

Udine **Economia**

Ottobre 2014 - N. 8

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



Registrazione Tribunale di Udine n. 7 del 18 Febbraio 1984
Poste Italiane Spa - Spedizione in abbonamento postale 70% - NE/UD

Taxe percue - Tassa riscossa

Per la pubblicità rivolgersi a: EURONEWS
Telefono 0432-512270 - 0432-292399 - 0432-202813

HELEN KERSLEY



Ridurre il gap tra ricchi e poveri
pag. ► 2

ALAIN DUPEYRAS



Manca una strategia del turismo
pag. ► 2

MATTEO ROBIGLIO



Udine tra dieci anni
pag. ► 3

approfondimenti e interviste alle pagg. 2, 3 e 5

Anteprime di futuro

FU →

→ TU

→ RE

WIN ←

← FO

dialoghi
conversazioni
interviste
workshop



Scannerizzate il Qr code per andare subito al blog

@ UDINE ECONOMIA

Imprese dite la vostra!

Suggerimenti, informazioni, notizie, critiche e proposte sul mondo dell'impresa e dell'economia
SCRIVETEICI!

udine.economia@ud.camcom.it

E ci trovate anche sul web, sul blog www.udineconomia.wordpress.com e su twitter @udineconomia

Antonio Tozzi*



Il questore Antonio Tozzi si accomiata dalla nostra comunità e prima del pensionamento offre a Udine Economia questo compendio della sua attività a Udine. Un grazie al questore da tutta l'economia friulana.

Quattro anni dall'insediamento, è doveroso stilare un compendio dell'attività svolte per la sicurezza e il controllo del territorio e fare il punto sull'effettiva sicu-

Impegno per la sicurezza

rezza della provincia. Obiettivo dell'attività di polizia è stato il perseguimento della sicurezza e la serenità sociale, tramite una più coesa e coordinata attività di controllo e la partecipazione di tutte le organizzazioni statuali - comprese quelle locali, provinciali e regionali -, le associazioni di categoria, gli imprenditori, nel rispetto dei diversi ruoli e delle relative responsabilità. Tutto è stato realizzato con il coordinamento del Prefetto per operare nella massima trasparenza e leale collaborazione, anche per arginare una sempre più agguerrita e subdola diffusione della micro criminalità, grave vulnus della percezione della sicurezza, difficile da combattere per la sua occasionalità e nomadismo, in una società fortemente burocrattizza-

ta difficilmente contrastabile. È noto che burocrazia e parcellizzazione dei servizi sono l'humus più fertile per far nascere la malapianta della corruzione. Di converso, la virtù più apprezzata per una società sana e sicura è la ferma, costante, serena e affidabile azione svolta dalle forze di polizia, di chi diuturnamente lavora per assicurare la giustizia, difendere i più deboli dalla prevaricazione e dai reati, sapendo anche fare autocritica qualora le situazioni lo richiedessero.

In questo oggi estremamente complesso per le tensioni della grave crisi, le nostre forze di polizia hanno realizzato in silenzio, senza clamore, la mission unica e peculiare di dare sicurezza ai cittadini nel rispetto della legalità. Il mio compito, insie-

me a quello della Polizia di Stato, dunque, è stato sempre più complesso e delicato, e il mio impegno è stato tenere ferma la barra della navigazione verso quegli obiettivi di sicurezza e serenità prima indicati, sicuramente aiutato dal senso del dovere e dai valori che il personale della Polizia di Stato con coraggio e determinazione non si è mai stancato di perseguire. Donne e uomini che hanno operato con coraggio, affrontando consapevolmente i rischi della loro missione con imparzialità, rifiutando l'opportunismo e la convenienza, percorrendo la via più impervia e difficile della LEGALITÀ. Oggi, più che in passato, è stato profuso grande impegno per l'aggiornamento culturale e professionale e l'ammodernamento di mezzi e strumenti ope-

rativi per sopperire alle carenze di personale e alle sempre maggiori richieste di sicurezza, dal diritto alla salute e difesa della privacy alla qualità della vita, all'ordine e sicurezza pubblica.

L'attività di questi anni alla Questura ha visto circa 10.000 servizi di pattuglia per il controllo del territorio, 520 servizi assicurati dal "poliziotto di quartiere" che hanno consentito di controllare 110.000 veicoli e 130.000 persone, 4.500 persone sottoposte a rilievi foto segnaletici. Sono stati comminati 26 avvisi orali, 227 fogli di via obbligatori, 14 ammonizioni, 12 DASPO; 82 le persone arrestate e 775 le indagate in stato di libertà. Menzione a parte, l'attività dell'ultimo anno legata al fenomeno dell'immigrazione clandestina e non, ormai emergenza europea, che

comunque qui si è affrontata con risolutezza ma anche delicatezza e ha visto sempre operare la Polizia con umanità e sensibilità verso "il diverso". Il contrasto alle azioni delittuose è particolarmente incisivo sotto il profilo repressivo, specie nei confronti della diffusione della droga (102 denunciati in stato di arresto e 271 in stato di libertà) e con costante attenzione alle possibili infiltrazioni di criminalità organizzata, che non evidenzia alcun segnale prodromico caratteristico del fenomeno.

Concludo dicendo che, come Questore mi ritengo pienamente soddisfatto per i risultati raggiunti grazie all'impegno e al sacrificio delle donne e degli uomini della Polizia di Stato e del personale civile dell'Interno. A essi va il mio più profondo e affettuoso apprezzamento per il lavoro e l'impegno profuso. Sono certo che solo assicurando un presente sicuro si potrà costruire un futuro migliore per noi e i nostri figli.

*Questore di Udine

DATI OCSE



Europa a due marce
pag. ► 16

JOBS ACT



Lavoro, ecco come ripartire
pagg. ► 20-21

IL CORSO



Strateghi del territorio
pag. ► 23

Un centinaio di incontri, workshop e dialoghi fino al 20 novembre

FUTURE FORUM

LA MANIFESTAZIONE



Scannerizzate il Qr per contenuti extra

Studiare il futuro

Ha preso il via Future Forum 2014, una riflessione su come cambierà il mondo e l'economia

Chiara Pippo

È entrato nel vivo il Future Forum 2014, il forum della Camera di Commercio di Udine per le imprese, il territorio e il futuro (www.futureforum.it) dedicato alle visioni e pre-visioni di futuro nell'economia, nella società e negli stili di vita, avviato il 20 ottobre e pronto a concludersi il 20 novembre. Con una importante novità: la manifestazione si snoda quest'anno lungo due programmi paralleli: quello di Udine e quello di Napoli.

Future Forum è realizzato con le partnership internazionali di Ocse (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo in Europa), Copenhagen Institute for Futures Studies, Center for Houston's Future. È il suo valore aggiunto è nell'aver saputo catalizzare l'impegno di una rete locale quanto mai diversificata, che assieme alla Cciaa vede il Comune di Udine, l'Università di Udine e la Regione, nonché una serie di enti, istituzioni, realtà associative, da vicino/lontano alle categorie economiche, dal DiTeDi a Friuli Innovazione, dal sistema scolastico a quello sociale.

Come cambieranno lavoro, economia, saperi ed etica, tecnologia e trasferimento tecnologico, sanità e salute, gusti e alimentazione, città, turismo? Le imprese e l'economia delle popolazioni immigrate nelle nostre città per quanto rimarranno economie extranazionali, estranee alla produzione del Pil locale e nazionale? Come si formerà la classe dirigente multirazziale del futuro? Tutto è periferia di qualcosa/altro o esistono dei centri e delle periferie?

Sono queste alcune delle domande da cui si sta snodando la riflessione del Future Forum

INTERVISTA/1

Helen Kersley

"Restringere il gap tra ricchi e poveri"

Programme Head presso il NEF (New Economic Foundation), Helen Kersley si occupa di disuguaglianze economiche e mercato del lavoro.

È stata invitata al Friuli Future Forum per parlare di nuove frontiere dell'economia a fronte di una crisi globale che non è più congiunturale ma un cambiamento strutturale profondo.

Circa metà della ricchezza mondiale è di proprietà dell'1% della popolazione: qual è il rischio?

La disuguaglianza ha effetti corrosivi su salute, coesione sociale, crescita economica, sull'educazione e il livello di criminalità. Diversi studi dimostrano che se non si restringe il gap tra ricchi e poveri, tutti gli altri tentativi di combattere la povertà e stabilizzare l'ambiente sociale saranno fatalmente inefficaci.

Che impatto ha la disuguaglianza sulla crescita?

Le società che presentano maggiori disuguaglianze al proprio interno sono quelle che crescono più lentamente, che non riescono a sostenere lo sviluppo sul lungo periodo e recuperano più difficilmente dalle crisi economiche. Entro il 2030, gli attuali trend legati alla disuguaglianza uniti alla bassa crescita economica, porteranno 1,3 miliardi di persone a vivere in situazione di estrema povertà. Al contrario, in uno scenario in cui diminuiscono sia la crescita economica sia la disuguaglianza sociale, il livello di estrema povertà si dimezza. Ridurre le differenze sociali è quindi una condizione necessaria per sradicare la povertà con effetti positivi anche in uno scenario di stagnazione dell'economia. La stretta interconnessione tra disuguaglianza e strategia economica può diventare un volano per cercare nuove e più stabili vie di crescita.



Quanto incide questa situazione sulla politica dei nostri paesi?

La disuguaglianza continua a crescere e ogni tipo di intervento diventa più difficile con il tempo. È evidente come i ricchi influenzino la politica attraverso azioni di lobby per rafforzare quelle sovrastrutture che producono disuguaglianza economica. Questo tipo di pressione sulle istituzioni non è più una teoria cospirazionista ma un fatto.

Le strategie di sviluppo locale partecipativo possono essere una via d'uscita?

Bisogna guardare all'economia locale come ad un sistema di relazioni, mercati e meccanismi di distribuzione connesso con l'economia nazionale ma che allo stesso tempo opera in parallelo. Promuovere azioni locali dà la possibilità di contrastare la disuguaglianza in base ai bisogni specifici di comunità e territori.

Come possono essere attuate?

Da un lato sviluppando il senso della comunità e della partecipazione: è fondamentale promuovere l'interesse, la proattività nelle decisioni che riguardano il territorio, creare una "cultura d'impresa locale". Dall'altro coinvolgendo

imprese ed attori dell'economia locale nello sviluppare nuovi modelli di business i cui risultati economici inizino proprio da quel territorio e comunità.

Perché è fondamentale la collaborazione tra stato e cittadino?

Perché abbiamo bisogno che gli interventi della politica verso le disuguaglianze siano efficaci, legittimi e responsabili: deve esserci una "partnership" stretta tra governo, imprese e società in modo che le decisioni prese siano le migliori per garantire effetti positivi e duraturi.

Il volontariato ha un ruolo importante nel panorama economico: perché?

Il volontariato è un fulcro fondamentale del sistema economico da cui dipendiamo perché coinvolge le famiglie e la comunità: tutte quelle attività non pagate (assistenza, cura domestica, supporto personale) non sono prese in considerazione "finanziariamente" nel loro valore economico quando invece sono fondamentali per il sistema. Esse garantiscono "la continuità dello sviluppo e del funzionamento sociale" ma sono completamente escluse dalle statistiche economiche nazionali.

Francesca Gatti

LA NOVITÀ

La versione napoletana

Si è appena concluso, nelle splendide sale del Teatro San Carlo, il Future Forum partenopeo, che la Camera di Commercio di Udine è stata chiamata a organizzare a Napoli, nell'ambito del Forum Universale delle Culture, promosso dall'Unesco, che ha luogo periodicamente in città diverse con un format volto a stimolare l'attenzione sui temi del dialogo tra popoli, culture, lingue e religioni diverse nonché dello sviluppo umano. Oltre 50 gli incontri ospitati nel cartellone napoletano del FF2014 e tra i relatori anche il rettore udinese Alberto Felice De Toni e il direttore



del Dallas Chronicle John Wilburn sul futuro delle città e delle periferie, il futurologo Peter Bishop del Center for Houston's future, Olaf Merk di Ocse (I porti "glocali"), Roberto Masiero e Roberto Siagri ("dalla Smart City alla Smart Land") e pure la presidente della Regione Fvg Debora Serracchiani, assieme a Marco Ponti, sul ruolo della portualità nel futuro. Ancora: due ospiti che hanno animato la scorsa edizione udinese del FF, il ricercatore Carsten Beck del Copenhagen Institute for Futures Studies e Viktor Mayer-Schönberger, esperto internazionale di Big data e professore all'Internet Institute dell'Università di Oxford.

INTERVISTA/2

Alain Dupeyras

"All'Italia manca una strategia turistica nazionale"

È il Responsabile dell'Unità Turismo dell'OCSE e dirige l'attività della Commissione Turismo: Alain Dupeyras, relatore di Friuli Future Forum, non ha alcun dubbio nell'affermare che l'Italia deve cambiare passo proprio nel settore in cui ha un vantaggio competitivo enorme sul resto del mondo.

Il turismo in Italia vale il 10% del Pil, potrebbe trainare l'economia, ma cresce molto meno rispetto ad altri paesi UE: perché?

Il turismo è uno dei più importanti fattori di crescita per l'Italia, un volano per le esportazioni, un bacino per l'occupazione e per lo sviluppo nel lungo periodo, soprattutto per il sud. La competitività turistica italiana però presenta un quadro disomogeneo, dovrete sfruttare questa risorsa in modo molto diverso.

Come?

In Italia manca una strategia turistica a livello nazionale, una visione a lungo termine che metta al centro della crescita competitività e sostenibilità. Bisogna ripensare le strutture, l'organizzazione e i programmi, sviluppando nuovi servizi

per il visitatore e nuove infrastrutture che facilitino la mobilità sul territorio e le sue interconnessioni. Bisogna delineare le priorità - trasporti, infrastrutture, pacchetti - per sostenere il turismo e utilizzare le risorse, i fondi europei in primis, in modo coordinato e organizzato non frammentando responsabilità e gestione. È fondamentale poi coordinare al meglio tale visione strategica nazionale con le regioni e con le tipicità del territorio.

Turismo e industria culturale: come lavorare insieme per generare sviluppo economico?

Collegare il turismo all'industria culturale è fon-

Il turismo in Italia vale il 10% del Pil

damentale: contribuisce a rafforzare l'immagine "di marca" dei territori, crea coinvolgimento emozionale, genera occupazione e nuove figure imprenditoriali legate alla cultura e al turismo relazionale.



L'Italia ha un patrimonio culturale e storico di altissimo livello ma questo potenziale non è sfruttato al meglio: solo la metà dei visitatori stranieri arrivano in Italia per visitare le città d'arte e siti storici.

Gli sforzi dovrebbero concentrarsi proprio in questi settori in cui è "per natura" più competitiva, sulle sue unique selling propositions (argomentazioni uniche di vendita): in relazione all'immenso patrimonio culturale, dovrebbe lavorare sulla costruzione di pacchetti turistici, migliorare l'accessibilità, avviare strategie di marketing e comunicazione e, per quanto riguarda i

musei, creare combinazioni innovative di servizi, promozioni per gli ingressi, aprire all'interno boutique, ristoranti e implementare i servizi online.

L'Italia, proprio come il FVG, offre diversi tipi di turismo (cultura, enogastronomia, natura): come sfruttare questa potenzialità?

Solo attraverso un approccio strategico e integrato, lavorando in sinergia con regioni e territori. Bisogna capitalizzare ricchezza e diversità sostenendole con marketing e promozione adeguati ma anche migliorandone l'accessibilità e la fruizione, pensiamo a pac-

chetti turistici che colleghino città, eventi, territorio, sport ed enogastronomia.

Cosa ne pensa del ruolo dei privati per il recupero dei luoghi storici e artistici e in generale nel mondo culturale?

In una situazione di crisi economica in cui i governi devono far fronte a ingenti investimenti per garantire competitività turistica (infrastrutture, promozione, servizi, etc.), è importante esplorare nuove modalità di collaborazione e di "fund raising" tra pubblico e privato.

L'organizzazione del turismo è frammentata tra Ministero, assessori locali, sistemi turistici, etc. Ha senso una governance simile?

Snellire e far funzionare al meglio i diversi nuclei di potere che fanno capo al turismo è una grande sfida per l'Italia che richiede a monte una efficiente strategia turistica nazionale. Solo una visione di questo tipo che coinvolge pubblico, privato, operatori e regioni può ottimizzare l'uso delle risorse, i fondi europei e attirare investimenti stranieri stranieri.

F.G.

UdineEconomia
mensile fondato nel 1984

Direttore editoriale:
Giovanni Da Pozzo

Direttore responsabile:
Chiara Pippo

Caporedattore:
Davide Vicedomini

Editore e Redazione:
Camera di Commercio di Udine
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Tel. 0432.273111/543
mail: urp@ud.camcom.it

Per scrivere alla redazione:
udine.economia@ud.camcom.it

Progetto grafico:
Colorstudio

Impaginazione/Fotoliti:
Italgrafica S.r.l. - Novara

Stampa:
Italgrafica S.r.l.
Via Verbanò, 146
28100 Novara

Fotoservizi:
Foto Diego Petrusi - Udine

Archivio:
C.C.I.A.A. - Anteprema

Per la pubblicità rivolgersi a:
EURONEWS
Tel. 0432 512270-292399-202813

La tiratura del mese di ottobre, è stata di 47.500 mila copie

Sanità, democrazia digitale, alimentazione e turismo al centro degli incontri di novembre

FUTURE FORUM

INTERVISTA/3 - MATTEO ROBIGLIO



Scannerizzate il Qr per contenuti extra

Udine tra dieci anni

Parte da Future Forum la ridefinizione strategica del capoluogo friulano. L'esempio di Torino

Viviana Zamarian

Parte dal Future Forum 2014 la "costruzione" della Udine del futuro. Torino docet, il capoluogo friulano ha tutto da imparare. Torino con il suo terzo piano strategico ha ormai segnato la strada, Udine deve trovare il proprio percorso da seguire. Valorizzando le sue potenzialità, riscoprendo il suo passato con uno sguardo verso il domani, integrandosi con il territorio. Di questo si parlerà il 4 novembre, alle 17, in Camera di Commercio, con Matteo Robiglio, professore associato di Architettura ed Economia urbana e Fulvio Irace, professore ordinario di Storia dell'Architettura entrambi al Politecnico di Torino. Il Future Forum 2014 nel mese di novembre entra nel vivo. Diversi i temi affrontanti negli incontri in programma, dal futuro della medici-



na fra molecole e cellule, al turismo che offre esperienze, dalle novità nel campo dell'alimentazione alle nuove frontiere nel socio assistenziale passando dai temi della democrazia digitale e/o tradizionale e dell'attrattività della fabbrica ai giorni nostri.

Professor Robiglio qual è la lezione che Torino può insegnare a Udine?

Torino può insegnare a Udine quanto sia importante avere una visione strategica. Udine la deve costruire creando una rete di portatori di interesse. Non bisogna seguire miti o idee precostituite, la cosa più importante della pianificazione strategica è capire che cosa ha un territorio da offrire nello scenario della globalizzazione e soprattutto fare squadra. Torino, per esempio, da città industriale è diventata città universitaria, turistica e del cibo. **Che cosa significa per una città ridefinirsi?**

Significa costruire un racconto che comincia da molto lontano nel tempo e cercare di portarlo avanti nel futuro. Oscar Farinetti durante un incontro disse che tutti cercano di capire come sarà il futuro sporgendo il collo in avanti quando invece a volte basta

girare la testa verso dove arriviamo riscoprendo così quel capitale di lunga durata che spesso non si riesce a valorizzare.

E Udine da dove deve partire?

È difficile dire che cosa deve fare Udine, i professionisti possono aiutare la città a farsi le domande giuste per comprendere come essa viene vista dal mondo. È la città stessa che deve realizzare la propria visione strategica partendo da ciò che ha, un territorio di qualità, di confine, un territorio agricolo con una particolare struttura di impresa e un certo sistema di scambi. Su quello bisogna costruire e capire che cosa manca e su che cosa si potrebbe puntare. Si può imparare da altri casi e da tutto il mondo sempre chiedendosi che cosa ha senso valorizzare. Altro elemento che conta tantissimo è la qualità della vita quotidiana della città che deve rompere i con-

fini del suo municipio e avere una relazione positiva con il suo territorio.

"La cosa più importante della pianificazione strategica di una città è capire che cosa ha un territorio da offrire e soprattutto fare squadra"

Come si fanno a superare i vincoli, la mancanza di risorse, la burocrazia?

Paradossalmente la scarsità di risorse obbliga a capire con esattezza dove voglio giocare le mie carte e su che cosa catalizzare le mie forze. In una città strategica si devono creare sistemi di alleanze, si de-

ve cominciare a parlarsi anche al di fuori delle relazioni istituzionali, ci deve essere una rete cooperativa informale e trasparente.

Come la vede la Udine del 2024?

Dieci anni sono un buon orizzonte. Udine sta già facendo il suo piano strategico perché è già un ottimo punto di partenza organizzare incontri come il Future Forum. Anche a Torino il primo piano strategico è nato da incontri di questo tipo e poi è diventato ancor più efficace perché si rivedeva nel nuovo piano regolatore potendosi così realizzare in un contesto normativo adatto. Torino aveva bisogno di sentire che, per fare un esempio, Bilbao, in Spagna, era diventata anche una città di turismo continuando a essere città dell'acciaio. I piani strategici hanno cicli decennali e Udine sta già iniziando il suo percorso.

FUTURE FORUM 2014

Programma di Udine

E-COMMERCE, SOCIAL COMMERCE E MULTICANALITÀ: IL PROCESSO D'ACQUISTO DEL NUOVO CONSUMATORE/ACQUIRENTE Con Confapi Fvg e cofinanziamento Unioncamere - Mirco Cervi	30	ottobre	14:30	Confapi
CSR THE BUSINESS GAME: la sfida per integrare la sostenibilità nelle strategie Con Animaimpresa e Banca di Cividale	30	ottobre	15:00	Sede FFF
LE COOPERATIVE WBO (WORKERS BUY OUT) COME OPPORTUNITÀ E STRATEGIA PER IL PASSAGGIO GENERAZIONALE E LE SITUAZIONI DI CRISI DELLE IMPRESE Con Confcooperative Udine - Marco Agostinis, Michelino De Carlo, Giorgio Candusso, Mirco Coriaci, Simone Ferri	30	ottobre	15:30	Sala dell'Economia
Future FILM "La decima vittima" di Elio Petri (90 min) - Marco D'Agostini	30	ottobre	17:30	Sala Valduga
LA SCUOLA DEL DOMANI + Progetto "il futuro siamo noi" degli istituti superiori provincia di Udine Con Comune di Udine - Adolfo Scotto di Luzio	31	ottobre	11:00	Sala Valduga
IL FUTURO DELLA MEDICINA FRA MOLECOLE E CELLULE Michele Morgante e Pietro Pietrini	3	novembre	16:00	Ospedale di Udine
LA FARMACIA DEL FUTURO Andrea Manfrin e Francesco Pascolini	3	novembre	20:00	Sala Valduga
PROGRAMMAZIONE E VISIONE: UNA CITTÀ COSTRUITA INSIEME Fulvio Irace e Matteo Robiglio	4	novembre	17:00	Sala dell'Economia
ANCORA IL GRAND TOUR NEL 2050: IL TURISTA CERCA ESPERIENZE. IL TURISMO OFFRE ESPERIENZE Alberto Postma	5	novembre	10:00	Sala Valduga
LA FABBRICA NON È MAI STATA COSÌ COOL! Con Regione Fvg - Ann Franz	6	novembre	17:00	Sala dell'Economia
Future FILM "Brazil" di Terry Gilliam (132 min)	6	Novembre	17:30	Sala Valduga
LE NUOVE FRONTIERE NEL SOCIO-ASSISTENZIALE: INNOVAZIONE TECNOLOGICA E SOCIAL MEDIA AL SERVIZIO DELL'UTENZA Con Confcooperative Udine - Agostino Accardo	7	novembre	10:30	Sala dell'Economia
IL FUTURO DELL'ALIMENTAZIONE TRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE Michele Morgante e Massimiliano Bucchi	7	novembre	17:30	Sala dell'Economia
UDINE 3D Iniziativa di Confartigianato Udine con Friuli Future Forum - Filippo Berto, Paolo Coppola, Vittorio, Ivan Paduano, Felice Ragazzo, Giovanni Re, Davide Toffolo, Michele Vianello - Info e adesioni www.udine3d.it	7-8	novembre		Auditorium delle Grazie
DEMOCRAZIA DIGITALE ET/AUT DEMOCRAZIA TRADIZIONALE Con Comune di Udine - Roberta Sala, Luca Taddio, Fabio Chiusi, Paolo Coppola	8	novembre	17:30	Sala Valduga
BASTA IL PIL? COME L'AMMINISTRAZIONE MISURA I SUOI RISULTATI IN UNA SOCIETÀ POST-INDUSTRIALE. RAPPORTO BES FVG - ISTITUTO DEGANUTTI DI UDINE Con Comune di Udine - Francesca De Vecchi, Stefano Bartolini, Gabriele Giacomini	10	novembre	17:30	Sala Valduga
IL PORTO-REGIONE, UNO SCENARIO PER IL FUTURO DEL FRIULI VENEZIA GIULIA: DEFINIRLO, PIANIFICARLO, REALIZZARLO Con Università di Udine	11	novembre	14:30	Sala Gusmani, Palazzo Antonini
SME INSTRUMENT: conoscere e valorizzare lo strumento di finanziamento nel Programma Europeo Horizon 2020 per supportare le attività di innovazione delle PMI Nell'ambito di Ecn, con Area Science Park e Friuli Innovazione. - Antonio Carbone, Tommaso Bernardini, Lara Dipace	12	novembre	16:00	Sala dell'Economia
CSR THE BUSINESS GAME: la sfida per integrare la sostenibilità nelle strategie d'impresa Con Animaimpresa e Banca Popolare di Cividale	13	novembre	15-18	Sede FFF
Future FILM "Another Earth", di Mike Cahill (92 min)	13	novembre	17:30	Sala Valduga
QUESTIONI DI VITA E DI MORTE Iona Heath	14	Novembre	17:30	Sala Valduga
MA QUALI BAMBOCCIONI! Con Comune di Udine - Alessandro Rosina	15	Novembre	17:30	Sala Valduga
STRATEGIE DI SVILUPPO PER I CLUSTER DEL FUTURO Presentazione risultati Clustrat Con Regione Fvg e Friuli Innovazione - Roberto Grandinetti, Ketty Segatti, Nina Fritz, Antonio Bonaldo, Guido Nassimbeni	18	novembre	9:00	Friuli Innovazione
Future FILM "Non lasciarmi", di Mark Romanek (103 min)	20	Novembre	17:30	Sala Valduga
VIDEODRAMMA A SPETTATUNICO "Nei molti mondi" (di G. Acampa e G. Frasca)	Dal 3 al 14	Novembre	Esperienza di 1 ora su prenotazione - Ispirato a un racconto di Philip Dick, "I hope I shall arrive soon", il lavoro, destinato a un solo spettatore per volta, propone 1 ora e 20 min di visione immersiva	Sede FFF (SU PRENOTAZIONE)



NUOVA YARIS

LA FELICITÀ IN AUTO ESISTE. ►

TOYOTA
ALWAYS A BETTER WAY

TOYOTA HYBRID

BENZINA, DIESEL E HYBRID A **165 € AL MESE**
CON MANUTENZIONE INCLUSA. TAEG **8,75%**

VALORE SICURO **VALORE PIÙ SICURO** E IL SUO VALORE NEL TEMPO
LO GARANTIAMO NOI.

VIENI A PROVARLA.

M.
moretto

Udine Tavagnacco
Via Nazionale, 75/1
tel. 0432 573461

Venezia Portogruaro
Viale Treviso, 7
tel. 0421 760068

info@morettogroup.com
www.morettogroup.com

Esempio di finanziamento su Yaris 1.0 Cool Sp. Prezzo di vendita € 30.900. Anticipo € 2.870. 35 rate a € 165. Valore Futuro Garantito dai Concessionari aderenti all'iniziativa pari alla Rata finale di € 4.360 (da pagare solo se si intende tenere la vettura alla scadenza del contratto). Durata del finanziamento 36 mesi. Manutenzione Programmata 3 tagliandi inclusa nelle rate per l'intera durata del finanziamento (se opzionata). Importo totale dei servizi € 605. Copertura Furto e Incendio, Garanzie accessorie GAP e Kasco, Protezione Persona, disponibili su richiesta. Spese istruttoria € 300. Spese di incasso e gestione pratica € 3,50 per ogni rata. Imposta di bollo € 16. Importo totale finanziato € 8.935. Totale da rimborsare € 30.273,50. TAN (fisc) 5,50%. TAEG 8,75%. Salvo approvazione Toyota Financial Services. Fogli informativi, SECCI e Programma "Valore Sicuro" disponibili in Concessionaria. Offerta valida fino al 31/10/2014. Immagine vettura indicativa. Valori massimi: consumo combinato 19,6 km/l, emissioni CO₂ 119 g/km.

NUOVA LEXUS CT HYBRID. CONCENTRATED HYBRID.



TUA A 22.900 EURO CON CAMBIO AUTOMATICO.
E CON VALORE SICURO LEXUS, DOPO TRE ANNI IL TUO USATO LO RIPRENDIAMO NOI.

lexus.it

M.
moretto

Concessionarie ufficiali per il Friuli Venezia Giulia e Provincia di Venezia
Tavagnacco Udine
Via Nazionale, 75/1
tel. 0432 575912
info@morettogroup.com

Portogruaro Venezia
Viale Treviso, 7
tel. 0421 72664
www.morettogroup.com

LEXUS
CREATING AMAZING

Esempio di finanziamento su CT Hybrid prezzo promozionale chiavi in mano € 22.900,00 (inclusa IVA, esclusa IPT e Contributo Pneumatici Fuori Uso, PFI, ex DM n. 82/2011 € 395 + IVA). Anticipo € 900,00. 35 rate da € 229,00. TAN (fisc) 5,90%. TAEG 7,50%. Valore Sicuro Lexus Garantito dai concessionari aderenti all'iniziativa pari alla rata finale di € 11.450,00 (da pagare solo se si intende tenere la vettura alla scadenza del contratto). Copertura Incendio e Furto (furto, incendio, rapine, calamità naturali, eventi socio politici, atti vandalici, cristalli, assistenza stradale e altre garanzie speciali) e pacchetto di manutenzione 3 tagliandi inclusi nelle rate per l'intera durata del finanziamento (se opzionati). Importo totale dei servizi € 2.765,71. Esempio calcolato sulla provincia di Roma. Durata del finanziamento 36 mesi. Garanzie accessorie GAP e Kasco e Protezione Persona disponibili su richiesta. Spese istruttoria € 350,00. Spese di incasso e gestione pratica € 3,50 per ogni rata. Imposta di bollo € 16,00. Importo totale finanziato € 16.915,71. Totale da rimborsare € 19.683,50. Salvo approvazione Lexus Financial Services. Fogli informativi, SECCI e programma "Valore Sicuro Lexus" disponibili in concessionaria. Offerta valida fino al 31/10/2014. Tutta la gamma CT Hybrid beneficia di uno sconto di € 200,00 a fronte di rilascio della liberatoria sui Test di Efficienza Energetica (TEE). Valori massimi: consumo combinato 27,8 km/l, emissioni CO₂ 82 g/km. Immagine vettura indicativa.

