita occupazionale. Interventi urgenti, riguardano incentivi a tutela di design, marchi e brevetti. Riguardo al costo del lavoro 20 volte maggiore rispetto a quello dei Paesi emergenti, per convincere il mercato, ogni manufatto potrebbe essere corredato da un certificato che attesti il rispetto della norma SA8000 dell'Organizzazione mondiale del lavoro che vieta l'impiego di minori, impone un ambiente di lavoro salubre e un salario dignitoso». Commenti positivi alla legge da parte di **Daniele Beltrami (Interior Beltramini srl, Manzano)**. «Il cliente è sempre attirato dal marchio Made in Italy quindi ben venga una norma che esalti la nostra professionalità, ci permetta



Alcuni esempi di Made in Italy. I prodotti e le sedie di Interior Beltramini (nella foto a

di essere ancor più riconoscibili e certificati. Per le piccole aziende molto attente al dettaglio, alla rapidità e alla perfezione nell'esecuzione dei lavori, - aggiunge - è un'importante strumento di marketing a livello internazio-



Made in Italy: parola alle aziende. «L'introduzione del 100% Made in Italy porta a una maggiore tutela dei piccoli produttori - afferma **Franco Di Fonzo (Frag, Pradamano)** - e fa chiarezza sull'utilizzo ormai poco caratterizzante e interpretativo, del più semplice Made in Italy, marchio apposto su prodotti per gran parte realizzati all'estero. Va comunque sottolineato che il marchio 100% Made in Italy deve

poter essere utilizzato anche dalle aziende che, pur rifornendosi all'estero di materie prime, effettuano in Italia lavorazioni e trasformazioni sostanziali, economicamente giustificate, che danno luogo ad un prodotto finito». Gli fa eco **Fabrizio Mansutti (Tiemmeset Srl, Manzano)**. «Il 100% Made in Italy - spiega - non è usufruibile da buona parte delle imprese italiane. Per un'azienda del legno-arredo, a esempio, l'impiego

Calligaris "Il "Made in" non può e non deve essere il solo motivo di stimolo".
Tilatti "Non è comunque una legge flop"

SPECIALE MADE IN ITALY

hè risulti efficace



si, la qualità, la creatività, il ben fatto, tornino ad essere valori a cui è riconosciuto un premium price sul mercato".

Per **Dario Ermacora**, presidente di Coldiret-

ti Fvg, con l'approvazione della legge "non sarà più possibile spacciare come Made in Italy prodotti importati dall'estero. Abbiamo imboccato la strada giusta. L'obbligo di eti-

chettatura è una svolta per contrastare i due furti ai quali è sottoposta la nostra agricoltura che subisce da una parte il furto di identità e di immagine che vede immesso in commercio cibo proveniente da chissà quale parte del mondo come italiano, e dall'altra il furto di valore aggiunto che vede sottopagati i nostri prodotti agricoli a causa dei nuovi forti della filiera agroalimentare. Per i prodotti industriali il tema è diverso, ma per tipicità come il Prosciutto di San Daniele, ad esempio, questo è il percorso".

Secondo il presidente di Legacooperative Fvg, **Renzo Marinig**, "la legge sul 'Made in Italy' può essere una grande opportunità".

"Il tema dell'etichettatura va affrontato in termini realistici - ha spiegato - alcune filiere possono trarne benefici, altre meno. Siamo d'accordo nel preferire una lavorazione interamente italiana, ma non possiamo ignorare che certe produzioni di design vanno oltre la materia pura e alcuni passaggi in Paesi diversi non inficiano necessariamente la qualifica di 'Made in Italy'".

Per produzioni alimentari diventa fondamentale la tracciabilità del prodotto. "Cito un esempio: la produzione della pasta. Vi concorre materia prima straniera ma il prodotto finale è certificato italiano. Controlli e tracciabilità sono determinanti".

una parte delle imprese"



dell'azienda agricola Mondini (sinistra).

nale come, lo è, a esempio, il bollino di qualità rilasciato dal consorzio "Vero Legno" al quale aderiamo".

Plaude alla norma (anche se giunta tardivamente) **Gianni Arteni**, dell'omonima catena di

abbigliamento, che la definisce corretta nei confronti del consumatore e rispettosa del lavoro svolto in Italia. «Rafforza e valorizza la qualità della nostra produzione - commenta - la difende dalla liberalizzazione dei mercati e dalla mancata imposizione di dazi a sua difesa. Buono l'obbligo a esplicitare la provenienza dei prodotti, informazione che il consumatore ricerca e richiede più spesso». Giudizi buoni sulla legge dal comparto agroalimentare. «Le recenti disposizioni sono un'opportunità da cogliere per valorizzare l'intero sistema Italia» riferisce **Alessandro Gallici**, presidente della cooperativa **vinicola Banear (Treppo Grande)**. «La legge - fa notare - contiene norme note alle aziende vinicole le quali si attengono a disposizioni ben più restrittive sull'origine, la lavorazione e il confezio-

namento del prodotto che, in base a regolamenti di settore, deve essere total Made in Italy e come tale, specie a livello internazionale, comunica uno status symbol, quello italiano, al quale ambiscono i ceti medi dei Paesi emergenti. La norma, quindi, rafforza l'importanza del concetto di Made in Italy da sfruttare come leva di marketing». **Ivano Mondini**, dell'omonima azienda agricola (Castions di Strada) valuta positivamente la legge sia come veicolo di promozione sia come strumento di lotta alla contraffazione. «L'etichettatura garantisce una comunicazione trasparente e precisa al consumatore finale - chiarisce - e nel caso dei prodotti agroalimentari Made in Italy rappresenta un'ulteriore garanzia di qualità del prodotto italiano, super controllato e quindi sicuro».

Ilaria Gonano

L'ESPERTO

Il parere di Sergio Arzeni (Ocse)

"Una norma per l'occupazione"

La nuova norma varata dal Governo nazionale per la tutela del Made in Italy non convince gli esperti. Rischia, infatti, di rivelarsi una forma di protezionismo inapplicabile per il modello industriale moderno e alla fine, quindi, inutile o controproducente. Di questo parere è Sergio Arzeni, direttore del Centro per imprenditorialità e Pmi dell'Ocse (Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico).

Per il sistema produttivo italiano, l'export rimane un'ancora di salvezza?

"Le esportazioni sono diminuite in termini relativi sul totale della domanda mondiale per via del rapido sviluppo delle economie emergenti, specie del continente asiatico. Le misure di competitività basate sui prezzi

non più semplici fornitori di manodopera a basso costo, ma anche potenziali partner commerciali di formidabile importanza".

Alla luce di questo scenario, quali sono le chiavi di competitivi-



Sergio Arzeni

tà per il Made in Italy?

"Guardando alla nuova norma da una prospettiva economista, non c'è dubbio che essa appaia restrittiva. Richiedere che "il disegno, la progettazione, la lavorazione e il confezionamento siano compiuti esclusivamente sul territorio italiano" sembra sfidare le regole della competitività su scala mondiale. Pensando in termini settoriali, una simile strategia produttiva è forse possibile per i beni agricoli. Tuttavia, in un settore manifatturiero sempre più globalizzato, la lavorazione all'estero di fasi di produzione a bassa qualifica non andrebbe probabilmente a inficiare la qualità del prodotto finale, ma è anzi un fattore di competitività chiave su scala mondiale. Non è un caso che i distretti italiani che hanno più sofferto la crisi sono quelli che hanno meno delocalizzato le fasi di produzioni non qualificate.

Una simile visione del Made in Italy sembra, inoltre, più pensata per il sostegno dell'occupazione in settori e mansioni non più sostenibili in un'economia avanzata come quella italiana, che come una misura volta al supporto della competitività delle Pmi nostrane. Salvo non si percepisca il Made in Italy come quell'insieme di micro-imprese di natura più artigiana che industriale che sono state spesso accusate in passato di

"nanismo imprenditoriale" e incoraggiate ad aggregarsi e fare sistema. Se così fosse, il risultato sarebbe paradossale, poiché si finirebbe per proteggere e promuovere un sistema di produzione i cui limiti strutturali sono stati evidenziati da decenni di analisi economiche e sociali".

Secondo lei, quindi, come va interpretato il principio del Made in Italy?

"Ciò che davvero dovrebbe contare ai fini del Made in Italy, o di qualsiasi altro marchio volto a promuovere il prodotto italiano, sono le fasi della produzione a maggior valore aggiunto, come il design, la scelta di materiali di qualità, la ricerca e sviluppo del prodotto, il marketing. Sono, infatti, le fasi a maggiore intensità di conoscenza quelle in grado di caratterizza-

L'innovazione di prodotto, di processo, organizzativa, di marketing è la vera chiave della competitività

re maggiormente un prodotto e spingerlo verso le fasce alte di mercato dove gli imprenditori italiani dovrebbero orientarsi e, in parte, già operano.

L'innovazione di prodotto, di processo, organizzativa, di marketing è, quindi, la vera chiave della competitività. Ciò richiede, certamente, maggiori investimenti del settore privato in R&S, dove l'Italia purtroppo non eccelle.

Più in generale, però, richiede anche una mentalità più aperta da parte delle imprese verso la collaborazione con enti di ricerca e università. Si tratta di un cambiamento difficile, quasi epocale, ma in un mercato globale sempre più competitivo come quello in cui viviamo l'innovazione non è più un'opzione, ma sempre più un imperativo".

Rossano Cattivello

Duemila studenti hanno partecipato all'evento svoltosi nel quartiere fieristico. E c'è chi ha consegnato i propri curriculum

CAMERA DI COMMERCIO

YOUNG

Orientare i propri sogni

Trentadue workshop tematici, arricchiti da 8 sessioni plenarie, frequentati da circa 2 mila studenti, per un'iniziativa di orientamento che è riuscita a dare ai giovani un'idea concreta su come mettere in pratica i propri sogni una volta usciti dalle superiori, continuando nello studio o mettendosi "in marcia" alla ricerca della realizzazione

Numerose le testimonianze "live" di giovani imprenditori

ficio Scolastico Regionale, dall'Università e dalla Camera di Commercio con la sua Azienda speciale "Ricerca & Formazione".

Particolare interesse hanno suscitato le sessio-

ra di Commercio di Udine, appunto, alla cui organizzazione hanno partecipato attivamente anche il Comitato per l'imprenditoria giovanile e quello per l'imprenditoria femminile. I

stand della Camera e delle categorie, all'interno del quale c'era anche un corner dedicato alla diffusione dei servizi del Punto Nuova impresa e Sportello Donna e dell'Ufficio statistica. Interessante, poi, la presentazione dello Sportello Orientamento, nel cui ambito sono stati illustrati pure gli strumenti di Unioncamere per la ricerca attiva del lavoro: innanzitutto Jobtel, il portale dell'orientamento al mondo del lavoro (www.jobtel.it) e quindi Polaris (www.polaris.unioncamere.it), progetto delle Camere di Commercio che mira a favorire il collegamento tra i sistemi formativi e mondo del lavoro attraverso una rete fisica e virtuale di sportelli che offrono servizi per l'orientamento, tirocini formativi, e promozione dell'alternanza scuola-lavoro.

I quattro filoni dei seminari hanno sviluppato poi i temi "Autoimprenditorialità. Fare impresa: come, quando e perché"; "Cercare lavoro valorizzandosi: il curriculum"; "Ricerca attiva del lavoro in un mercato in continuo mutamento:



istruzioni per l'uso" e "Riconoscere e valorizzare le proprie competenze".