L'unione fa la forza e porta anche benefici al territorio

RETI D'IMPRESA

L'ESEMPIO

Insieme contro la crisi

Pavia di Udine Impresa è un'associazione di aziende che ha messo insieme le competenze di ognuna

Giulia Zanella

Presidente Dentese, che cos'è Pavia di Udine Impresa e come è nata?

Pavia di Udine Impresa è un'associazione di aziende. Siamo nati ufficialmente nel maggio 2013: eravamo un gruppo di imprenditori della zona di Pavia di Udine e quindi ci conoscevamo. Erano anni che, saltuariamente, parlavamo di questo progetto, poi abbiamo deciso di concretizzarlo e ai cinque soci fondatori (Salumificio Dentese, Mobili Casabella, agriturismo La Fattoria, Car & Van Service e Commerciale Pneumatici) si sono unite subito altre realtà.

Il gruppo è stato in grado di abbattere i costi dei contratti di fornitura di energia elettrica del 20%

Attualmente qual è la vostra composizione?

I soci sono 38 e provengono anche da fuori Pavia. Parliamo di quasi 700 lavoratori coinvolti e di circa 70 milioni di euro di fatturato annuo in totale, con aziende che raggiungono i 30 milioni di euro. Si tratta di piccole e medie imprese fortemente radicate sul territorio e che spesso hanno una lunga storia alle spalle. Imprese diverse, sia come dimensioni, sia come merceologia: ci sono aziende del settore arredamento, food, trasporti, assicurazioni, grafica, commerciale. C'è una farmacia, c'è la Bcc di Manzano, ci sono officine meccaniche e consulenti per l'energia, aziende che lavorano il legno, che si occupano di impianti elettrici o di assistenza caldaie. Recentemente, si sono uniti anche



alcuni giovani architetti, conosciuti a giugno, quando abbiamo organizzato la maratona creativa con la Factory della Banca di Manzano. Siamo un gruppo eterogeneo, strutturato secondo il modello dell'associazione: presidente, segretario, soci e dotato di un atto costitutivo e statuto registrato. Abbiamo un sito internet collettivo (www.paviadiudineimpresa.it) da cui si può anche accedere ai siti dei singoli soci.

Perché avete deciso di creare l'associazione?

In Friuli, si è spesso seguito il motto "fasin di besoi", ma i tempi sono cambiati: oggi, da soli, si rischia di rimanere al palo mentre dalle sinergie può venire nuova forza per affrontare le sfide del mercato. D'altronde, "l'unione fa la forza" è un proverbio antico e ci siamo accorti di quanto sia attuale. Così, abbiamo creato un fronte comune contro la crisi, per superare le difficoltà economiche del momento e contribuire al rilancio del territorio. Non a caso, il nostro logo è il tangram, il gioco cinese composto da sette tavolette: inizialmente sono disposte a quadrato, ma combinandole assieme si possono ottenere figure diverse sfruttando le caratteristiche di ciascun pezzo. Pavia di Udine Impresa è co-



I festeggiamenti per il primo anno dell'associazione. A sinistra, il Presidente Federico Dentese

IN CIFRE

38 aziende socie, 700 lavoratori coinvolti

- Associazione nata il 27 maggio 2013

- 38 piccole e medie imprese socie (anche esterne al comune di Pavia di Udine)

- quasi 700 lavoratori coinvolti complessivamente

- circa 70 milioni di euro di fatturato annuo complessivo

- i settori coinvolti sono eterogenei: bancario, farmaceutico, arredamento, impiantistica, illuminazione, energia, grafica, trasporti, legno, assicurazioni, macchinari, cartotecnica, food e commercio.

Sito internet: www.paviadiudineimpresa.it

si: le nostre aziende sono differenti, insieme, però, abbiamo la possibilità di aprirci a infinite possibilità, cambian-

do forma per adattarci al futuro e valorizzando le competenze di ognuno. Quali sono i vostri obiettivi?

vi? E quali i vantaggi per gli associati?

Gli obiettivi sono tre: valorizzare il territorio e le sue spe-

cificità, promuovere le nostre attività produttive anche al di fuori dei confini regionali e creare sinergie per ottenere economie di scala vantaggiose per le aziende e, di conseguenza, per i clienti finali. Mettiamo in rete le nostre competenze, professionalità e i nostri contatti, creando un circolo virtuoso. Inoltre, come gruppo, siamo in grado di abbattere i costi per le singole aziende associate, come accaduto ad esempio per lo stand collettivo realizzato alla Fiera della Casa Moderna, ma anche con i contratti di fornitura di energia elettrica, grazie ai quali abbiamo ridotto i costi del 20 per cento. In più, ogni settimana ci riuniamo per organizzare le nostre iniziative, ma anche approfondire tematiche con avvocati, professionisti del marketing e della comunicazione, analisti finanziari. Le vostre prossime iniziative?

Sicuramente potenziare la comunicazione on line. Poi, stiamo vagliando alcuni contatti che abbiamo sia fuori regione (come il Club Imprenditori di Cantù), sia con aziende e professionisti all'estero (Inghilterra, Austria e Singapore): vorremmo farci conoscere e trovare sbocchi su nuovi mercati. Valutiamo anche l'ipotesi di trasformarci in rete di imprese, ma occorre studiare modi e tempi per poterci presentare con un progetto strutturato e fattibile. Come gruppo, ci siamo impegnati per il territorio, realizzando, assieme alla Bcc di Manzano e al Comune di Pavia di Udine, un'iniziativa a sostegno della comunità (un libretto di risparmio con 150 euro per ogni nuovo nato) e, l'anno scorso, un'asta di beneficenza a favore della Nostra Famiglia. Iniziative che siamo intenzionati a ripetere.

PAROLA ALL'ESPERTO

Alessandro Braidà dello studio MGMT

"Condividere costi e rischi per competere sul mercato"

Fare squadra, condividere risorse e competenze, lavorare insieme per un obiettivo comune e allargare gli orizzonti. Per le imprese, soprattutto quelle più piccole, fare rete, oggi, può veramente portare dei vantaggi e sembra una delle poche soluzioni per far fronte alla crisi che ha colpito duramente il settore aziendale. A confermarlo è il consulente Alessandro Braidà, esperto di reti d'impresa dello studio MGMT srl di Gorizia (ha una sede anche a Udine), che per conto delle Camere di commercio di Udine e Gorizia, offre consulenze a servizio delle aziende regionali. "A causa della crisi, le dimensioni delle piccole imprese non permettono di investire in ricerca, sviluppo e innovazione, perché i costi sono troppo elevati" spiega il consulente, "ma unirsi, significa mettere insieme le conoscenze e permette di creare prodotti altamente innovativi, razionalizzando azioni e condividendo costi e rischi. Senza considerare che in una logica di internazionalizzazione l'u-

nione fa non solo la differenza, ma anche la forza". Tra le principali forme di aggregazione, quali filiere, joint venture, distretti industriali, ati - associazioni temporanee di imprese, consorzi e partnership, ne esiste anche un'altra: il contratto di rete. Si tratta di una forma giuridica intro-

"A causa della crisi, le dimensioni delle piccole imprese non permettono di investire in ricerca, sviluppo e innovazione, perché i costi sono troppo elevati"

dotta di recente, nel 2009, che oltre ad andare incontro alla filosofia della rete, rappresenta uno strumento per consolidare le collaborazioni. Le imprese che vi aderiscono, pur mantenendo la propria indipendenza, autonomia e specialità, possono "realizzare

progetti ed obiettivi condivisi, incrementando la capacità innovativa e la competitività sul mercato". Un modello di cooperazione tra più imprenditori sulla base di un programma comune di rete, dove le aziende si obbligano a collaborare, scambiarsi informazioni e prestazioni oppure esercitare in comune attività economiche, con lo scopo di accrescere sia la capacità competitiva, che quella innovativa. Un modo, insomma, per diventare grandi pur rimanendo "piccole". Se da un lato unirsi è bello, è ancora molto difficile. "Costruire una rete richiede legami forti tra le parti, che nascono sulla base di una profonda conoscenza e fiducia, fondamentali per poi elaborare strategie comuni: ci vuole tempo" argomenta Braidà. E se si vuole farle emergere in chiave di rilancio per piccole e medie imprese, affinché si ottengano risultati continuativi, osserva l'esperto, è fondamentale "mettere a disposizione delle stesse aziende esperti con esperienze nelle aziende e competenze



manageriali oltre che giuridiche e fiscali", che offrano supporto lungo il percorso (dalla ricerca del partner, alla stesura del business plan e la formalizzazione del contratto), ma a condizioni accessibili, ovvero con costi che non vadano a gravare sulle economie aziendali. E se in un primo momento c'è interesse da parte degli imprenditori, poi l'entusiasmo è frenato dalle difficoltà nel consolidamento delle relazioni aziendali. Per questo motivo, le Camere di commercio di Udine e Gorizia hanno riunito alcu-



ni servizi a disposizione delle imprese. "Le aziende vorrebbero crescere, ma la strada è lunga e anche le istituzioni non devono mollare: c'è bisogno di qualcuno che creda in loro" aggiunge Braidà. Per quanto invece riguarda la situazione delle collaborazioni tra imprese in Friuli Venezia Giulia, come rileva il consulente intervistato, il contratto di rete nonostante sia ritenuto uno strumento indispensabile alle piccole imprese, a

I contratti di rete in Italia sono circa, al momento, 1.800, di cui una quarantina stipulati sul territorio regionale. "Un numero ancora basso"

maggior ragione durante la crisi, non è ancora decollato. Anche perché, come con-

fermano i dati, i contratti in Italia sono circa, al momento, 1.800, di cui una quarantina stipulati sul territorio regionale. Cifre decisamente troppo basse per poter affermare che lo strumento ha funzionato: "il problema è culturale - è il commento di Alessandro Braidà -, non è ancora maturata la consapevolezza che porta a mettere da parte l'individualismo ed unirsi". Bisogna insistere, e resistere, soprattutto nell'ottica di aprirsi a nuovi mercati, dove poco importa la forma di aggregazione, ma l'importante è "essere presenti e fare massa critica". E Pavia di Udine Impresa è uno dei pochi esempi in Friuli Venezia Giulia a scommettere su questa idea: "il fatto che gli imprenditori si ritrovino, discutano dei problemi, ricorrendo anche ad esperti esterni, fa sì che si sia venuto a creare quel substrato culturale che li unisce e li rende vincenti" ha concluso.

G.Z.

La storia di un uomo partito dal nulla e che ha tramandato il sapere ai propri figli

IMPRESE

PROSCIUTTIFICIO CORADAZZI

Sapori artigianali

Nello stabilimento di San Daniele la ricerca dell'eccellenza con metodi tradizionali

Anna Casasola

Una storia che sembra un sogno quella del Prosciuttificio Coradazzi, azienda artigiana leader nella produzione del Prosciutto di San Daniele Dop. Il sogno è quello di un uomo, Rino Coradazzi, che, partito dal niente è diventato. Dietro la soddisfazione di aver creato una propria azienda, tanta tenacia, molti sacrifici e la voglia di farcela aiutato da una solida quanto capace famiglia. Rino Coradazzi inizia a lavorare giovanissimo, come succedeva una volta, prima come garzone in una bottega alimentare e subito dopo nell'azienda di colui che dopo non molto tempo sarebbe diventato suo suocero. Dopo alcuni anni di gavetta al signor Rino viene affidata la direzione dell'allora prosciuttificio President. Con lo stipendio da direttore e un prestito del suocero, la decisione, alla fine degli anni '60, di avviare un'attività autonoma da dare temporaneamente in gestione a terzi.

Agli inizi del '76 il salto verso la gestione in proprio del nuovo prosciuttificio Coradazzi. Un mese dopo però il sistema sconvolge tutto, sogni e progetti: bisogna affrontare la realtà fatta di innumerevoli emergenze. C'è la responsabilità per il prosciuttificio di cui era ancora direttore, e per il proprio di cui aveva appena iniziato l'attività. Per fortuna in tutti e due gli stabilimenti non si registrarono grossi danni. «In quel momento di grande dolore e tragedia - racconta la figlia, Teresa Coradazzi, attuale titolare assieme al fratello Angelo - quella che è uscita fuori è la solidarietà: e qui si è vista la forza di volontà delle persone». Appena è stato possibile la fami-

glia Coradazzi, assieme a Rino sua moglie, la signora Giovanna, e i figli Angelo e Teresa si sono trasferiti nell'abitazione attigua allo stabilimento. Per Angelo il prosciuttificio è pura passione, per Teresa un percorso già scritto. Teresa Coradazzi infatti è nata in uno stabilimento: mamma Giovanna era figlia d'arte, suo papà era Giovanni Prolongo, fondatore dell'omonimo pro-

Le cosce nel percorso di stagionatura non incontrano la ventilazione meccanica, ma quella naturale che avviene aprendo e chiudendo le finestre, come avveniva un tempo

sciuttificio. E proprio nella casa attigua è venuta al mondo Teresa. «Io - scherza Teresa - quel profumo meraviglioso l'ho sentito appena nata». Negli anni ottanta il ruolo di Angelo e Teresa si fa sempre più importante in azienda soprattutto nel periodo in cui papà Rino è chiamato alla presidenza del Consorzio del Prosciutto di San Daniele. Nel 2008 il passaggio di consegne obbligato con la tragica e improvvisa scomparsa della signora Giovanna.

E senza sua moglie in azienda, il signor Rino lì non ci voleva più stare. «In quel momento - prosegue la signora Teresa - ci siamo messi in gioco con l'obiettivo di dare il meglio buttando il cuore al di là dell'ostacolo proprio in onore di nostra madre che

IN CIFRE

13 mila cosce l'anno

Prosciutti Coradazzi di Angelo e C, snc - via Kennedy 128 - San Daniele del Friuli

Vincitore della Top-ten Gambero rosso Prosciutto di San Daniele 2012

Premio "Le eccellenze" guida "Grandi salumi" Gambero Rosso 2013-2014

13 mila cosce prodotte l'anno

Assieme ai 2 titolari, 7 collaboratori,

15 i mesi di stagionatura, ma per ogni coscia spetta al signor Angelo l'ultima parola sul tempo necessario

Info: via Kennedy 128; tel 0432.957582 - www.coradazzi.it - info@coradazzi.it

tanto ha amato questa azienda». Arriviamo quindi ai giorni nostri: oggi il Prosciuttificio Coradazzi è rimasto fedele alla tradizione ed è un'azienda artigiana a conduzione familiare. La produzione si attesta sui 13 mila pezzi all'anno. «Il no-

Anche il sale è oggetto di continua ricerca e la salatura è sempre e costantemente modificata e migliorata

stro prosciutto va un po' controcorrente - spiega Angelo - attualmente vi è la tendenza

ad allungare la stagionatura oltre i canonici 13 mesi previsti dal disciplinare. Un vero artigiano decide il periodo di stagionatura a seconda della materia prima a propria disposizione. Fidatevi degli artigiani - esorta Angelo - loro sanno qual è la stagionatura migliore per ogni coscia». Quanto a quest'ultima, solo le carni più pregiate e selezionate diventano Prosciutti Coradazzi. E la ricerca dell'eccellenza non si ferma solo alle carni: anche il sale è oggetto di continua ricerca e la salatura, che è la lavorazione principale, è sempre e costantemente modificata e migliorata «al fine di ottenere un prodotto unico - continua il signor Angelo - vi è la continua ricerca e sperimentazione. Imprescindibile un altro elemento che rende il Coradazzi un Prosciutto unico: l'aria e il suo unico e inimitabile microclima.

Le cosce che diventano Prosciutti Coradazzi nel loro percorso di stagionatura non incontrano la ventilazione meccanica ma solo quella naturale che avviene semplicemente aprendo e chiudendo le finestre in momenti precisi, come avveniva un tempo. «Il ciclo delle stagioni, periodi di umidità che si alternano a periodi di asciutto sono per noi un vero toccasana: nelle sale di stagionatura si crea quel microclima particolare costituito da muffe-lieviti-microrganismi che vanno a caratterizzare ulteriormente il prodotto finale». Per continuare quel sogno iniziato quarant'anni fa e ampliarlo ora vicino al prosciuttificio di Angelo e Teresa si trova anche la Degustazione Osteria Al Baccaro, gestita da Corrado, marito di Teresa che da buon pugliese offre le sue specialità che ben si sposano al loro prosciutto.



CURIOSITÀ

Boom dello shop online

Il Prosciutto Coradazzi è acquistabile sia nel punto vendita all'interno del prosciuttificio che online: lo scorso anno a dicembre andarono esaurite tutte le scorte di magazzino proprio grazie alle richieste virtuali. Il segreto? Al Prosciuttificio Coradazzi lo shop online è solo una richiesta di informazioni, «noi - spiega la titolare - rispondiamo alla mail di richiesta per concordare la tipologia di prodotto: se viene affettato a mano o con l'affettatrice, se è una famiglia numerosa oppure se sono in pochi. Spieghiamo qualità adatte alle caratteristiche di chi lo riceverà e consigliamo al meglio. Solo dopo aver definito il tutto chiediamo il pagamento e, una volta ricevuto il saldo, inviamo direttamente a casa del destinatario o di chi lo desi-



Angelo e Teresa Coradazzi

dera, anche solo un quartino del nostro Prosciutto. Molte persone ci affidano i loro regali. Noi scegliamo i prosciutti, li confezioniamo e li speditiamo direttamente, a volte accludendo anche i biglietti di auguri che riceviamo dai mittenti. In generale, non vendiamo solo prosciutti interi o dissossati, ma anche tranci». Per maggiori informazioni è sufficiente cliccare sull'icona Shop d'Autore presente sulla Home di www.coradazzi.it.

BIRRIFICIO GARLATTI COSTA A Forgaria. Una storia di coraggio imprenditoriale

Dalla telefonia a mastro birraio

Lo fa come secondo lavoro, «e non è una passeggiata» - perché l'impegno è forte, e costante -, ma «non ci sono dubbi, ne vale proprio la pena». Il riscontro, infatti, c'è, ed è in crescita progressiva. Non per nulla Severino Garlatti Costa, titolare dell'omonimo, giovane (data di nascita, maggio 2012) birrifico, sta pensando di allargare il raggio d'azione. L'avvio dell'esperienza è stato così soddisfacente che guardare avanti in termini di crescita appare quasi imperativo: «Per il momento l'attività si fonda su una gestione familiare; non ho dipendenti, facciamo tutto noi di casa, a Forgaria. Desidero però potenziare la mia "creatura": il periodo è complicato, certo, ma quello della birra è un mercato che ha dimostrato di reggere bene. La richiesta è notevole e le mie ipotesi di prospettiva, così, si sviluppano di conseguenza...». Storia di coraggio imprenditoriale ma, prima ancora, di passione e d'inventiva, quella di Garlatti Costa, che per coronare il suo sogno non ha esitato - ormai diversi anni fa - a lasciare la sua prima occupazione, alla Telecom. «Ebbene sì... genere agli antipodi!», dice divertito il mastro birraio. «E' partito tutto negli anni No-



vanta, quando decisi di iniziare a creare birra ad uso domestico, a livello amatoriale insomma. Mi resi conto, allora, che di informazioni di settore ce n'erano davvero pochissime... Del resto la diffusione del prodotto era decisamente inferiore a quella odierna. Fatto sta che doveti darmi da fare per cercare di saperne qualcosa. Dopo vari tentativi arrivai all'Università di Udine, al professor Stefano Buiatti per la precisione: fu lui a introdurre ai segreti della birra, illustrandomi le varie tecniche di produzione. Spinto dall'interesse per l'argomento lo studiai così a fon-

do da diventare, modestamente, un esperto». A quel punto la svolta. «Lasciai il mio precedente impiego e ne trovai uno nuovo in una ditta leader nel campo dello smercio di materie prime per la realizzazione della birra. Vi lavoro a tutt'oggi, anche se ormai, appunto, faccio molto altro!». Operare nel campo, infatti, a Garlatti Costa non bastava. «Volevo costruire qualcosa di mio, una realtà da gestire come meglio ritenevo. Poco a poco maturai la decisione: ristrutturai la vecchia casa di famiglia, nel borgo di Costa (da cui, per inciso, deriva il mio cognome), e la trasformai in la-



boratorio. Mia moglie e gli altri familiari mi aiutano in vari ambiti, ma a curare la produzione e, pure, la promozione e la commercializzazione sono io. Il bacino di vendita, allo stato, è rappresentato dal territorio prossimo al birrifico, e non solo perché l'azienda è di piccole dimensioni e il totale della produzione annua contenuto (10 mila bottiglie circa): tutto questo conta, logicamente, ma c'è pure un altro aspetto. Mi piace, infatti, l'idea del rapporto diretto con la clientela, del contatto personale. Solo così, a mio avviso, si può far conoscere appieno le peculiarità del prodotto».

Che sono parecchie, ovviamente, «anche perché - sottolinea il titolare - a me piace cambiare, innovare». Restare fermi sempre sugli stessi standard non è linea operativa che corrisponde alla filosofia di Severino Garlatti Costa. «E' bello variare, proporre alla clientela novità». Di qui la linea "speciale", che si affianca alla classica: «E' studiata per determinate ricorrenze: il Natale, per esempio, altre festività, il periodo estivo. Alle volte, poi... arriva l'unicum. La proposta lanciata una volta sola».

Lucia Aviani

CURIOSITÀ

Ispirazione belga

C'è n'è per tutti i gusti. Le classiche (Opalita, Lupus, Liquidambra, Orzobruno), la linea speciale (Orodoz, Rudolph, Lunatica, Dolcevita, Rubens): «timbri» marcati - la birra natalizia, per esempio, è molto alcolica, 10 gradi -, o leggeri, o «armonici». A ognuno il suo genere, insomma. La filosofia è questa. Con uno, anzi, con due leitmotiv, però. Primo: «La tecnica. Ci ispiriamo - spiega Severino Garlatti Costa - alla tradizione belga, pur reinterpretata. Le nostre sono tutte birre ad alta fermentazione, con rifermentazione in bottiglia». Secondo: «Sono pensate, cosa piuttosto inusuale, per l'abbinamento con i cibi. Non per nulla sull'etichetta si trovano elencate le pietanze cui lo specifico prodotto si sposa bene». Qualcosa che richiama il mondo del vino, insomma. «Sì - ammette il titolare dell'azienda -. La tradizione di questa terra, evidentemente, ha il suo peso... E l'utenza apprezza. Fra i miei clienti annovero diversi ristoratori: l'indicazione è stata pensata anche in funzione di un tanto».

Passione ed entusiasmo. La storia di una mamma con 4 figli che si è fatta guidare da un sogno

IMPRESE

CASA PATCH

L'universo del cucito

Abbinando i tessuti si creano nuovi disegni: così vengono realizzati cuscini, asciugamani e trapunte

Giada Bravo

Fare di un hobby il proprio lavoro è di sicuro il sogno di molti. C'è chi ci prova e non ce la fa. Chi ci pensa ma non ha il coraggio di compiere il passo.

E poi c'è chi raggiunge l'obiettivo con grande successo. Quella di Barbara Marini - gemonese di 41 anni con 4 figli e un passato di studi da geometra - è una storia piena di passione ed entu-

Diverse le tecniche, dal piecing, con il taglio di figure geometriche, all'appliquè, pezzetti di stoffa cuciti su un pezzo di tessuto più grande



siamo. Una storia che parla di una donna che si è fatta guidare dall'istinto per inseguire un sogno, imparando dalla madre l'arte del cucito e dal padre a sapersi destreggiare nei lavoretti manuali della vita quotidiana. Per raggiungere lo scopo forse c'è voluto un po' di tempo ma alla fine ce l'ha fatta. "Ho fatto l'impiegata per un paio di anni ma poi, dopo la nascita dei primi due figli, sono rimasta a casa - racconta Barbara -. Dopo una parentesi di 5 anni come OSS all'azienda sanitaria, ho avuto la possibilità di frequentare un corso di patchwork. Non era la prima esperienza con l'ago e il filo perché mia mamma, appassionata di ricamo e di tanti altri hobbies, mi aveva dato l'ispirazione e perché avevo già frequentato un corso di sartoria che mi aveva permesso di confezionare i vestiti per me e i miei bambini. La mia passione però era quella di mettere assieme varie stoffe e così ho iniziato a fare esperimenti".

Dopo un paio d'anni di lezioni di patchwork Barbara è riuscita a raggiungere un ottimo livello, affinando la tecnica e personalizzando lo stile. La successiva partecipazione a numerosi mercatini le ha regalato grandi soddisfazioni dandole soprattutto il coraggio di buttarsi senza timore in questa bellissima nuova avventura e dare vita a Casa Patch. "I miei lavori - spiega ancora Barbara - sono di tipo tradizionale anche se di recente ho realizzato manufatti in chiave decisamente più moderna. Nel mio piccolo laboratorio realizzo solo prodotti che hanno un'utilità, per cui andiamo dalle copertine delle culle alle trapunte matrimoniali, dal set per la colazione al centrotavola, dai cuscini agli asciugamani. Nelle trapunte solitamente metto un'imbottitura naturale che così può essere tranquillamente utilizzata come coperta perché traspirante. Le fantasie dei tessuti americani sono bellissime e i colori hanno tutte le sfu-

mature possibili. Abbinare i tessuti creando nuovi disegni con tagli e cuciture è un lavoro molto appagante". Le tecniche, come spiega l'esperta di patchwork, sono davvero tante e permettono di ottenere risultati molto diversi tra loro. "C'è il "piecing" - precisa -, cioè quando si tagliano figure geometriche che poi vengono cucite assieme per ottenere vari disegni. C'è l'"appliquè", cioè quando si tagliano pezzetti di stoffa che compongono un disegno e si cuciono su un pezzo di tessuto più grande che fa da supporto per realizzare personaggi e animali. Poi c'è il "paper piecing", cioè quando si cuciono i pezzetti di stoffa su un disegno realizzato su carta, poi eliminata, per fare punte molto sottili e disegni geometrici molto piccoli". Ecco spiegato il motivo per cui ogni prodotto confezionato è una vera e propria opera unica, proprio come la tela dipinta di un pittore, e può essere personalizzata nel colore, nella dimensione

e nel soggetto. E oggi, con l'ausilio di un software americano di ultima generazione, Barbara riesce persino a progettare e a visualizzare in anteprima il risultato finale, una cosa che fino a pochi anni fa non era possibile. "La mia clientela - precisa Barbara - ama la cura del particolare, la personalizzazione e l'originalità. Ciò che realizzo è fatto per durare nel tempo perché ci metto sempre tanto amore e tanta attenzione. Da piccola artigiana quale sono cerco di valorizzare al meglio questo fantastico mondo del patchwork ma è una grossa sfida soprattutto se penso che solitamente viene considerato soltanto come un bel hobby". Per chi volesse saperne di più può dare un'occhiata al blog di Barbara (<http://casapatch.blogspot.it/>) e alla sua pagina di Facebook (<https://www.facebook.com/pages/CASA-PATCH-di-Marini-Barbara/723980057653101>) oppure telefonare al numero 0432-971824.

CURIOSITÀ

Una tecnica esplosa a metà anni Novanta

Piace soprattutto alle donne, permette di dare sfogo alla propria creatività e, per chi lo ama, è un hobby rilassante e coinvolgente. Ma cos'è esattamente il patchwork? Per dirla in parole semplici è l'arte di unire più pezzi di tessuto di diverso tipo e di diverso colore per ottenere un manufatto, il più delle volte per la casa, che in genere presenta disegni geometrici. La tecnica si è sviluppata nei secoli scorsi presso i pionieri americani che riciclavano le parti in condizioni migliori dei capi ormai consunti per la riparazione di altri capi o per la realizzazione di nuovi, in particolare coperte imbottite con foglie di tabacco, cotone, ecc. Poi si è diffusa in Italia circa a metà degli anni Novanta quando hanno preso il via i primi corsi e l'importazione sia di tessuti specifici che di

attrezzature. Il patchwork si può praticare con l'ago o con la macchina da cucire per realizzare soprattutto coperte e copriletti. È una tecnica molto usata per creare i quilt, cioè trapunte il cui top (parte superiore) è composto dal manufatto patchwork, un mollettone (imbottitura in cotone o sintetico), un telo inferiore (backing) e una chiusura fatta con lo sbieco (binding) che serve per decorare i bordi; il lavoro termina con le impunture chiamate quilting. All'arte del patchwork si legano numerose tradizioni del passato tra le quali spicca quella che vede la realizzazione di questi particolari manufatti per celebrare i momenti speciali dei cari come i matrimoni, la nascita di un figlio, i battesimi, le comunioni, le lauree e tutte le altre circostanze importanti che segnano la storia di una famiglia.

IN CIFRE



Anno di fondazione: febbraio 2014

area laboratorio: 35 mq

tessuto americano utilizzato in un anno: 200 m

filo utilizzato in un anno: circa 10.000 m (in prevalenza beige per le cuciture, di tutti i colori per la "trapuntatura")

ritagli utilizzati in un anno: ogni genere possibile (vecchi jeans, camicie di cotone, cravatte di seta, ecc.)

CAGLIOSTRO

Miglior negozio nel 2006 specializzato in taglie forti

L'eleganza dell'intimo la qualità del prodotto

L'abito non fa il monaco ma avere cura per il proprio aspetto è un segno di rispetto prima per se stessi e, di conseguenza, verso gli altri. Di quest'idea è di certo la titolare del negozio di intimo Cagliostro di Udine, Luisa Pizzaiolo, la cui attività è stata vincitrice del premio "Stelle dell'intimo nel 2006" come miglior negozio in Italia e specializzato nelle taglie forti e coppe differenziate B,C, D,F. "Nel mio negozio - racconta con verve la titolare - si trovano competenza e professionalità nella vestibilità e qualità del prodotto, grazie ad un vasto assortimento nelle coppe differenziate ed una costante informazione sulle tendenze moda.

Io infatti, continua Luisa - sono stilista di moda e modellistica industriale, mi sono diplomata all'I.T.C. Marangoni di Milano e per dieci anni ho esercitato la professione nel pret à porter per firme come Pierre Cardin, Balestra, ecc". Da qui l'idea di aprire un

negozio che lo scorso maggio ha festeggiato le nozze d'argento con venticinque anni di attività e la cui "sola" visita vale la pena come esperienza interessante, stimolante e formativa. "Io non lascio uscire la mia cliente se io per prima non sono soddisfatta di quel che ha acquistato: cerco infatti di mettere a fuoco - spiega la titolare di Cagliostro a questo proposito - le debolezze fisiche e morali della cliente e di indurla a guardarsi con occhi estranei o, almeno, esterni cioè i miei. Questo modo di

Il negozio lo scorso maggio ha festeggiato le nozze d'argento con venticinque anni di attività

fare nel mio lavoro - aggiunge - è molto utile quando ci si misura con l'eleganza perché il confronto dialettico e amo-

revole con se stessi e con altri è un antidoto al fanatismo, alla stanchezza delle idee, al-

Un vasto assortimento nelle coppe differenziate ed una costante informazione sulle tendenze moda

la prigionia della ripetizione, all'ossessione della coerenza".