In particolare, è stato molto positivo l'esito degli incontri della prima giornata, che hanno visto le autorità presentarsi in modo semplice e informale grazie al coordinatore "speciale", lo showman Andro Merku. Il presidente dell'Azienda Speciale Ricerca&Formazione Giorgio Colutta ha invitato i ragazzi presenti a inseguire sempre e comunque il proprio sogno.

Molto successo anche per l'incontro con Stefano Padoan, organizzato da R&F e finanziato dallo stesso Fondo perequativo di Unioncamere, all'interno del Workshop sulla presentazione del curriculum, come strategia personale per potenziare la propria capacità di conseguire obiettivi sfidanti nel contesto professionale. Nello stand Cciao, peraltro, era stato messo a disposizione

– a cura dell'Azienda speciale e con l'aiuto dei ragazzi della scuola Stringher –, proprio un corner dedicato alla consegna dei curriculum: 60 giovani, prevalentemente laureandi e neolaureati, si sono presentati ed hanno aderito all'iniziativa. I loro curriculum potranno così essere visionati dalle associazioni di categoria o direttamente dalle imprese.

Young 2010 ha dunque potuto offrire agli studenti del quinto anno delle superiori un buon servizio in materia di orientamento al mondo del lavoro. Tutte le iniziative organizzate, anche grazie alla preziosa collaborazione tra le associazioni di categoria, sono stati fondamentali per dare agli studenti, in questo difficile momento di passaggio, in uscita dalla scuola, una percezione differente del mondo del lavoro, lontana da stereotipi e da troppo facili generalizzazioni.



nel lavoro e nella creazione di un'impresa. Sono alcuni dei numeri che hanno contraddistinto l'edizione 2010 di Young, conclusa il 13 marzo e "andata in scena" per quattro giorni alla Fiera di Udine. Un'iniziativa di sistema davvero riuscita, dunque, organizzata da Udine&Gorizia Fiere Spa, dall'Agenzia del Lavoro e Servizio Orientamento della Regione, dall'Uf-

ni plenarie che, all'interno del titolo "Da un Sogno un'idea!", hanno contenuto numerose testimonianze "live" di giovani imprenditori, identificati grazie alle indicazioni delle associazioni di categoria che, quest'anno, grazie al coordinamento dell'Azienda speciale R&F, erano raggruppate in un unico stand, quello della Came-

giovani imprenditori hanno dunque portato le loro esperienze dirette e hanno saputo coinvolgere al meglio i ragazzi soprattutto sul tema dell'autoimprenditorialità, come stimolo a credere che le proprie idee e i propri sogni possano realizzarsi attraverso il coraggio, la motivazione e l'iniziativa personale. Molto frequentato lo

ricerca&formazione

sviluppare la professionalità

La dinamicità e l'elevata competitività del mercato attuale ha spinto l'Azienda Speciale Ricerca & Formazione a progettare azioni formative mirate a sostegno delle imprese. L'intento è quello di trasmettere ai partecipanti strumenti, capacità e competenze necessari per vincere la sfida proposta dal nuovo scenario economico.

I corsi si svolgeranno presso la sede dell'Azienda Speciale Ricerca & Formazione in viale Palmanova 1/3 a Udine.
tel. 0432 526333
ricercaeformazione@ud.camcom.it

I contenuti e le informazioni sui corsi sono disponibili sul sito www.ricercaeformazione.it

INIZIATIVE IN CORSO

[LAVORARE IN SICUREZZA]

Sono aperte le iscrizioni ai seguenti corsi in tema *Sicurezza nel mondo del lavoro*.

Formazione per RSPP mod A

Durata: 29 ore
Avvio previsto: 12 aprile
dalle ore 17.00 alle 21.00
Iscrizioni: entro lunedì 5 aprile

Formazione per RLS

Durata: 32 ORE
Avvio previsto: 13 aprile
dalle ore 14.00 alle 18.00
Iscrizioni: entro lunedì 5 aprile

Aggiornamento primo soccorso per aziende gruppi B e C

Durata: 4 ore
Avvio previsto: 16 aprile
dalle 8.00 alle 12.00
Iscrizioni: entro lunedì 5 aprile

Tutti i corsi saranno attivati solo al raggiungimento del numero minimo di partecipanti previsto.

HACCP formazione per ADDETTI al settore alimentare

Durata: 3 ore
Avvio: 19 aprile
dalle 14.00 alle 17.00
Iscrizioni: entro mercoledì 7 aprile.

HACCP Formazione per RESPONSABILI al settore alimentare

Durata: 8 ore
Avvio: 26 aprile
dalle 9.00 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 18.00
Iscrizioni: entro lunedì 12 aprile

Referente: Sabrina Bodigoi
tel. 0432/526 333 o 601521
sabrina.bodigoi@ud.camcom.it

[ECONOMIA DELL'ANIMA]

"Economia dell'Anima", un nuovo contenitore che racchiude una serie di workshop pensati per dare corpo alla componente "affettiva" del lavoro.

I colori delle emozioni

Le forze sprigionate dai colori: riconoscere le emozioni che i colori suscitano a livello inconsapevole, modulare l'energia così ritrovata per comunicare meglio.

Durata: 3 ore

Avvio: 1 aprile
costo 40,00€

Leadership, uno stile: maschile e femminile

Ricerca una completezza armonica nella leadership: integrazione fra decisionismo e capacità di lotta virili e talento relazionale femminile.

Durata: 6 ore

Avvio: 13 aprile e 20 aprile
costo 80,00 €

Il mito del denaro, come creare l'abbondanza

Riflettere sulla Ricchezza, espressione delle qualità dello spirito umano, e renderla attiva.

Durata: 6 ore
Avvio: 4 e 11 maggio
costo 80,00 €

Nella voce, la forza (2° edizione)

Vivere l'energia che si sprigiona dalla voce ed utilizzarla per ampliare la propria efficacia discorsiva.

Durata: 3 ore
Avvio: da definire - costo 40,00 €

Struttura dei workshop

19.15 - 19.45 Aperitivo offerto dalle aziende del 'Parco Agro-alimentare di San Daniele' e del 'Mercati della Terra a San Daniele'

19.45- 22.15 Workshop tematico

Referente: Sabrina Bodigoi
tel. 0432/526 333 o 601521
sabrina.bodigoi@ud.camcom.it

Tutti i "numeri" del 2009 dei servizi camerali a sostegno delle donne che vogliono aprire un'azienda

CAMERA DI COMMERCIO

IMPRENDITORIA FEMMINILE

Osservatori rosa

Lo Sportello Donna ha già realizzato 47 consulenze dal 1° febbraio. Cinque i corsi organizzati

Hanno in maggioranza tra i 30 e i 40 anni (43%) e in tasca un diploma di scuola media superiore (52%) o una laurea (26%). Sono le 410 donne, aspiranti imprenditrici, che da luglio 2009 si sono rivolte al Punto Nuova Impresa della Camera di Commercio di Udine per ottenere supporto nell'avvio di un'azienda. Il 54% delle persone che si sono rivolte al corner di consulenza, lo scorso anno, era costituito da donne, che hanno ottenuto assistenza e orientamento sugli adempimenti, le modalità e le procedure per

Molte le donne straniere che desiderano aprire negozi di artigianato artistico o prodotti dei loro Paesi d'origine

l'avvio dell'attività, con particolare riferimento all'iter burocratico, alla scelta della forma giuridica, ai finanziamenti e alle agevolazioni, nonché allo sviluppo delle competenze e redazione del business plan. Molte sono le donne straniere che desiderano aprire in città o in provincia negozi di artigianato artistico o prodotti dei loro Paesi d'origine.



Secondo quanto registrato dagli uffici della Cciao è emerso come le idee imprenditoriali siano nate in parte da problematiche legate alla crisi economica o dall'insoddisfazione per l'attuale occupazione da dipendenti. Le criticità evidenziate dalle utenti sono principalmente le difficoltà di accesso ai finanziamenti bancari a causa della mancanza di garanzie, la complessità della decisione di lasciare un lavoro "sicuro", ma anche l'influenza dell'opinione del compagno o del marito.

Al Punto Nuova Impresa, è affiancato il servizio offerto dall'Azienda

Le criticità evidenziate dalle utenti sono principalmente le difficoltà di accesso ai finanziamenti bancari

Speciale Ricerca & Formazione della Cciao, lo "Sportello donna". Tre sono le modalità attraverso cui opera: consulenze

individuali – svolte da professionisti, per mettere a fuoco le caratteristiche della propria idea imprenditoriale e degli obiettivi, l'aspetto economico e finanziario relativo alla gestione dell'attività e l'elaborazione di un efficace piano di marketing –; corsi di formazione nelle materie di start-up aziendale e infine laboratori creativi. L'attività dello Sportello è stata avviata a giugno 2009 per supportare le donne che intendevano partecipare al Bando promosso dalla Cciao per la concessione di contributi

PUNTO NUOVA IMPRESA

Più di 400 utenti dal 1° luglio

Dal 1° luglio 2009 ad oggi gli utenti che hanno avuto accesso al servizio sono stati 759, di cui 410 donne (pari al 54%).

Ecco la classificazione in base al settore d'attività

industria	3%	servizi	15%
turismo	5%	commercio	43%
artigianato	32%	agricoltura	2%

Al Punto Nuova Impresa è in distribuzione gratuita il dvd "Donne e lezioni d'impresa", uno strumento di orientamento, realizzato attraverso quattro video lezioni tenute da docenti esperti sul tema della creazione d'impresa e dello start up imprenditoriale femminile.

a sostegno dell'imprenditoria femminile e giovanile. Un bando che è stato istituito nel 2008, che ha ottenuto grande interesse e sarà rifinanziato anche quest'anno, «con la convinzione – spiega il presidente della Cciao Giovanni Da Pozzo – che proprio puntare sull'iniziativa dei giovani e delle donne sia il modo più giusto ed efficace per guardare con fiducia al futuro». Il bando prevede come criterio di priorità la partecipazione a corsi di formazione: lo Sportello, lo scorso anno, ne ha erogati 5 da 7 ore ciascuno, durante i quali sono stati approfonditi gli aspetti economico-finanziari delle idee imprenditoriali. Ai corsi hanno

partecipato 102 persone, per l'85% donne. L'attività dello Sportello è ripresa in ottobre, con l'avvio del corso di Formazione imprenditoriale, incentrato sugli aspetti pratici e operativi sullo start-up aziendale. Al corso hanno aderito 19 donne. Le consulenze individuali fatte nel 2009 dallo Sportello Donna sono state 54: 27 per l'analisi economica, 25 per gli adempimenti fiscali e 2 per gli aspetti contributivi. E per il 2010, l'interesse per il servizio non è calato, anzi: anche grazie all'Ufficio Registro Imprese, che indirizza le donne interessate a beneficiare del supporto tecnico, solo dal 1° febbraio sono già state realizzate 47 consulenze.

IL PREMIO

Un'idea del comitato camerale

A confronto le tesi di laurea

Un premio per la miglior tesi di laurea sull'imprenditoria femminile. È la nuova idea del Comitato per la Promozione dell'imprenditorialità femminile della Camera di Commercio di Udine, guidato da Enrica Gallo, per promuovere e stimolare la ricerca, la riflessione e gli studi sul tema. I destinatari del premio, di mille euro, sono i laureati (laurea quinquennale o specialistica) dell'Università di Udine o di altri atenei, ma residenti in provincia. La tesi dev'essere discussa tra il 1° gennaio 2009 e il 31 luglio 2010 e il voto di laurea dev'essere di almeno 99/110. La partecipazione è riservata a chi non abbia superato i 27 anni alla data della discussione. «È un piccolo segnale, ma significativo – spiega il presidente della Cciao

L'elaborato dev'essere discusso tra il 1° gennaio 2009 e il 31 luglio 2010

Giovanni Da Pozzo –, una bella proposta del Comitato che va ad arricchire le attività che l'Ente camerale sta portando avanti in questi anni per stimolare l'iniziativa imprenditoriale femminile e giovanile sul territorio. Con la convinzione che puntare su di loro sia un modo per scommettere davvero sul futuro».