Eleganza a tutti i costi, dunque, o mito della donna perfetta? La signora Luisa sfata subito questo mito: "Dico alle mie clienti, rassicurandole, che, fortunatamente, in tanti anni di attività anni di donne "perfette" non ne ho incontrate neppure una. Cerco di fare vivere loro un rapporto meno conflittuale con il proprio corpo, vestendolo nel modo adatto e praticando un'eleganza più rilassata".

Ed entrando nello specifico

dei prodotti del negozio Cagliostro tratta per la donna i marchi: Lejaby, Rasurel, L'idea, Malizia By La Perla, Milenotti, Amodomo, Danlejaby, Laurence Tavernier, Luisa Maria Lugli, Henè Jolie, mentre per l'uomo: Grigio Perla e Grigio Sport. Ma la cliente quando va da Cagliostro non sceglie solo un marchio ma si indirizza verso un proprio e personalissimo stile di vita, grazie ai suggerimenti di Luisa. "Spesso non scelgo per la cliente i capi - racconta ancora - che questa sceglierebbe ma che io non ritengo adatti a lei e, quindi, non la lusingo. Il mio intento è quello di capirla e farla stare bene e, quindi, non scelgo neppure capi che la cliente non sceglierebbe mai. In sintesi - conclude - elaboro una mia personale forma di mediazione tra il suo stile ed il mondo reale e la "traduco", perché il gusto non è solo una questione di occhi ma soprattutto di testa e di mentalità".

Valentina Coluccia



Dalla spedizione italiana sulla seconda montagna più alta nel mondo nacque la decisione di aprire il negozio

IMPRESE

K2 SPORT

Una scalata vincente

A Udine in via Poscolle il punto di riferimento per tutti gli amanti della vita attiva

Marzia Paron

Da mezzo secolo è il punto di riferimento a Udine per tutti gli amanti dello sport e della vita attiva.

Compie cinquant'anni, infatti, il negozio K2 Sport di via Poscolle, noto punto vendita del capoluogo friulano di proprietà della famiglia Zanutta. Dal 1991 è Simona, una delle figlie dello storico titolare Ferruccio, a occuparsi della gestione.

«Era il 1964 quando i miei genitori e mio zio, appassionati di montagna ed esperti scalatori – racconta la titolare – decisero di aprire il punto vendita: conoscevano molto bene Lino Lacedelli, Achille Compagnoni, Ardito Desio e Cirillo Floreanini, partecipanti alla prima spedizione di successo sulla vetta del K2 nel 1954 e, colpiti da questa avventura, scelsero appunto il nome della seconda montagna più alta al mondo per il negozio». Inizialmente specializzato nella vendita di articoli da montagna, oggi K2 Sport propone un vasto assortimento per tutte le tipologie di attività sportive e per il tempo libero.

«Il concetto di "City Sport" si è dovuto adattare al modo di vivere attuale, sportivo ma non per forza troppo tecnico», specifica Simona Zanutta. «La maggior parte di noi dedica un po' di tempo al nostro corpo per rimanere in forma, quindi spesso ricerchiamo prodotti più trasversali anche per un utilizzo non estremo: vestirsi sportivi e casual per passeggiare permette di staccare dallo stress quotidiano pur rimanendo in città». Da K2 Sport si possono trovare tutti gli articoli sia per gli sport più tradiziona-



Dal 1991 è Simona, una delle figlie dello storico titolare Ferruccio, a occuparsi della gestione

li (nuoto, fitness, tennis, sci, trekking) sia per quelli meno diffusi, ma che si stanno facendo conoscere dalla massa, quali il nordic walking e la camminata con le ciaspole sulla neve. Non solo. In occasione del cinquantesimo anniversario, che sarà ampiamente festeggiato a novembre con un evento dedicato e con una serie di serate aperitivo aperte a clienti fidelizzati e potenziali, è stato introdotto anche un nuovo servizio di personal shopper. «Come sempre più spesso accade nelle boutique delle grandi città – spiega Zanutta – i clienti possono fissare un appuntamento al di fuori del normale orario di negozio: sarò io stessa a presentarli loro in anteprima le nuove collezioni e a seguirli negli acquisti, nella convinzione

IN CIFRE

50 anni di attività

Data di avvio dell'attività: 1964

Titolare: Simona Zanutta

Indirizzo e contatti: Via Poscolle, 43 - Udine; info@k2udine.com

Pagina Facebook: facebook.com/k2udine

Numero dipendenti: 2

Superficie negozio: 130 mq

Articoli più richiesti: abbigliamento sportivo-casual per il tempo libero

Principali marchi trattati: Deha, CMP, Virtus, EA7, Karpos, Sportfull, Australian, Patagonia

CURIOSITÀ

Il ritorno della borsa in pelle

A metà degli anni Settanta, spopolava tra i giovani udinesi e non. La borsa firmata K2 Sport era, all'epoca, un vero e proprio accessorio di culto, ricercata da tutti i "fashion addicted". Nata per contenere e trasportare gli scarponi, la borsa in pelle dalla forma quadrata colpì fin da subito il target giovanile che, invece, la usava per la scuola o per il tempo libero. «Vista la speciale ricorrenza dei cinquant'anni di attività – afferma Zanutta – abbiamo pensato di riproporla in versione originale: fortunatamente anche il nostro fornitore di allora si è adoperato per riprodurre la borsa come all'epoca». Le richieste sono già parecchie: sulle reti social network, Facebook, il mitico accessorio del negozio K2 Sport è stato anche citato nei numerosi post pubblicati sulla pagina del gruppo "Sei di Udine se...?".



ta il negozio, le vetrine sono state ampliate e i soffitti alzati per riportare alla luce le travi in legno. Internamente il punto vendita è stato reso più luminoso e minimalista, al fine di dare risalto agli articoli in vendita.

«Abbiamo voluto investire sulla nostra storica attività perché riteniamo sia un'opportunità da non perdere», commenta la titolare. «Via Poscolle può sembrare una via di solo transito ma tre grandi parcheggi fanno confluire migliaia di persone che devono, quindi, percorrere i nostri marciapiedi per arrivare in centro: è compito nostro poi catturare l'attenzione sulle vetrine».

«Siamo positivi – conclude – e anche se i volumi si sono ridimensionati rispetto al passato (ai tempi di mio padre arrivavano tedeschi e austriaci con la "lista della spesa") il nostro trend negli anni rimane positivo, poiché garantiamo un giusto rapporto qualità-prezzo, una variegata selezione di partner/fornitori e un'accurata ricerca di prodotti made in Italy».

che il nostro rapporto personalizzato e a misura di cliente è tuttora il nostro punto di forza». Le novità non finiscono qui. Lo speciale compleanno di K2 Sport viene festeggiato in locali completamente rinnovati. I lavori di ristrutturazione hanno messo in luce e valorizzato alcuni dettagli stilistici del palazzo storico (datato XVII secolo) che ospi-

PRIMASTUDIO

Fotografia, video grafica, web e non solo

Gli specialisti della comunicazione

Comunicare è la missione dell'azienda Primastudio S.r.l., situata a Udine in Viale Palmanova, la quale si occupa di fotografia, video grafica, web e non solo. Nata nel 1995, forte di un Know-how nel settore della fotografia commerciale pubblicitaria, negli anni si è progressivamente evoluta, sviluppando molteplici

Attualmente l'azienda sta producendo una trasmissione televisiva intitolata "Al Porto Bello" dove le imprese potranno presentare e spiegare i loro prodotti e le loro peculiarità

servizi legati alla comunicazione integrata e, sperimentando attraverso l'utilizzo delle tecnologie più avanzate, evolute tecniche espressive.

«Io sono nato come fotografo, ed il prossimo anno la mia azienda festeggerà vent'anni di attività sul mercato, spiega il titolare dell'impresa Claudio Feruglio, "partendo dalla fotografia, oggi, io ed il mio team siamo in grado di occuparci di



tutti gli aspetti della comunicazione in prima persona senza delegare, riuscendo ad essere autonomi sia per quanto riguarda gli aspetti strategici e creativi, che per quelli esecutivi», continua Claudio Feruglio. Primastudio è, infatti, una delle poche strutture in Italia capaci di offrire soluzioni di comunicazione crossmediale sapendo declinare contemporaneamente ed in modo sinergico su più media contenuti, competenze, strategie di comunicazione e marketing, ed è proprio questa filosofia che la distingue dagli altri concorrenti.

L'azienda, comprende al suo

interno un ufficio marketing e pianificazione strategica, un'area fotografica che si sviluppa su 1500 mq, un'area creativa e grafica, una divisione multimediale con programmatori in grado di sviluppare con i più evoluti linguaggi di scripting, una piattaforma hardware interna in grado di fornire web services altamente personalizzati e professionali, un ufficio stampa che vanta l'apporto di giornalisti accreditati in grado di presidiare i media sia tradizionali, sia digitali, ed un'area produzioni video e televisive.

Lo studio televisivo è dotato di attrezzature broadcast, una

regia mobile ed un'area per la post produzione delle immagini e dei video realizzati. «Attualmente stiamo producendo una trasmissione televisiva intitolata "Al Porto Bello" che andrà prossimamente in onda sulle principali emittenti locali della nostra regione», spiega il titolare, Claudio Feruglio. «Le puntate della trasmissione saranno caratterizzate da varie interviste nelle quali le aziende potranno presentare, spiegare i loro prodotti e le loro peculiarità e, fra gli interventi delle imprese ci saranno spazi culturali, artistici e di costume», continua Feruglio. «Per noi questa



Claudio Feruglio

sarà una sfida affascinante, in quanto affronteremo un ambiente diverso dal consueto potendo esprimere ancora più compiutamente la nostra vocazione crossmediale» conclude Claudio Feruglio.

Costituita dall'apporto e dalla professionalità di tredici specialisti della comunicazione e di sette collaboratori esterni, ad oggi Primastudio vanta circa trecento clienti fra le principali aziende conosciute sia in ambito regionale, nazionale che in ambito estero. Primastudio, ha contribuito negli anni alla crescita di brand molto importanti, valutando di volta in volta i mezzi più efficaci ed efficienti al raggiungimento degli obiettivi. «Il web è assolutamente imprescindibile», spiega Feruglio, «ma non deve essere conside-

rato l'unico strumento per comunicare». Primastudio è stata inoltre in grado di evolvere anche nell'ambito della fotografia affiancando alle tecniche tradizionali di realizzazione delle immagini la produzione di immagini o video virtuali completamente realizzati al computer. Fra le attività svolte un ruolo centrale lo riveste l'ufficio stampa che si occupa della promozione a livello locale, nazionale ed internazionale.

Primastudio negli anni ha avuto molti riconoscimenti, e lo scorso anno ha vinto anche il 1° premio nel Concorso Nazionale, organizzato con il sostegno del Sole 24 Ore, "Parola di Impresa", per avere realizzato il miglior progetto "corporate image".

Ad oggi Primastudio vanta circa trecento clienti e sette collaboratori esterni

Comunicazione crossmediale, scientificità e professionalità, sono pertanto, i principi cardine che rappresentano l'agenzia Primastudio.

Elisabetta Sacchi

Incontro con l'assessore regionale al lavoro Panariti nella Camera di Commercio di Udine

IMPRENDITORI GIOVANI, IMMIGRATI E...

COMITATO IMPRENDITORIA GIOVANILE

Forze fresche nelle Pmi

Il mondo della scuola e delle piccole imprese faticano a incontrarsi. Manca l'adeguata formazione

Formazione per aspiranti e giovani imprenditori, ma anche più forti collegamenti tra scuola e università con la realtà quotidiana della piccola e micro impresa - e non solo, dunque, della "grande impresa", presa a modello pressoché esclusivo negli studi. Sono stati i temi principali al centro dell'incontro cui il Comitato imprenditoriale giovanile della Camera di Commercio di Udine, presieduto da Marco Pascoli (rappresentante del settore cooperativo), ha invitato l'assessore regionale al lavoro Loredana Panariti, a metà ottobre, nella Sala Consiglio dell'ente camerale udinese. In rappresentanza della giunta Cciao, c'era Paola Schneider (incaricata peraltro di curare i rapporti fra il Comitato giovani e la giunta stessa), affiancata da una nutrita rappresentanza del Comitato, formato dai referenti dei gruppi giovanili di tutte le categorie: Mattia Bertossi (Coldiretti Udine), Michela Di Maria (Cna), Emanuele Gerardi (Confcommercio Udine), Elisabetta Parise (Confartigianato Udine), Tommaso Passoni (Confapi Fvg) e Massimiliano Zamò (Confindustria Udine). «La Cciao - ha commentato in apertura la Schneider - ribadisce la volontà di mettere a disposizione le sue competenze in tema di impresa giovanile, per una collaborazione proficua con la Regione, anche e soprattutto sul tema centrale della formazione per i nostri imprenditori». «Come Comitato camerale per l'imprenditoria giovanile - le ha fatto eco Pascoli - la Regione può contare sul nostro apporto per strutturare le sue politiche in materia, essendo noi rappresentanti di tutto il mondo economico. Im-



pegnati, come gruppo, soprattutto per favorire la formazione per i giovani imprenditori e migliorare il collegamento formazione-impresa. Perciò siamo anche coinvolti attivamente in Imprenderò, in cui volentieri porteremo le nostre testimonianze, così come siamo attivi in Young, dove ogni anno portiamo la nostra esperienza e ci confrontiamo con tanti giovani, che di orientamento ci manifestano forte necessi-

tà, in molti casi non sapendo come far combaciare i propri interessi e le proprie attitudini con quanto serve al mercato». Tra le esigenze condivise maggiormente dal tavolo, la volontà di studiare, in una collaborazione con la Regione - ma anche con l'Università, che sarà invitata dal Comitato in un prossimo incontro - dei percorsi formativi per chi è già imprenditore o per gli "aspiranti" (e pure veri e propri master

con forte esperienza in azienda), garantendo una preparazione efficace nelle materie più spendibili in impresa: dalla conoscenza degli strumenti normativi e finanziari alla non banale maggior padronanza delle lingue straniere, fondamentali per un'economia d'esportazione. Ma anche per colmare quella che dai giovani imprenditori è stata sentita come una forte lacuna, ossia la distanza tra l'alta formazione e le re-

altà delle piccole e micro imprese. «Spesso - hanno rimarcato molti rappresentanti del Comitato - i laureati che arrivano in azienda hanno ottime conoscenze delle situazioni "macro" e delle realtà delle grandi aziende, ma conoscono meno o poco la realtà quotidiana, ben diversa, di una piccola impresa, che pure rappresenta oltre il 95% della realtà economica, in Italia e soprattutto in Fvg». Una realtà spes-

so in difficoltà anche nel dover porre il già numericamente ristretto personale al seguito dei giovani in stage e che anche in questo senso avrebbe bisogno di un aiuto o di strumenti in più, per un miglior trasferimento di esperienza e competenze allo studente o al laureato - e contemporaneamente per trarre beneficio dalla sua presenza "innovativa" in azienda - senza pregiudicare la produzione e il lavoro, specie in una fase economica ancora critica. Tutte esigenze registrate e condivise dall'assessore Panariti, che ha rimarcato «l'importanza di mantenere vivo il confronto con la parte giovane e innovativa dell'imprenditoria del territorio. Se in passato può essere mancata una po' una rete di collegamento, ora stiamo invece evidenziando i risultati positivi che nascono dal mettere insieme esperienze, rafforzando un network di cooperazione attuativa, valorizzando ogni nodo della rete. In tal modo - ha chiarito -, anche sul lato della formazione e dell'aumento dell'efficacia dello scambio scuola-impresa, ognuno può e deve fare la sua parte in autonomia, ma nell'ambito di un lavoro di rete che presume una maggior collaborazione nella fase di progettazione delle azioni e delle attività. La riduzione di risorse, che interessa tutte le istituzioni, fa sì che l'attenzione alla qualificazione della spesa e all'evitare sovrapposizioni sia assolutamente necessaria. C'è un cambio da fare tutti quanti, è nuovo modo di ragionare», ha concluso Panariti, evidenziando le misure messe in campo dalla Regione per favorire sia l'ingresso dei giovani nel mercato lavoro e nelle imprese sia l'autoimprenditorialità.

ARBEN ARAPI

Autotrasportatore albanese dal '98 in Friuli

Sulla "strada" dell'integrazione

Si sente ormai "mezzo friulano" e mastica bene la marilenghe, oltre a parlare un italiano impeccabile. Arben Arapi, giunto in Friuli nel 1998 all'età di 37 anni dalla natia Albania, è oggi un imprenditore che affronta la crisi con senso di progettualità, guardando al futuro, anche alla luce della sua antica passione per la fotografia e le video riprese.

"Quando sono arrivato qui - racconta -, mi sono adattato alla situazione e ho imparato a fare diversi lavori". In madre patria, Arapi aveva studiato economia agricola all'Università. Poi, ancora in giovane età, aveva iniziato a dedicarsi, al suo "hobby preferito", per trasformarlo in una professione: fotografo e cameraman. "Avrei potuto raggiungere un certo successo - spiega -, se il regime comunista che era al potere a quel tempo non fosse stato molto ostile alla mia famiglia, dove si contavano molti oppositori". Arben, così, non riesce a portare avanti il suo sogno e guarda con crescente interesse all'Italia. "Ho deciso di venire in Friuli - spiega - perché qui lavoravano già i miei due fratelli: Gjon, che purtroppo è mancato, e Alberto, che è poi rientrato in Albania, dove tuttora risiede".

Arapi, cittadino italiano dal marzo 2014, attualmente por-

ta avanti la sua attività di autotrasportatore (la sede dell'impresa è in Via Mons. Pasquale Margreth, 16 a Udine, tel. 328/2615932), alla quale si è dedicato con spirito di intraprendenza, impegno, sacrificio. "Mi alzo ogni giorno alle quattro del mattino - confessa -, ma sono contento di questa attività e spero che la mia famiglia possa svilupparla anche in futuro". Un'idea che le figlie hanno "sposato" con entusiasmo: le giovani Ensa, 22 anni, ed Edena, 20 anni, che studiano economia all'Università di Udine, hanno già in mente di far crescere l'azienda paterna.

Arben è coniugato dal 1990 con la connazionale Rosina (infermiera pediatrica) e vive nel capoluogo friulano con la moglie, le tre figlie (c'è anche Ezajsa, 12 anni, nata in Italia) e la sua anziana mamma 92enne. "Il nostro futuro è in questo Paese, anche se io sono molto legato alla terra dove sono nato e ci torno spesso", sottolinea l'artigiano-artista. La storia di Arben parla di voglia di lavorare, inserirsi, crescere professionalmente. È sbarcato in Italia da Valona dopo l'avventurosa traversata dell'Adriatico a bordo di un gommoni, negli anni in cui il sogno di una vita migliore spingeva moltissimi dei suoi connazionali a lasciare il Paese delle Aquile. "All'inizio ha lavorato nel settore della me-



canica, come fresatore, presso un'impresa nella zona di Salt di Povoletto - spiega -, poi per la stessa impresa ho accettato di fare dei trasporti in tutto il Friuli Venezia Giulia e nel vicino Veneto". La solida esperienza su strada - evidenzia - mi ha suggerito di continuare questa attività per conto mio". Così, nel 2002, c'è l'avvio della ditta individuale, con l'inizio del lavoro in proprio.

Per un periodo Arben ha operato per conto terzi (anche effettuando le consegne dei giornali), e successivamente per un corriere espresso, Gls. Nel 2008 il superamento dell'esame per il conseguimento della licenza di autotrasportatore e l'iscrizione all'albo. Dal 2010

e fino ad oggi Arben è il trasportatore fiduciario di un'azienda (Friulana Panini, leader nella produzione e confezionamento di panini imbottiti, tramezzini e pizze per la distribuzione automatica), che necessita di consegnare alimenti al mattino presto in tutta la regione. Oltre a ciò, Arben è abilitato e attrezzato anche per eseguire piccoli traslochi, trasporti per privati, lavori di facchinaggio e anche di manutenzione. Al Friuli, Arben rivolge un pensiero grato: "Devo molto a questa terra - conclude -, ma soprattutto il fatto che da quando sono venuto qui non sono mai stato neanche un giorno senza lavorare".

Alberto Rochira

CURIOSITÀ



Talento da cameraman

Lo scorso aprile, il paese natale di Arben Arapi, Rrëshen (70 km da Tirana), gli ha voluto rendere omaggio, organizzando una mostra antologica dedicata alle sue fotografie. "Per me è stata una grandissima soddisfazione - commenta -, vedere esposte le mie immagini nel luogo dove sono nato. Un sincero ringraziamento va al sindaco del paese, che ha voluto darmi questo riconoscimento, e anche al direttore del palazzo della cultura, dove la mostra è stata allestita". Arapi coltiva da sempre la passione per le immagini. Da cameraman, in patria, aveva raggiunto una certa notorietà.

"Mi chiamavano anche le istituzioni, per filmare cerimonie importanti", racconta l'artigiano-artista. Poi gli screzi con il passato regime e dunque lo stop. Oggi Arben è libero di dare fiato alla sua passione, tanto che ha inserito questa attività (fotografo e video operatore) tra quelle che può esercitare in quanto ditta individuale. "Se qualcuno volesse chiamarmi per questo genere di servizi, sono pronto". E per sviluppare il suo talento, che è un dono prezioso, Arapi può contare sulla complicità e sull'appoggio delle figlie, Ensa ed Edena, che condividono l'amore di papà per le immagini.

Un'idea nata da un disguido e da una raccolta di fondi, il famoso crowdfunding

DONNE IMPRENDITRICI

EVA DE MARCO

L'agricoltura in un'app

Orto in Tasca è un'applicazione per smartphone che trova le aziende agricole più vicine al consumatore

Raffaella Mestroni

Le parole d'ordine per navigare nel mercato del lavoro, oggi, sono principalmente due: cambiare e non arrendersi. Una contraddizione solo apparente perché in realtà i due concetti sono strettamente correlati: la professione intrapresa non ha mercato? Bisogna cambiare rotta; il progetto in cui crediamo non decolla? Indispensabile insistere. Lo sa bene Eva De Marco, giovane ingegnere edile che ha affrontato la crisi del settore con grinta e allegria, si allegria, all'insegna del "qualche cosa mi inventerò". E quel "qualche cosa" se lo è inventato davvero: OrtoInTasca, ovvero un'applicazione per smartphone che, a un anno dal lancio è scaricata da 7 mila persone. La sua start up, nata da un anno grazie a una raccolta di fondi – il famoso crowdfunding – è un'impresa di servizi alle aziende agricole che aiuta il consumatore a trovare le più vicine sul territorio. Un'idea nata per caso, da un disguido. "Dovevo fare la spesa e ho scelto il mercatino di piazza XX Settembre – racconta – l'ho raggiunto di corsa perché come tutti ho sempre fretta, ma quando sono arrivata lì la piazza era vuota. O avevo sbagliato giorno io, o c'era un errore nella calendarizzazione". La frustrazione ha fatto scattare l'idea di uno strumento che permetta al cliente, in qualsiasi posto si trovi, di avere il panorama preciso e dettagliato delle aziende agricole dove andare ad acquistare. Detto così pare facile, ma il percorso è stato impegnativo, a cominciare proprio dalla raccolta di fondi, una modalità che in America è diffusissima, ma qui stenta ancora a decollare. "Prima ho provato con Working Capital Accelerator di Telecom Italia un programma che aiuta le imprese innovative – ricorda Eva – ma il mio



progetto non aveva le caratteristiche adatte per quello strumento e allora sono passata al crowdfunding. Ho cominciato dalle piattaforme americane, ma molte chiedevano di aprire un conto corrente negli Usa e per me era complicato e poi da loro quello che noi chiamiamo "farmer market" è una cosa completamente diversa. Alla fine ho trovato Ulule, una piattaforma multilingue che faceva al caso mio. Ho partecipato alla pre-selezione, ho preparato il business model e poi il business plan per passare poi alla campagna di promozione, con tanto di video (la nonna si è prestata a fare da protagonista), magliette, magneti con il mio logo. Ho fatto tutto da sola e ne vado orgogliosa". Poteva andare male una raccolta lanciata con questo entusiasmo? No, anche se è stata faticosa ma Eva la cifra che voleva l'ha raggiunta, ci ha unito i suoi ri-

sparmi, un contributo arrivato dalla Camera di Commercio e il budget necessario c'era. La sua avventura è cominciata così e adesso procede spedita. "Quando ho scelto il mio percorso di studi – afferma – volevo proprio fare l'ingegnere, anzi, l'ingegnere libero professionista. L'ho deciso fin dall'inizio e così è stato. Poi, complice la crisi economica e l'edilizia in caduta libera, ho diversificato la mia attività". In cantiere, che resta un grande amore per Eva, ci va ancora ma è una parte del suo lavoro. Addirittura partecipa al progetto di risanamento dell'Ilva di Taranto, lavorando per uno studio che ha l'appalto di alcuni aspetti strutturali. "Ricordo lo stupore iniziale, qui in Friuli, quando arrivavo in cantiere. Gli operai, ma anche i direttori dei lavori mi guardavano perplessi e diciamo la verità, anche poco convinti. Quando poi testava-

no le mie capacità, il rapporto cambiava, anche se, dal punto di vista del linguaggio, restavo sempre "la frute" o al massimo "la signora". Un cambiamento negli ultimi anni c'è stato, ma non poi molto...". Eva ha seguito anche tutto il percorso formativo "Casa Clima" per la certificazione energetica degli edifici e, tanto per non lasciare nulla di intentato, ha provato anche – pur di restare nel settore – a proporsi come project manager, per ottimizzare la gestione dei progetti e migliorare la competitività aziendale. "Un aspetto che purtroppo le piccole imprese in particolare sottovalutano – commenta – preferendo improvvisare. Non si rendono conto dei risparmi che potrebbero ottenere e dei benefici per l'impresa, mentre l'improvvisazione è un rischio che nei periodi di crisi le aziende non possono permettersi, ma tant'è"

LA CURIOSITÀ

Il risparmio viaggia sul web

Strane creature, le app. Nascono, crescono e subito vanno aggiornate. E' il percorso obbligato che deve seguire tutto ciò che è digitale per restare sul mercato, una legge non scritta ma ferrea, che conviene rispettare. Eva lo sta già facendo e i cambiamenti saranno sostanziali, per renderla ancora più utile. "La nuova versione – spiega – prevede la possibilità per le aziende agricole di inviare offerte personalizzate ai possessori dell'app tramite appositi push (notifiche istantanee), diversificando le zone geografiche. Sarà possibile selezionare, infatti, zone limitrofe per quanto riguarda i prodotti che devono essere consumati rapidamente, oppure un territorio più ampio se si tratta di olio, arance, vino e dunque prodotti che possono affrontare una spedizione a lungo raggio

senza risentirne. Questo permetterà alle imprese di aumentare il loro giro d'affari e ai consumatori di risparmiare. Un'altra novità già attivata dalla vulcanica ingegnere è la collaborazione con Anirea, che conviene rispettare. Eva lo sta già facendo e i cambiamenti saranno sostanziali, per renderla ancora più utile. "La nuova versione – spiega – prevede la possibilità per le aziende agricole di inviare offerte personalizzate ai possessori dell'app tramite appositi push (notifiche istantanee), diversificando le zone geografiche. Sarà possibile selezionare, infatti, zone limitrofe per quanto riguarda i prodotti che devono essere consumati rapidamente, oppure un territorio più ampio se si tratta di olio, arance, vino e dunque prodotti che possono affrontare una spedizione a lungo raggio



EDITORIA

"Lignano". Tomo 1 e 2

Lignano a 360 gradi le origini, le curiosità

Lignano è un luogo conosciuto in regione, in Italia e all'estero principalmente come località di villeggiatura. E' stranamente forse è anche uno dei riferimenti principali della nostra regione. Per il 91° Congresso della Società Filologica Friulana l'architetto Massimo Bortolotti ha coordinato due volumi dedicati a Lignano, 1282 pagine in tutto, per descrivere, raccontare e svelare tutte le particolarità di quel lembo di terra dove migliaia, moltissimi gli stranieri, trascorrono le meritate vacanze. L'architetto Bortolotti, assumendosi l'incarico di raccogliere tutti gli aspetti della Lignano che noi conosciamo però l'ha descritta con un suo percorso, una sua origine, una sua storia e una sua attualità. Da questo grosso impegno ora c'è una ricca e documentata testimonianza. I due tomi sono conseguenti perché gli argomenti trattati sono vari,

diversi fra loro e specifici. Si parte con i ricordi degli anni della colonia a Lignano per arrivare alla Lignano di venuta per il Friuli una grande realtà economica. "Lignano tra terra e acqua" è descritta da

1282 pagine in tutto. La località balneare friulana viene raccontata attraverso numerose testimonianze

Mauro Pascolini. L'ambiente naturale della penisola di Lignano ha subito, nel corso degli ultimi cento anni, profonde modifiche per mano antropica. Fabrizio Romanelli e Francesco Scalettaris parlano degli alberi di Lignano, mentre la variazione della flora è argomento di Fabrizio Martini e Daniele Poli. E' impossi-

bile citare tutti gli autori dei contributi presenti nelle due pubblicazioni. Sono contributi importanti che delineano tutte le caratteristiche ambientali, turistiche e storiche della località balneare. Frammenti di storia e di leggende, agricoltura e la Lignano croce e delizia degli urbanisti, ma anche quella che ha accolto la spirale di Marcello D'Olivio a Lignano Pineta, la ristorazione e l'accoglienza. Testi dello stesso Massimo Bortolotti, di Giuliano Bini, Anna Barillari, Italo Zannier, Enea Fabris, Gabriella Bucco, Oscar D'Agostino, Francesca Agostinelli e Carla Marcatto per la toponomastica. I ricordi di Lignano sono molti. Alcuni li scrivono Lino Leggio, Anna Maria Pittana, Gianfranco Ellero e Renzo Ciutto. Il fenomeno turistico, dalle vecchie dinamiche alla nuove prospettive di sviluppo, è argomento trattato da Andrea Guaran e Luigina Di Giusto.

Come è ben noto – scrivono gli autori – l'origine della stazione balneare di Lignano è datata 15 aprile 1903, quando al piccolo villaggio di pescatori di Pineda si affiancò il primo stabilimento per i bagni di mare in località Porto Lignano, già strategicamente importante sul piano sia militare sia commerciale a partire dalla data di annessione del Friuli al Regno d'Italia. La Lignano turistica nasce così. Una storia lunga, composta e in crescendo con turisti stranieri che frequentano la spiaggia. I nuovi clienti provengono da una gamma ampia di Paesi europei che si aggiungono ai tradizionali ospiti prevalentemente austriaci e tedeschi. Significativa è la presenza dei turisti dell'Europa centro orientale, soprattutto dalla Repubblica Ceca, dalla Russia e dalla Slovacchia. I turisti russi rappresentano la vera novità. Tra le tante curiosità raccontate nel-

la pubblicazione c'è anche la villa che era di Alberto Sordi, costruita in quanto è stato ceduto all'attore un lotto di terreno in cambio della pubblicità che l'attore fece per il

La villa di Sordi fu costruita, in quanto fu ceduto il lotto del terreno in cambio della pubblicità che l'attore fece per la località

nuovo insediamento di Lignano Pineta. Sordi, in quel periodo, era in Friuli per il film "Addio alle Armi" e "La grande guerra". La villa Sordi è stata costruita, nel 1959, su progetto dell'architetto Aldo Bernardis. Lo scrittore americano Ernest Hemingway, in occasione di una breve visita,

nel 1954, a Lignano, la definì la "Florida d'Europa" e la frase divenne uno spot a tutto tondo per la località balneare friulana. Fra le persone che hanno fatto la storia di Lignano non va dimenticato il dottor Riccardo Riva che, nel 1963, ha realizzato le "Thermae" sulla spiaggia al confine tra Riviera e Pineta su progetto dell'architetto Gino Valle. Nel 1968 Riva inaugurò il Circolo dei Forestieri, poi denominato Kursaal, che avrebbe dovuto ospitare la sede di un casinò. Diventò uno dei luoghi più esclusivi di Lignano, utilizzato per importanti manifestazioni. Nel 1986 è stato inaugurato il nuovo Kursaal intitolato a Riva. Di grande prestigio anche la Terrazza a mare, progettata dall'architetto Aldo Bernardis nel 1969 e inaugurata nel 1972. La nuova costruzione sostituì quella in legno che era stata inaugurata nel 1924.