Il premio sarà assegnato dopo la valutazione di una commissione, nominata dal Segretario Generale della Camera di Commercio. La "giuria" sarà composta da un docente universitario, da due



La presidente Enrica Gallo

componenti del Comitato e dal Segretario Generale stesso. «Confidiamo di dare motivazione a chi si occupa di questa tematica, dal punto di vista della ricerca e dello studio – aggiunge la Gallo – e speriamo che da qui possano scaturire nuovi progetti

La partecipazione è riservata a chi non abbia superato i 27 anni

da mettere in pratica per incoraggiare e affiancare al meglio le donne che decidono di aprire e di portare avanti un'attività in proprio».

Per partecipare al concorso, il candidato dovrà inviare entro il 30 settembre 2010 (farà fede la data del timbro postale in partenza) una busta sulla quale dovrà espressamente indicare: "Comitato per la promozione dell'imprenditorialità femminile – Premio tesi di laurea". La busta dovrà contenere la domanda, redatta in carta libera e compilata utilizzando



il modulo disponibile su www.ud.camcom.it (si trova anche alla Segreteria del Comitato, in Cciao); oltre alla domanda, vanno allegati il testo integrale della tesi in duplice copia (una su supporto cartaceo e una su supporto informatico) e un abstract di massimo dieci cartelle che sintetizzi i contenuti della tesi, la metodologia seguita e le conclusioni (sempre in duplice copia).

La scelta del vincitore sarà comunicata tramite posta e la premiazione avverrà entro il 31 dicembre. Ulteriori chiarimenti possono essere richiesti alla Segreteria del Comitato in Camera di Commercio, via Morpurgo 4, 33100 Udine, stesso indirizzo cui vanno spedite le domande (per info: tel. 0432.273517/33; fax 0432.503919; email: promozione@ud.camcom.it).

In vista della missione che si terrà a maggio l'Azienda Speciale I-ter organizza una tavola rotonda

CAMERA DI COMMERCIO

L'INCONTRO

Obiettivo Brasile

Il focus sarà concentrato sulle aziende vitivinicole

Il Brasile presenta prospettive e opportunità per le Pmi della provincia di Udine. Proprio per approfondire questo mercato, ancora in parte "inesplorato", in vista della missione "Sapori d'Italia nel mondo" a San Paolo dal 3 al 5 maggio, l'Azienda speciale I-ter della Camera di Commercio di Udine organizza una tavola rotonda, che si terrà nella sede di via Morpurgo. L'incontro, previsto per il 30 marzo alle 9, si rivolge a tutte le aziende interessate ad analizzare le possibilità e le metodologie di approccio a questo vasto mercato, con un focus sul comparto vitivinicolo, su cui si concentrerà l'outgoing, cofinanziato da Unioncamere.

Riforme strutturali, contenimento dell'inflazione, aumento delle

Riforme strutturali e aumento delle esportazioni hanno permesso al Brasile di rafforzare la credibilità estera

esportazioni sono alcuni degli elementi che hanno permesso al Brasile di rafforzare la credibilità estera e assumere un ruolo preminente all'interno del mercato mondiale.

L'economia brasiliana ha cominciato la fase di ripresa nel secondo trimestre 2009 e l'attesa è che l'andamento continui, creando le basi per una crescita del Pil del 4,6% nel biennio 2010-2011. La regione del Sudest, una delle cinque macro-regioni in cui è suddiviso il

L'economia del Paese sudamericano ha cominciato la fase di ripresa nel secondo trimestre 2009.

La crescita del Pil nel biennio è del 4,6%

Brasile, rappresenta la forza trainante dal punto di vista economico. E' costituita da 4 Stati e in questa parte del Paese si produce ancora oltre la metà del Pil. Un ulteriore fattore che determina la crescita del Brasile è l'aumento della domanda interna che, grazie anche alle politiche economiche del governo, sta consentendo a un numero maggiore di brasiliani di migliorare la propria qualità



di vita e ad alcuni strati sociali di entrare nelle fasce di consumo dalle quali, in precedenza, erano esclusi.

Il seminario si pone dunque l'obiettivo di fornire una fotografia della situazione economica brasiliana e delle sue proiezioni, dei settori che evidenziano maggiori prospettive e dei possibili approcci al mercato, con particolare eviden-

za al settore vitivinicolo. All'appuntamento si approfondiranno anche la contrattualistica internazionale e le leggi applicabili, nonché le modalità di spedizione e distribuzione in Brasile.

Per info, Ufficio internazionalizzazione Azienda Speciale I-ter, te. 0432.273843 - email progetti.info@ud.camcom.it; sito web www.ud.camcom.it.

IL CONVEGNO

Novità per l'export

Nuove procedure per i certificati d'origine

Grande partecipazione al convegno organizzato dalla Cciao di Udine il 1° marzo, che ha approfondito tutte le novità per le imprese che esportano beni e lavorati all'estero, in particolare nei paesi extra Ue. Dal primo gennaio è infatti partita una nuova procedura per la richiesta e il rilascio dei certificati d'origine, ossia i documenti doganali che attestano l'origine della merce in esportazione, normalmente forniti dall'Ufficio commercio estero delle Camere di Commercio alle aziende che, carte alla mano, possono così procedere con le spedizioni. In una Sala Valduga gremita dai rappresentanti delle aziende, Maria Cappel-



lo, dell'Ufficio Commercio Estero della Cciao di Udine, ha fornito tutte le istruzioni per il rilascio dei certificati di origine non preferenziale. Infine Sabrina Pontoni del Registro Imprese ha spiegato le procedure per la richie-

sta dei certificati di origine on-line.

Ecco alcune delle novità illustrate. Grazie al supporto informatico Mix Co Web, l'imprenditore si recherà allo sportello solo per ritirare il certificato già pronto, dopo aver compilato il modulo on line ed averlo trasmesso in via telematica agli uffici camerali, che provvederanno a stamparli e vistarli. Il nuovo software contribuirà a velocizzare le procedure per l'esportazione, abbattendo i tempi legati alla richiesta della documentazione. Si avvierà quindi un "dialogo" telematico tra azienda e funzionari della Cciao che, per il buon esito della pratica, richiederanno, se necessario, l'eventuale documentazione integrativa. Le comunicazioni avverranno attraverso l'indirizzo di posta elettronica certificata commercioestero@ud.legalmail.camcom.it. Ulteriore agevolazione è contenuta anche nelle nuove norme per il rilascio dei certificati d'origine, che consentono all'esportatore di autocertificare, attraverso la dichiarazione sostitutiva di atto notorio, l'origine della merce diretta all'estero. L'impresa che richiede il certificato d'origine utilizzando lo strumento della dichiarazione d'atto notorio non è tenuta a esibire le fatture di acquisto e le dichiarazioni dei fornitori. L'imprenditore può consultare, all'occorrenza, alcune guide e note informative disponibili sul sito della Camera. Poiché le tematiche sono particolarmente complesse, l'impresa può rivolgersi direttamente ai funzionari della Cciao per richiedere assistenza e consulenza nella compilazione dei formulari che, tra l'altro, nei prossimi mesi verranno proposti in una versione nuova che tiene conto della recente normativa.

**Dal 1 aprile
la vostra impresa nascerà
con un dito.**

Arriva **comunica**, la Comunicazione Unica per iscrivere o modificare la tua impresa con un solo invio online alla Camera di Commercio, che inoltrerà ad Inps, Inail e Agenzia delle Entrate le informazioni di loro competenza. Comunica ti semplifica la vita.

Scopri su www.registroimprese.it

È un servizio realizzato da "InfoCamere"

I numeri della vitivinicoltura in Provincia.
In aumento la varietà destinata
alla produzione di vino Prosecco

CAMERA DI COMMERCIO

PRODUZIONE VINO 2009-2010

Uva certificata

Conclusa gli adempimenti per le produzioni a Denominazione d'Origine per la provincia di Udine

Sono terminate a tempo record le operazioni di certificazione dell'uva a Denominazione di Origine da parte della Camera di Commercio di Udine, tra le prime in Italia ad aver già concluso l'attività prevista. Si tratta di un adempimento fondamentale per la produzione e commercializzazione del vino di qualità (Docg, Doc e Igt) in quanto garantisce la provenienza e i limiti produttivi della materia prima.

La maggior parte delle aziende vitivinicole della provincia ha già ricevuto il certificato di produzione, validato dall'organismo di controllo previsto dalla recente normativa comunitaria. «L'aver concluso l'attività nei tempi e con le modalità previste dalla Legge – spiega il presidente Giovanni Da Pozzo – è un buon risultato, grazie all'ottimo lavoro svolto dagli uffici camerale, in sinergia con la Direzione regionale, i Caa (Centri Assistenza Agricola) e gli organismi di controllo, a dimostrazione che organizzazione e professionalità risultano determinanti anche per rendere efficienti

IN CIFRE

Produzione : +10% nel 2009

Rispetto all'anno precedente si registra una diminuzione dei quantitativi per i vini Docg (-15%) e un aumento per Doc (+9%) e Igt (+11%). Nel complesso la produzione è aumentata di circa il 10% (ritornando ai livelli del 2007), segno sia di una buona annata produttiva sia di una rinnovata fiducia nel settore vitivinicolo in un momento di crisi dell'intero comparto agricolo. All'interno della provincia di Udine sono coltivati più di un terzo (36%) degli ettari a vino Docg/Doc/Igt della Regione.

ti adempimenti burocratici obbligatori». Il sistema, definito in Regione qualche anno fa, prevede infatti l'aggiornamento dei dati catastali di ogni singola azienda (e di ogni singolo appezzamento vitato) e la denuncia della produzione di uva da parte dei Centri di assistenza Agricola, la validazione da parte della Direzione regionale e dell'Organismo di Controllo (Ceviq) e la gestione di tutti i dati da parte della Camera di Commercio che provvede a "certificare" la produzione. La complessità dell'operazione (e

la grande quantità di informazioni) è regolata da software camerale che riducono al minimo tempi, documenti ed errori.

Sono 705 le aziende della Provincia di Udine che rivendicano una Produzione a Denominazione d'Origine o ad Indicazione Geografica per un totale di 6.300 ettari vitati, 67.000 tonnellate di uva e quasi 500.000 ettolitri di vino prodotto. Rispetto all'anno precedente si registra una diminuzione dei quantitativi per i vini Docg (-15%) e un aumento per Doc (+9%) e Igt (+11%).



Sono 705 le aziende della Provincia di Udine che rivendicano una Produzione a Denominazione d'Origine o ad Indicazione Geografica per un totale di 6.300 ettari vitati, 67.000 tonnellate di uva e quasi 500.000 ettolitri di vino prodotto

Nel complesso la produzione è aumentata di circa il 10% (ritornando ai livelli del 2007), segno sia di una buona annata produttiva sia di una rinnovata fiducia nel settore vitivinicolo in un momento di crisi dell'intero comparto agricolo. All'interno della provincia di Udine sono coltivati più di un terzo (36%) degli ettari a vino Docg/Doc/Igt della Regione.