Silvano Bertossi



Ditedi lancia il primo contest digitale per scoprire gli innovatori del Fvg

Chiamata alle armi per coloro che hanno una storia o un'esperienza 2.0 da raccontare

È la prima "chiamata alle armi" digitale che coinvolge i cittadini del Friuli Venezia Giulia. A promuoverla è **Ditedi, il Distretto delle Tecnologie Digitali**, alla ricerca di innovatori, appassionati di 2.0, cultori del mondo "opensource", programmatori, esperti di social o di tutto ciò che ruota attorno all'Ict, con una storia da raccontare.

«Nel 2015 - spiega il project manager del Ditedi, **Simone Puksic** - puntiamo a organizzare oltre 100 incontri, tra seminari e workshop, con l'obiettivo di diffondere la cultura digitale sul nostro territorio. Proprio per questo motivo siamo alla ricerca di nuovi intraprendenti collaboratori da arruolare: vogliamo diventare la rete di innovatori più grande d'Italia - chiarisce Puksic - ma, per riuscirci, abbiamo bisogno di tutti coloro che hanno a cuore il digitale». In questi ultimi anni, Ditedi si è dimostrato molto attivo sul tema della diffusione di **cultura digitale**, organizzando oltre 150 tra seminari, workshop ed eventi tematici, che hanno contribuito a ridurre il *digital divide* ancora presente nella società friulana. Si è occupato anche di **alfabetizzazione digitale** delle persone, con l'ideazione di "Esploratori digitali" (incontri che hanno coinvolto centinaia di studenti avvicinandoli a computer, smartphone,

tablet e internet), "Nonni sul web" (pensato per gli over 65 friulani) e "Ditedi On the Road" (viaggio itinerante alla scoperta delle realtà più innovative e tecnologiche del Fvg).

Ora però vuole andare oltre: in previsione di dar vita al *cluster* di aziende operanti nell'Ict più esteso d'Italia, vuole incrementare ulteriormente il numero di incontri e di appuntamenti per il 2015, rendendo, i cittadini del Fvg, protagonisti della "rivoluzione digitale" avviata a maggio con il D-Day, la giornata 2.0 organizzata nell'ambito di "Go on Fvg".

«Lanciamo un vero e proprio contest digitale - precisa Puksic - per poter stilare, nel 2015, una classifica con le 100 migliori esperienze innovative del Fvg. L'idea è quella di dare voce alle tantissime storie di innovazione, di impresa, di speranza che popolano la nostra regione e che molto spesso non conosciamo. Se pensate di avere una storia da raccontare, scrivetemi (simone.puksic@ditedi.it). Se conoscete qualcuno che potrebbe fare al caso nostro, segnalatecelo.

Chiedo soprattutto ai giovani, ai famosi "under 25" che molto spesso non hanno lavoro perché non trovano le opportunità giuste - chiude - di farsi avanti. Insieme potremo fare la differenza!».



Il Distretto si prepara a volare Oltreoceano

oltre 25.000 aziende attive e 250.000 dipendenti. Gli obiettivi della missione sono conoscere nuovi partner internazionali tecnologici e finanziari, promuovere nuovi prodotti e servizi verso il mercato internazionale, trovare partner per progetti di ricerca.

Gli imprenditori che parteciperanno alla missione sono:

Andres Pilotta di **Semplitech**, Daniele Bezzo di **iOSTek**, Sabrina Cosolo e Federico Cussigh di **IT'S B2B**, Fabiano Benedetti di **beanTech**, Enrico Degrossi di **Ikon**, Angela Dosso di **Info Solution**, Fabio Valgimigli di **Quin**, Fabio Marchesi di **Servizi Multimediali** e Carlo Tasso di **infoFactory**.

Un'occasione preziosa per nuove opportunità di business.

Per Ditedi, partecipare alla prima missione della Camera di Commercio di Udine in Florida è un sogno che si realizza. Dal 2 al 6 novembre, infatti, il Distretto delle Tecnologie Digitali, assieme a nove dei suoi imprenditori voleranno Oltreoceano per vedere con i loro occhi la realtà produttiva del terzo stato USA per presenza di aziende Ict, con

Servizi alle aziende offerti da Ditedi

CONVENZIONE CON LA BANCA DI UDINE

Offre la possibilità ai soci e affiliati di usufruire di un percorso preferenziale per l'espletamento delle pratiche per l'ottenimento di finanziamenti.

Le richieste di finanziamento pervenute alla Banca da parte delle aziende del Ditedi troveranno risposta nel termine massimo di 10 giorni lavorativi dal momento della presentazione di tutta la documentazione necessaria per l'istruttoria della pratica.

MONITORAGGIO WEB

Il servizio offerto permette di consultare tramite l'accesso ad

una piattaforma di monitoraggio web, un elenco di bandi di finanziamento e gare d'appalto, aggiornato quotidianamente, incentrato sui settori di pertinenza dell'ambito del Centro Servizi Ditedi.



DITEDI NETWORK

Un incontro periodico (ogni primo giovedì del mese) durante il quale quattro imprenditori del DITEDI hanno a disposizione 30 minuti ciascuno per presentarsi e per far conoscere la propria attività. Ai partecipanti viene poi data l'occasione di confrontarsi durante un piacevole aperitivo. Un'opportunità d'incontro stimolante alla scoperta di realtà eterogenee e...complementari perché no? Sicuramente un'occasione per conoscersi, per confrontarsi e per creare nuove opportunità.

Le aziende interessate a partecipare possono inviare un richiesta al seguente indirizzo: knowledge-center@ditedi.it

Incontri DITEDI

Knowledge Center via L'Aquila, 1 - Tavagnacco (UD)

NOVEMBRE

Sabato 8 novembre ore 9.00/13.00
Over Layer 7 filtering - fantasia o realtà?

Martedì 11 novembre ore 18.00/20.00
Design digitale e autoproduzione

Giovedì 13 novembre ore 17.00/19.00
DITEDI Network

Sabato 15 novembre ore 9.00/13.00
Sicurezza delle applicazioni web: Alice vs Bob

Martedì 18 novembre dalle 18.00 alle 20.00
Don't make me think. There's no need

Giovedì 20 novembre ore 18.00/19.30
Cookie a prova di privacy

Martedì 25 novembre ore 18.00/20.00
Proteggere il diritto d'autore on line: come denunciare la violazione all'ACGOM

Mercoledì 26 novembre ore 18.30/20.00
Aperitivo digitale: 10 Ricette Rapide e Veloci per stupire con i NoSQL

Giovedì 27 novembre ore 18.00/20.00
Zentyal: Linux Small Business Server

DICEMBRE

Martedì 2 dicembre ore 18.00/20.00
Strumenti e applicativi GIS open source su piattaforme desktop

Giovedì 11 dicembre ore 17.00/19.00
DITEDI Network

Gli incontri sono gratuiti previa registrazione su www.ditedi.it

Un modello di sviluppo a forte impatto sulla crescita delle economie locali

LAVORO E FUTURO

IL FENOMENO

Le professioni verdi

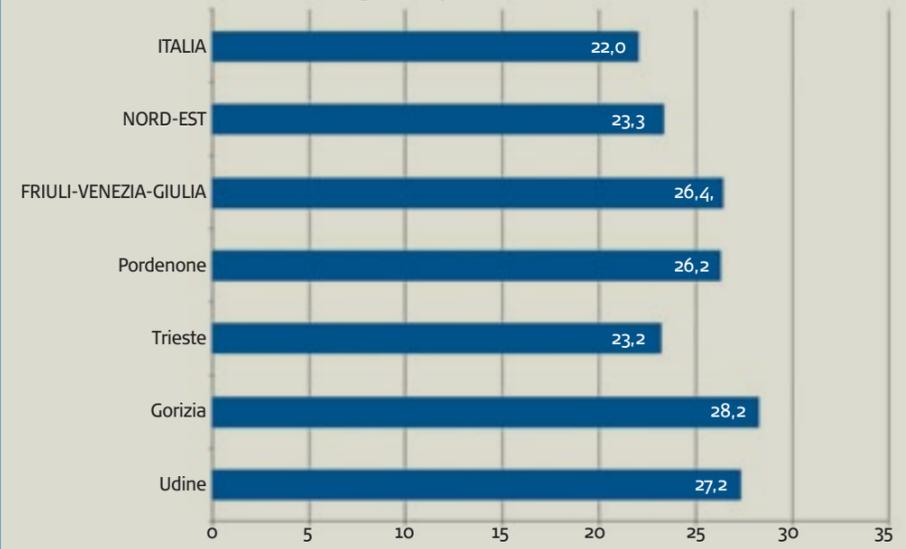
La green economy vola in Friuli. Il 40% delle assunzioni totali si ha in questo comparto

Paola Treppo

Green economy, ovvero come l'economia verde sfida la crisi. Rispetto alle altre regioni dell'Italia, il Friuli Venezia Giulia brilla particolarmente in questo settore, un modello di sviluppo a forte impatto sulla crescita delle economie locali, che valorizza i fattori tipici, che preferisce i beni che portano con sé il rispetto dei luoghi d'origine e che mette insieme il valore dei generi prodotti e la salvaguardia dell'ambiente con le qualità culturali. Un dato su tutti mette in evidenza la sensibilità dei friulani e dei giuliani in tale settore: il 40% delle assunzioni effettuate nel 2013 in Fvg, infatti, ha riguardato professioni verdi o attivabili dalla green economy. Altro indicatore significativo quello degli investimenti: sono circa 8mila e 300, infatti, le imprese dell'industria e dei servizi del Friuli Venezia Giulia che hanno fatto investimenti green, pari al 26,4%. Il feedback è senza dubbio positivo perché all'investimento corrispondono assunzioni, quindi nuovi posti di lavoro. Ma quali sono le figure professionali più richieste in questo momento in ambito green economy? In vetta alla classifica troviamo "mestieri" che bene si adattano, in particolare, alle nuove generazioni: chimico e geometra ambientale, tecnico del risparmio energetico, esperto di acquisti verdi, installatore di impianti di condizionamento green, carpentiere sostenibile, tecnico delle energie rinnovabili, installatore e montatore di macchinari industriali a basso impatto, tecnico di impianti di illuminazione sostenibile, informatico ambientale, bioarchitetto, tecnico del marketing ambientale e ingegnere ambientale. Il Fvg non è il solo a "brillare verde": sopra la media nazionale, infatti, si pongono quasi tutte le regioni del Nord: oltre al Friuli-

Investimenti green in Friuli Venezia Giulia

Sono circa 8.300 le imprese dell'Industria e servizi del Friuli Venezia Giulia che hanno fatto investimenti green: pari al 26,4%



CURIOSITÀ

Sinonimo di export e innovazione

Le cifre delle green economy danno l'idea della sua espansione e di come rappresentino il futuro della fare impresa. Più di una realtà su cinque, esattamente il 22% di quelle extra-agricole con almeno un dipendente, è green. Questa percentuale sale al 30% nell'impresa manifatturiera. Trecentototomila, poi, sono le imprese industriali e del terziario con dipendenti che hanno realizzato, tra il 2008 e il 2013, investimenti in tecnologie green in grado di assicurare un maggior risparmio energetico e un minor impatto am-

bientale. Le realtà economiche eco-investigatrici trovano numerosi benefici: il 47% evidenzia un miglioramento del prodotto o del servizio offerto; il 28,5% registra, invece, un innalzamento della produttività e dell'inefficienza. La propensione al "green" è strettamente correlata, poi, con la capacità di esportazione: il 17,5% delle imprese che investono in eco-efficienza, non a caso, sono esportative, contro il 10% di quelle che non investono. Nella manifattura il rapporto è 42% rispetto al 22,4%. Sul fronte fatturato, il 54% delle im-

prese verdi lo ha aumentato o consolidato rispetto al 48% delle "non verdi"; il 23% ha innovato i prodotti e i servizi contro l'11% delle non green; il 21% ha assunto nel 2013 (rispetto all'11% delle non green) e concentrano il 38% delle entrate. Buono il dato sull'occupazione il cui segno resta meno causa recessione globale: -1,3% il saldo per le imprese verdi contro il -2,8% delle non verdi. Lo studio che svizzera in ogni sua parte l'universo "green" è stato redatto per la Camera di commercio di Udine dal Centro studi, Ufficio statistica e prezzi.

IN CIFRE

Chi investe di più nel settore green?

Chimica, farmaceutica e petrolifera: 54,1%
Gomma e plastica: 46,2%
Cartario e stampa: 34,8%
Elettronica e strumenti di precisione: 31,2%
Legno e mobilio: 30,6%
Minerali non metalliferi: 30,2%
Meccanica e mezzi di trasporto: 30,2%
Metallurgia: 28,7%

Venezia Giulia (13,6%) ci sono, infatti, anche Trentino-Alto Adige (13,4%) e l'Emilia-Romagna (13,3%). Ma come operano le imprese green? Alcune in maniera esclusiva: sono aziende attive del settore dei rifiuti e del ciclo idrico integrato che comprendono, ad esempio, la forn-

dotti dell'agricoltura biologica e biodinamica, di imprese connesse alla bioedilizia e all'efficienza energetica, e di imprese produttrici di tecnologia. Un'altra fetta di realtà economiche hanno solo dei rami di attività in settori core green, generalmente nel trattamento dei rifiuti e, ancora una volta, delle energie rinnovabili; ci sono poi le aziende che operano nel campo della pulizia delle aree pubbliche, della decontaminazione e della riqualificazione ambientale e quelle, infine, che stanno pian piano "cambiando pelle", con una riconversione in chiave sostenibile di comparti tradizionali legati al manifatturiero, ad esempio la meccanica. La green economy si può considerare, quindi, un futuro già presente: porta con sé una nuova mentalità produttiva e un nuovo modello di sviluppo basato sulla sostituzione delle fonti di energia esauribili, come petrolio e carbon coke, con risorse rinnovabili e tipi di energia "pulita" tra cui l'idroelettrica, la solare, le biomasse e l'eolica. Tra gli obiettivi anche quello di rilanciare il Made in Italy dopo la crisi.

Ecco i mestieri di nuova generazione: chimico ambientale, tecnico del risparmio energetico, bioarchitetto

tura acqua, le reti fognarie e le attività di gestione dei rifiuti; sono attive anche, naturalmente, nei comparti delle energie rinnovabili, nella mobilità sostenibile, nella gestione dei parchi naturali e del patrimonio ambientale. Altre società, che potremmo definire "ibride", operano ancora solo parzialmente nel mercato green: si tratta, in questo caso, di aziende che lavorano nell'agroalimentare, quindi che hanno a che fare con pro-

LE AZIENDE FRIULANE

Alcuni casi eccellenti

Quando la sostenibilità è una filosofia di vita

Esempi eccellenti, in Friuli, di aziende che operano con successo seguendo i principi della green economy. Una di questa è la "Passoni Nature" di San Giovanni al Natisono, storica realtà attiva da più di 60 anni nel comparto dell'arredo. Tutto il legno impiegato nei prodotti, infatti, proviene da sole foreste gestite in maniera corretta e sostenibile. "Grazie all'uso del legno massello - spiega il titolare, Tommaso Passoni - l'impiego dei collanti è ridotto al minimo; quelli utilizzati, in ogni caso, sono totalmente atossici e privi di emissioni nocive". Per restituire al legno vita e luce, "Passoni Nature" utilizza solo cere e oli di origine minerale e vegetale: niente vernici, niente esalazioni nocive; finiture naturali e resistenti, che durano nel tempo. Stesso discorso per le stoffe, interamente composte da fibre naturali: lana, cotone, lino e canapa. Tutti materiali di alta qualità, cer-

tificati e altamente rinnovabili. E stesso discorso per le imbottiture, composte da acqua e materie prime derivate da fonti rinnovabili quali la soia, un mix di oli essenziali ed erbe officinali appositamente studiate per coadiuvare il relax e garantire il benessere. "Siamo una piccola azienda ma, grazie alla nostra filosofia e alla nostra passione per il prodotto green - dice il titolare -, ci stiamo facendo conoscere sempre più, specialmente all'esterno; in Italia, invece, solo da poco è nata e si è sviluppata la cultura della eco-sostenibilità". Tutta made in Fagagna, invece, la singolare realtà di "VegeTable", nata dall'ingegno e dalla lungimiranza di Giacomo Borta e Filippo Burelli che, anche puntando sulla vendita on line, offrono un prodotto di alta qualità e "di moda", se si considera il ritorno alla coltivazione delle piante pure sui piccoli terrazzi di casa: si tratta di un vero e proprio orto pret-a-porter

per la messa a dimora di ortaggi, appunto, e di piante da fiore, ideale sia per il balcone di casa, sia per le aree verdi delle aziende, che per spazi che non dispongono di superfici sufficienti o adeguate per l'orticoltura in piena terra. "Da millenni, coltivare la terra è un'attività profondamente naturale per l'uomo - spiegano i referenti di "VegeTable" -: è un'esperienza dal valore terapeutico, culturale e sociale. Unisce le persone, rende consapevoli e, pregio non trascurabile, permette di ottenere cibi freschi e disponibili a km zero". L'orto "portatile" è pensato per rendere l'esperienza della coltivazione agevole e accessibile a tutti. Ma com'è fatto? Si compone di un sistema modulare; la struttura portante è costruita in acciaio al carbonio verniciato a polvere e con una considerevole resistenza alla corrosione. La cover esterna, invece, è realizzata con legno di larice non trattato chimicamente, proveniente da



foreste gestite in maniera sostenibile e certificate Pefc. La sacca di contenimento della terra è realizzata in Pvc, un materiale elastico, robusto e atossico. Tutta green, nel concetto e nel colore, la "Paulitti Nicola", realtà agricola di Torsa di Pocenia nata nel 1992 e subito distintasi per la qualità dei suoi prodotti: in breve tempo, infatti, l'azienda si è bene affermata nella realtà della floricoltura friulana. Nel 2008, con l'inserimento dei tre figli, cambia denomi-



L'orto portatile di VegeTable (foto sopra) e il ricco assortimento di fiori della Paulitti (a fianco)

nazione in "Società Agricola Paulitti" e inizia lo studio di un nuovo progetto che, oltre all'ampliamento della superficie coltivata, mira alla produzione di fiori con l'utilizzo di fonti rinnovabili. Successivamente il piano diventa concreto grazie all'installazione

Alla Passoni Nature di San Giovanni al Natisono tutto il legno impiegato nei prodotti proviene da sole foreste gestite in maniera corretta

di un impianto fotovoltaico e di una caldaia a biomassa, facendo diventare l'azienda autosufficiente al 100% dal punto di vista energetico. Dal 2011 l'etichetta "Paulitti Im-

patto Zero" contraddistingue tutti i prodotti, che vengono venduti direttamente alle migliori fiorerie e garden del Friuli Venezia Giulia e di parte del Veneto, con un ricchissimo assortimento annuo di fiori in vaso, per accontentare ogni esigenza dei clienti. L'azienda, specializzata nella produzione del ciclamino friulano, di gerani, gerbere, piante annuali, stelle di Natale e di petunie, si estende su una superficie di oltre un ettaro, di cui 8mila metri quadrati coperti. Puntano sul km zero anche le aziende che dal dicembre 2006 a oggi, su iniziativa del Comune di Mortelegnano e di alcuni giovani lavarianesi, organizzano ogni mese il mercato agroalimentare rurale "Naturalmente Lavariano", e quelle del "Mercato contadino" di Tarcento.

P.T.

DIAMO PESO AI NOSTRI CLIENTI



SOCIETÀ BILANCI
Strumenti e Tecnologie per pesare

La Società Bilanciai mette a disposizione dei propri clienti un servizio di assistenza completa: dalla scelta del prodotto più adatto alle esigenze del committente, all'installazione e manutenzione degli strumenti fino al collaudo dell'impianto, tutto garantendo la conformità rispetto alle norme vigenti: - Certificazioni ISO - Controlli qualità - Verifiche periodiche di legge.

Tutte queste operazioni sono curate dal nostro personale tecnico specializzato, che certifica e collauda gli impianti con il contrassegno di prima verifica e successivo rilascio della dichiarazione CE di conformità.



SOCIETÀ COOPERATIVA
BILANCI
Strumenti e Tecnologie per Pesare

Società Bilanciai S.r.l.
Via Centrale, 27
33037 Pasian di Prato (UD)
T. +39 0432.690853
www.societabilanciai.it
info@societabilanciai.it

ivisormade.it

MELONI TRASPORTI

Noleggio Con Conducente
autovetture,
trasporto disabili,
mini-autobus 14 posti,
pulmini 9 posti,
scuolabus.



Moggio Udinese (UD)

tel: **380.3965571**

fax: 0433.550270

e-mail: meloni_trasporti@alice.it - pec: meloni_trasporti@pec.it

Siete una PMI del Friuli Venezia Giulia?

è il momento di fare e-commerce



Il commercio elettronico è la nuova vera opportunità per fare business nel mondo, ed ora è davvero a portata di tutti. Se siete una PMI del Friuli Venezia Giulia potete beneficiare, grazie al Bando Regionale, del contributo del 49% sull'investimento. Ma affrettatevi: la domanda scade il 31 dicembre 2014. Chiedeteci subito maggiori informazioni: noi di Creactiva Interactive Communication e SpecialistaWeb vi offriremo tutto il supporto tecnico e creativo per realizzare il vostro nuovo negozio on-line, oggi praticamente a "metà prezzo"!

CREACTIVA
interactive communication - www.creactiva.it

Specialista WEB

Creactiva Interactive Communication
Via Angelo Angeli 142 - 33017 Tarcento (Ud)
Tel. 0432 1714470 - Fax 0432 1840135
Email: info@creactiva.it - Website: www.creactiva.it

Specialista WEB
33010 Moruzzo (Ud)
Cell. 339 7115662
Email: gt@specialistaweb.it - Website: specialistaweb.it

Qualità e innovazione: così anche settori antichi, come quelli della vite e della legna, possono essere valorizzati

LAVORO E FUTURO

STORIE DI SUCCESSO



Le nicchie di mercato conquistano il mondo

Antonella Lanfrit

I settori di riferimento non sono quelli avveniristici, anzi sono quasi antichi, come quelli della vite e della legna. Eppure proprio lì in Friuli ci sono aziende in piena espansione, perché hanno saputo valorizzare nicchie interessanti.

Sta in questa capacità, leggendo una dopo l'altra le storie raccolte, una parte del successo.

Il consiglio "Non infilarsi nel mercato di basso livello, perché lì oggi ci sei tu, domani un altro che la spunta per un centesimo di differenza"

Inoltre, sembra quasi un paradosso, i mercati di nicchia vanno a gonfie vele perché sanno arrivare dappertutto nel mondo, grazie ad un processo di internazionalizzazione che gli imprenditori hanno avviato anzi tempo.

Filippo, Mattia e Tobia sono i nipoti di Valentino Butussi che dà il nome all'azienda agricola di Corno di Rosazzo. Una terza generazione entrata in azienda nel 2000 e presasi la responsabilità di scelte importanti, con

un obiettivo chiaro: "Non infilarsi nel mercato di basso livello, perché lì oggi ci sei tu, domani un altro che la spunta per un centesimo di differenza. Abbiamo invece puntato sul brand - spiega Filippo - perché quando questo si fa conoscere e apprezzare, continua a farsi scegliere". Per raggiungere l'obiettivo in tempi non sospetti si sono dedicati a coltivare i mercati esteri; otto anni fa hanno scelto di non usare concimi chimici e molecole di sintesi, "per ottenere un maggior equilibrio nei vigneti" e con la vendemmia 2015 potranno utilizzare anche il marchio di produzione biologica. L'altissima qualità "ci ha consentito contatti con realtà molto importanti nel mercato del lusso e a Vinitaly 2015 debutterà una linea superiore", conclude.

Terza generazione all'opera anche nell'azienda agricola Specogna, sulla Rocca Bernarda, a metà strada tra Corno di Rosazzo e Cividale. Michele 23 anni e suo fratello 33, stanno proseguendo un'impresa cominciata con il nonno Leonardo e proseguita con padre e zio. Se anche in questo caso l'investimento in qualità è stata una priorità, l'affinamento del prodotto è stato accompagnato dalla cura per la ricettività e il contatto diretto con i consumatori. "Oggi - racconta Michele - arrivano ogni anno da



noi circa 2500 persone, per vedere la cantina, degustare, per conoscere il modo di lavorare in vigna". All'estero Specogna esporta il 65% della produzione. Non paghi di questa impresa, i giovani di casa nel 2001 hanno deciso di far vino sulle colline di Ramandolo con "Toblar", arrivando oggi a 200mila bottiglie.

Tutt'altro settore ma altrettanto successo per la Pinosa di Tarcento, leader mondiale nel settore delle tecnologie d'avanguardia per l'automazione industriale di processi produttivi, soprattutto nel settore della prima lavorazione della biomassa legnosa vergine per scopi energetici.

All'attivo già 6 brevetti, e mol-

teplici riconoscimenti internazionali cui ora s'aggiunge una doppia premiazione alla fiera internazionale "Bois Energie" in Francia (non era mai accaduto che la stessa azienda facesse il bis) per due distinti macchinari in grado di preparare i tronchi d'albero per essere trasformati in legna da ardere, carbone vegetale o combustibile per gli impianti di gassificazione. Su questo ultimo settore Mauro Pinosa è stato pionieristico e ora "siamo impegnati nella costruzione di impianti di cogenerazione attraverso la gassificazione del legno". Attivi in tutto il mondo, in Europa sono riusciti in questi mesi ad entrare anche nell'unico mercato che mancava loro, l'Irlanda.

Dai brevetti per le biomasse ai vini extralusso



Azienda Pinosa - L'azienda è nata nel 1979. Ha all'attivo 6 brevetti, impiega 35 persone e lavora su un'area di 20mila metri quadrati, di cui 7mila di capannoni. Il fondatore, Mauro Pinosa, ha avviato il processo di internazionalizzazione 20 anni fa e ora le macchine di Pinosa hanno raggiunto tutto il mondo. "Stiamo investendo tutto in ricerca e sviluppo, perché è l'unico modo per andare avanti", dice.



Azienda Agricola Valentino Butussi - Azienda storica giunta alla terza generazione, conta 15 ettari vitati a Prà di Corte, a Corno di Rosazzo. Da 8 anni i vigneti sono curati a rame e zolfo. A Vinitaly 2015 debutterà con una "linea superiore" per il mercato del lusso. All'estero comincia a farsi apprezzare la Ribolla Gialla spumantizzata. E già gustata a New York, a Praga, in Olanda.



Azienda Agricola Specogna - Terza generazione e molta passione in casa Specogna, dove si lavorano 20 ettari di vigneto per circa 100mila bottiglie l'anno. A Rocca Bernarda arrivano fino a 2500 persone l'anno per conoscere da vicino prodotti che poi consumano in 20 Paesi, dall'Europa alla Cina e al Giappone e fino agli Stati Uniti. L'export raggiunge il 65%.

DUSCI

Il 28 novembre il locale compirà un anno

Un connubio di sapori tra la Sicilia e il Friuli

Un connubio indovinato tra Sicilia e Friuli nel cuore di Udine, in via Paolo Sarpi, all'altezza della piazzetta del mercato del pesce: è ciò che ha realizzato Dusci, uno spazio moderno e accattivante in cui si incontrano dolce, salato e gelateria secondo le ricette dell'antica tradizione siciliana, che alle volte si incontra con quella friulana. Come accade per gli arancini al "crudo" di San Daniele o al frico.

A puntare su quest'offerta innovativa un anno fa sono stati tre soci: Gaetano Ganci, Patrizia Paravano e Caterina Sambo. Il 28 novembre l'esperienza compirà un anno e il bilancio "è positivo", affermano all'unisono, intenti a programmare un compleanno speciale, con il 10% di sconto per gli avventori. "L'idea era quella di creare un locale nuovo, con una sua ben definita identità storica e sociale che possa essere un luogo d'incontro e di riferimento a Udine dove poter assaporare aromi e profumi intensi di una Sicilia calda, passionale e raffinata", proseguono. L'obiettivo primario, perciò, "è la produzione, vendita e relativa valorizzazione dei prodotti artigianali di pasticceria e gelateria fratelli Gangi, secondo le ricette siciliane. Nel contempo promuovere la vendita di prodotti tipici locali di altissima qualità mediante il ricorso alla rete d'impresa e all'e-commerce".

Nella pratica tutto questo si è tradotto in un luogo dove è piacevole approdare perché ogni particolare dell'arredo è scelto con gusto e, pur

attraendo l'attenzione, non sovrasta la "materia prima" del locale. Innanzitutto quella immediatamente a vista: la pasticceria. Pasta di mandorle, pasticcini realizzati al 100% con il pistacchio (naturalmente di Bronte da cui proviene la famiglia Gangi) e dunque senza glutine, cannoli, cassatine sono intriganti da vedere e da assaporare. Si assaggiano lì, al banco o seduti, ma si possono portare a casa o in ufficio, come le torte su ordinazione o il panettone natalizio che sta per arrivare. "Quello al pistacchio con granella e crema di pistacchio è richiestissimo - spiega Gaetano Gangi -. Ma

Lo staff Dusci ha partecipato a corsi di formazione per ulteriore specializzazione sul caffè

questa è solo una delle versioni in cui sarà proposto il tipico dolce natalizio. Si ag-



giungeranno, infatti, quelle con pera e cioccolato, uvetta e Passito di Pantelleria, la tradizionale con arance, canditi e mandorle. Al Dusci (che in siciliano significa "dolce") la gente va per la "colazione all'italiana" (con le freschissime "brioche con tupper"), per un pasticcino ad ogni ora, per un buon gelato, per godersi "L'ora felice" alla sera o nel week end, per l'aperitivo e per un pranzo veloce ma di classe. "Il salato, infatti, è parte integrante della nostra proposta", evidenzia Gangi. Arancini di tutti i tipi con materie prime

di qualità, più di 20 tipi di calzone (fritti e al forno), torte salate, burrata, buon prosciutto crudo... e molte altre proposte. In mostra tra gli scaffali della caffetteria, prelibatezze siciliane che si possono acquistare.

In Italia, si sa, c'è una tazza che non può mancare a qualsiasi ora: quella del caffè. Udine non fa eccezione e Dusci cerca di sorprendere. "Tostiamo noi il caffè ogni giorno", afferma Graziano, indicando la macchina apposita ben visibile dietro il banco. Può capitare così di passare di là e di essere avvolti dall'aroma che si diffonde, avvolgente, invitante. "Le miscele e le mono origini sono selezionate da noi - aggiunge -. Se il caffè piace, si può anche comprare per portarlo a casa". Lo staff Dusci ha partecipato a corsi di formazione per una "ulteriore specializzazione sul caffè, che rappresenta uno dei programmi per il futuro, così come l'apertura sette giorni su sette", concludono i soci.

A.L.





VILLA IN BIOEDILIZIA, A DUE PASSI DAL CENTRO. COSTRUITA APPOSTA PER TE.



IBC GREEN.

La bioedilizia secondo natura.

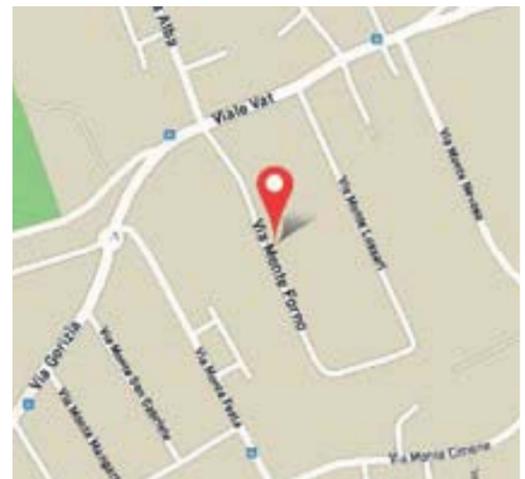
Ogni singola abitazione di circa 200 m² è sviluppata su 2 livelli così distribuiti:

Piano terra:

ampio soggiorno, cucina, bagno, deposito, locale tecnico, autorimessa, ampio giardino privato;

Primo piano:

3 camere da letto di ampia metratura, 2 bagni, 2 terrazze, disimpegno e camera matrimoniale con accesso diretto a uno dei bagni.



Una nuova grande offerta IBC Green: la villa bifamiliare interamente costruita in bioedilizia di prossima costruzione in Via Monte Forno laterale di Viale Vat, piena zona residenziale. Certificata Casa Clima A. Solo materiali naturali, finiture fono e termoisolanti e tecniche antisismiche di ultima generazione, pannelli fotovoltaici, riscaldamento a pavimento, cappotto esterno e sistema di ventilazione forzata. Il risultato finale saranno due case sane, sicure, calde, accoglienti, quasi completamente autonome per il riscaldamento e l'energia elettrica.

Bene per la vostra salute e per l'ambiente. Non male per un investimento.

IBC Green: perchè la scelta di una vita diventi una scelta di vita.



Per informazioni e appuntamenti chiamate lo 0432.691513

www.immobiliariad.it
investimenti@immobiliariad.it

L'incapacità di sfruttare da parte di alcuni paesi i fondi europei e di pensare a un moderno diritto del lavoro penalizza il Vecchio Continente

FISCALITÀ

I DATI DELL'OCSE

Europa a due marce

L'Italia sconta rispetto ai Paesi nordici un gap di produttività e un fisco ancora troppo alto

Rossano Cattivello

La competitività delle imprese dipende dalla qualità del capitale umano. Lo sottolinea Sergio Arzeni, direttore del Centro per imprenditorialità e Pmi dell'Ocse (Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico), che avverte come l'incapacità di alcuni Paesi, tra cui l'Italia, di riformarsi, di sfruttare i fondi europei, di pensare a un moderno e attuale diritto del lavoro, rischia di far affondare l'intera Europa. E in questo, anche un governo regionale, pur con le competenze limitate a disposizione, può dare un contributo importan-

“La competitività delle imprese dipende dalla qualità del capitale umano. Questo aspetto fondamentale è stato troppo trascurato in Italia”

te, purché abbia una 'strategia per il futuro'.

Oggi si può ancora parlare di un'Europa a due o più velocità?

“Sì certo, oggi più che mai. Da un lato, c'è l'Europa che gira intorno a Germania, Austria, Svizzera, Olanda, Danimarca, dove non esiste il dramma della disoccupazione giovanile che, invece, è la tragedia nazionale in Spagna, Grecia, Italia, Francia, Portogallo. Anche in un Paese del Mediterraneo come Malta, che ha adottato un sistema di formazione alla tedesca, la disoccupazione è a livelli nordici. Chi sta ulteriormente rallentando e chi, invece, continua a correre?”

“L'Europa, nel suo complesso, sta rallentando perché i dati del secondo trimestre 2014 indicano per l'area dell'euro una crescita vicina allo zero, precisamente lo 0,1%, rispetto a quasi un punto percentuale nel primo trimestre. Però, mentre la Germania ha accumulato un surplus della bilancia commerciale di 100 miliardi di euro nei primi sei mesi dell'anno, la Francia ha accumulato ad agosto un deficit di oltre 40 miliardi di euro. Dal mese di luglio il dollaro si è apprezzato di quasi il 5% in termini nominali effettivi, mentre lo yen e l'euro si sono svalutati nella stessa proporzione sulla stessa base. Invece, gli Stati Uniti hanno rivisto in alto la crescita nel secondo trimestre al 4,6%, la Gran Bretagna e la Polonia stanno viaggiando a una crescita del 3,5%. Francia e Italia sono rimaste ferme e in discesa, vera preoccupazione per l'Europa, mentre, Portogallo, Grecia e Spagna, dopo una fase durissima, si stanno riprendendo bene; l'Irlanda va benissimo con una crescita del 7%”.

Questa disomogeneità è un bene o un male per l'Europa?

“La ricchezza dell'Europa sta nella sua diversità, ma la logica economica dell'Unione sta nella convergenza verso situazioni di vita e di lavoro migliori. I fondi strutturali sono stati creati per favorire convergenza e coesione. Però, la Polonia, che ha usato bene la quasi totalità dei fondi messi a disposizione dell'Europa, oggi è un Paese avanzato che ha cancellato le tracce del comunismo; altri Paesi che non hanno saputo utilizzare le risorse o le hanno



usate male, hanno fatto grossi passi indietro. Questa disomogeneità è certo un male. Le riforme vanno fatte da chi va male per fare come chi va bene. Se non ci si muove in questo modo, ovvero se chi ha una crescita bassa e una disoccupazione alta non impara dai più bravi e non si adegua, le conseguenze le pagano tutti, nel senso che sarà la fine dell'Europa”.

In generale, la fiscalità è ancora una leva con spazi di manovra?

“In genere in economia gli incentivi, se ben mirati, funzionano. L'Italia non ha margini perché è imperativo che la fiscalità diminuisca. Soprattutto, è la complessità ed erraticità della fiscalità che sbriciola la fiducia dei cittadini nelle istitu-



Sergio Arzeni

zioni. L'erosione della fiducia è molto preoccupante, perché senza fiducia non c'è crescita, né sviluppo imprenditoriale”.

Quali sono le eventuali azioni che possono avere maggiori risultati nel breve periodo? Per esempio, è più utile tagliare il cuneo fiscale per incentivare i consumi interni o ridurre il peso sulle aziende per renderle più competitive nel commercio estero?

“Purtroppo, bisognerebbe fare l'uno e l'altro, se si potesse, perché la domanda interna piace e la competitività delle imprese è a mal partito, soprattutto per la carenza di credito. Un'azienda italiana che viene pagata a 6 mesi sarà sempre svantaggiata rispetto a un'azienda tedesca che è pagata entro 15 giorni. La cattiva abitudine di pagare in ritardo fa male all'Italia e andrebbe punita con sanzioni dure e rapide”.

Grandi aziende che riportano la produzione in Europa: è un trend crescente o sono solo effimeri episodi?

“Non solo grandi aziende, anche

delle Pmi stanno riportando la produzione in Europa. La Germania va bene anche perché il peso dell'industria manifatturiera è ancora al 21% del Pil, mentre la Francia è scesa dal 14 al 12 per cento. L'Europa ha fissato l'obiettivo di portare al 20% il peso dell'industria nell'economia. Questo è importante perché il grosso degli aumenti di produttività viene dall'industria. L'Italia ha un problema di produttività. Il Giappone ha più di 300mila robot, la Germania 162mila, l'Italia 60mila, la Francia 30mila. L'automazione industriale e la diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione fra le Pmi, anche nei servizi, sono importanti per aumentare la produttività come pure una formazione professionale efficace fatta in azienda”.

Vista dal di fuori, la bagarre politica sul diritto del lavoro (jobs act, articolo 18) in corso in Italia è prioritaria per attirare investimenti e rilanciare la produzione?

“Per attirare investimenti l'Italia deve, in primo luogo, fare in modo che le aziende che ci sono non se ne vadano; poi, dovrebbe assicurare una giustizia certa e rapida. Insomma, fare in modo che gli onesti siano vincenti e non perdenti. La formazione professionale in mano alle Regioni è stata più oggetto di scandalo che di acquisizione di nuove competenze o aggiornamento delle capacità dei lavoratori. La competitività delle imprese dipende dalla qualità del capitale umano. Questo aspetto fondamentale è stato troppo trascurato in Italia e per questo se ne sta pagando il prezzo. Grosse case automobilistiche l'anno scorso hanno investito miliardi di euro per la costruzione di nuovi impianti in Spagna creando migliaia di posti di lavoro. È stato il per la ripresa spagnola, dopo che quel Paese ha approvato una radicale riforma del mercato del lavoro. Ma di che 'diritto del lavoro' si vuol parlare quando il 44% dei giovani è senza lavoro, ci sono due milioni che non studiano, non lavorano e non si formano, e il lavoro precario dilaga? Il 97% delle imprese italiane, poi, ha meno di 10 dipendenti”.

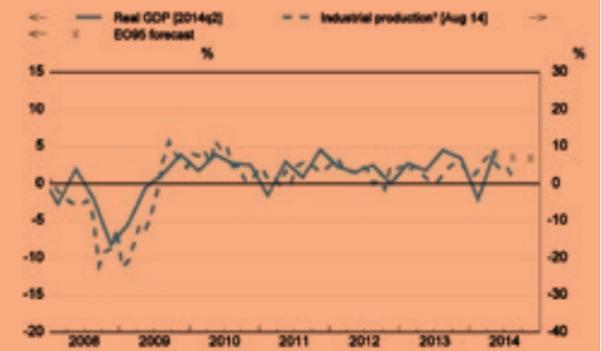
Quali margini d'azione hanno i territori regionali per recuperare competitività?

“Intanto le Regioni a Statuto speciale come il Friuli Venezia Giulia hanno più margine di quelle a Statuto ordinario. Essendo una regione di frontiera, tutti i friulani dovrebbero praticare 3-4 lingue, come

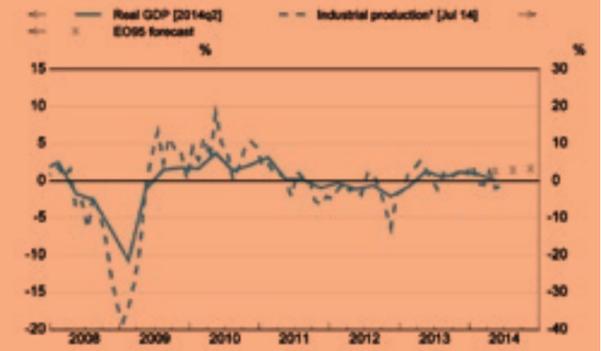
Nei grafici a destra l'andamento della crescita produttiva negli Stati Uniti e in Europa

fanno tutti i cittadini in Svizzera. Parlare italiano-inglese-tedesco, oppure italiano-inglese e sloveno dovrebbe essere un obiettivo della Regione per attrezzare il proprio capitale umano a essere vincente in un mondo globalizzato. Favorire la formazione e l'innovazione nelle Pmi, fare della regione una grande piattaforma logistica con molte attività retro-portuali, razionalizzare la propria Sanità, che rappresenta il grosso del budget regionale. Un insie-

Stati Uniti



Europa



me di azioni coordinate e integrate può senz'altro migliorare la competitività, ma bisogna avere una strategia per il futuro. Il Friuli Future Forum pro-

mosso dalla Camera di Commercio di Udine va in questa direzione”.

R.C.

IL PUNTO DI VISTA DEI COMMERCIALISTI

Supportare la cultura dell'impresa

Professionalità dentro e anche attorno alle aziende. Lo ha ben capito Horizon 2020, ovvero il piano d'azione elaborato dalla Commissione Europea per rilanciare lo spirito imprenditoriale in Europa, che per la prima volta parifica i professionisti alle imprese per quanto concerne le possibilità di accedere a bandi per sostenere competitività, innovazione e ricerca. È quanto sottolinea Lorenzo Sirch, presidente dell'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Udine e rappresentante nell'ente camerale della Consulta delle Professioni, in rappresentanza di 21 Ordini e Collegi che riuniscono 17mila professionisti in provincia.

“Per il recupero di competitività della nostra regione - commenta - sarebbe molto importante poter dare un concreto supporto al sistema professionale, una massa di persone che poco chiede, che non ha 'reti di sicurezza' occupazionali, ma che continua a investire sulla ripresa e sulle risorse umane. Ricordo che la Regione Sicilia ha recentemente destinato oltre 100 milioni di euro al solo settore professionale per la remunerazione dei tirocinanti e il sostegno a forme di aggregazione tra studi.

In un contesto generale, sot-

tolinea Sirch, in cui l'impresa sana è diventata l'eccezione, “dobbiamo tutti contribuire a rimettere in moto le aziende seguendo la lezione del post-terremoto: prima le fabbriche, poi il resto. Spunti innovativi al riguardo potrebbero essere costituiti dalla diffusione dell'educazione all'imprenditorialità, della cultura delle reti e del crowdfunding”.

Cultura dell'impresa, ma anche cultura dei 'mezzi' a disposizione.

“Il passaggio dalla cultura analogica a quella digitale non investe solo i processi tecnologici e produttivi, ma influirà sempre più su quelli mentali di generazione del pensiero - continua -. Inoltre, cambieranno necessariamente le dinamiche di trasmissione del sapere con perdita di ruolo dei sistemi formativi tradizionali. Il 'cammino digitale' può essere il 'collante generazionale' tra due categorie 'sensibili' di colleghi, che spesso operano in strutture monocellulari: da un lato, i colleghi di maggior esperienza quasi o già in pensione, spesso travolti dagli adempimenti informativi e, dall'altro lato, i giovani da poco iscritti oramai nativi delle nuove tecnologie digitali; si attuerebbe in tal modo una solidarietà generazionale a beneficio di entrambi”.



Lorenzo Sirch

L'obiettivo di tutto questo, conclude Sirch, è riuscire ad agganciare le opportunità, che oggi si trovano soprattutto in altri scacchieri geografici.

“Sappiamo che la competizione è soprattutto sui mercati internazionali, attesa la nota depressione del mercato interno che in alcuni settori è semplicemente 'evaporato' - rimarca -. La strada per uscire da questa situazione difficile, quindi, è una via che passa attraverso uno sviluppo dell'internazionalizzazione delle imprese perché oggi le aziende che fanno profitto sono quelle che hanno intrapreso la via dell'internazionalizzazione e fanno affari importando, esportando o delocalizzando alcune fasi della produzione”.

La recessione dell'edilizia: il crollo ha riportato il settore ai livelli del 1967

ATTUALITÀ

I DATI

Il peso del mattone

La fiscalità ha penalizzato il mercato. L'opportunità del riordino del catasto. E si guarda alla Spagna

Tommaso Botto

La Cassa Edile Udine ha registrato ad Agosto, in provincia di Udine, il 36% in meno di imprese attive (834) nel settore delle costruzioni rispetto al 2008, con un calo del 37% del numero di addetti (3.980), per un crollo del 40% delle ore lavorate. Segnali drasticamente recessivi confermati dall'Associazione Nazionale Costruttori Edili (Ance) regionale: un calo delle costruzioni del 53,7% rispetto al 2007 che ci ha riportati ai livelli del 1967.

La crisi dell'edilizia è diventata un problema sociale

Gino Stefanutti (Presidente regionale edili di Confartigianato Fvg) (Anaepa): "Diamo per assodato il problema, la crisi iniziata sette anni fa continua. Dieci anni fa, quando si avvertivano le prime avvisaglie di crisi, l'edilizia era ancora il 'petrolio d'Italia': il settore seguiva una precisa ciclicità, in cui



di divorziati che avrebbero necessità di una casa propria ma che anziché far casa (nuova o ristrutturata che sia) trovano invece soluzioni alternative, si adattano, tornano a vivere con i genitori. Una conseguenza è anche che la gente fa meno figli, si sposano più tardi, eventualmente fanno figli più tardi".

Mercato fermo
Pontarolo: "Mai come adesso è conveniente acquistare casa: i 'buoni affari' ci sarebbero ma la situazione è devastante, pur essendo parimenti un affare acquisire un mutuo, pochi hanno i requisiti, l'equity, come ad esempio i dipendenti pubblici. Ma se i dipendenti pubblici possono acquistare con un mutuo, in caso di vendi-

ta della casa vecchia, sorge un altro problema: non riescono a venderla ad un prezzo congruo e, quindi, la catena si interrompe. Un tempo, ad esempio, l'emigrato acquistava una casa vecchia, la metteva a posto, poi, magari, negli anni la rivendeva, innescando una filiera immobiliare che manteneva viva la catena. Ora manca proprio il mercato della categoria più bassa che si riverbera poi nella categoria più alta". Stefanutti: "Abbiamo tante proposte per riattivare il settore: in Spagna, ad esempio, hanno abbassato l'Iva sulle ristrutturazioni all'1%. Di nuovo ce n'è tantissimo, anche troppo ma il mercato sta galleggiando con le ristrutturazioni, con il riatto

e le manutenzioni. Questo sarà anche il futuro: pensiamo agli adeguamenti antisismici di tutti i centri storici. Sulle rendite catastali, notiamo che attualmente siano superiori al valore di mercato. Ma si è costretti a stipulare contratti di acquisto con importi superiori al reale, e quindi pagando tasse in più, per evitare accertamenti immediati da parte dell'Agenzia delle Entrate. Per questo puntiamo ad un riordino del catasto che fotografi la situazione reale".

La politica che fa?

Pontarolo: "La politica non ha assolutamente messo in atto quelle azioni indispensabili per risolvere un settore anticiclico come quello delle costru-

zioni, l'unico che è in grado di portare il segno '+' nell'indicatore del Pil. Il manifatturiero, da solo, non ce la può fare, basti pensare che l'80% delle aziende manifatturiere sono coinvolte nell'edilizia. Un esempio: Idealstandard, con l'edilizia ferma, a chi vende i propri prodotti?

La politica, pur essendo ben consapevole dei problemi dell'edilizia, ha acuito la crisi con la continua introduzione di lacci e laccioli che vincolano ulteriormente la situazione, bloccando con il Patto di stabilità l'edilizia pubblica già indebolita.

I politici sono tutti d'accordo sulle soluzioni da intraprendere, ne abbiamo recentemente parlato con il ministro Lupi, ma ancora non si è giunti ad una svolta radicale. La Regione sta semplificando qualcosa ma stanno facendo i conti con i soldi che hanno, che sono pochi. Serve uno sblocco del patto di stabilità, togliendo l'equity del pubblico dal patto stesso".

Stefanutti: "La politica è tutto un 'faremo, vedremo', stanno solo complicando la situazione e, intanto, chi produce Pil viene bastonato, manca un sistema premiante per i coraggiosi che restano in Italia a fare impresa. La Regione ci da una mano: sono stati istituiti gli Stati Generali delle costruzioni, un collegamento con tutti gli stakeholders, quali sindacati, imprese, professionisti, ente pubblico etc. Ma la Regione può far poco, è il Governo nazionale che decide la partita: con la nostra scarsa autonomia, qualsiasi buona legge



Valerio Pontarolo



Gino Stefanutti

La burocrazia acuisce il problema. Nella bozza del nuovo codice degli appalti, l'articolo 38 prevede addirittura una sanzione per irregolarità documentali

a sette anni di vacche grasse seguivano sette anni di vacche magre. Ci siamo accorti, però, che l'ultimo periodo di espansione si era allungato sino a dodici anni, in cui si è continuato a costruire, sempre, sinché si è saturato il mercato. La crisi finanziaria, poi, ha fatto sì che soffriamo una duplice crisi, che ha comportato una stretta sulle aziende, la loro riorganizzazione, i licenziamenti. Il tutto aggravato da una tassazione esagerata per cui il mattone non è più un bene rifugio, è anzi diventato un peso: gli affitti non sono più un investimento, calano quindi gli investimenti per riparazioni e ristrutturazioni, mentre le spese vive aumentano.

Alla fine ci si rimette e la crisi viene ancor più alimentata, in un circolo vizioso: urge cambiare il sistema, così non può funzionare perché la crisi dell'edilizia è divenuta anche un problema sociale".

Valerio Pontarolo (presidente Ance del Friuli Venezia Giulia): "Fino a due anni fa saltavano le imprese 'inventate', quelle che non erano organizzate: oggi stanno chiudendo realtà che hanno cinquant'anni di storia, storicamente organizzate e capitalizzate".

Avevamo avuto, ad inizio dell'anno, alcuni timidi segnali di ripresa, tutti speravano che la caduta si fosse fermata ma ci accorgiamo che al peggio non c'è mai fine.

Siamo in un circolo perverso, in cui calo del Pil e disoccupazione continuano ad alimentare un contesto generale di sfiducia, di incertezza per il futuro. In questa incertezza, chi investe in un bene importantissimo come una casa?

La gente deve abitare da qualche parte, non c'è dubbio che il fabbisogno di abitazioni non sia calato ma è drasticamente diminuita la possibilità del singolo di accedere ai finanziamenti per il bene-casa, perché le banche non sono in grado di acquisire ulteriori rischi. Un esempio molto concreto: si contano centinaia di migliaia

CASA MODERNA

Il bilancio della dieci giorni

Buone ricadute sugli espositori

Nulla va dato per scontato, specialmente in questo periodo di crisi e di incertezze, neanche quando si tratta della fiera di punta del palinsesto fieristico regionale, vale a dire Casa Moderna che si è conclusa lunedì 6 ottobre nel quartiere fieristico udinese: ben consapevole di questo e vivendo in prima persona le problematiche che non risparmiano il sistema fieristico su scala nazionale e internazionale, «Udine e Gorizia Fiere si è ulteriormente rimboccata le maniche già da tempo - come afferma il Presidente Luisa De Marco - per far sì che esperienze, patrimoni e strumenti di promozione e di sostegno dell'economia e del territorio quali sono le fiere, e in modo particolare Casa Moderna, continuino a rinnovarsi e adeguarsi alle esigenze più attuali della domanda e dell'offerta. Il nostro impegno - prosegue De Marco - come organizzatori di un evento che ha voluto rappresentare e sostenere tutto il "sistema casa" si è combinato con l'impegno, il coraggio e la professionalità degli espositori ai quali va sicuramente ribadito il nostro



grazie e con i quali va condiviso il successo di questa 61ª edizione.

Un successo che sarebbe errato ridurre, oltre che peccare di miopia, alle migliaia di visitatori che negli ultimi dieci giorni hanno affollato gli stand di Casa Moderna: è cambiato l'atteggiamento del visitatore, che si dimostra sempre più attento e informato, motivato, nelle sue scelte, da fattori emotivi, culturali ed economici. Anche gli espositori hanno percepito perfettamente questa "nuova tipologia" di pubblico e nel proprio stand avevano le risposte giuste per intercettare e rispondere ad un nuovo modo di vivere la casa e l'abitare. I con-

tatti mirati nati in fiera in questi giorni sono un tesoro preziosissimo sul quale le aziende lavoreranno nell'arco dei prossimi sei/otto mesi. Questo è il risultato che più conta per la Fiera e per il futuro delle nostre manifestazioni. E in tutto questo vanno ricordati e ringraziati i nostri partner, la Camera di Commercio di Udine, e gli sponsor che sono stati anche espositori vivendo concretamente l'esperienza e l'impatto di Casa Moderna: lo sponsor bancario FriulAdria e lo sponsor tecnico Amga Energia & Servizi». Un altro punto di forza di Casa Moderna n. 61 sta nella sua versione "verde", il colore che contraddistingue

da oltre un decennio la sezione espositiva di "Casa Biologica" dedicata all'abitare eco-sostenibile: un padiglione che ha evidenziato sia l'espansione e la specializzazione dell'offerta di materiali, tecnologie e servizi, sia l'aumento di interesse della domanda in termini di qualità della vita, efficienza e risparmio energetico.

Il prossimo appuntamento B2C (Business to Consumer) sul quale la Fiera è già al lavoro è Idea Natale, che di edizioni ne raggiungerà 26, dal 13 al 16 novembre. L'obiettivo di questa vetrina, dedicata al regalo, alle produzioni artigianali, alla creatività, alla manualità e alla solidarietà, è offrire alle aziende del settore l'opportunità di presentare e promuovere in anticipo al grande pubblico idee e suggerimenti per i regali di fine anno: questo anche per evitare le corse stressanti dell'ultimo minuto a caccia del regalo, per offrire una gamma ampia e diversificata di gusti e di prezzi e per assecondare quella riscoperta e sempre più diffusa esigenza di creare il regalo su misura, magari fatto con le proprie mani.

viene automaticamente impugnata da Roma.

È la politica ha legato mani e piedi ai sindacati: sono i sindacati che comandano (vedi la legge Bassanini).

Con il Patto di stabilità i comuni hanno i soldi ma devono tenerli in banca. Ha senso? E aumenta, comunque, il debito pubblico e chi va via, all'estero, non deve più mantenere la fiscalità italiana. Non c'è spazio per le imprese locali, c'è necessità di leggi che agevolino, che creino corsie preferenziali per le aziende locali: si parla di "chilometri zero" in tanti ambiti, perché non si introduce questa formula anche nell'edilizia?"

Burocrazia e tassazione

Stefanutti: "Tra le priorità, quelle urgenti, vi è quella sacrosanta di snellire la burocrazia ma, anche da questo punto di vista, anziché migliorare andiamo sempre peggio.

Guardiamo il sistema degli appalti: ogni volta che qualcuno ci mette mano, peggiora la situazione, sembra che proprio non possiamo fare le cose semplici.

Nella bozza del nuovo codice degli appalti, l'art. 38 è emblematico: prevede addirittura una sanzione per irregolarità documentali: non è da stupirsi se un imprenditore si suicida, come recentemente accaduto, perché ha dimenticato di allegare una fotocopia... La legge dovrebbe dire cosa si 'deve' fare, non cosa si 'può' fare".

Pontarolo: "La tassazione è terribile e la burocrazia è devastante: ci permea a tutti i livelli. Quando malauguratamente si trova una norma che non si riesce a capire, tocca ai funzionari l'onere di decidere, sovente di 'stra-capire', e quanti pratiche si bloccano così? La legge Bassanini è deleteria: ora non è più il politico ma il funzionario che mette le mani nella marmellata. Le aziende straniere che hanno tentato di insediarsi da noi l'hanno capito e sono scappate".

MIRABILIA

Turismo esperienziale

I desideri, i gusti, i bisogni del viaggiatore al centro della creazione del pacchetto turistico

Luciana Idelfonso

I desideri, i gusti, i bisogni del viaggiatore al centro della creazione del pacchetto turistico a lui più adatto. Non più standard, come fatto finora, ma costruito su misura per soddisfare le sue esigenze e le sue aspettative. Tutto questo è "turismo esperienziale" un nuovo metodo per confezionare le proposte turistiche in base alle necessità degli ospiti, con attenzione al fattore prezzo, sempre più competitivo, e alla comunicazione on line.

Questi alcuni punti discussi in una due giorni promossa sul tema dalla Camera di Commercio di Udine, che ha visto coinvolti diversi operatori turistici della zona tra cui associazioni, pro loco, albergatori, guide ed agenzie. Una delle tante iniziative che l'ente camerale sta promuovendo in sinergia con il progetto Mirabilia, nato per valorizzazione le città riconosciute come patrimonio dell'Unesco, a cui ha aderito lo scorso anno.

"Il corso, che si è sviluppato su due giorni, è stato interessante - ha commentato Paolo Sacco, della Guarnerio società cooperative - La docente molto competente, ha saputo incuriosirci, dandoci anche informazioni utili che potremmo utilizzare nelle nostre attività di ogni giorno. Ha confermato nuovamente l'importanza di mantenere un atteggiamento attivo e non passivo all'interno delle attività turistiche, elemento fondamentale per poter crescere ed emergere, insieme alle nuove vie di comunicazione come i social network. Nel frattempo cercheremo di applicare qualcosa di quanto appreso in previsione della nostra partecipazione ad inizio dicembre alla borsa internazionale del turismo culturale Unesco di Perugia e a Bari qualche giorno prima. Essendo Aquileia città collegata al Patrimonio dell'Unesco, penso che il turismo culturale giochi un ruolo fonda-



mentale per un territorio come il nostro che ha decisamente molto da offrire sotto questo aspetto. Proprio per questo elemento anche il progetto Mirabilia acquisisce una potenzialità notevole se si pensa alla valorizzazione di Aquileia e di Cividale e all'inserimento di Palmanova, e al collegamento che si è venuto a creare tra le città che compongono il patrimonio dell'Unesco. A mio parere Aquileia può solo incrementare in futuro il numero delle visite, anche se molto dipenderà dai servizi che verranno offerti ai turisti, elemento fondamentale dove deve esserci una collaborazione tra pubblico e privato.

"Abbiamo verificato quale sia l'appello che il marchio Unesco - ha proseguito la presidente dell'associazione Albergatori Udinesi, Giuliana Quendolo - sta avendo localmente e se sono emerse le potenzialità dal punto di vista del branding delle città che al momento sono identificate con l'Unesco, con le relative ricadute che tutto questo potrà avere sul territorio regionale. La seconda giornata ci ha visto sul campo e ci ha fornito altri spunti e per guardarci in maniera più critica. Sono emerse anche delle necessità che però l'operatore turistico da solo non può svol-

gere e che richiedono la collaborazione anche di altri enti. Per quello che concerne Mirabilia, speriamo che il progetto cresca e che anche la promozione prosegua positivamente. A tal proposito forse bisognerebbe fermarsi a riflettere per capire come proporre il progetto e su quali mercati spingerlo, sia a livello locale che nazionale se non è ancora stato fatto. Va anche detto che l'affiancamento della parte pubblica a quella

Prevista la partecipazione ad inizio dicembre alla borsa internazionale del turismo culturale Unesco di Perugia e a Bari qualche giorno prima

privata come è stato fatto a Cividale, dove l'amministrazione ha puntato sul turismo, è auspicabile su tutto il territorio. "Il corso è stato sicuramente un'esperienza molto positiva poiché ha messo in reazione e in contatto diversi operatori del territorio - ha commentato Claudia Stocco, dell'associazio-

ne Strada del Vino e Sapori dei Colli del Friuli -. Ci siamo confrontati, lavorando insieme, e questa rete potrebbe dare vita a delle collaborazioni concrete.