Tra i cinque vini Doc più coltivati della provincia, tre internazionali – Pinot grigio, Merlot e Sauvignon e due autoctoni (Friulano e Refosco dal peduncolo rosso), che nel complesso rappresentano il 61% della produzione enologica a denominazione d'origine.

Da citare infine l'aumento della varietà Glera destinata alla produzione di vino Prosecco che in segui-

to al riconoscimento della Denominazione d'Origine e in virtù del favorevole andamento dei mercati ha realizzato anche in provincia performance di tutto rispetto (18 mila ettolitri prodotti, pari al 7% della produzione provinciale), indice di un elevato dinamismo da parte dei nostri produttori, sempre attenti alle moderne esigenze e a nuovi spazi di mercato.

LA NUOVA LEGGE La riforma della tutela delle denominazioni dei vini

Ecco cosa cambia con il decreto

Dopo 18 anni, la Legge 164/1992 viene profondamente rivisitata per essere adeguata alle innovazioni introdotte dai nuovi Regolamenti comunitari. La Legge ha contribuito, in maniera determinante allo sviluppo e al consolidamento del patrimonio nazionale delle produzioni vinicole Docg, Doc, Igt; il settore tuttavia aveva bisogno di un nuovo strumento normativo, sia per adeguarsi alla nuova Ocm (Organizzazione Comune di Mercato), sia per tenere conto delle attuali esigenze degli operatori e delle nuove sfide dei mercati comunitario e internazionale. Il decreto legislativo persegue una serie di obiettivi, tra cui la valorizzazione e promozione della qualità dei vini a denominazioni di origine e indicazioni geografiche, la ridefinizione del ruolo del Comitato nazionale vini, la rivisitazione del sistema dei controlli e il sistema sanzionatorio secondo i criteri di efficacia e applicabilità.

Tra le novità più importanti:

Definizione delle de-



nominazioni di Origine e delle Indicazioni Geografiche.

L'armonizzazione del sistema di protezione delle Dop e Igp, dei vini con quello degli altri prodotti dell'agroalimentare ma il mantenimento del sistema di classificazione nazionale Docg e Doc (al posto di Dop) e Igt (al posto di Igp);

Protezione comunitaria e relativa procedura di conferimento.

Il sistema si innova profondamente rispetto al precedente e prevede per il conferimento della protezione una preliminare procedura nazionale ed una successiva procedura comunitaria che si conclude con la registra-

zione (è prevista tuttavia una fase transitoria fino al 31 dicembre 2011).

Zona di produzione vini a Igp.

È introdotto l'obbligo di delimitazione della zona di vinificazione delle uve prima non prevista (deroga transitoria fino al 31 dicembre 2012).

Verifica del rispetto del disciplinare – controlli di filiera sulla produzione dei vini Dop e Igp.

Vengono estesi gli esami analitici anche ai vini Igt ed il sistema dei controlli (in analogia a quanto accade per gli altri prodotti Dop e Igp), viene individuato dai produttori, per il tramite dei propri Consorzi di

tutela, in organismi terzi o Autorità pubbliche. In Regione, i Consorzi di Tutela Collio, Friuli Grave, Isonzo e Carso hanno indicato la Società "Valoritania", mentre i Consorzi di Tutela della provincia di Udine hanno costituito in collaborazione con la Camera di Commercio l'Ente "Ceviq".

Albo imbottigliatori, Albo Vigneti, Denuncia delle Uve, Certificazione del vino, Gestione contrassegni di Stato per i vini a Docg.

L'Albo Imbottigliatori viene abrogato e sostituito da un Elenco istituito presso l'Organismo di controllo; l'Albo Vigneti sarà integrato all'interno dello schedario vitivinicolo e la denuncia delle uve sarà contestuale alla denuncia vitivinicola generale; la certificazione del vino e la gestione dei contrassegni di stato per i vini a Docg verranno gestite dall'organismo di controllo. In merito sono previsti ben tre decreti Mipaf da adottare entro 6 mesi dall'entrata in vigore del decreto legislativo e che di fatto renderanno applicabile la riforma.

VINI DOLCI FRIULANI

Accolte le modifiche

Le nuove regole nazionali sui vini dolci, avevano creato non pochi problemi ai nostri Picolit, Verduzzo e Ramandolo. In particolare, il limite di acidità volatile era troppo basso: 1,08 g/l. Quasi tutte le tipologie di vino che sfruttano l'appassimento delle uve, solitamente, hanno un tenore di acidità volatile più alto, legato a diversi fattori, tra cui il maggior estratto, la quantità di zuccheri e il tempo di fermentazione più lungo. A proposito, al Picolit era già stata accordata una deroga, a 1,50 g/l. Il Consorzio di tutela vini dei Colli Orientali del Friuli-Ramandolo ha avviato un'azione per ottenere la stessa modifica anche per gli altri famosi vini dolci della zona: il Ramandolo, il Verduzzo friulano e il Dolce, appunto, che è stata recentemente accolta dal Ministero delle risorse agricole, con soddisfazione dei tanti produttori coinvolti. A proposito, si deve tenere presente che esiste una norma che stabilisce che ogni vino che superi il limite di acidità volatile consentito, deve essere destinato alla distillazione. Infatti, non ci sono operazioni enologiche autorizzate per ridurre il tenore. Comprensibilmente, l'eventualità comporta un grave danno economico per le aziende. La stessa azione con i medesimi risultati è stata avviata con successo anche dall'Eviq, l'ente certificatore dei vini a doc della provincia di Udine, il quale aveva chiesto una deroga per il limite di acidità volatile dei Verduzzo di Friuli-Annina, Friuli-Aquileia e Friuli-Latisana.



Gli operatori invocano un impegno pubblico importante sulla valorizzazione del celebre bianco

ENOGASTRONOMIA

LA PROMOZIONE

Il Friulano batte cassa

I finanziamenti ci sono in parte. Mancano sette milioni di euro. La regia sarà dell'Ersa

Adriano Del Fabro

Dal tormentone del Tocai a quello del Friulano. Prima c'era la disputa sulla conservazione della denominazione e ora sulla distribuzione dei fondi per la promozione della nuova dicitura. Sulle etichette del bianco nostrano più consumato, dal Collio alle Grave, brilla dappertutto la scritta "Friulano", ma quanto questa sia conosciuta in Italia e all'estero è ancora assai dubbio. Ecco uno dei validi motivi per cui tutti i protagonisti invocano un impegno pubblico importante sulla sua valorizzazione e promozione. E le risorse finanziarie ci sono: annunciate da molti anni, pare che adesso siano entrate, almeno in parte, nelle casse regionali. Per fare il punto esatto della situazione abbiamo sentito l'assessore regionale alle risorse agricole, Claudio Violino, coinvolto in prima persona sulla questione.

Gli operatori si chiedono se il promesso budget per la promozione del Friulano è stato completato. A che punto siamo?

A oggi abbiamo in cassa circa 3 milioni di euro impegnabili a partire dall'approvazione del bilancio consuntivo 2009; altri 3 milioni di euro diventeranno disponibili mediante decreto del Direttore del Servizio produzioni agricole. I rima-

menti 4 milioni previsti dall'accordo con il Ministero per le risorse agricole, che abbiamo già provveduto a richiedere formalmente, devono ancora essere girati a favore della Regione, ma auspichiamo una risoluzione in tempi relativamente brevi.

Che strategia di investimenti è prevista?

La regia della promozione è stata affidata all'Ersa, che ha mandato per la promozione di tutto il prodotto agroalimentare regionale. La scelta di puntare sull'Agenzia regionale per lo sviluppo ru-

L'idea cardine è quella di creare un marchio del "tipicamente friulano"

rale è strategica perché ci permette di gestire in prima persona fondi e decisioni e di dare una regia univoca e integrata alla valorizzazione di tutto il comparto. La comunicazione, in questo momento, è in mano all'Agenzia stessa che sta programmando dettagliatamente come utilizzare i fondi. Un aspetto però mi preme sottolineare: i fondi sono stati stanziati espressamente per la promozione del vino Friulano, non di questa o quella azienda, per cui la promozione

coinvolgerà tutti, ma avrà una gestione e un'impronta istituzionale.

Sono stati individuati gli attori della promozione vera e propria?

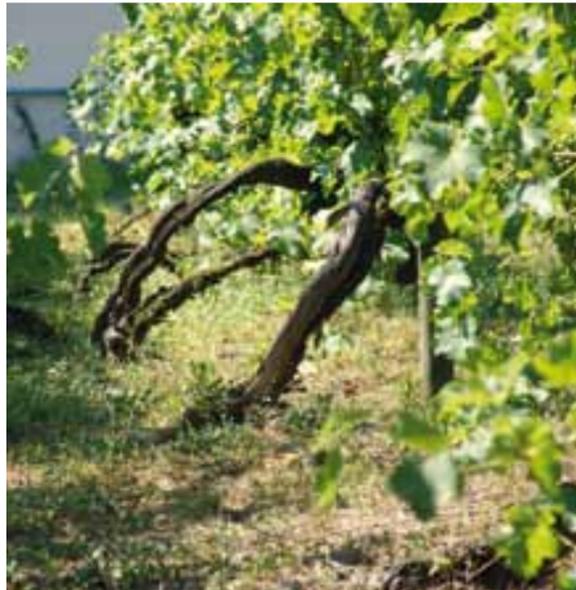
Mi ripeto, tutti saranno coinvolti, nei tempi e nei modi opportuni, sotto la direzione di Ersà. Siamo al lavoro da diversi mesi, ma coinvolgeremo gli operatori solo quando avremo un progetto completo. Non avrebbe senso farlo prima. Quindi invito tutti ad attendere che il progetto sia completato e venga presentato al pubblico, prima di esprimere prematuri giudizi. Le cose fatte bene richiedono tempo, ma danno più soddisfazione.

... e le linee guida del piano promozionale?

L'idea cardine è quella di creare un marchio del "tipicamente friulano", un modo per lanciare un forte messaggio identitario tra prodotto e territorio, e di valorizzare sotto la spinta del nostro vino bianco più famoso, tutte le eccellenze enogastronomiche che per un motivo o per l'altro godono di scarsa visibilità. "Friulano" deve diventare da semplice vino, a simbolo del made in Friuli Venezia Giulia.

Vedremo già qualcosa al prossimo Vinitaly, il salone internazionale del vino che aprirà i battenti a Verona tra pochi giorni?

La partecipazione regionale al Vinitaly, quest'anno è stata affi-



I DATI

8 milioni di bottiglie

Secondo i dati forniti dall'Ufficio regolazione del Mercato della Camera di Commercio di Udine, nella campagna vendemmiale 2009/2010, nella viticoltura regionale il Friulano a doc occuperà una superficie pari a 1.050 ettari pari a una produzione complessiva di 8.949 tonnellate d'uva e 62.643 ettolitri di vino (+ 4 per cento rispetto al 2008). Le aziende che producono il Friulano, in 7 zone a doc, sono 1.081 per circa 8.300.000 bottiglie. Il Friulano rappresenta il 10 per cento di tutto il vino a doc prodotto nel Friuli Venezia Giulia. La superficie maggiore, 302 ettari, insiste all'interno del territorio del Consorzio di tutela dei Colli Orientali del Friuli. Il maggior numero di aziende, 447, e la maggior quantità d'uva raccolta (2.863 tonnellate), rivendicano la denominazione Friuli-Grave.

data a TurismoFVG. Nonostante la stretta collaborazione che ci lega, la parte organizzativo-gestionale dell'evento è stata curata da loro, per cui a loro rimando il quesito. Quello che posso dire è che si è scelto di procedere per gradi, utilizzando le più prestigiose vetrine nostrane, come Friuli Doc e Agriest, per testare le potenzialità nella promozione di Ersà. Devo dire che i risultati sono stati assolutamente incoraggianti, sia in termini di pubblico, che di risposta degli addetti ai lavori. Ora dobbiamo solo perseverare su questa strada per costruire un comparto unito e in grado di proporsi sul mercato in tutte le sue componenti. Solo facendo massa critica possiamo "stare" sul mercato.

Nel frattempo, non giungono buone notizie dai Vivai Cooperativi di Rauscedo, la più importante impresa europea del settore delle barbatelle di vite. «Gli impianti dei vini rossi come Merlot e Cabernet, sono in caduta libera – spiega il direttore di Vcr, Eugenio Sartori -. Tra i bianchi, continua a crescere il Prosecco a cui saranno dedicati circa l'85 per cento dei nuovi impianti friulani e il Pinot grigio e Sauvignon sono stabili. In netta diminuzione, invece, gli impianti di Friulano». Difficoltà di mercato? Scarsa redditività? Mancanza di fiducia dei vignaioli sul futuro di questo vitigno?



Il ristorante fresco di ristrutturazione

Il tavolo più ricercato sta al piano di sopra, sulla destra. Quadrato, otto posti. E' appoggiato sul piedestallo di una macchina da cucire. Appesi, lampadari in rame. La forma è quella del co-perchio della Singer. La vecchia Singer!

C'era un cantiere quando Rosanna Clochiatti ha visto la Antica Maddalena. Buio, polvere, picconi. Si innamora. Ne parla col marito, Ugo Durigon. Lo convince, firmano, atten-

dono la ristrutturazione: pareti bianche, un vecchio muro a sacco recuperato, pavimento e travi in rovere. E così la storia si riavvia lì dove nel Medioevo sorgevano le botteghe dei pellicciai. Pare che già nel 1400 esistesse l'osteria "Maddalena", che la gente chiamava "sporca" per le precarie condizioni igieniche e i rifiuti della contrada. Quella casa è poi anche bottega di un pellicciaio, di un venditore di lino e cana-

IL RISTORANTE DEL MESE

Antica Maddalena

Da contrada di pellicciai a tempio del mangiare bene

pa, studio di un professore di strumenti di ottone (al primo piano) e macelleria (al pianterreno). Dal 1883 torna quindi a essere luogo di mescolta di vino ("Alla fratellanza", la gestisce Maddalena Croatto), nel 1937 prende il nome di "Antica Maddalena", nel dopoguerra aggiunge anche "vecchia" e "sporcje".

Adesso, al numero 4 di via Pelliccerie, piano terra, superiore e cantina, Rosanna, di Povoletto, è la "padrona". Ti accoglie, intrattiene, spiega, serve. Ugo, di San Vito al Tagliamento, sta in cucina, stupisce con la semplicità. Nel 1987 lasciano Udine direzione San Daniele. Rilevano un bar-pa-



ninoteca e lo trasformano pian piano in un grazioso ristorante, "Le Vecchie Carceri". A un certo punto il Comune decide di cedere l'immobile, arriva lo sfratto, si deve cambiare. Rosanna dirige il Picaron per due anni, quindi si ri-

parte a Udine, dalla fine di agosto 2009.

L'osteria si affolla attorno alle 11, trovi di sicuro qualcuno che conosci, ti offre un taglio della casa (un euro, spettacolare rapporto qualità prezzo). Martedì e giovedì, alle sette di sera, viene servito il risotto. Ugo lavora su una cucina prevalentemente friulana: frico, orzo e fagioli, salame nell'aceto. E poi carne alla griglia, capretto, lombo di cervo con il tortino di zucca e verza, noce di vitello con la macedonia di verdure, stinco su pure di patate con cren grattugiato: non manca l'ispirazione mitteleuropea. "Il mercato del pesce è vicinissimo – aggiunge Ro-

sanna –, lo proponiamo sempre."

Vini? "Soprattutto friulani, a rotazione: una decina sono in degustazione al banco". Trenta coperti sopra, venti nella saletta al piano terra, tre tavoli in osteria, una cantina per buffet. All'ora di pranzo bancari e professionisti. La sera coppie, amici, aziende. Con il vino della casa si sta sotto i 30 euro. L'osteria-trattoria (anticamaddalena@alice.it, 0432/500544) è aperta dalle 10.30 alle 15 e dalle 18 a mezzanotte. A collaborare con Rosanna ci sono Valentina e Gabriele al banco e ai tavoli. Con Ugo in cucina Ali e un lavapiatti.

Marco Ballico

Presentata una proposta che va ad incidere nel pacchetto regionale anticrisi

ATTUALITÀ

IL CONVEGNO "OLTRE LA CRISI"

Risorse riviste

Verranno accresciuti i fondi che hanno dato finora risultati migliori

Riallocare le risorse del pacchetto regionale anticrisi, diminuendo i fondi dalle misure che hanno funzionato meno (fondo di smobilizzo crediti e fondo di garanzia) e accrescendo quelle che invece hanno dato risultati migliori, quali i fondi di rotazione e

del comitato di gestione del Frie e Gerardo Ruggiero, direttore generale di Mediocredito Fvg. «La Regione – ha spiegato Blasoni – ha messo in campo 400 milioni di euro per aiutare le imprese a superare la crisi, risorse ingenti che sono state stanziare in un momento di particolare difficoltà. Dobbiamo riconoscere però che alcuni degli strumenti programmati hanno funzionato meglio, altri non hanno dato i risultati sperati, pertanto dobbiamo avere il coraggio di rivederli. La giunta e il presidente Tondo agiranno sicuramente in tempi brevissimi».

«Il Friuli Venezia Giulia – ha spiegato l'assessore Ciriani nel suo intervento di sintesi – è tra le più virtuose in Italia per quanto riguarda le misure adottate per consentire alle aziende, specialmente alle Pmi, di superare la crisi economica. Ora è auspicabile che la parte rimanente delle somme

destinate dall'amministrazione per favorire i processi di consolidamento aziendale sia impiegata dal nostro tessuto produttivo per avviare investimenti e favorire la crescita dell'economia».

Ciriani ha ricordato che, al 31 gennaio, 113 dei 250 milioni di euro

Al 31 gennaio, 113 dei 250 milioni di euro previsti dal pacchetto anti crisi erano già stati assorbiti dal sistema economico

previsti dal pacchetto anti crisi erano già stati assorbiti dal sistema economico. Sono dunque stati impiegati dalle aziende per mettersi in sicurezza a fronte della crisi finanziamenti fino a 300 mila euro per cia-



Da sinistra, Blasoni, Ciriani, Da Pozzo e Tellia

Vanno a gonfie vele i fondi di rotazione e la cosiddetta provvista mista per l'industria

la cosiddetta provvista mista per l'industria. È la proposta, presentata dal consigliere regionale Massimo Blasoni – e confermata dall'assessore alle attività produttive Luca Ciriani – al convegno "Oltre la crisi: come e quando", appuntamento al quale sono intervenuti anche Bruno Tellia, presidente

scun intervento.

Il presidente della Cciaa Giovanni Da Pozzo ha introdotto l'affollatissimo convegno. «Un'occasione per guardare al futuro della nostra economia, che contiamo diventi davvero uno degli asset prioritari della politica. Il nostro territorio dispone di una ricchezza di strumenti finanziari, da Friulia a Mediocredito ai Confidi: sono certo che la Regione farà il possibile per armonizzarli al meglio e nel modo più efficace per le nostre Pmi». Il presidente Da Pozzo ha an-

che illustrato i dati più recenti relativi al sistema imprenditoriale friulano. Le imprese attive al 28 febbraio risultano 97.743 in Fvg, di cui 47.284 in provincia di Udine. Quanto alla natalità delle imprese, il secondo e il terzo trimestre 2009 hanno dato saldo positivo tra iscrizioni e cancellazioni, mentre il primo trimestre di quest'anno (dato di febbraio) registra 650 iscrizioni e il doppio di cancellazioni. Un risultato comunque anche fisiologico, come ha spiegato il presidente, visto che le chiusure

normalmente avvengono a fine anno ma vengono "catalogate" in gennaio. «La fiducia degli imprenditori, però – ha concluso il presidente – sembra andare, anche se timidamente, in controtendenza rispetto le difficoltà registrate. Si sente più forte la speranza di uscire dalla crisi. Il nodo più preoccupante resta quello occupazionale. Saranno fondamentali i dati del primo semestre di quest'anno per valutare quanto abbia inciso la crisi sulle nostre imprese e quanto le misure a loro sostegno».



Ivano Benvenuti

Ivano Benvenuti, 66 anni di Gemona, è il nuovo presidente del Cipaf. In passato è stato sindaco di Gemona, assessore e consigliere regionale, ma anche presidente regionale di Confcooperative, membro della giunta esecutiva centrale e consigliere nazionale della stessa associazione cooperativistica. È stato anche presidente della finanziaria regionale della cooperazione (Finreco).

Presidente Benvenuti, la sua nomina alla presidenza del Cipaf le è stata comunicata pochi attimi prima dell'assemblea elettiva. Secondo lei perché l'hanno scelta?

«L'irrigidimento da parte del Sindaco di Gemona sulla sua proposta nell'indicare un nominativo non espressione unanime dei componenti dell'assemblea

CIPAF

Parla il neopresidente del Consorzio che ha sede a Gemona

Cooperare per lo sviluppo

stessa ha creato un em-passe che ha suggerito la ricerca di altra persona con esperienza nel campo economico e che possibilmente fosse gemonese».

L'ente, che presiede, gestisce un'area produttiva tra le più rilevanti in Friuli, ma in molti lamentano difficoltà infrastrutturali e di gestione. Qual è la sua ricetta?

«La zona industriale Cipaf è una delle più importanti a nord di Udine per le considerazioni di carattere imprenditoriale ed occupazionale necessarie ad uno sviluppo socio economico in una zona strategica con compiti anche drenanti nei

confronti dello spopolamento della montagna. Anche il nostro consorzio "soffre" della crisi di carattere generale in cui versa l'economia e penso che ricette personali non esistano se non un lavoro ed un programma di squadra condivisi nell'interesse generale di tutte le componenti

chiamate ad operare per lo sviluppo della zona ed oltre».

Sulla nota questione del depuratore qual è la sua posizione?

«La mia posizione sulla questione del depuratore è di attesa nel pieno rispetto delle indagini in corso da parte della magistratura».

Ha in mente un pia-

nerale al fine di porre i componenti del consiglio nelle condizioni di poter ampiamente discutere le linee operative e programmatiche da sottoporre all'Assemblea dei Consorziati per l'approvazione. Il metodo che userò sarà trasparente ed unitario, di lavoro comune per operare al fine di assolvere nel migliore dei modi i compiti che ci sono e saranno affidati in un equilibrio di rapporto fra grandi e piccoli».

Qual è il messaggio che lancia a Provincia, Camera di commercio, Comuni e privati presenti nell'assemblea del Cipaf?

«Il messaggio che traspare da queste sommarie e sintetiche indicazioni non è altro che l'invito a tutte le forze interessate: politiche, amministrative, istituzionali e private di fare squadra e cooperare per raggiungere gli obiettivi prefissati quali l'occupazione, il rafforzamento e il miglioramento della base produttiva in una ottica di ulteriore sviluppo socio economico di questo territorio del Friuli».