Il progetto Mirabilia è positivo, anche se al momento non ci sono ancora stati dei feedback concreti a seguito degli incontri fatti lo scorso anno a Matera. Si spera, però, che i risultati possano arrivare, anche grazie al prossimo appuntamento di Perugia, soprattutto con i pacchetti che la Camera di Commercio sta proponendo in maniera condivisa anche con gli altri enti camerale.

A questo appuntamento offriremo dei tour enogastronomici nella fascia centrale del Friuli, collegandoci anche con le località di Lignano e Grado, con spunti anche dal pordenonese e dal goriziano. Parlando di Unesco, nei percorsi inseriamo Cividale ed Aquileia e anche la futura Unesco Palmanova, con ampi spazi dedicati alla cultura.

L'aspetto esperienziale emerge grazie al contatto diretto con i produttori con degustazioni e con la conoscenza delle aziende. Agli ospiti, rimane un bel ricordo, un valore aggiunto che si portano con loro e che rimane impresso anche una volta raggiunta casa."

SIAL

A Parigi

Educational Tour



Una selezione di imprese regionali del comparto agricolo - della frutta e del comparto salumi -, il 20 e 21 ottobre, è volata a Parigi per uno speciale "educational tour" al Salone Sial, il più importante appuntamento fieristico per il comparto alimentare in Francia a livello internazionale. La fiera, che è dedicata all'esposizione dell'intera gamma dei prodotti dell'industria alimentare, è suddivisa per settore e occupa una superficie espositiva di circa 215 mila metri quadri, con più di 5 mila 800 espositori in rappresentanza di oltre 100 Paesi.

L'approccio proposto dalla Camera di Commercio con successo, per la prima volta, nel 2013, è stato rinnovato nel format di quest'anno: si è trattato infatti di una visita-studio, modo unico ed estremamente diretto per accrescere le potenzialità di export delle nostre im-

prese e ad aiutarle a identificare meglio il proprio prodotto su un mercato d'interesse.

Tutto questo, potendo toccare con mano una realtà internazionale qualificata e importante, venendo in contatto con le modalità più accattivanti di proporre prodotti e servizi, di scambiare informazioni e competenze, entrando in contatto con le più importanti innovazioni nel variegato mondo dell'agroalimentare, che ogni anno trovano nel Sial l'occasione più consona per presentarsi a un pubblico di operatori ed esperti internazionali.

Anche per l'educational tour all'appuntamento promozionale parigino, le imprese friulane hanno avuto l'opportunità di accedere ai voucher che la Camera di Commercio mette a disposizione proprio per abbattere le spese di internazionalizzazione delle Pmi e incentivarne l'attività all'estero.



Camera di Commercio Udine internazionalizzazione

Azienda Speciale Imprese e Territorio - I.TER

I N F O R M A

Missioni imprenditoriali

Missione esplorativa in **NORD AMERICA (FLORIDA)**
 Missione economica in **MEDIORIENTE (ARABIA SAUDITA, QATAR)**
 Missione imprenditoriale in **NORD AMERICA (CANADA)**
 Missione imprenditoriale in **SUDAMERICA (COLOMBIA, PERU')**
 Missione imprenditoriale in **AZERBAIJAN**
 Educational Tour alla Fiera di Dakar (**SENEGAL**)

02 - 06 novembre
 12 - 20 novembre
 16 - 20 novembre
 16 - 22 novembre
 30 nov. - 3 dicembre
 18 - 21 dicembre

Ict
 Multisetoriale
 ArredoDesign (Contract), EnergiaSostenibilità (Edilizia)
 Multisetoriale
 Multisetoriale
 Multisetoriale

Servizio di assistenza specialistica

Desk Esteri (fino al 15 novembre): servizio di assistenza specialistica sulle aree: **Azerbaijan, Brasile, Israele, Kazakistan, Turchia**. Per ciascun Paese è disponibile un'ampia gamma di attività al fine di rispondere alle esigenze e ai quesiti sia di imprese che si affacciano all'internazionalizzazione, sia di imprese che intendono ampliare/approfondire i propri mercati di sbocco.

Partecipazioni collettive regionali alle fiere (adesioni chiuse)

Fiera "Médinit" **MAROCCO**, Casablanca
 Fiera "Indagra" **ROMANIA**, Bucarest
 Fiera "Fort Lauderdale Boat Show" **USA**, Fort Lauderdale
 Fiera "Indometal 2014" **INDONESIA**, Jakarta

28 - 31 ottobre
 29 ottobre - 2 novembre
 30 ottobre - 3 novembre
 11 - 13 dicembre

ArredoDesign, EnergiaSostenibilità (edilizia)
 Agroalimentare
 Nautica
 Meccanica Elettronica

Forum

Borsa Internazionale del Turismo Culturale - **Progetto "Mirabilia - European Network of Unesco sites"**, 1 e 2 dicembre, Perugia.
FUTURE FORUM II - Il progetto della Camera di commercio di Udine per le imprese, il territorio e il futuro - Seconda edizione del Forum dedicato alle visioni e pre-visioni di futuro nell'economia, nella società e negli stili di vita - Udine - fino al 28 novembre - Temi e date su: www.futureforum.it

Per il calendario aggiornato e completo delle attività e per le modalità di iscrizione, visitare il sito www.ud.camcom.it alla rinnovata sezione "Internazionalizzazione - attività". Vuoi essere informato su attività di promozione della Camera di Commercio? Registrati su <http://ciaoimpresa.it/public/>

Le fiere e il Desk esteri sono inserite nel programma di attività del progetto FVG VS. Global Competition, cofinanziato dalla Regione FVG. L'Azienda Speciale I.Ter fa parte della Rete Enterprise Europe Network, cofinanziato dall'Unione Europea.

Informazioni: Azienda Speciale Imprese e Territorio - I.TER della CCIAA di Udine - Ufficio Internazionalizzazione tel 0432 273516/534 - email: progetti.info@ud.camcom.it www.ud.camcom.it

Possibili ricadute anche sulla nautica da diporto con la messa all'asta delle concessioni demaniali

CAMERA DI COMMERCIO

ASSONAUTICA

Normativa penalizzante

La direttiva Bolkenstein va ad influire negativamente sul lavoro compiuto dagli operatori in tanti anni

Giulia Muscio

Lo sviluppo della nautica da diporto e la promozione del turismo nautico sono i principali obiettivi di Assonautica Udine, sezione periferica dell'Assonautica Italiana, che ha organizzato, per sabato 8 novembre ad Aquileia, un convegno dedicato a questo tema. Alle 9.30 nella Sala Consiliare del Comune si esamineranno le conseguenze nel settore nautico dell'applicazione della direttiva dell'Unione Europea 2006/123/CE, meglio nota come Bolkenstein e relativa ai servizi nel mercato europeo comune.

Cristina Pozzi, avvocato e professore di diritto comunitario dei trasporti dell'Università di Parma, che interverrà al convegno, chiarisce così lo stato dell'arte della normativa

**Il consiglio
"Le associazioni
in primis dovrebbero
spingere
verso un miglioramento
della situazione
normativa attuale"**

nell'ambito delle concessioni demaniali marittime e di navigazione interna: "La direttiva Bolkenstein si occupa del settore dei servizi ma non è specifica di quello nautico. Vale per tutti gli stati membri e concede loro parità di accesso al mercato rispetto agli altri generatori. Il problema nasce, però, dalla definizione di servizi che è omnicomprensiva. Dal mio punto di vista si intende la concessione di beni demaniali, beni fisici quindi".

"Le concessioni demaniali



Adriano Conti

marittime - spiega Pozzi - sono uno dei nodi dell'applicazione della direttiva: se una volta uno stabilimento balneare veniva concesso sempre allo stesso operatore se questi aveva fatto bene il proprio lavoro, senza essere rimesso sul mercato, la Direttiva Bolkenstein prevede, invece, la messa all'asta delle concessioni per gli stabilimenti, venendo meno alla tutela di imprese turistiche balneari come quelle italiane, modello di qualità". Se nel frattempo si è riusciti a ottenere una proroga che esclude le imprese turistiche dalla direttiva fino al 2020 per salvaguardarle, al momento non esiste una direttiva sostitutiva per questi casi - o perlomeno la sua approvazione è ancora lontana - così che ogni comune agisce a modo proprio.

Questo risultato è sicuramente un buon punto di partenza ma il problema di fondo resta. "Al momento persiste un vuoto normativo in questo ambito - prosegue Pozzi - che si aggiunge all'esistenza di situazioni molto diverse tra loro. Le concessioni demaniali, ad esempio, sono differenti nel caso delle costruzioni di



Cristina Pozzi

imbarcazioni e delle stazioni balneari. Le associazioni in primis dovrebbero spingere verso un miglioramento della situazione normativa attuale".

"La visione offerta dalla direttiva Bolkenstein - conclude Pozzi - è davvero troppo ampia: la parola servizi comprende innumerevoli significati e ci si ritrova così a "competere" per situazioni molto diverse". Occorre, quindi, rivedere la definizione per stabilire quali attività vadano sottratte alla direttiva, attribuendo così il giusto peso alle diverse realtà.

A parlare di turismo nautico al convegno sarà anche Adriano Conti, architetto urbanista friulano che vanta una lunga esperienza nel settore della portualità turistica: "Friuli Venezia Giulia e Veneto dispongono di un patrimonio di canali e corsi d'acqua che presenta uno sviluppo complessivo di circa 2.600 km (1.800 il Veneto, 800 il Friuli) ed è di grande importanza ambientale ma anche storica, artistica e folkloristica".

"L'escursionismo nautico fluvio-lagunare - spiega Conti - è una componente fondamentale del turismo nautico,

particolarmente diffuso anche in altri paesi europei. Sviluppo nelle vie d'acqua interne è un'interessante integrazione dell'offerta turistica sia nautica sia balneare. A tal fine sono necessari interventi di manutenzione e adeguamento funzionale di canali e manufatti e di realizzazione di strutture di sosta ad ormeggio per i natanti, strutture dotate anch'esse di adeguati servizi alla persona".

Per realizzare questi interventi, però, occorrerà ricorrere all'istituto di concessioni demaniali, attualmente regolate e limitate nel tempo dalla direttiva Bolkenstein. Inoltre, sarà necessario anche trovare una metodologia idonea che intervenga sugli strumenti urbanistici, che dovrebbero individuare le località nel cui ambito sia consentita la re-

Il Friuli Venezia Giulia dispone di un patrimonio di canali e corsi d'acqua che presenta uno sviluppo complessivo di circa 800 chilometri

alizzazione dei servizi necessari ed indispensabili alla navigazione interna da diporto.

"Il problema - conclude Conti - non è di facile soluzione e può richiedere tempi molto lunghi: anche se tutto ciò verrà accolto favorevolmente non si è ancora in grado di stabilire in quanto tempo si potrà disporre organicamente di tutti gli strumenti ed interventi necessari all'attivazione di una componente importantissima del settore come l'escursionismo nautico".

Un convegno ad Aquileia

Sabato 8 novembre, ad Aquileia, alle 9.30, Assonautica Udine propone un convegno incentrato sulle conseguenze dell'applicazione della Direttiva Servizi UE Bolkenstein, in merito alle ricadute pratiche sulle modalità di assegnazione delle concessioni demaniali nella nautica da diporto. In questa pagina UdineEconomia ha anticipato alcune delle riflessioni, con le interviste a due degli ospiti che interverranno al convegno, Adriano Conti, architetto urbanista, e Cristina Pozzi, avvocato e professore a contratto di diritto comunitario dei trasporti nell'Università di Parma. Il programma prevede un'introduzione del presidente di Assonautica Udine Denis Denis e dei rappresentanti istituzionali, oltre che dell'assessore regionale alle finanze Francesco Peroni. Gli interventi, oltre a quelli di Conti e Pozzi, saranno di Mario Borgatti, Presidente Unione Navigazione Interna Italiana (Il sistema della navigazione interna nell'Italia settentrionale con particolare attenzione alle regioni Veneto e Fvg), Giulia Pozzecco, Consulente giuridica per il demanio idrico e marittimo e coordinatore della Struttura per la gestione e il coordinamento del demanio marittimo statale ad uso turistico ricreativo, nautica da diporto della Regione (Federalismo demaniale e delega di funzioni: le competenze della Regione Fvg in materia di demanio idrico e marittimo alla luce della normativa vigente. La disciplina dei canoni demaniali e l'orientamento della giurisprudenza) e Giorgio Adami, Direttore servizio demanio e consulenza tecnica della Regione (Il demanio nella Regione; la politica dei canoni demaniali marittimi e la valutazione dei Piani economico finanziari per la definizione della durata delle concessioni. La posizione della Regione). Modera il giornalista di settore Pietro Angelini.



SELL OR BUY

Proposte di collaborazione pervenute al punto Enterprise Europe Network - Consorzio Friend Europe di Udine direttamente da aziende estere oppure attraverso le reti ufficiali create dalla Commissione Europea, dalla banca dati "POD - Partnering Opportunity Database" della DG Imprese e Industria, dallo Sportello per l'Internazionalizzazione e da altre Istituzioni per promuovere la cooperazione transnazionale tra le piccole e medie imprese.

(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 - I.TER**
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Tel 0432 273516 273826 Fax 0432 503919
e-mail: progetti.info@ud.camcom.it

OTTOBRE

BELGIO - LOGISTICA
Azienda belga attiva nel ricevimento, carico e scarico di navi nel porto di Bruxelles offre servizi di subfornitura ad aziende per distribuzione merci in Belgio o in Europa.
(Rif. 2014.10.01 BOBE20130829001)

POLONIA - DISTRIBUTORI STRUTTURE ACCIAIO CERCASI
Azienda polacca specializzata in attrezzature commerciali complesse, taglio laser etc. cerca agenti/distributori di strutture in acciaio.
(Rif. 2014.10.02 20130208037 B0)

LETTONIA - COSTRUZIONI
Azienda lettone leader nell'area baltica per il settore delle costruzioni cerca collaborazioni con subfornitori per progetti di ingegneria civile in Lettonia.
(Rif. 2014.10.03 BRLV2014092401)

FINLANDIA - COSTRUZIONI
Professionisti esperti e fornitori cercati per la realizzazione di una cittadina smart in Finlandia e sviluppo del progetto.
(Rif. 2014.10.04 BRFI20140929001)

REGNO UNITO - MACCHINARI
Azienda inglese offre servizi di intermediazione per macchinari industria recupero.
(Rif. 2014.10.05 20110504029 BR)

SPAGNA - ATTREZZATURE MEDICALI
Azienda spagnola operante nella distribuzione di strumenti ed attrezzature medicali cerca produttori di strumenti medicali di prima qualità.
(Rif. 2014.10.06 BRES20140929002)

NORVEGIA - DISABILITÀ
Produttore norvegese di prodotti di sostegno per diversamente abili cerca fornitori di parti tecniche per i propri prodotti.
(Rif. 2014.10.07 BRNO20140918001)



L'Europa alla portata della vostra Impresa.

AUSTRIA - PRODOTTI AGRICOLI E AMBIENTALI
Azienda commerciale austriaca offre servizi di intermediazione commerciale a produttori interessati al mercato di riferimento o ad altre aree.
(Rif. 2014.10.08 BRAT20140909001)

REGNO UNITO - MARKETING E SVILUPPO
Azienda inglese con esperienza trentennale offre servizi per sviluppo, vendita, lancio, design di invenzioni e nuovi prodotti.
(Rif. 2014.10.09 BOUK20140922002)

REGNO UNITO - ACCESSORI MODA
Azienda inglese con oltre 650 punti vendita cerca distributori articoli di gioielleria, bigiotteria, borse e accessori di design British.
(Rif. 2014.10.10 BOUK20130805001)

CFMUNESCO A Cividale

In arrivo 180 studenti da 20 Paesi del mondo

Si chiama Cfmunesco la simulazione dei dibattiti delle Nazioni Unite (MUN) che si svolgerà a Cividale del Friuli dal 13 al 15 novembre 2014, coinvolgendo 180 studenti delle scuole superiori che giungeranno da 20 paesi, per confrontarsi in inglese su problematiche socio-politiche mondiali di attualità, imperniata sul tema generale "To protect and preserve". L'obiettivo del MUN, unica simulazione Unesco in Europa, è quello di soddisfare i bisogni formativi degli studenti delle scuole superiori a cui è rivolto. Esso rispecchia il format di una conferenza di 3 giorni organizzata e coordinata in toto dagli studenti. Ad ogni studente viene richiesto di indossare i panni di un delegato impegnato nelle sedute di commissione delle Nazioni Unite nel rappresentare le posizioni di un Paese. Il che equivale a scrivere e presentare proposte, confrontarsi con gli altri delegati attraverso il dibattito e il voto per avanzare soluzioni plausibili ai pro-



Il convitto Paolo Diacono

blemi mondiali. I confronti avvengono in inglese e si svolgono secondo le procedure formali utilizzate durante le sessioni dell'Onu. Perfettamente in linea con la vocazione internazionale del Convitto Nazionale "Paolo Diacono" (CNPD) a cui fa capo, il progetto è nato su iniziativa di un comitato spontaneo di studenti delle scuole superiori annesse all'Istituzione cividalese, con pluriennale esperienza di conferenze MUN internazionali. Tutte le attività sono coordinate, organizzate e gestite dal Comitato Direttivo ed Organizzativo. I 180 studenti coinvolti frequentano le Scuole Superio-

ri (14-19 anni) e arriveranno da Paesi quali: Albania, Angola, Argentina, Canada, Croazia, Grecia, Lettonia, Mauritius, Moldavia, Oman, Russia, Slovenia. Durante la Conferenza di novembre gli studenti rappresenteranno i delegati di oltre 60 Stati in dibattiti in lingua inglese, discutendo i seguenti argomenti: Unesco - Traffico illecito di beni artistici; Sperimentazione sugli animali; Difesa del patrimonio culturale in periodo post-bellico; Disarmo - Uso dei satelliti per scopi militari; Adozione di compagnie paramilitari da parte di multinazionali; Gestione del disarmo dei gruppi terroristici; Ambiente - Salvaguardia della fauna ittica; Energie verdi e biofuel; Traffico illecito di rifiuti; Diritti umani - Questioni dei campi profughi; Diritti degli omosessuali (LGBT); Abuso di forza da parte della polizia sulla popolazione civile; Consiglio di sicurezza - Conflitto israelo-palestinese; Questioni della Crimea; Terrorismo in Medio-Oriente.

Giuslavoristi, politici, industriali e sindacati a confronto sul tema del Jobs Act

ATTUALITÀ

L'INTERVISTA

Lavoro e occupazione,

Marco Ballico

«Gli strumenti messi in campo non sembrano far fronte al principale nemico dell'occupazione: il costo del lavoro». Gabriele Fava, avvocato giuslavorista tra i più noti in Italia, commenta l'intervento governativo in materia di lavoro senza far mancare una critica molto netta al Jobs Act, almeno nella sua versione attuale. Il nodo chiave, quello dell'occupazione, non pare essere risolto. Così come non convince l'approccio all'articolo 18.

Avvocato Fava, innanzitutto un giudizio sul metodo. Che ne pensa della soluzione del maxi-emendamento?

Ritengo alle esigenze politiche di ricompattare la maggioranza parlamentare su un provvedimento nevralgico. Non ha infatti apportato rilevanti modifiche e le linee d'intervento sono state limitate a ritoccare la disciplina dei centri per l'impiego e soprattutto la disciplina del sistema di modifica delle mansioni.

Corretto in questa fase non fare riferimento esplicito all'articolo 18?

Sappiamo che il Governo ha demandato ai decreti delegati il compito di identificare i confini della nuova norma. Questo però significa ancora estrema confusione sui contenuti e mancanza di un obiettivo condiviso che, in questa fase di crisi, non può essere vista positivamente.

Qual è, dal suo punto di vista, la miglior "revisione" possibile di quella norma?

Il Governo potrebbe sostenere e potenziare misure già messe in campo, offrendo una diversa soluzione di flessibilità contrattuale che superi le problematiche (vecchie) legate al tema dell'articolo 18. Do-

JOBS ACT IN PILLOLE

Maternità e ammortizzatori ecco cosa cambierà

Riordino contratti La delega prevede interventi di semplificazione, modifica o superamento delle oltre 40 forme contrattuali esistenti e l'introduzione del contratto a tempo indeterminato a tutele crescenti in relazione all'anzianità di servizio. Nessun riferimento all'articolo 18.

Demansionamento La revisione della disciplina delle mansioni potrà avvenire in caso di processi di riorganizzazione, ristrutturazione o conversione aziendale individuati sulla base di parametri oggettivi, temperando l'interesse dell'impresa all'utile impiego del personale con l'interesse del lavoratore alla tutela del posto di lavoro, della professionalità e delle condizioni di vita ed economiche. Viene esteso l'utilizzo dei voucher (tetto massimo 5mila euro all'anno).

Cig e disoccupazione Scompare la cassa integrazione, in caso di cessazione dell'attività dell'azienda o di un ramo, e l'erogazione sarà concessa solo nel caso in cui non sia possibile ridurre contrattualmente l'orario di

lavoro. La delega prevede la possibilità di destinare gli eventuali risparmi di spesa derivanti dall'attuazione della legge Fornero del 2012 al finanziamento della riforma degli ammortizzatori sociali. L'indennità di disoccupazione viene estesa anche ai co.co.co. Per questi ultimi è prevista l'introduzione di un compenso orario minimo.

L'Agenzia Viene istituita un'Agenzia nazionale per l'occupazione, partecipata da Stato, Regioni e Province autonome, vigilata dal ministero del Lavoro.

Maternità e ferie solidali - La delega prevede l'introduzione universale dell'indennità di maternità e il diritto per le lavoratrici madri parasubordinate all'assistenza anche in caso di mancato versamento dei contributi da parte del datore di lavoro. Per contrastare la pratica delle cosiddette dimissioni in bianco sono previste modalità semplificate per garantire data certa nonché l'autenticità della volontà del lavoratore in relazione alle dimissioni o alla risoluzione consensuale del rapporto di lavoro.

m.b.



stesso: duri scontri ideologici e nulla di veramente utile alle imprese. È lecito aspettarsi sicuramente una cancellazione, seppur parziale dell'articolo 18 e ciò potrebbe dare vita a ulteriori contenziosi e costi per le aziende.

Ritiene che complessivamente il ddl risponda alla necessità di adeguare i rapporti di lavoro alle mutate esigenze del mercato?

Sulla base delle dichiarazioni del premier, il ddl nasce con l'obiettivo di creare occupazione. Ma gli strumenti messi in campo non sembrano far fronte al principale nemico dell'occupazione: il costo del lavoro. Manca ancora un potenziamento delle misure volte a ottenere una politica di riduzione del cosiddetto cuneo fiscale. Quali i punti più strategici e positivi della proposta del governo, quali invece le cri-

te al principale nemico dell'occupazione: il costo del lavoro. Manca ancora un potenziamento delle misure volte a ottenere una politica di riduzione del cosiddetto cuneo fiscale. Quali i punti più strategici e positivi della proposta del governo, quali invece le cri-

I SINDACATI

Incertezza su come le misure governative verranno concretizzate

Il nodo del contratto a tutele crescenti

Prima di tutto vediamoci chiaro: potrebbe riassumersi così la posizione delle rappresentanze sindacali confederali del Fvg. «Difficile dire quali siano i punti di forza e quali le criticità del Jobs Act - afferma infatti il segretario regionale della Cgil Franco Belci -, essendo una delega a maglie molto larghe»; tanto larghe che Giacinto Menis della Uil arriva a dire che «più che punti di forza o debolezza, vedo punti interrogativi».

In attesa di chiarimenti, comunque, «È apprezzabile l'estensione della maternità alle lavoratrici autonome - prosegue Belci -, che chiediamo da anni; tra le principali criticità vedo il demansionamento, perché non è possibile che gli stessi industriali che avevano bocciato la riforma Fornero si accorgano che un lavoratore a 67 anni è vecchio. Siamo disponibili alla contrattazione e alla formazione per riqualificare il lavoratore, ma demansionarlo è un'umiliazione».

Anche il segretario Cisl Giovanni Fania, oltre «all'aver eliminato i co.co.pr.o, anticamera del precariato, e aver dato una stretta sulle false partite Iva», vede come positiva l'estensione degli



ammortizzatori sociali, «purché si chiarisca il nodo dell'universalità: il miliardo e mezzo di integrazione previsto dal governo non è sufficiente, ne servirebbero almeno dieci. E questo ci porta alla principale criticità, ossia l'incertezza su come queste misure verranno concretizzate: ad esempio non ci è chiaro come il contratto a tutele crescenti debba essere più vantaggioso rispetto agli altri».

A dar voce alle tante domande che infatti restano è soprattutto Menis: «Come ridimensionare, ad esempio, la cassa integrazione in un Paese in cui questa interessa 4 milioni e mezzo di persone? Così come non ci convince l'estensione dei voucher: vogliamo i mini job? In Germania ci sono 7 milioni di lavoratori a 500 euro al mese, ma questo è sostenibile solo in un'e-

conomia che gira. Anche il salario minimo, che avrebbe senso se ci fossero ampi settori scoperti dalla contrattazione collettiva, ci fa temere un escamotage per superarla e riversare tutto sulla contrattazione aziendale: che però, in un tessuto formato principalmente da pmi, lascia scoperti i due terzi dei lavoratori».

E tra queste domande rimane naturalmente quella relativa all'articolo 18, al momento il grande assente dal disegno di legge. Se per Fania «dietro al confronto c'è solo una questione politica: l'Italia è poco attrattiva per le imprese a causa dei nodi della giustizia, del fisco, delle infrastrutture e dell'energia, non della scarsa flessibilità», la posizione di Belci è più articolata: «Dal 2008 al 2012 si sono registrati 30 mila casi - spiega -, di cui 300 di reintegro e 270 con indennizzo: si potrebbe dire che il problema non esiste. Tuttavia eliminando l'articolo 18 verrebbe meno il principio di deterrenza, unica arma del singolo. Se non verrà incluso nel contratto a tutele crescenti, questo rischia di diventare un contratto a tempo determinato con incentivi fiscali». Più fiducioso verso il nuovo contratto

GLI IMPRENDITORI

Gli industriali approvano il piano

"Avanti con cora

Siamo ancora davanti a una bozza di riforma del lavoro, ma l'impresa locale intravede la strada giusta. «Vediamo con favore la delega al governo per l'emanazione di un codice semplificato del lavoro, sostitutivo del troppo complessa legislazione vigente», dichiara Gianpietro Benedetti, presidente e ad del gruppo Danieli. «Il provvedimento mi pare caratterizzato da una logica moderna - aggiunge Giovanni Fantoni, ad del gruppo di Osoppo -. La visione del mondo del lavoro è sicuramente dinamica».

Il Jobs Act passa dunque il primo esame dell'industria di punta in Friuli. La materia del resto, sottolinea Benedetti, «va riscritta con coraggio, per un deciso superamento del regime attuale che dopo 40/50 anni va innovato, non essendo adatto al contesto attuale». La versione approvata al Senato pare convincente. In linea, secondo Fantoni, «con quanto accade nei Paesi che esprimono le economie più vivaci». Anzi, «siamo decisamente su un binario che supera quelle forme di conservatorismo e di tutela di posti di lavoro spesso inesistenti, rappresentati in primis dalla Cassa integrazione guadagni straordinaria». Una Cigs, insiste Fantoni, «risultata spesso area di parcheggio». Quindi, «sotto questo aspetto, il passo avanti è sotto gli occhi di tutti».

Quanto al tema chiave dell'articolo 18, il giudizio va inevitabilmente rinviato dato che nel testo arrivato sui banchi di Palazzo Madama, non vi è un riferimento esplicito. «Riteniamo sia il frutto di una scelta precisa - è il commento di Benedetti -: l'intenzione del governo non pare essere di intervenire direttamente sulla disciplina del licenziamento, quanto di passare a un regime di flexsecurity che coniughi la flessibilità organizzativa con il massimo possibile di sicurezza economica e professionale». «Saremo in grado di discuterne davanti a un passaggio concreto,



CA

Gabriele Fava (avvocato giuslavorista): "Il vero nodo su cui bisogna incidere è il costo del lavoro"

ATTUALITÀ

ecco come ripartire



titività?

Nel ddl sono stati introdotti positivi elementi di flessibilità nella gestione del rapporto di lavoro. Mi riferisco in particolare alla possibilità di mutare le mansioni del lavoratore in presenza di comprovate esigenze tecnico/organizzative. Anche

la riorganizzazione dei centri per l'impiego e l'introduzione di un sistema remunerativo degli stessi commisurato alla loro capacità di intermediazione coglie nel segno dell'efficienza e della meritocrazia. Tuttavia il ddl lascia parecchi punti oscuri come ad esempio il contratto

a tutele crescenti o la modifica dell'articolo 18 che non hanno ancora una specifica ossatura e l'indeterminatezza non produce risultati positivi. Si va verso una reale stabilizzazione dei contratti?

Sia inteso che la stabilizzazione contrattuale non è un'invenzione del governo, ma l'adesione a un richiamo europeo che ha imposto una riorganizzazione delle forme contrattuali perché sia più fruibile per le imprese. Ciò dovrebbe permettere una più agile pianificazione dell'organizzazione dell'impresa con riflessi sull'occupabilità a patto che si assista a una vera semplificazione normativa, migliorando l'esistente e non introducendo ulteriori forme contrattuali.

Che ne sarà dei cococo, cocopro e altre forme di contratto a tempo?

Con la riforma Fornero si è già assistito a un giro di vite e credo che anche l'attuale Governo vada in questa direzione. Ma la soluzione, a mio parere, non è di eliminare queste forme contrattuali, ma renderle più efficienti e meno ibride. In questo caso è auspicabile riconoscere i cococo e i cocopro come rapporti di lavoro pienamente autonomi abrogando a esempio il pagamento dei contributi da parte del committente.

Che atteggiamento si aspetta dai sindacati?

Legittimo aspettarsi maggiore collaborazione da parte del mondo sindacale perché possa fornire il suo contributo per la realizzazione di misure in grado di far fronte all'emergenza occupazionale. Tuttavia sembra che la realtà sia ben diversa e le posizioni ideologiche cristallizzate nel tempo pongono seri ostacoli alla definizione di strumenti di crescita e competitività per il Paese.

o del governo

ggio nelle riforme"

dato che la legge delega si limita agli indirizzi - dice anche Fantoni -. Potendo esprimere un auspicio, mi augurerei che l'interpretazione della delega porti a creare le condizioni affinché nelle aziende torni a prevalere la logica della valorizzazione del merito. La rigidità del mondo del lavoro negli ultimi anni ha purtroppo influito sulla possibilità di valorizzare all'interno delle imprese le energie migliori».

Benedetti interviene anche sul tema a margine del Tfr in busta paga: «La cosa migliore, ma semplicistica, sarebbe di lasciare la libertà di scegliere il modo di im-

Si alla flessibilità "La rigidità ha purtroppo influito sulla possibilità di valorizzare all'interno delle imprese le energie migliori"

piegare queste somme a chi le percepisce, senza imposizioni. Sarebbe da studiare più approfonditamente l'impatto che ciò può avere sulle piccole imprese, che oggi utilizzano il Tfr come canale di finanziamento. Va anche valutato l'impatto di tale modifica sulla tenuta del sistema di previdenza complementare. Comunque, nell'aggiungere il Tfr allo stipendio, va considerato che la tassazione su quella quota non aumenti».