Daniele Damele

Benvenuti invita grandi e piccole aziende a fare squadra per favorire l'occupazione

no territoriale e di servizi da realizzare? Piccoli, medio piccoli e poi Ferriere Nord e Fantoni: come riuscirà a far andare d'accordo tutti? E ancora, Quali soluzioni tecniche intende proporre per compendiare gli interessi di tutte le aziende insediate nel Cipaf?

«Nell'insediamento del nuovo Consiglio (il 3 marzo ndr) ho elencato una serie di problemi, necessità, opportunità di sviluppo di carattere ge-



Intervista al neo direttore generale
Paolo Zuppicchini

CONFIDI

CONFIDI FRIULI

Verso il 107

Tre i compiti: la gestione dei fidi, l'organizzazione interna e l'iscrizione al 107 Tub

Da inizio gennaio Paolo Zuppicchini è il direttore generale di Confidi Friuli, un incarico nuovo nella struttura del consorzio friulano, fondamentale in vista della prossima grande novità dell'iscrizione nell'elenco ex articolo 107 Tub, quello degli intermediari finanziari vigilati dalla Banca d'Italia.

Zuppicchini ha alle spalle una lunghissima esperienza alla Banca Popolare Udinese (acquisita nel 2000 dalla Popolare di Vicenza) per la quale ha lavorato dal 1977 fino all'anno scorso.

Direttore, dal mondo bancario ai Confidi. Che passaggio è?

Per quanto mi riguarda direi abbastanza agevole. Nella sostanza il core business del Confidi è la concessione di garanzie sugli affidamenti proposti dalle banche appunto. Si tratta la stessa materia anche se da prospettive diverse. Nel Confidi bisogna tener maggiormente conto dell'interesse del socio e mettersi in qualche modo dalla sua parte, tenendo ben presente la funzione prettamente mutualistica del Consorzio stesso.

Quali sono i suoi compiti principali all'interno della struttura?

La gestione dei fidi, l'organizzazione interna e l'iscrizione al 107 Tub

Confidi Friuli arriva dal primo anno di fusione tra i Confidi di industria e commercio. Che bilancio si può fare sin qui?

Decisamente positivo, soprattutto per la filosofia che sta alla base dell'operazione, vale a dire la ricerca di sinergie anche tra comparti diversi, che diano maggiore forza all'organizzazione. Problemi di integrazione tra realtà diverse ce ne sono stati, ma li stiamo superando brillantemente grazie all'impegno della struttura e degli Organi di Governance.

Che cosa succederà concretamente nell'elenco ex articolo 107 Tub?

Essere soggetti vigilati ci imporrà tutta una serie di nuovi adempimenti procedurali, organizzativi e normativi richiesti dalla Banca d'Italia che comporteranno un grosso impegno per la struttura. Per contro aumenterà il peso delle nostre



garanzie rilasciate al sistema bancario e consentirà allo stesso di averne beneficio ai fini dell'assorbimento di capitale.

Come sta affrontando il mondo imprenditoriale locale il confronto con le regole di Basilea 2?

Sicuramente c'è il timore di poter incontrare ulteriori difficoltà nell'accesso al credito, anche se mi pare che il sistema bancario in questo momento ci stia andando "leggero" sull'argomento. I problemi creati alle aziende dal grave periodo congiunturale non potreb-

bero essere ulteriormente aggravati da criteri di valutazione maggiormente selettivi.

Dai primi numeri a sua disposizione nel 2010 ritiene che ci stiamo avviando verso la ripresa?

Non abbiamo la sensazione che ciò stia avvenendo in maniera diffusa, anzi. C'è comunque qualche realtà che sta dando segnali positivi, probabilmente perché ha saputo trovare vie di uscita e soluzioni (nuovi prodotti o nuovi mercati). Credo che ci sarà ancora da lavorare duramente.

Esperienza bancaria

Nato a Bertiolo nel 1950, Zuppicchini vanta una lunghissima esperienza alla Banca Popolare Udinese (acquisita nel 2000 dalla Popolare di Vicenza) per la quale ha lavorato dal 1977 fino all'anno scorso. Tra i tanti incarichi ricoperti quelli di responsabile commerciale della sede centrale, di direttore affari con particolare attenzione al settore commerciale e, da gennaio 2009, di direttore della sede di Udine. Tra le mansioni di Zuppicchini ci sono il coordinamento e la direzione delle iniziative volte sia all'attività interna che ai rapporti verso terzi, il coordinamento del personale dipendente, la gestione del credito nell'ambito dei poteri conferiti dal cda, la realizzazione degli obiettivi statutari. Un impegno a tutto campo, sottolinea il direttore generale "in vista dell'assunzione delle veste di intermediario vigilato che valorizzerà il ruolo di Confidi Friuli nell'ambito dell'attività di finanziamento delle imprese, in quanto consentirà alle banche di considerare le garanzie rilasciate ai fini dell'attenuazione del rischio di credito, in conformità con le nuove disposizioni di vigilanza prudenziale promosse da Basilea 2".



Un'immagine del convegno organizzato lo scorso mese a Villa Manin. Sotto le imprese socie che hanno superato i 30 anni di attività.

Era il 5 novembre 1979 quando, nella sede della Camera di Commercio, nasceva Congafi artigiano Udine, la Cooperativa di garanzia fidi per l'artigianato di Udine. Allora la Cooperativa era una piccola ma, sin da subito, dinamica realtà fra imprese artigiane con la dedizione alla mutualità. Alla Cooperativa credero diverse aziende artigiane friulane; nel 1979 si contavano 43 iscritti.

"Nel 1979 molte cose erano diverse, anche il nome. Quello che in questi trent'anni non è mai cambiato è la lontananza del mondo artigiano all'accesso al credito e a noi spetta il compito di scegliere le forme orga-

nizzative più adatte per coprire la distanza tra le micro imprese ed il mondo bancario". Spiega il Presidente Nonino rimarcando che "gli importanti successi raggiunti nel servizio alle imprese artigiane, per favorire il loro accesso al credito, trovano le loro radici nelle felici intuizioni dei soci fondatori. Infatti, i titolari delle imprese che hanno costituito i Confidi artigiani di Pordenone ed Udine, fusi dal primo gennaio 2008 in Confidimprese FVG, hanno fissato principi innovativi allora ed ancora validi oggi".

"Insieme a Confartigianato e Cna" - prosegue Nonino - "vennero definiti la mutualità e un virtuoso rapporto con l'Ente Pubblico. Il centrale rap-

CONFIDIMPRESE FVG

Grandi grazie alle collaborazioni

L'unione fa la forza

porto con le Associazioni e la collaborazione con i consulenti delle imprese sono essenziali per fornire alle aziende adeguata assistenza finanziaria".

Infine, Nonino ricorda: "In occasione del convegno organizzato lo scorso mese a Villa Manin, festeggiando gli importanti traguardi recentemente raggiunti, abbiamo anche premiato le 10 imprese socie che hanno superato i 30 anni di attività."

Sono nomi storici del

mondo artigiano friulano quali Falegnameria Basso s.n.c. di Basso Stefano e Giovanni di Faedis, Tudech Carlo di Udine, Seramenti Degano s.n.c. di Pasian di Prato, Officina Favero di Favero Massimo e C. s.n.c. di Codroipo, Gallina Eugenio s.a.s. di Pasian di Prato, Vidoni Vando di Trasaghis, Cav. Francesco Zanin di Gustavo Zanin & C. snc di Codroipo e Marmi Della Mora s.a.s. di Udine. Della provincia di Pordenone

sono: Tecnoimpianti s.a.s. di Rossi L. & C di Roveredo in Piano e Todesco A. & O. di Todesco Pierangelo s.n.c di Maniago.

Il vice presidente di Confidimprese Fvg, Carlo Tudech, titolare di una delle 10 imprese premiate, ha ribadito che "l'ottimo rapporto con le Associazioni artigiane è ancora centrale per il Confidi, al fine di mantenere e, ove possibile, rafforzare il legame e la presenza nel territorio, per cogliere ed esau-

dire al meglio le istanze degli artigiani".

Un premio speciale, per l'impegno profuso quale presidente di Confidimprese Fvg (allora Congafi artigiano Udine) dal 1997 al 2006, è stato assegnato a Marino Piemonte, che rammenta "il sincero spirito di collaborazione che ha mosso i Confidi di Pordenone ed Udine verso una fusione che sta già fornendo i positivi frutti ricordati dal presidente Nonino".



Indagine semestrale tra 217 piccole imprese della provincia

LE CATEGORIE

API

Una ripresa lenta

Il 51% segnala stabilità. Le conseguenze sui livelli occupazionali sono tutto sommato contenute

La periodica indagine semestrale, condotta dall'Associazione Piccole e Medie Industrie di Udine in collaborazione con Confapi su un campione di 217 imprese della provincia, rivela una situazione di sostanziale stasi nell'andamento del II semestre rispetto a quello del I semestre del 2009, confermata nelle previsioni di chiusura del I semestre del 2010.

Se si va a considerare la previsione di chiusura del I semestre del 2010, si avverte che non si intravedono apprezzabili miglioramenti, in quanto per gli stessi indici il 51% delle intervistati segnala stabilità, il 35% ancora diminuzione e solo il 14% una crescita. Peraltro il dato preva-

Il 32% delle imprese lamenta un peggioramento dei rapporti con il sistema bancario

lente della stabilità non può essere interpretato in maniera rassicurante, in quanto si assesta sui livelli assai bassi della fine del 2008 e non rassicura su un pieno recupero entro la fine dell'anno in corso.

Assai debole è anche la propensione ad investire: il 53% degli intervistati non ha eseguito investimenti nella seconda metà del 2009 e questa percentuale nelle aspet-



Massimo Paniccia

tative della prima metà del 2010, sale al 57%. Questo dato un po' preoccupa, perché attenua in prospettiva la capacità di crescita competitiva del sistema. Negativi anche i risultati economici (variazione dell'utile lordo) fra i due semestri del 2009: di peggioramento per il 60% delle rilevazioni, di stabilità per il 34% e di crescita per il 6%.

Fortunatamente, la crisi non ha ancora un proporzionato riflesso sul versante occupazionale. Infatti, solo l'1,6% delle imprese intervistate ha accusato fra il 30 giugno e il 31 dicembre 2009 una diminuzione dell'occupazione (in valore assoluto del campione questa è scesa da 4.672 a 4.599 addetti); nell'arco dello stesso periodo il 31% ha fatto ricorso alla cassa integrazione, comunque, del 7% in più rispetto al I semestre 2009. Le attività cessate o in corso di cessazione per qualsivoglia motivo sono ancora molto contenute fra gli inter-

vistati, "solo" l'1%.

Le conseguenze sui livelli occupazionali sono tutto sommato ancora contenute e derivano, soprattutto, dall'alto grado di flessibilità posseduto dalla piccola e media impresa friulana, da un suo connaturato sottodimensionamento, che consente di assorbire discretamente bene i contraccolpi delle presenti difficoltà, oltre all'efficacia degli ammortizzatori sociali.

Quanto ai fattori della crisi, dalle risposte appaiono provenire direttamente e soprattutto dal mercato. Sono gli ordinativi a diminuire o a rimanere invariati, più o meno, nelle stesse percentuali di produzione e fatturato, mentre sul

Assai debole la propensione ad investire per la gran parte degli intervistati

versante della finanza trovano conferma le precedenti rilevazioni: il 32% delle imprese lamenta un peggioramento dei rapporti con il sistema bancario, mentre il 67% non denota variazioni e l'1% un miglioramento. Resterà sempre alto il ricorso al sistema del credito per sopperire al fabbisogno finanziario delle imprese. Le previsioni di ricorso al debito bancario a breve ter-

IN CIFRE

Le previsioni sull'utilizzo degli ammortizzatori sociali nel 1° semestre 2010

Previsioni di Cassa Integrazione Guadagni	N. Aziende	%
Si	56	26%
No	161	74%
TOTALE AZIENDE	217	100%

Modalità previste	N. Totale	%
La attiva per la prima volta	15	27%
La mantiene invariata	22	39%
L'aumenta	9	16%
La diminuisce	4	7%
La trasforma in CIGS o in Mobilità	6	11%
TOTALE	56	100%

mine aumentano per il 18% del campione, quelle del ricorso al debito a medio/lungo termine aumentano del 14% e il ricorso all'autofinanziamento del 12%.

Le tendenze evidenziate trovano parziale conferma nelle prioritarie difficoltà incontrate dagli intervistati nel II semestre del 2009. Al primo posto per il 25% delle risposte si colloca la riscossione dei crediti, quindi, con il 22% gli oneri legislativi e burocratici, al 16% gli sbocchi su nuovi mercati e per il 13% il

costo del lavoro.

Il Presidente dell'API di Udine, Massimo Paniccia, rileva come la crisi non possa essere considerata ancora superata. La piccola e media impresa friulana - osserva - dimostra ancora capacità di tenuta, ma una svolta è possibile se tutti i principali attori dell'economia, dal sistema politico a quello finanziario, coordineranno i loro sforzi con sintonia d'intenti ad oggi non del tutto perfezionata. Ciò vale, soprattutto, per quegli strumenti anticiclici, il

cui funzionamento non è omogeneo o non è entrato ancora a regime.

Ma anche per cogliere appieno la ripresa - conclude Paniccia - sarà necessario che il sistema nel suo complesso, si sforzi per superare alcuni dei limiti strutturali maggiormente congeniti, quali la debole patrimonializzazione delle imprese, una certa rigidità del sistema bancario e un apparato normativo e amministrativo farraginoso e statico, che mal si allinea alle politiche anticrisi attivate.

CONFINDUSTRIA

Il vice ministro al commercio estero tranquillizza sul futuro

Urso: "L'export + 4% nel 2010"

L'Italia e la sua industria sono chiamati ad affrontare sfide importanti. I risultati positivi possono ottenersi se a queste sfide si arriva preparati ed attrezzati. E' questa la riflessione che ha fatto da sfondo a palazzo Torriani all'incontro promosso da Confindustria Udine con il vice-ministro al Commercio Estero Adolfo Urso per parlare di made in Italy e internazionalizzazione.

Il presidente di Confindustria Udine, Adriano Luci, nel suo intervento introduttivo, ha parlato di un'economia friulana ancora vitale. "Ad Udine, dopo cinque trimestri consecutivi di flessione, gli ordini hanno ripre-

so a crescere, decelerando la contrazione della domanda con il più forte recupero di quella estera". Nel lungo periodo, l'export dell'industria friulana è cresciuto nell'ultimo decennio (tra il 2000 ed il 2009) di oltre il 40%, a fronte di un incremento nazionale del 13%. Cambiano invece i mercati: quello comunitario, seppure il più importante, si ridimensiona, mentre invece è raddoppiata nel decennio la quota di export nei paesi europei non comunitari, Russia in testa. L'export friulano, dunque, si diversifica con l'inserimento anche in mercati anche lontani (India, Cina, Emirati Arabi Uniti, Kuwait ed Arabia Saudita) e con

l'interesse manifestato verso nuove direttrici quali quelle dei Paesi dell'area mediterranea, nord Africa e regione sub-sahariana in testa.

Proprio per la rilevanza della leva rappresentata dalla domanda estera (le esportazioni incidono per il 34% sul PIL provinciale), Luci ha rimarcato come l'internazionalizzazione assuma una valenza centrale per accelerare il ritorno alla ripresa. "Serve una politica di promozione mirata, con misure appropriate di supporto creditizio e finanziario, a sostegno dei programmi di penetrazione commerciale e di cooperazione allo sviluppo". Non solo. Relativamente all'accesso alle co-

perture assicurative sulle operazioni all'estero, vendite e commesse, il presidente Luci ha rimarcato come l'adozione di criteri restrittivi sia penalizzante: "SACE deve davvero diventare uno strumento efficace a fianco imprese impegnate nell'allargamento sui mercati. Sace opera di fatto in una situazione di monopolio. Farebbe bene al sistema l'introduzione di forme di concorrenza. Ice è invece migliorato, anche se lo standard non è in ogni caso omogeneo".

A livello di sistema regionale, Luci ha invece auspicato, sotto il coordinamento della Regione, il rafforzamento dell'operatività di Finest ed Informest migliorandone



l'integrazione nelle iniziative rivolte allo scacchiere dell'Europa centro-orientale e rendendoli sportelli attivi sul territorio.

Anche il vice-ministro Urso si è soffermato sul capitolo export.

Se nel 2009 l'export italiano è calato complessivamente del 20%, per il 2010 Urso prevede un segno positivo del 4% circa. Il vice-ministro ha

concordato che il mercato da tenere in particolare riguardo è quello russo. Per entrarci occorre fare perno sulla Serbia, che con Mosca ha ottimi rapporti. Il 23 marzo Urso ha, tra l'altro, annunciato che verrà inaugurato il corridoio ferroviario doganale Portogruaro-Brest in Bielorussia, una risorsa in più per supportare le imprese nei mercati dell'est.

In Friuli i lunghi tempi di pagamento dei privati sono al 1° posto della classifica dei fattori di crisi

LE CATEGORIE

CONFARTIGIANATO

Cattivi pagatori chieste sanzioni

L'Italia è 'maglia nera' nell'Ue per i ritardi di pagamento della Pubblica Amministrazione e dei privati. In entrambi i casi, il nostro Paese detiene un record negativo: gli enti pubblici, tranne qualche eccezione in Fvg, si fanno attendere in media 128 giorni, vale a dire 61 giorni in più della media Ue.

Le imprese private committenti onorano i loro debiti nei confronti dei subfornitori in 88 giorni, con un ritardo di 31 giorni rispetto ai competitori europei.

In Friuli, secondo l'ultima indagine congiunturale di Confartigianato Udine, i lunghi tempi di pagamento dei committenti privati sono al 1° posto della triste classifica dei peggiori fattori di crisi, con un indice di diffusione pari al 57% degli artigiani friulani. Meno frequente - al 9° posto con una diffusione del 36% - è la lamentela relativa ai



Carlo Faleschini

tempi di pagamento delle Amministrazioni pubbliche, alle quali si imputa più spesso di non bandire con sufficiente tempestività gli appalti per le opere in programma.

Il problema dei tempi di pagamento dei committenti è stato affrontato con alcune normative, che però si sono dimostrate inefficaci.

La direttiva 2000/35, recepita in Italia con il decreto legislativo 231 del 2000, non ha inciso signi-

ficativamente su questo fenomeno, secondo i dati raccolti da Confartigianato.

Anzi, la crisi economica ha addirittura aggravato la situazione: tra il 2008 ed il 2009 sono aumentate del 30% le imprese che hanno peggiorato le abitudini di pagamento dei debiti commerciali e tra il 2007 ed il 2009 la regolarità nei comportamenti di pagamento è diminuita dal 50,4% al 41,8%.

Il risultato è che nell'ultimo anno i tempi medi di pagamento si sono allungati in media di 22 giorni e addirittura di 30 giorni per le imprese che lavorano in subfornitura. A livello nazionale, Confartigianato Imprese ha denunciato il problema ad una recente audizione promossa dalla Commissione Industria e dalla Commissione Politiche dell'Ue del Senato, sulla nuova proposta di Direttiva contro i ritardi di pagamento varata dal Parlamento

europeo e dal Consiglio.

Per combattere efficacemente questo malcostume che colpisce soprattutto i piccoli imprenditori, in alcuni casi costringendoli a chiudere l'azienda, Confartigianato chiede che la nuova proposta di direttiva contenga: regole più stringenti e non eludibili per far rispettare i tempi di pagamento nelle transazioni tra privati e Pubblica Amministrazione; maggiori deterrenti contro i ritardi di pagamento nelle transazioni tra privati; regole di garanzia e trasparenza nei pagamenti a favore dei subfornitori.

In particolare, Confartigianato sollecita l'introduzione di una sanzione forfetaria del 5% in aggiunta ai normali interessi di mora in caso di ritardo dei pagamenti anche nelle transazioni tra privati e la previsione di un termine certo per i pagamenti della Pubblica Amministrazione.



SICUREZZA SUL LAVORO

Percorso formativo per stranieri

Un incidente su 4 in Fvg, secondo l'Inail, è subito da lavoratori extracomunitari. Per arginare questo fenomeno è stato dato vita a un progetto sulla sicurezza sui luoghi di lavoro che è stato presentato in Provincia di Udine. Sono 50.000 i lavoratori che provengono da Paesi stranieri in provincia di Udine (il dato è del 2007) dei quali in gran parte attivi in aziende artigiane e in piccole e medie imprese e il progetto di Confartigianato Udine "Sicuro di aver capito?", progetto in collaborazione con l'Ucai Fvg e con l'Università di Udine e finanziato da un bando della Provincia di Udine, dà una prima risposta a un centinaio di lavoratori extracomunitari che parteciperanno a questo primo percorso di diffusione della cultura della sicurezza sul lavoro, che prevede corsi formativi gratuiti di 16 ore. Molto spesso, infatti, i lavoratori immigrati sono in possesso di competenze linguistiche minime (se non completamente assenti) e non vi è alcuna garanzia che ciò che viene a loro comunicato sia effettivamente compreso. Questa incertezza sulla capacità di comprensione della nostra lingua è tanto più critica se pensiamo al problema della sicurezza sul lavoro Nel 2009, in Provincia di Udine, erano presenti oltre mille imprese artigiane alla cui conduzione si colloca un cittadino straniero (vedi tabella).

Paese di provenienza	Conteggio	%
Serbia e Montenegro	267	25%
Albania	222	21%
Romania (nb: paese dell'UE)	124	11%
Bosnia-Erzegovina	84	8%
Macedonia	62	6%
Tunisia	48	4%
Croazia	44	4%
Marocco	40	4%
Argentina	31	3%
Cina	30	3%
Canada	24	2%
Venezuela	19	2%
Ucraina	17	2%
Australia	16	1%
Algeria	13	1%
Ghana	13	1%
Moldavia	13	1%
Sudafrica	12	1%

che stanno a cuore agli artigiani avremmo preferito l'interesse diretto della Giunta. Dovrebbe essere Tondo a convocare le parti, senza delegare i presidenti di Commissione a mediare tra giunta e mondo economico.

In altre parole sembra che la Regione scelga con

chi trattare. "Tondo deve invece tenere conto di tutte le forze presenti. La CNA non pretende di essere portatore della "verità", né di voler governare al posto di chi è preposto a farlo, ma siamo profondamente informati sul comparto e vogliamo dire la nostra".

CNA

Il presidente Puntin avanza delle proposte regionali

"Chiediamo di poter dire la nostra"

Partecipare ai tavoli che "contano" per contribuire alle decisioni del Governo su un mondo che solo un'associazione di categoria, quale la CNA, può conoscere a fondo. Gli artigiani del Friuli Venezia Giulia, attraverso il suo Presidente regionale Denis Puntin, chiedono di "pesare" di più: il loro coinvolgimento, finora, è stato ancora troppo marginale rispetto ad altre categorie di lavoratori, se si eccettuano alcune sporadici episodi di attenzione da parte della giunta regionale, come l'apprezzata visita alla sede CNA di Udine dell'Assessore Alesia Rosolen.