Come Fantoni, anche il presidente della Daniels ritiene che le potenzialità riformatrici del Jobs Act siano «i nuovi ammortizzatori sociali, la ricollocazione al lavoro, la possibilità di cambio mansioni, punti sui quali peraltro la riforma è ancora tutta da scrivere e che auspicabilmente dovrebbe portare alla flessibilità necessaria, con maggior attenzione a merito e professionalità». I riflessi sull'occupazione? «Ci sarà senz'altro un

contributo grazie alla semplificazione della normativa sul lavoro, ma è solo una delle precondizioni necessarie per poter ripartire. La lista delle altre priorità è lunga e tristemente nota: alleggerire la pressione fiscale grazie alla riduzione dei costi da spending review, semplificare la macchina burocratica, ridare qualità al sistema formativo, l'accesso al credito. Il tutto accompagnato da un drastico recupero di efficienza della macchina statale, per evitare che i sacrifici chiesti ai privati siano vanificati da una spesa pubblica incontrollata. Sacrifici che potrebbero servire anche a un rilancio dei temi ricerca e opere infrastrutturali, temi che indurrebbero un aumento del Pil con i benefici conseguenti».

A intervenire è anche **Alessandro Calligaris**. Il noto imprenditore del distretto della sedia permette di volere attendere il testo definitivo, ma promuove la novità del contratto a tutele crescenti: «Mi pare una buona soluzione per approfondire la conoscenza tra impresa e lavoratore e far così emergere il merito». La preoccupazione riguarda invece l'esistente: «Purtroppo siamo lontani da una vera flessibilità. Il regime degli ammortizzatori sociali offre opportunità tali da non far trovare convenienti proposte di lavoro alternative».

Marco Ballico

LE POLITICHE DEL LAVORO DELLA REGIONE

In arrivo nuove risorse per favorire la formazione

Le politiche del lavoro, però, non arrivano soltanto da Roma: tanto più analizzando il contesto locale, non si può infatti prescindere da quelle regionali. Della situazione occupazionale in Fvg abbiamo discusso con l'assessore regionale al lavoro, Loredana Panariti.

Secondo Unioncamere in Fvg il tasso di disoccupazione calcolato per il 2° trimestre sale dal 6,9% del 2013 al 7,1% del 2014, e il progetto Excelsior sulle previsioni occupazionali delle imprese prevede, nel 2014, un saldo negativo di 3.450 unità: quali sono i nodi che rimangono da sciogliere per la ripresa occupazionale?

«La Regione ha deciso di procedere ad una riorganizzazione delle politiche attive del lavoro e dei servizi per l'impiego: il che garantirà maggiore omogeneità nella programmazione e organizzazione territoriale, nonché una maggiore efficacia anche attraverso il coordinamento con la rete dei soggetti attivi nelle politiche del lavoro. Certo i servizi per il lavoro non creano sic et simpliciter lavoro, servono investimenti pubblici e privati; possono però mettere in contatto chi cerca lavoro con le opportunità disponibili attraverso un percorso di accompagnamento il più possibile personale perché, è vero, ci sono dei profili che le imprese fanno fatica a trovare. Allora è necessario far colloquiare imprese, servizi per l'impiego e sistema di formazione e istruzione e spendere le risorse pubbliche in modo molto accurato, evitando sprechi. Un lavoro complesso che rende necessario il superamento di criticità sedimentate negli anni e di rendite di posizione che non è sempre facile scalfire, tuttavia i primi risultati ci sono e siamo pronti a percorrere questa strada fino in fondo».

Quali misure e progetti ha messo o metterà in campo la Regione per sostenere l'occupazione?

«Nel 2014 l'Assessorato al lavoro ha messo in campo risorse importanti a tal fine: 10 milioni per incentivare assunzioni, stabilizzazioni e nuova impresa, più di 15 milioni per lavori socialmente utili, di pubblica utilità e cantieri di lavoro, quasi 40 milioni per garanzia giovani e occupabilità e ulteriori progetti per botteghe di mestiere e welfare to work. L'avvio della prossima programmazione europea 2014-20 fornirà risorse per 276 milioni di euro che saranno impiegate a sostegno delle persone alla ricerca di un lavoro, per migliorare istruzione e formazione e favorire l'inclusione sociale».

Che impatto può avere il Jobs Act sul contesto regionale?

«Con la legge approvata dal

Parlamento sostanzialmente si delega il potere esecutivo riducendone vincoli e limitazioni e preoccupano i tagli previsti per le Regioni, tuttavia l'auspicio è che dal Jobs Act esca un mercato del lavoro in cui vi sia un ragionevole equilibrio tra opportunità e tutele. In questo senso è da valutare positivamente il fatto che nella manovra di bilancio lo stanziamento per l'azzeramento dei contributi a



Loredana Panariti

favore delle aziende che assumeranno con il nuovo contratto a tutele crescenti - 1,9 miliardi di euro - sia circa pari a quello previsto per i nuovi ammortizzatori sociali - 1,5 miliardi. E inoltre auspicabile che possa favorire nuove assunzioni la prevista detraibilità dall'Irap della componen-

te costo del lavoro. In Fvg tali misure potranno essere funzionali al sostegno del manifatturiero, che l'amministrazione regionale sta portando avanti con convinzione».

La Cgil regionale ha avanzato la proposta di istituire un reddito di sostegno all'inserimento e reinserimento nel mondo del lavoro: una misura sostenibile?

«Risulta assai arduo ipotizzare una stima delle risorse necessarie; certo, intuitivamente, di molto superiori agli stanziamenti che erano stati previsti per il reddito di base della giunta Illy, tenuto conto della crisi che la regione vive. È stato approvato dal Consiglio regionale un odg che impegna la Giunta a sperimentare il reddito minimo nel corso del 2015: si tratta, a mio giudizio, di uno strumento parzialmente diverso da quello proposto dalla Cgil, che dovrebbe essere di contrasto alla povertà assoluta e sostenere elementi di inclusione e di attivazione. Credo che, innanzitutto, sia necessario individuare la copertura finanziaria e chiarire le procedure per evitare comportamenti opportunistici ed essere in grado di garantire agli aventi diritto una vera opportunità affinché il reddito non sia mero strumento assistenziale, ma rappresenti una speranza, un'attenzione, un momento di inclusione e verifica».

Chiara Andreola

IN CIFRE

Disoccupazioni al 7%

Avedere la sintesi degli indicatori macroeconomici del Friuli Venezia Giulia al 30 settembre 2014, elaborati dal centro studi della CCLAA su dati Istat, Unioncamere, Aiscat, Prometeia e Banca d'Italia, risulta evidente come l'abusata frase secondo cui «il lavoro non si crea per decreto» sia una realtà. Almeno non in una regione in cui al 30 giugno le imprese attive erano il 2,04% in meno rispetto all'anno precedente (93.685), con un calo di addirittura l'8,4% per agricoltura e pesca. Meglio se la passano i servizi con il -0,2% e il commercio con -0,6%; ma se ad abbassare la media è il settore primario, rimane comunque un significativo -1,45% delle costruzioni seguito dal -1,3% dell'industria. Il che porta l'ormai ex terra dell'imprenditorialità diffusa ad avere un tasso di imprese attive di 763 su 10 mila abitanti, contro una media nazionale di 856: quando si dice che i tempi cambiano.

La disoccupazione, per quanto non raggiunga valori a doppia cifra come in altre

zone del Paese, è comunque ad un ragguardevole 7,1%, che sale all'8,6% per le donne: il tasso di occupazione nella fascia da 15 a 64 anni è del 64,6%, con 506 mila occupati. Di questi, il 76,9% sono dipendenti: un valore leggermente più alto della media nazionale, un punto e mezzo più sotto.

Che fare impresa rimanga difficile è testimoniato anche dai dati sui prestiti bancari: a giugno si è registrato un -4,1% sull'anno precedente, con un -2,9% per le aziende. Altro indicatore significativo è quello dei prezzi al consumo: a settembre 2014 erano scesi dello 0,4% rispetto al 2013, contro il -0,1% a livello nazionale.

L'export si conferma una possibile via per la ripresa: il valore delle esportazioni nel primo semestre dell'anno ha avuto un incremento tendenziale dello 0,93% superando i 6 miliardi di euro, mentre le importazioni sono calate del 4,55% nello stesso periodo. Anche il Pil stenta a riprendere la via dell'incremento: la stima di crescita per il 2014 è dello 0,5%, contro lo 0,6% del Nordest.



ASSOCIAZIONE
Borgo dei Conti
della Torre

Borgo dei Conti
della Torre
nella patria del Friuli

www.borgodeicontidellatorre.it

9^A EDIZIONE ANTEPRIMA NATALE

MORSANO AL TAGLIAMENTO

8-9 / 15-16 / 22-23 / 29-30
NOVEMBRE

ore 10.00 - 20.00

2014



in collaborazione con la 42° Sagra dell'Oca

Per informazioni: 348.5169135 - 347.9252553

L'esposizione si terrà all'interno della villa.
L'evento si svolgerà anche in caso di pioggia.

decorazioni tavola X raffinati gourmet corsi di maglia X amanti "fai da te" idee regalo X tutti

Idee regalo X tutti corsi di pasticceria X golosi



A chi desidera trovare meno pubblico si consiglia di privilegiare la giornata di sabato o la domenica mattina.



Via Ponte Madrisio, 13 - Loc. Bolzano
33075 Morsano al Tagliamento PN
e-mail: info@borgodeicontidellatorre.it

INGRESSO
€ 5,00 DOMENICA
€ 3,00 SABATO



addoppi natalizi X creativi Idee regalo X tutti

Nuove figure si affacciano sul mercato. Obiettivo rivitalizzare i centri storici

CAMERA DI COMMERCIO

IL CORSO

Strateghi del territorio

E' iniziato il corso per "Manager dei centri commerciali naturali". Così cambieranno le nostre città

Giada Marangone

La trasformazione degli spazi urbani, i nuovi insediamenti residenziali e lo sviluppo di nuove forme commerciali aggregate come, ad esempio, i grandi centri commerciali artificiali, rischiano di modificare e, in un certo senso, "snaturare" il concetto di centro storico. Inoltre, l'affermarsi di nuovi stili di vita e di bisogni in una società in continuo mutamento ha posto l'esigenza di affrontare in modo deciso il cambiamento delle nostre città.

Il corso per "Manager dei centri commerciali naturali", organizzato e finanziato dalla CCIAA di Udine attraverso il Friuli Future Forum in collaborazione con Confcommercio di Udine, si muove in tale direzione; ha cioè la finalità di formare i professionisti in grado di sviluppare una nuova visione strategica per i diversi territori, gestendo le diverse aree urbane e i centri storici in modo coerente, favorendo, al contempo, il commercio di vicinato alle diverse attività promozionali e di marketing e mantenendo un solido equilibrio tra le diverse forme della distribuzione commerciale.

«Questa figura - sottolinea Claudio Melchior, professore associato dell'Università di Udine e docente del modulo di comunicazione del corso - si occupa di come qualificare un territorio rispetto ad un altro. Udine è un centro al quale è difficile dare un'identità certa. Questi manager devono essere in grado di comunicare il territorio e valorizzarlo, far conoscere all'esterno il legame esistente tra le varie specificità che coesistono.

Ritengo che questo sia possibile farlo attraverso lo studio attento di esperienze virtuose e di best practices, mappando le competenze principali che un professionista che opera in questo settore debba possedere e interfacciandosi costantemente con gli altri soggetti. È pertanto fondamentale la capacità di fare rete».

Il manager dei centri commerciali naturali deve cioè essere in grado di dialogare sia con la Pubblica Amministrazione che con i commercianti, conoscere le normative pubbliche ma anche le problematiche e le aspettative delle attività locali. Deve inoltre identificare le eccellenze esistenti in un dato territorio, progettare e programmare eventi e manifestazioni per la promozione dei luoghi (e delle attività) del centro commerciale naturale, pianificare, dal punto di vista finanziario, le attività dei vari attori coinvolti e curare l'iter organizzativo (chiedendo permessi, autorizzazioni, supporto logistico).

Durante il corso numerose sono state le testimonianze, ricordiamo: Rudy Collini, Presidente della Coltellaria Collini e di PromoVarese, agenzia speciale della CCIAA di Varese, Oriete Segala di Confcommercio Cremona, Paolo Zampetti di Confcommercio Nazionale, Elena Franco, project manager di TCM Italia e Giovanna Codato, Presidente di Geec Lab.

Per i partecipanti è stato molto interessante anche il modulo di e-commerce, curato da Rosario Lombardo, Presidente di Innov@ctors, spinoff dell'Ateneo friulano.

«La vendita si sta spostan-



do dal luogo fisico all'online - afferma Lombardo -. Oggi è possibile acquistare con un

semplice click dal proprio salotto di casa. Diviene quindi necessario studiare le dinami-

che esistenti tra on e off line e differenziare i due canali di vendita: l'e-commerce e lo sto-



re. L'esperienza è tipica dell'artigianalità, trovare un'unica experience in grado di differenziare la vendita rispetto alla concorrenza, curare il cliente e la sua soddisfazione diventano elementi fondamentali.

Il corso in manager dei centri commerciali naturali ha questa finalità: spostare le persone dai centri commerciali ai centri storici, rivitalizzare i centri cittadini. Questo

è un ruolo oltre che commerciale anche sociale. Come farlo? Attraverso le nuove tecnologie per riportare i giovani in centro, ad esempio con panel interattivi o ludici per far vivere l'esperienza del gioco che risulta essere in molti casi vincente, incentivando il parcheggio gratuito mediante iniziative e campagne di fidelity, avendo comunque una strategia chiara e condivisa».

LE INTERVISTE

Alcuni partecipanti si raccontano

"Un'opportunità per innescare il cambiamento"

Rita Bragatto - 37 anni, di Pordenone, laureata in relazioni pubbliche, startupper

«Nel 2012 mi sono laureata in Relazioni Pubbliche, fuori corso, con una tesi di laurea nella quale ho analizzato quattro esperienze di rivitalizzazione del commercio nei centri storici e urbani in provincia di Pordenone. Approfittando del fatto che sono equiparata a una disoccupata, da qualche anno collaboro con l'Unione Italiana dei ciechi e degli ipovedenti onlus di Pordenone (lavoro 32 ore al mese), ho frequentato alcuni corsi, come questo corso per "manager dei Centri Commerciali naturali", che potessero portarmi ad acquisire quelle competenze manageriali che il mio percorso accademico non mi aveva dato. Da circa un anno, inoltre, insieme a Giorgia Toniolo, laureata in Economia Aziendale, Lucia Gardisan, ingegnere con grande esperienza agli acquisti, l'avvocato Monica Bison che ha fornito la consulenza legale, e Innov@ctors, spinoff dell'Università di Udine che si è occupata della consulenza tecnica, ho ideato un prodotto utile al rilancio del commercio nei centri commerciali naturali. Si tratta di un'app per smartphone che si chiama Tenmat. Dal primo settembre siamo preincubati in Techno Seed di Friuli Innovazione e abbiamo recentemente saputo di essere tra i sei finalisti italiani di Profis, un progetto europeo che incentiva il finanziamento early stage di progetti imprenditori e di startup nei Paesi del dell'Europa sudorientale. Il 6 novembre al Parco Scientifico e Tecnologico Luigi Danieli ci contenderemo la chance di partecipare alla finale internazionale di Budapest di fine novembre. Il corso mi ha dato la motivazione e fornito molte competenze in un ambito che spero possa essere il mio futuro professionale».

Silvio Trevisani 51 anni, di Udine, giornalista e consulente

«Provegno da lunga esperienza



Rita Bragatto



Silvio Trevisani



Manuele Ceschia



Anna Pantanali

za professionale in area marketing/comunicazione; nello specifico nel settore della Gdo (grande distribuzione organizzata) e ho collaborato con svariati centri commerciali artificiali italiani e non. Mi sono iscritto al corso perché ero interessato ad aggiornare le mie competenze in questo ambito che ritengo possa essere una nuova frontiera anche perché rappresenta la risposta organizzata alla domanda del consumatore. Per quanto attratti dalle strutture moderne, infatti, restiamo tutti molto attenti al radicamento territoriale e quindi ai centri storici delle città (a patto che questi

vengano adeguatamente valorizzati). Il programma di questa iniziativa della Camera di Commercio di Udine mi è subito sembrato estremamente interessante. Tutti gli argomenti trattati durante il corso sono risultati molto centrati. Devo dire che l'intervento di Stefano Tonchia sul project management si è rivelato particolarmente qualificante. Come consulente non mancheranno certo le occasioni per mettere in pratica quanto appreso. Vorrei però esprimere l'auspicio che questo genere di iniziative si allarghino il più possibile oltretutto ai manager anche ai protagonisti del commercio.

E' proprio da una base culturale maggiormente condivisa che si potrà ripartire meglio per pianificare un futuro di successo».

Manuele Ceschia

29 anni, di Pradamano (UD), laureando in Economia e Commercio, socio di Advantage Italia «Da quattro anni sono socio di un'agenzia di marketing e comunicazione con sede a Udine dove svolgo attività di scouting e gestione clienti; inoltre mi occupo di organizzazione di meeting, congressi, fiere, progetti culturali, sfilate e di realizzazione di business plan. Il corso in "Manager dei centri commerciali naturali" mi ha particolarmente interessato poiché, già osservando il programma, intendeva fornire ai partecipanti gli skills personali adatti per chi, come me, si occupa di pianificare eventi e di fornire servizi, in modo mirato e focalizzato secondo quelle che sono le tendenze e gli obiettivi della clientela. Di particolare interesse ho trovato le testimonianze delle esperienze che i professionisti del settore presentavano alla classe ogni lunedì pomeriggio. Inoltre possedere l'attestato che ti certifica come operatore dei centri commerciali naturali penso possa essere per un professionista come me d'interesse per sviluppare e creare "percorsi dello shopping" e di valorizzare sia i centri storici che il commercio con strumenti, tecniche e metodi specifici».

Anna Pantanali 27 anni, laurea in Scienze e tecniche del turismo culturale, responsabile marketing di Molino Moras «Ho partecipato al corso della Camera di Commercio assieme a Valentina Zilli che con me si occupa di comunicazione, sviluppo, marketing e retail dell'azienda di famiglia, il Molino Moras, che produce da oltre 100 anni farine artigianali di qualità. Nel 2010 ho iniziato a lavorare a tempo pieno in azienda partendo dalla riorganizzazione interna e passando successivamente a progetti di marketing e comunicazione

per giungere gradualmente al rinnovamento dell'immagine complessiva. Da sempre i nostri principali clienti sono panifici, ristoranti, agriturismi e pizzerie del territorio regionale, un mercato che negli ultimi anni si sta sviluppando a livello nazionale. Inoltre per dare un servizio anche al cliente privato abbiamo attivi due punti vendita, La Buteghe dal Mulin a Trivignano Udinese».

C'è già chi creando una app per smartphone ha ideato un prodotto utile al rilancio del commercio nei centri commerciali naturali

se e il negozio Unsaccomoras in centro città a Trieste. Per costruire nuove prospettive desidero mettere competenza, entusiasmo e creatività al servizio dell'azienda che sento parte di me.

Il corso in "manager dei centri commerciali naturali" della Camera di Commercio in collaborazione con Confcommercio Udine mi è parsa un'ottima opportunità per capire quali potessero essere gli spunti e i canali attraverso i quali innescare all'interno della mia realtà un cambiamento virtuoso. Ad esempio il modulo di e-commerce mi ha fornito diverse informazioni per comprendere i meccanismi e le migliori strategie di vendita on line, oltre a utili accenni all'utilizzo dei social network per creare viralità.

La mia ambizione è quella di far diventare realtà le moltissime idee e progetti che ho in mente, tutti accomunati dagli stessi obiettivi: far riscoprire il valore del prodotto farina, del mestiere del mugnaio, ma soprattutto dei rapporti umani che uniti a tradizione e territorialità sono tra i cardini dei centri commerciali naturali».



**JONNY
LUANIE**

*Pizza
e Salsicce*



Jonny Luanie, è questo il nuovo format che ha recentemente aperto i battenti a San Daniele del Friuli, nel punto in cui era nata la prima prosciutteria Dok Dall'Ava, auspicando che possa avere la stessa fortunata ascesa. Da JL, questo l'acronimo della pizzeria burgeria, troverete pizze con impasto a farina bianca e multi grain a lievitazione madre e ingredienti di qualità con filiera corta direttamente dal produttore. Ecco quindi che tra gli ingredienti si trovano i pomodori di Gagnano, mozzarella di bufala pugliese, friarielli campani, olive taggiasche, trota di San Daniele, mortadella di Bologna del presidio di Slow Food, acciughe e tonno del Cantabrico, capperi di Pantelleria, solo per citarne alcuni. E poi i panini a base di burger di scottona piemontese e salsicce di suini friulani che abbinati ad ingredienti mai banali fanno elegante il piatto; il tutto abbinato a diverse birre artigianali locali. Vi aspettiamo tutti i giorni, tranne il martedì chiuso per turno di riposo, per emozionarvi il palato con le nostre pizze e burger.

È gradita la prenotazione.

Pizzeria Burgeria JL

Via Gemona, 49

a San Daniele del Friuli (UD)

T 0432 940570

e-mail jonnyluanief@dallava.com



L'OTTICA CONVENIENTE

**Occhiali di qualità
dalla fabbrica al negozio**

Vasta scelta con tutti i migliori marchi

Driolassa di Teor (Ud) Tel. e Fax 0432 779487

www.otticabattistutta.it - *Chiuso il martedì*



**NUOVO
PUNTO VENDITA**

PALAZZOLO DELLO STELLA

Via Nazionale 45 - tel. 0431 589692

(Centro Commerciale Stella)

Il piano si articola in tre linee distinte: i progetti Garanzia giovani Fvg, Fvg Progetto Occupabilità e Imprenderò 4.0

CAMERA DI COMMERCIO

LA NOVITÀ

Percorso per il lavoro

Al via a novembre una serie di corsi in aula e in azienda all'interno del progetto Pipol

È pronta a partire una nuova fase di "Pipol", il piano integrato di politiche per l'occupazione e il lavoro, varato in aprile dalla giunta regionale, che in alcune delle sue misure vede impegnata anche la Cciao di Udine, con la sua Azienda Speciale Ricerca e Formazione.

Pipol è un'iniziativa di integrazione delle politiche del lavoro inserita nel periodo di transizione tra le programmazioni comunitarie 2007-2013 e 2014-2020 e riveste proprio per questo un carattere "sperimentale", in funzione di consolidamento dei percorsi da attuare nella nuova programmazione comunitaria, in particolare attraverso il Fondo sociale europeo.

Il piano si articola in tre linee distinte, con diversi destinatari: i progetti Garanzia giovani Fvg, Fvg Progetto Occupabilità e Imprenderò 4.0.

Si è partiti con una fase iniziale di "prima accoglienza", sviluppatasi tra il 1° maggio e il 1° giugno, in cui sono state individuate e "profilate" le persone che saranno coinvolte nelle diverse misure del percorso.

Quindi il programma ha progettato e già avviato una fase di "ri-motivazione" e tirocini, attivando percorsi che mettono al centro le persone coinvolte, tramite 3 ore di incontri comuni e 3 ore individuali, in cui si fanno emergere competenze, attitudini, desideri di formazione e occupazione dei soggetti coinvolti, che vengono motivati e



orientati, tanto all'interno di Pipol, quanto, più in generale verso un percorso futuro di vita e lavoro. «Nell'ambito della collaborazione attuativa, sono stati realizzati numerosi laboratori nei Centri dell'impiego, in cui gli enti di formazione hanno illustrato i servizi formativi che saranno forniti dopo la fase di prima accoglienza, per informare da un lato gli operatori dei Cpi e dall'altro i partecipanti al percorso», ha spiegato

Antonella Vanden Heuvel, coordinatore Einaip e referente dell'Ati 3 di Pipol (proprio quella dei servizi formativi di cui fa parte anche la Cciao di Udine).

Con i primi novembre - ha aggiunto la referente - partirà pertanto la fase di "post accoglienza" e formazione.

Partiranno cioè anche i corsi più articolati, che prevedono qualifiche o percorsi professionalizzanti (con 250 ore aula e 250 stage in

azienda).

Nel frattempo sono state contattate anche tutte le persone (circa una settantina) che hanno manifestato interesse a partecipare a percorsi linguistici all'estero. Si tratta di periodi da 4 a 8 settimane che possono portare anche alle principali certificazioni.

Questa parte progettuale all'estero è riservata a neo diplomati neolaureati - fascia 3 - e occupabili - fascia 5.

PREMIAZIONI DEL LAVORO

Una quarantina di onorificenze

Superano come sempre la quarantina le onorificenze che saranno conferite alla 61esima Premiazione del Lavoro e progresso economico, l'annuale cerimonia che la Camera di Commercio riserva a lavoratori, imprenditori e personalità che hanno reso e rendono grande il Friuli, all'interno e all'esterno dei suoi confini. La prossima edizione andrà in scena alle 15 di lunedì 24 novembre e come sempre la "location" sarà il Teatro Giovanni da Udine, dove accorreranno i premiati con i loro "supporter", ovviamente, abbracciati da tanti rappresentanti delle istituzioni e del mondo economico di tutta la Regione. Assieme al presidente Giovanni Da Pozzo ci sarà la presidente della Regione Debora Serracchiani. La formula della Premiazione vedrà quest'anno anche delle novità, un format rinnovato con il coinvolgimento dei giovani e un ospite ancora top secret.

L'assegnazione dei premi, deliberata dalla giunta camerale, prevede premi all'"impresa" che saranno distribuiti come sempre fra i vari settori e riconoscimenti per l'iniziativa imprenditoriale e per il passaggio generazionale (caratterizzate cioè dalla stessa proprietà e conduzione da almeno 3 generazioni, comprovando la continuità nell'attività). Nella categoria "contaminazione lavoro-impresa" sono previsti 10 premi a lavoratori dipendenti di aziende della provincia con almeno 30 anni di servizio (ogni azienda potrà candidare al massimo due lavoratori). Premi andranno anche alle scuole che abbiano portato avanti un percorso significativo nella formazione degli studenti nell'ottica del loro inserimento nel mondo del lavoro e dell'impresa. Tanti anche i riconoscimenti e i riconoscimenti speciali e per concludere le Targhe d'Oro a personalità friulane che si sono particolarmente distinte in Italia e nel mondo.



Camera di Commercio Udine ricerca & formazione

Azienda Speciale Ricerca & Formazione

Formazione novembre/dicembre 2014

La Camera di Commercio di Udine, attraverso la sua Azienda Speciale Ricerca & Formazione, progetta azioni formative mirate al 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.

RESILIENZA: L'ABITUDINE DI USCIRE DALLE DIFFICOLTÀ CON SUCCESSO

Date: 3 e 17 novembre, dalle 18.30 alle 21.30 **Durata:** 6 ore
Costo: 80,00 euro **Docente:** dott. Stefano Zecchin
Per informazioni e adesioni: daniela.morgante@ud.camcom.it

PARLARE IN PUBBLICO

Data: 10 novembre, dalle 18.30 alle 21.30 **Durata:** 3 ore
Costo: 60,00 euro **Docente:** dott.ssa Dolores Grando
Per informazioni e adesioni: vania.crispino@ud.camcom.it

SAPER LEGGERE L'ESTRATTO CONTO E NEGOZIARE CON LA BANCA

Data: 10 novembre, dalle 18.30 alle 21.30 **Durata:** 3 ore
Costo: 60,00 euro **Docente:** dott. Federico Barcherini
Per informazioni e adesioni: daniela.morgante@ud.camcom.it

L'INTELLIGENZA NEGOZIALE

Data: 10 novembre, dalle 18.30 alle 21.30 **Durata:** 3 ore
Costo: 60,00 euro **Docente:** dott. Giampiero Cidonio
Per informazioni e adesioni: vania.crispino@ud.camcom.it

STRUMENTI E TECNICHE PER GESTIRE IN MODO OTTIMALE LA LIQUIDITÀ IN AZIENDA APPLICANDO METODOLOGIE LEAN

Date: 24 e 26 novembre, dalle 18.00 alle 21.30 **Durata:** 7 ore
Costo: 90,00 euro **Docente:** dott. Francesco Lagonigro
Per informazioni e adesioni: daniela.morgante@ud.camcom.it

ESSERE ORIENTATI AL PROBLEM SOLVING

Data: 24 novembre, dalle 18.30 alle 21.30 **Durata:** 3 ore
Costo: 60,00 euro **Docente:** dott.ssa Dolores Grando
Per informazioni e adesioni: vania.crispino@ud.camcom.it

IMPLEMENTARE LE STRATEGIE DI SUCCESSO: PERCHÉ DECIDERE NON BASTA...

Date: 1 e 3 dicembre, dalle 18.30 alle 21.30 **Durata:** 6 ore
Costo: 80,00 euro **Docente:** dott.ssa Alessandra Gruppi
Per informazioni e adesioni: daniela.morgante@ud.camcom.it

L'ECONOMIA DELLA FELICITÀ

Data: 1 dicembre, dalle 18.30 alle 21.30 **Durata:** 3 ore
Costo: 60,00 euro **Docente:** dott. Stefano Zecchin
Per informazioni e adesioni: daniela.morgante@ud.camcom.it



Imprenderò è un progetto di diffusione della cultura imprenditoriale, intesa come valore da promuovere nella società e vista come preconditione indispensabile per innescare percorsi virtuosi di sviluppo socio/economico. Imprenditoria, dunque, come modello culturale, come risorsa per lo sviluppo, come pratica educativa e formativa.

Proposte per novembre e dicembre:

SEMINARIO Imprenderò 4.0

FAI SMART LA TUA IMPRESA. LE STRATEGIE DEL SOCIAL MEDIA MARKETING

Data: 20 novembre, dalle 9.00 alle ore 18.00 **Durata:** 8 ore
Relatori: dott. Rosy Russo e Davide Nonino
Per informazioni e adesioni: daniela.morgante@ud.camcom.it

CONSULENZE Imprenderò 4.0

PASSAGGIO GENERAZIONALE O TRASMISSIONE D'IMPRESA

Consulenza e accompagnamento personalizzato a partire dal fabbisogno dell'imprenditore uscente o entrante coinvolti nella fase di cessione d'impresa per rafforzarne la dimensione produttiva, organizzativa e finanziaria.

Il Progetto Imprenderò 4.0 è finanziato dal fondo Sociale - UN INVESTIMENTO PER IL TUO FUTURO - Programma operativo 2007/2013 - Asse 2 Occupabilità PPO 2013, Programma specifico n. 8 e dal Programma esterno parallelo del POR FESR 2007/2013 rientrante nel Piano di azione e coesione - PAC - Garanzia Giovani FVG.