"Certo è anomalo che sindacati e Confindustria si curino anche degli interessi degli artigiani, quando essi sono ben rappresentati da una propria organizzazione", riferisce il Presidente CNA Fvg; ragion per cui Puntin, all'ennesima "provocazione", è sbottato: "desidereremmo essere presenti anche noi ai tavoli delle trattative, visto che sia-

mo perfettamente in grado di poter rappresentare le istanze della nostra categoria", ha detto il Presidente CNA, riferendosi alle modalità del vertice avvenuto tra il Presidente della Regione Renzo Tondo e Confindustria Fvg, sfociato poi nel progetto che prevede per Friulia la costituzione di un fondo da 15 milioni di euro per garantire prestiti alle piccole e medie imprese.

Ma in queste PMI saranno comprese anche le imprese artigiane? E perché la Regione convoca Confindustria e i sindacati ed esclude dalle trattative gli artigiani? "Si continua a non tener conto del mondo dell'artigianato - spiega Puntin - eppure con le sue 30mila imprese e i circa 90mila occupati ha una funzione fondamentale nell'economia regionale. Finora abbiamo avuto, per così dire, "pazienza": la Giunta Tondo si è instaurata in un momento difficile, il 2009 è stato un anno fuori dal comune, che ha sconquassato l'intero sistema. Abbiamo dunque atteso che



Denis Puntin

il peggio passasse, comprendendo le difficoltà di governare in un momento così delicato. Ora però la Regione deve farci capire se intende seguire la strada che abbiamo suggerito o se siamo destinati ad assistere le decisioni altrui. E in questo caso non resteremo fermi a guardare."

Gli artigiani, insomma, chiedono giustamente di essere ascoltati. Finora, infatti, la CNA non è riuscita a parlare con l'assessore regionale alle attività produttive per manifestare le necessità e le aspettative della CNA e

dei lavoratori che rappresenta. Una richiesta di individuare per il 2010 proposte in tema di politiche attive del lavoro l'hanno avanzata Alessandro Colautti e Maurizio Franz, rispettivamente presidenti della IV e II Commissione del consiglio regionale. "In un incontro plenario - riporta Puntin - hanno ritenuto opportuno ascoltare, in audizione agli Stati generali sulla crisi in Consiglio regionale, gli esponenti delle categorie, i sindacati, i rappresentanti del mondo economico e finanziario regionale, gli imprenditori. In realtà più che fare il punto della situazione sono state evidenziate le difficoltà del mondo economico friulano, a tutti già ben note. Comunque, se questo impulso dei due presidenti - seppur nella sua forma irrituale - è l'inizio di un momento di confronto per consentirci di contribuire a far conoscere la nostra realtà, CNA accoglie ovviamente in maniera favorevole il segnale di apertura. Certo è che su temi specifici e urgenti

Dal Far East Film alle Giornate del Tiepolo passando per Vicino Lontano: ecco gli appuntamenti

LE CATEGORIE

CONFCOMMERCIO

Eventi di primavera

Previsti incontri con gli autori, sconti, vetrine a tema a seconda dalle occasioni

La conferma di una consolidata collaborazione con il Comune di Udine nell'organizzazione degli eventi che portano gente in città e un appello agli operatori dei bar e dei negozi: serve la massima disponibilità perché i diversi appuntamenti in programma abbiano successo e, conseguentemente, producano un ritorno anche alle attività economiche. Pietro Cosatti, presidente del mandamento di Confcommercio di Udine, si rivolge agli associati per informarli degli accordi che sono in corso di definizione con l'amministrazione comunale ma anche per invitarli a essere protagonisti di una primavera udinese all'insegna del tutto esaurito. Si comincia con il Far East festival (23 aprile-1 maggio) con Confcommercio che pensa al sostegno alla rassegna promossa dal Cec sotto forma di uno

sconto del 10% ai clienti in possesso di un biglietto o di abbonamento per la visione di un film. Quindi sotto con Vicino/Lontano (6-9 maggio) con in cantiere la possibilità di un aiuto per l'animazione ma anche, spiega il presidente Cosatti sollecitando in particolare librerie e pubblici esercizi, "pensiamo a incontri mirati con gli autori e i personaggi invitati dall'associazione culturale".

Al solito (15-16 maggio) non mancheranno i tradizionali Shopping Days di Confcommercio: "Li prevediamo secondo l'ormai consolidato programma di sconti tra il 20 e il 30%", prosegue il presidente mandamentale, con l'intento di "lanciare le Giornate del Tiepolo". L'evento clou della primavera udinese saranno infatti le Giornate del Tiepolo (21-30 maggio). "In quell'occasione - anticipa Cosatti - contiamo di muoverci, sot-



to la regia della Camera di commercio, in sinergia con Confartigianato e Confesercenti. Auspicando una pronta risposta degli associati, progetteremo vetrine a tema, offerte di prodotti ispirati

al rosa Tiepolo, omaggi di biglietti d'ingresso ai Civici Musei e di shopper, le borse di tela con il logo della manifestazione, guide di locali e laboratori artigianali". Anche in questo caso, sottolinea

Cosatti, "è necessaria la collaborazione degli operatori:

l'invito è a prevedere l'apertura con orario continuato 10-19.30 nella giornata di sabato 22 maggio e, con orario mi-

nimo (10-12.30, 15.30-19.30) pure domenica 23 e lunedì 24". Nelle stesse giornate (21-23 maggio) è pure previsto il 30esimo raduno nazionale dei Fanti d'Italia. La scelta di organizzare la tre giorni a Udine non è casuale in quanto il raduno viene a coincidere con il 70esimo anniversario dell'inizio della Seconda Guerra Mondiale e con il 95esimo dell'inizio della Grande Guerra. "Predisporremo anche in questo caso vetrine a tema lungo il percorso della sfilata - fa sapere ancora Cosatti -. Vista la probabile presenza di 30-40mila persone, avrà anche grande importanza il lavoro delle strutture ricettive e alberghiere del territorio. Non ci faremo trovare impreparati". In tutte le manifestazioni, l'associazione chiederà al Comune l'apertura domenicale dei parcheggi in struttura.

COLDIRETTI

Plauso alla delibera di Dolegna

"Basta proibizionismo"

"Non sarà la soluzione del problema, ma è comunque un segnale molto significativo". Così il presidente regionale di Coldiretti Dario Ermacora commenta la delibera del Consiglio comunale di Dolegna del Collio con la quale si esorta i governi nazionale e regionale ad abbandonare la politica proibizionista sul vino per adottarne una diversa in grado di conciliare la salute pubblica con il rispetto delle tradizioni, della cultura e dell'economia dei tanti piccoli centri viticoli italiani. "Chiedere è sempre lecito - continua Ermacora - e rispondere è cortesia. Ma se sono in tanti a chiedere la stessa cosa, rispondere in un certo modo diventa quasi inevitabile. Ecco perché, nell'offrire la solidarietà di Coldiretti al sindaco di Dolegna, invito tutte le altre amministrazioni del Fvg, specialmente quelle dei comuni viticoli aderenti all'Associazione Città del Vino, a seguire l'esempio di Dolegna".

Già in passato Coldiretti si era schierata contro campagne proibizioniste nei confronti del vino, prima tra tutte quella promossa dalla Provincia di Udine meglio nota



Una vista di Dolegna del Collio

con lo slogan "mole il bevi". Le motivazioni sono sempre le medesime: non bisogna confondere gli effetti con le cause, soprattutto quando è in gioco un intero sistema economico. La presidente provinciale della Coldiretti di Udine - Rosanna Clochiatti - al riguardo aveva scritto: "E' come se la Provincia di Torino facesse una campagna di informazione per dissuadere i cittadini dal viaggiare in auto visto che sulle strade italiane ogni anno si contano 5'800 morti e 330'000 feriti...".

Ecco perché la prima organizzazione professionale agricola ritiene quelle contenute nella delibera consigliare di Dolegna proposte di buon senso. Prevede di realizzare campagne informative rivolte soprattutto ai giovani per un consumo corretto e consapevole;

di adottare narco-test in grado di evidenziare l'uso di stupefacenti nella fascia oraria da mezzanotte all'alba; per i patentati oltre i 29 anni riportare il tasso alcolemico da 0,5 al precedente livello di 0,8.

"Non possiamo ignorare le difficoltà che stanno vivendo molti piccoli centri che vivono di vitivinicoltura, di turismo rurale, di piccola ma qualificata ristorazione. Qui non siamo a Milano o a Roma dove trovi un taxi ad ogni angolo di strada e se vuoi muoverti devi usare i tuoi mezzi. Il timore di rimetterci la patente o l'automobile ha fermato una intera economia. A fronte di tutto ciò - conclude Ermacora - non ci pare che ci sia maggiore sicurezza sulle strade né che siano finite le stragi del sabato sera".

CONFAGRICOLTURA

Patate Ogm

Nuove possibilità per l'agricoltura

"L'autorizzazione della Commissione europea alla coltivazione della varietà di patata transgenica Amflora interrompe un embargo di anni, aprendo una finestra di possibilità nuove per l'agricoltura in Europa". Così Confagricoltura commenta la decisione presa da Bruxelles e prosegue: "Questa notizia è il segno che si vuole finalmente porre fine al paradosso secondo cui in Europa si devono consumare prodotti contenenti Ogm, ma non consentire agli agricoltori di utilizzare varietà geneticamente modificate nei loro campi".

La Confederazione di Palazzo della Valle sottolinea che nel mondo gli ettari coltivati a transgenico sono in continuo aumento, come dimostrano i dati dell'Isaaa (v. tabella). D'altra parte un'inchiesta apparsa ieri sul quotidiano francese "Les Echos" spiega che gli Ogm, nel mondo, coprono ormai una superficie pari a 134 milioni di ettari: il 9% delle colture mondiali. Gli Ogm, scrive ancora il quotidiano fran-

cese, si concentrano in sole 4 piante: soia, mais, cotone e colza. Le prime due raggiungono l'83% del totale e per la soia più di 3 ettari su 4 nel mondo producono piante geneticamente modificate. La prossima tappa - avverte "Les Echos" - sarà probabilmente la conquista dell'Asia. A novembre il comitato cinese per la biosicurezza ha dato parere positivo sulla coltura del riso transgenico, aprendo la porta alla sua commercializzazione entro qualche anno. E se la Cina si sveglia scegliendo gli Ogm per poter nutrire tutti i suoi abitanti, i dati su questo mercato cambieranno profondamente.

"Le indicazioni che continuano ad arrivarci dal

resto del mondo in tema di Ogm sono da tenere, responsabilmente, nella massima considerazione - chiarisce Confagricoltura - e confidiamo che l'Europa, come l'Italia, non rimangano fuori da una partita essenziale per il futuro dell'agricoltura e delle nostre imprese. Rifiutare queste nuove tecnologie e impedire la ricerca, come sta avvenendo con la 'sospensiva di fatto' della formalizzazione delle linee guida per la sperimentazione in pieno campo già condivise da tempo nella Conferenza Stato Regioni, potrebbe rappresentare un danno per il Paese ed una libertà in meno per i nostri imprenditori agricoli".

IN CIFRE

Produzioni transgeniche sul totale

	% Ogm su totale
Soia	67%
Mais	26%
Cotone	49%
Colza	21%

(elaborazione Confagricoltura su dati Isaaa 2010)