Programmi e adesioni online: www.ricercaeformazione.it

 **Vini**
La Delizia.
FRIULANI ECCELLENTI



*...perchè per noi fare vino
è un'arte*



Una blogger friulana svela come è possibile raccontare il territorio e il proprio cibo fuori dai confini locali

TURISMO

L'INTERVISTA

Prodotti più social

La comunicazione sul web è essenziale ai giorni nostri ma ancora poco sfruttata. Ecco le strategie

Oscar Puntel

Rossella Di Bidino è una blogger friulana che vive e lavora a Roma. Nel 2007 decide di creare mache-tiseimangiato.com, un blog dedicato al cibo e al mangiare. All'inizio è stata un'attività quasi amatoriale. Poi la cosa è diventata seria, quasi paraprofessionale, quando è accresciuta in lei la passione del recensire, spiegare, comunicare nella rete delle reti. Un diario fatto di ricette, ristoranti, consigli. Originaria di Coseano, sul finir di Settembre è stata chiamata a Lauco, per "Visione di Carnia", una due giorni di laboratori per insegnare a raccontare il territorio e il cibo, utilizzando i social e il web, nell'ambito del progetto "Carnia Food Design", della cooperativa Cramars di Tolmezzo.

Di Bidino, è possibile veicolare una Carnia più gustosa e succulenta utilizzando i social network?

Partiamo dal concetto che bisogna utilizzarli, questi strumenti. Ho visto esempi interessanti. A Lauco, l'albergo diffuso è su facebook e su twitter, che sono i due social più diffusi. Così come "Giardino commestibile" azienda di Tarcento comunica bene i suoi prodotti su facebook. Manca ancora una presenza su Instagram o Pintarest. Dobbiamo studiare le strategie comunicative di Toscana, che è da molto tempo online e assomiglia al Friuli, e delle Mar-



che, attiva su tutti i social disponibili.

Non basta esserci, però. Infatti. Come non bastano gli slogan. Qui, si è usato per anni "Ospiti di gente unica". Dico; raccontiamola questa "unicità", non è più sufficiente dichiararla. Raccontiamo le storie che ci sono dietro i loro piatti. Ecco prendiamo un piatto tipicamente carnico come i Cjarsons. Come li promuoverebbe con un linguaggio moderno?

L'ho già fatto 4-5 anni fa, con un contest. Ho organizzato una sfida fra blogger. Li ho invitati a confezionare cjarsons, personalizzando il ripieno. Ero partita da quello che diceva il mitico cuoco del Roma, Gian-

co Cosetti: la ricetta cambia di famiglia in famiglia. Quindi ho messo a disposizione le indicazioni di base e 4-5 ricette di Cosetti. Vi avevano partecipato più di 50 blogger: ci fu an-

Il caso dei Cjarsons e dei blecs riportati in una chiave più moderna. E la çacule tradotta in giapponese

che chi preparò un ripieno per intolleranti al latte. Lo stesso ho fatto per i "blecs", raccontando cosa era questo piatto. E senza dare per scontato nul-

la. Un altro esperimento di comunicazione efficace è stata la cena friulana organizzata in un ristorante della Capitale con i prodotti slow food friulani, dal radic di mont ai formaggi all'olio di Resia. Tutto esaurito, con tanta soddisfazione per il ristoratore che ci aveva ospitati.

C'è un aspetto della cucina carnica su cui si può puntare?

Il fatto che unisca più tradizioni. Di primo acchito può sembrare una cucina chiusa, ma è falso. È una commistione di sapori che sono stati elaborati prima a livello locale. Per questo insisto nel dire che bisogna raccontare cosa c'è dietro un piatto, la sua origine.

Quando ha tenuto i suoi laboratori a Lauco, ha portato una sorta di decalogo: dieci "armi" strategiche da usare nella comunicazione. Ci soffermeremo su tre di questi concetti, che lei ha rimarcato. La prima parola è editing.

La scrittura per il web è diversa da quella su carta, perché sul video leggiamo in modo diverso: è una lettura più veloce con parole chiave che attirano l'attenzione. Editing è la fase terminale di quello che uno scrive. Dobbiamo controllare che non ci siano errori di battitura, rileggere quello che abbiamo scritto e cercare di leggerlo come una terza persona e riaggiustare tutto se necessario. Insomma, vuol dire evitare errori di comunicazione. Poi lei dice, ed è la seconda parola: friulano

Possiamo riportare i piatti in lingua friulana, con accanto la traduzione, perché altrimenti chi viene da fuori non capisce; possiamo anche linkare quella parola, dare indicazioni su come si pronuncia.

Durante una delle esercitazioni, avevo dato un articolo da rieditare in chiave web su "Fasin la mede", manifestazione della fienagione sullo Zoncolan. Trovammo la parola "çacule", che non tutte sapevano che volesse dire. Sarebbe il fazzoletto di stoffa che contiene la merenda. E io ho pensato subito al furoshiki giapponese.

Un esperimento divertente anche di traduzione in termini moderni: rende il concetto molto chic.



Rossella Di Bidino

Lei dice anche: basta banalità. Significa andare oltre il "siamo unici e genuini", "siamo gente di frontiera". Che poi è anche un'offesa indiretta verso gli altri: questi ultimi non lo sono?

Della Carnia, cosa le piace? Lo confesso: quando ci torno, faccio un po' la turista a casa mia. Della Carnia, apprezzo i paesaggi, che ogni volta mi colpiscono. E ovviamente il cibo e i formaggi.

Il prossimo prodotto che vorrebbe spingere in modo social?

Senza dubbio il formadi frant. Perché nasce da un misto di formaggi che potevano essere dei semplici scarti e che poi diventano una cosa gustosa. Mi piace l'idea che dagli scarti si è riusciti a creare un prodotto particolare che si contraddistingue anche a rispetto a formaggi più famosi come quelli francesi.

LA RISPOSTA AI TWEET

Turismo Fvg risponde agli operatori

"Più sinergie e promozione online"

Nel numero di settembre di "UdineEconomia" abbiamo pubblicato dieci richieste "flash", di 140 caratteri, degli operatori turistici all'Agenzia regionale TurismoFVG. Risponde il direttore generale Michele Bregant, evidenziando luci ed ombre del settore: "Hanno ragione i singoli operatori ad evidenziare le caratteristiche specifiche delle loro località e a presentarle come meritevoli di valorizzazione e promozione. Leggendo i loro tweet tutti insieme, però, quello che emerge una volta di più è, al di là delle singole eccellenze, l'estrema varietà di contesti paesaggistici e ambientali del Friuli Venezia Giulia, che sottintende una ricchezza di opportunità per lo sviluppo turistico".

Per Bregant "La varietà è uno dei tratti che maggiormente caratterizzano il territorio della nostra regione, accanto ad altri elementi significativi dal punto di vista turistico, come la sua originalità, derivante proprio dalla commistione di tanti elementi diversi, ambientali ma soprattutto storici e culturali, e l'autenticità con cui ancora la regione riesce a presentarsi e che viene effettivamente percepita dai turisti. Questi sono alcuni degli elementi sui cui punterà la strategia espressa nel piano strategico del turismo adottato



dalla Giunta regionale, nel quale sono naturalmente individuati anche gli strumenti di gestione e promozione turistica".

Tale varietà di proposte non sempre lavora assieme, ha rilevato il direttore: "L'analisi effettuata a monte del piano strategico ha rilevato che l'attrattiva turistica del Friuli Venezia Giulia ad oggi è costituita da numerose destinazioni, che operano per lo più in modo autonomo, ognuna con una proposta differente".

"D'altra parte - fa osservare Bregant - le esigenze e le richieste del turista sono molto cambiate in questi ultimi anni spostandosi da un turismo di "destinazione" a uno cosiddetto di "esperienza". È proprio in quest'ottica che il nuovo piano strategico del turismo lancia la propria sfida, ovvero nella creazione di prodotti turistici che coniugano esperienze e destina-

zioni e che siano in grado di soddisfare le richieste specifiche e variegate del turista moderno".

Alla luce di queste richieste di prodotti turistici esperienziali "l'offerta va modulata e definita, quindi soltanto una forte sinergia tra i vari operatori, organizzati attraverso le reti di impresa, può rispondere con efficacia".

"Per raggiungere questo modello turistico è necessario sviluppare una strategia di marketing in grado di generare risultati effettivi, basata sulla disponibilità di prodotti innovativi e su un sistema di accoglienza, promozione, comunicazione e promocommercializzazione moderni, in linea con la domanda. La promozione sarà di conseguenza rivolta a veicolare questi nuovi prodotti turistici in modo mirato, in funzione dei mercati e delle tipologie di turisti, con un insieme di atti-

vità più tradizionali e una nuova o rinnovata strategia di promozione online".

Il web è uno strumento essenziale per il turismo: "È necessario tenere conto che oltre l'80% dei turisti per scegliere la propria vacanza cerca in rete le informazioni necessarie utilizzando strumenti diversi, dai portali di destinazione a quelli di informazione turistica, senza dimenticare i social media. Di conseguenza, il marketing turistico deve prevedere anche un'articolata strategia online. È indispensabile essere presenti sulla rete ed essere riconoscibili nel momento in cui il turista concepisce l'idea di vacanza con proposte adeguate e allettanti per i vari segmenti di domanda".

Proprio in questi giorni l'Agenzia TurismoFVG, di concerto con la Regione, sta completando il piano operativo che ha l'obiettivo di tradurre in azioni concrete le strategie che ho, molto sinteticamente, illustrato finora.

Non ultimo, affinché il piano possa avere successo è indispensabile instaurare una proficua collaborazione con tutti gli operatori del territorio. Ringrazio, quindi, coloro che hanno accettato di partecipare a questo sondaggio perché è anche attraverso semplici azioni come questa che si può raggiungere una sinergia efficace.

Tiziana Melloni

I DATI

L'exploit di Udine: + 11% di presenze

Sono stati presentati il 7 ottobre scorso i dati sul turismo in Friuli Venezia Giulia durante il periodo estivo: soffre la montagna, reggono le spiagge, crescono le città, in particolare Udine. Per quanto riguarda gli arrivi turistici, ovvero il numero di clienti, italiani e stranieri, ospitati negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari) nel periodo maggio-agosto 2014, complessivamente il Friuli Venezia Giulia "tiene", facendo registrare un +1% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Meno bene le presenze turistiche, cioè il numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi (alberghieri o complementari): siamo a -2,8% rispetto al 2013. Se si entra nel dettaglio emergono indicazioni interessanti, che fanno intravedere possibili percorsi per uno sviluppo non convenzionale dell'offerta turistica nella nostra regione. Anzitutto l'"exploit" di Udine, con +8,8% di arrivi e +11% di presenze, equamente distribuite tra italiani e stranieri; qui è stata determinante la qualità delle manifestazioni e l'offerta di carattere culturale. Va bene anche Pordeone (+5,3% arrivi e +0,4% presenze: il capoluogo occidentale si caratterizza per gli arrivi fieristici) e tiene la "classica" Trieste (+0,8% arrivi e +0,1% presenze); meno bene tra le città Gorizia, con -9,9% arrivi e -14,2% presenze, scontando la vicinanza di una Nova Gorica in cui l'attrazione dell'intrattenimento legato al gioco va per la maggiore.

Tra le località di montagna, nel calo complessivo fa eccezione Piancavallo che vede un +7,8% tra le presenze, località premiata da un'offerta mirata sui gruppi sportivi. Passando alla tipologia di turisti, si vede come le spiagge restino l'attrattore principale per un turismo familiare proveniente dall'Est Europa. La piccola riduzione delle presenze estere è dovuta alle troppe giornate di maltempo di quest'estate. E sono proprio gli stranieri le provenienze dall'Italia hanno tutte segno negativo. In particolare, segna una forte battuta d'arresto il turismo locale: i concittadini regionali hanno ridotto gli arrivi del 10,7% e le presenze del 13,2%, mentre dal vicino veneto il calo è rispettivamente del 5,1 e del 7,7. Tra gli stranieri, ovvia la drastica discesa degli arrivi da Ucraina e Russia, nazioni coinvolte in un sanguinoso conflitto. Guidano invece la classifica, come da tradizione, gli "ex imperiali": Austria, Ungheria, Repubblica Slovacca, Repubblica Ceca. A sorpresa emergono gli inglesi (+7% sia per arrivi che per presenze) e c'è un "picco" di presenze USA (+10,4%). Tra le tipologie di accoglienza, decollano le nuove proposte - alberghi diffusi, residenze turistico-alberghiere e B&B - mentre fanno più fatica i rifugi alpini e l'offerta tradizionale (hotel, affittacamere, campeggi).

T.M.

Non solo una questione di etichette. C'è la carenza di una tipologia di vino "simbolo" come, per esempio, il Chianti in Toscana

AGROALIMENTARE

L'INTERVISTA

A caccia di un'identità

Il vigneto friulano soffre di un problema di riconoscibilità fuori dai confini

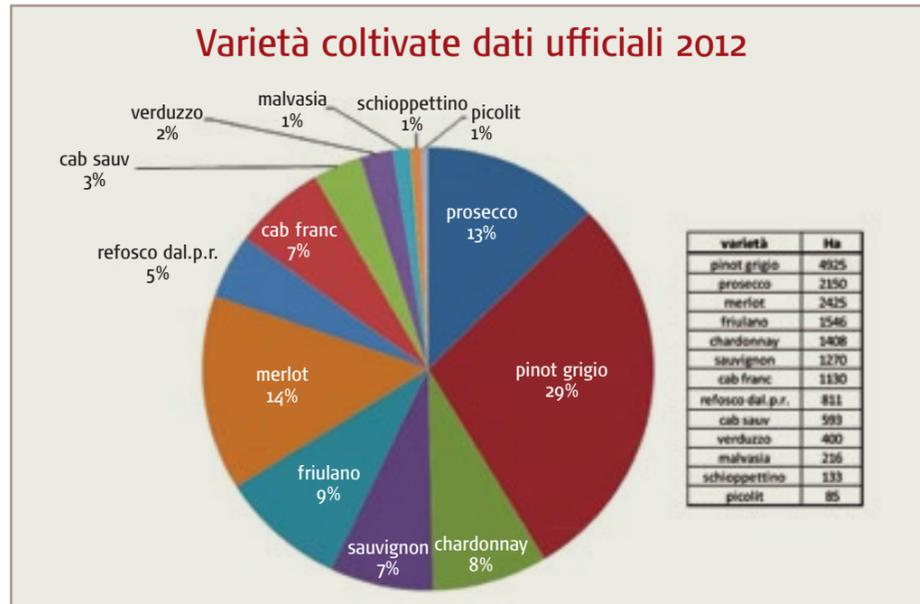
Luciano Patat

Creazione di un marchio "Dop Friuli", coordinamento unico per il vino, un'azione di promozione più incisiva e una maggior riconoscibilità al di fuori dei confini nostrani. Queste, secondo Michele Bertolami, direttore del Ceviq di Udine, le rotte da seguire per assicurare un futuro più radioso al comparto vitivinicolo della nostra regione.

Oggi, il Friuli Venezia Giulia (dati 2013) produce appena il 4% del vino su scala nazionale, con circa 1.349.606 ettolitri complessivi.

In più, negli anni si è consolidata la tendenza a puntare in maniera decisa sulla produzione Igp, che oggi costituisce circa il 70%, a scapito di Doc-Docg. «In passato - sottolinea Bertolami - i coefficienti erano opposti. Quali le cause? Anzitutto, perché un vino Igt si vende più facilmente, per motivi di prezzo e perché è considerato "meno impegnativo" sotto diversi punti di vista; poi, perché ha costi di certificazione inferiori. Inoltre, non va dimenticato che questa tipologia di prodotto ha un coefficiente di produzione pari a 190/230 quintali per ettaro, mentre quelli Doc si fermano a 100/130».

Il Ceviq è nato nel 2009 ed è una Srl che vede il coinvolgimento, tra gli altri, di Camera di Commercio di Udine, Consorzi



per la tutela dei Vini Doc e associazioni di categoria. È accreditato Accredia Uni En 45011 ed è incaricato delle verifiche dal Ministero delle Politiche agricole. Oltre alla sede centrale di Udine, è operativa quella distaccata di Corva di Azzano X. Ceviq oggi si occupa di certificazione e controlli di qualità per circa 1.000 aziende sul territorio regionale, con migliaia di campioni analiz-

zati ogni anno, 3.400 dei quali legati a Doc e Docg. La novità per il 2015 sarà rappresentata dalla possibilità di certificare da gennaio anche i vini biologici.

Tornando all'analisi sul "vigneto Fvg", Bertolami imputa la scarsa conoscenza fuori dai nostri confini a un problema di riconoscibilità: «I nostri Igp - evidenzia il direttore - sono etichettati come "Venezia

Giulia" e "Delle Venezie". Il nome "Friuli" non compare e così sparisce la nostra identità, come accade per esempio sulle cisterne che finiscono in Veneto, dove siamo forti conferitori. Ciò crea problemi ai nostri tanti bravi produttori, costretti a "subire" prezzi più bassi».

E poi, c'è anche la carenza di una tipologia di vino "simbolo" (come, per esempio, il Chianti

IN CIFRE

Igp al 70%

1.349.606 ettolitri complessivi prodotti in Fvg

Produzione al 4% su scala nazionale

Igp al 70%

3400 campioni Doc e Docg analizzati da Ceviq



Michele Bertolami (direttore Ceviq Udine)

in Toscana) e che sia prodotta in quantità massiccia sul territorio: in Fvg, a "farla da padrone" è il Pinot Grigio - con una quota del 29% nel 2012 -, una varietà diffusa anche altrove e quindi non caratteristica. «Sarebbe auspicabile aumentare certi tipi di produzione autotoni (Friulano, Ribolla gialla, Refosco, Schioppetino) così come auspico che si crei una "centrale unica del vino" slegata da logiche partitiche, visto che a ogni cambio di assessore regionale spesso la rotta viene mutata. Bisognerebbe creare una squadra di persone competenti, che si dia obiettivi a lungo

termine». Fondamentale, quindi, anche la creazione di una "DOC Friuli": «Mancano circa 300 firme, ma speriamo diventi operativa per la vendemmia 2016, se non prima».

A proposito di vendemmia, quali saranno gli effetti del maltempo estivo sulla produzione 2014? «È azzardato fare previsioni - conclude Bertolami -, però credo che otterremo comunque vini non particolarmente alcolici, ma freschi, di buon contenuto aromatico e comunque di qualità».

Ma lo vedremo nei prossimi mesi nel corso delle nostre commissioni di assaggio».

AQUILA DEL TORRE

Riconoscimento di vino slow

Una sensibilità bio

La qualità prima della quantità, la valorizzazione di vitigni antichi, il coraggio di intraprendere metodi di coltivazione biologica, la sostenibilità ambientale: sono alcuni dei punti di forza che contraddistinguono e caratterizzano la cantina Aquila del Torre.

Qualità che sono state riconosciute anche dal mondo enologico che ha attribuito all'azienda premi prestigiosi come il riconoscimento di vino slow da parte di Slow Wine 2015, ad Aquila del Torre Picolit DOCG 2012, unico vino dolce friulano premiato dalla guida, o l'inserimento tra i vini selezionati dall'Istituto Italiano di Cultura di Parigi e di Vienna per rappresentare il Friuli Venezia Giulia. Un'azienda, a conduzione familiare, ma che ha visto crescere il fatturato del 30% grazie ad un attento lavoro di export rivolto sia ai mercati tradizionali ma anche a quelli emergenti. La certificazione, arrivata dalla vendemmia 2013, ha infatti aperto alla cantina prospettive interessanti: "Produciamo all'incirca 60 mila bottiglie l'anno, - ha commentato Francesca Ciani, Responsabile Ospitalità Oasi Picolit - destinate per lo più ai mercati stranieri. Alcuni, anche nuovi come la Colombia, dove il nostro prodotto è molto apprezzato, altri come gli Stati Uniti, in particolare in California, dove c'è molta sensibilità per i prodotti bio. Stessa cosa anche per il Canada dove, non avviene vendita diretta ma tramite monopolio, e il nostro vino è stato apprezzato sia per la



certificazione sia per l'attento studio della bottiglia che pesa meno di 400 grammi, elemento indispensabile per accedere a questo mercato. A questi si uniscono Germania, Austria e Paesi Bassi con cui lavoriamo molto bene anche con la vendita diretta in azienda. Molti clienti, infatti, una volta assaggiato il vino vengono in Friuli per acquistarlo direttamente da noi, grazie anche alle nostre strutture ricettive. L'azienda, infatti, è circondata da una riserva naturale di rara bellezza, che abbiamo chiamato Oasi Picolit." Aquila del Torre, infatti, che si trova a Savorgnano del Torre, area da sempre coltivata con i preziosi vitigni di Picolit, ha anche grandi progetti collegati alla riqualificazione delle strutture ricettive presenti in azienda, alcune ancora da sistemare, così come la valorizzazione e la tutela dei 60 ettari di bosco che circondano i 20 ettari di vigneto. Un punto di forza dal valore inestimabile. "Vorremmo diventare una realtà autonoma dal punto di vista energetico utiliz-

zando i cippati e gli scarti che potremmo ricavare dalla pulizia del bosco. In più una volta sistemato, ci piacerebbe inserire dei percorsi al suo interno, che mettano in luce le bellezze paesaggistiche del nostro territorio. Così facendo, la scelta di produrre biologico non si fermerebbe solo per i metodi di vinificazione ma si espanderebbe anche per la tutela del territorio e per l'autonomia energetica oltre che per il reinserimento in natura di ossigeno." La cantina si caratterizza per due linee di prodotti: At, di vini fermentati e affinati in acciaio e affinati in bottiglie di Friulano, Sauvignon Blanc, Riesling, Merlot e Refosco, e le Selezioni con vini provenienti dalle migliori uve, meticolosamente selezionate a mano, dei vigneti più vecchi, presenti in azienda con bottiglie di pregiati Picolit, Verduzzo Friulano e Oasi, varietà di Picolit, e il rosso Solsire. Tra i cru il Rone di Miez, selezione di Friulano, e Vit dai Maz, selezione di Sauvignon Blanc.

Luciana Idelfonso

LIVON

L'amore per la tradizione

50 anni di qualità

Tradizione, passione, esperienza. Sono queste le parole che raccontano la storia dell'azienda Livon che, sabato 6 settembre, prima nel vigneto Braide Alte sul Collio e, a seguire, nella splendida location di Villa Chiopris, ha festeggiato i cinquant'anni di attività alla presenza di autorità, giornalisti e di tutta la rete commerciale italiana ed estera.

Le celebrazioni dell'anniversario hanno infatti coinvolto circa 250 ospiti provenienti da numerosi paesi del mondo.

La realtà guidata da Valneo e Tonino racconta una bella storia italiana, cominciata nel 1964 da Dorino Livon con l'acquisto di un primo appezzamento in quel lembo estremo che rappresenta l'ultimo baluardo d'Italia verso l'Europa dell'Est: il Collio. Ad aprire i festeggiamenti sono state proprio le immagini realizzate per

l'occasione dalla Clarius Film, presto disponibili on-line, che hanno saputo raccontare, attraverso gli occhi e le parole di Tonino e Valneo Livon, la grande storia di questa famiglia. Cinquanta anni di lavoro duro ed intenso allo scopo di produrre vini di qualità. Vini oggi conosciuti

Una storia cominciata nel 1964 da Dorino Livon con l'acquisto di un primo appezzamento nel Collio

in tutto il mondo ma che nascono dalla passione e dall'amore per la terra e la tradizione. Una eredità importante, che le nuove generazioni sono pronte a portare avanti seguendo quei valori - famiglia, qualità, passione e importanza delle proprie radici - con i quali si può arrivare dovunque.



I festeggiamenti alla presenza della Presidente Serracchiani

Un momento di festa che ha coinvolto tutto il Friuli, come ha dimostrato la presenza della Presidente della Regione Friuli Venezia Giulia Debora Serracchiani, del Vice Presidente della Regione Sergio Bolzonello, del Presidente del Consiglio Regionale Franco Iacop, del Presidente della C.C.I.A.A. di Udine Giovanni Da Pozzo, del Presidente degli enologi della regione Rodolfo Rizzi e dei Sindaci dei vari Comuni. Nel corso della giornata si è svolta anche l'intronizzazione della Presidente Serracchiani quale nuovo membro del Ducato dei Vini Friulani, associazione culturale fondata 42 anni fa da un gruppo di uomini di rilievo e di cultura tra cui Dorino Livon e che oggi annovera tra i propri membri Valneo. Ad assegnare il titolo alla Presidente Debora Serracchiani è stato il Duca Piero Villotta, supportato dalla Corte Ducale. Un riconoscimento che ha sottolineato l'importanza della viticoltura per l'economia dell'intera Regione. Un'occasione in cui la Presidente Serracchiani ha voluto evidenziare come in 50 anni di storia la famiglia Livon abbia dimostrato di saper fare sistema e lavorare tutti assieme. Un modello che ha creato una bella storia italiana e che può essere un esempio per l'intera Regione. Una festa familiare che Valneo e Tonino Livon hanno dunque voluto trasformare in un vero omaggio al Friuli, al Collio e a tutti coloro che questa terra la vivono e la amano.

A tu per tu con il vincitore dell'edizione americana di Masterchef. Nel suo libro tante ricette del nostro territorio

AGROALIMENTARE

L'INTERVISTA

Ambasciatore del Friuli

Ha reso famoso il frico negli Usa. Ora Luca Manfè è pronto ad aprire un ristorante di cucina friulana

Adriano Del Fabro

Avianese di nascita, trapiantato a New York da quasi dieci anni (a Brooklyn). Luca Manfè (32 anni) è il primo italiano a vincere l'edizione Usa della sfida televisiva di Masterchef. Davanti ai tre giudici: Gordon Ramsey, Graham Elliot e il "nostro" Joe Bastianich, ha sbaragliato l'agguerrita concorrenza senza aver timore di proporre anche le "scon-

Nel futuro di Manfè ci sono i ristoranti e una catena di gelaterie



sciute" ricette friulane. Attivo, fino a ieri, come manager di ristoranti, Luca ha vinto l'edizione della quarta stagione andata in onda da maggio a settembre 2013 sugli schermi d'oltreoceano (e attualmente riproposta da Cielo, in chiaro, in Italia).

Alla puntata finale erano presenti, oltre alla moglie Cate, anche la sorella Milena e il papà Ferruccio volati negli States da Aviano dove, oramai, Luca è diventato una star. In quella occasione, per battere la sua rivale, Natasha Crnjac, il giovane friulano ha preparato un antipasto di fegato d'anatra, un brasato di costolette di manzo con glassa di tamarindo e aceto balsamico e una panna cotta di basilico con marmellata di pomodori (dall'italico effetto tricolore...).

In attesa di realizzare i suoi sogni con i 250mila dollari vinti a Masterchef, gestisce una catena di catering ("A dinner with Luca") e, a maggio 2014, ha pubblicato

il suo primo libro di ricette: "My italian kitchen". L'abbiamo contattato per rivolgergli alcune domande su questa sua straordinaria esperienza americana e farci fare un regalo...

Come è nata l'avventura della partecipazione a Masterchef Usa?

Come tutti, guardavo il programma in televisione e ho sempre pensato fosse uno show adatto a me. Ho fatto le selezioni per la terza stagione.

Sono entrato nei primi cento, ho cucinato di fronte ai giudici, ma chef Gordon Ramsey mi ha detto che non ero pronto, di tornare a casa e continuare a cucinare e di ritornare l'anno dopo. Nonostante la delusione, mi sono rimesso ai fornelli e, a dirla tutta, alla lunga è stato un grande vantaggio che mi ha dato la possibilità di prepararmi per un anno intero. La selezione non è stata dura, ma entrare nella cucina di

Masterchef, nei primi venti è stato molto stressante. A distanza di parecchi mesi, che cosa è rimasto di quella sudata vittoria?

È rimasta la grande soddisfazione di aver portato a casa un titolo così importante.

La ricetta "vincente" del Frico: 30% di cipolla, 30% di patate, 40% di Montasio. "Ma ora ho cambiato la versione"

Primo non americano, primo uomo e soprattutto primo italiano! È stato un bel trampolino di lancio!

Nel suo passato c'è il Friuli. Nel presente c'è questa vittoria e una moglie americana. E nel suo futuro prossimo? Nel futuro ci sono i restoran-

ti e una catena di gelaterie. Qual è il rapporto attuale con la sua terra d'origine e i suoi prodotti agroalimentari?

Io sono innamorato del mio Friuli e anche dell'Italia in generale. Ogni volta che sono in giro per l'Italia per lavoro o per vacanza ingrasso sempre perché approfitto e mangio di tutto. Una bella grigliata di pesce sull'Adriatico, una carbonara a Roma e, chiaramente, frico a casa mia. La cosa che è diventata veramente una prelibatezza, perché in America non si trova della stessa qualità, è il prosciutto crudo di San Daniele!

Visto da qui, potremmo considerarla un ambasciatore del "Made in Friuli" in America? Certo, assolutamente.

Nel mio libro ci sono molte ricette tipiche nostre, dal frico al muset con la brovada. Ma anche aver cucinato il frico in semifinale ha dato una bella spinta per far conoscere il nostro piatto tipico!

Il mio primo ristorante sarà di cucina friulana e speriamo di rimanere ancora in televisione. Quello aiuterebbe molto a far conoscere la nostra regione agli Americani. Ci regala la ricetta esatta con cui è arrivato alla finale della sfida televisiva? Il suo famoso frico?

Quella che ho fatto in semifinale a Masterchef è molto semplice: 30% di cipolla, 30% di patate, 40% di Montasio. Adesso l'ho cambiata un po'. Prima grattugiavo le patate a crudo adesso le taglio a dadini e le salto in padella. Cipolla bianca appassita per 20-30 minuti e tre stagionature di Montasio: 60 giorni e 6 mesi tagliati a dadini e 15 mesi grattugiato.

E poi chiaramente, se le trovate in latteria, mettete sempre un po' di "strisulis". Mandi.

E' partito il Friulano on tour

È partita il 20 ottobre, da Amsterdam, la quarta edizione della rassegna "Friulano on tour". Un percorso di promozione del "Friulano" e degli altri vini della regione nelle principali capitali europee, rivolto a una selezione di alcune decine di aziende del territorio e riproposto dal Consorzio delle Doc-Fvg, su incarico dell'Agenzia regionale per lo sviluppo rurale - Ersr e in collaborazione con Turismo Fvg. Le aziende che hanno confermato la loro adesione al Tour promozionale sono 46, provenienti da 27 comuni diversi della quattro province regionali.

«I mercati da presidiare - spiega Pietro Biscontin, presidente del Consorzio delle Doc-Fvg - sono stati scelti in base alle indicazioni suggerite dai produttori stessi. Le strade migliori per promuovere i nostri vini sono due. La prima è quella di costruire momenti d'interesse capaci di portare gli opinion leader sul nostro territorio, come abbiamo fatto nei mesi scorsi; la seconda è quella di andare noi stessi incontro agli operatori stranieri e coinvolgerli direttamente nella conoscenza dei nostri vini. In questo senso, la partecipazione a "Friulano on tour" ha un valore strategico in chiave di esportazione dei nostri prodotti di alta qualità verso mercati più recettivi di quello italiano, abbastanza stagnante». La prima tappa, all'Hotel Sofitel Legend the Grand, è stata realizzata in collabora-

zione con il Consorzio "I Vini del Piemonte" e la Strada del Vino del Barolo al fine di proporre la presenza di una selezione di aziende piemontesi, ampliando così la promozione congiunta di due realtà vitivinicole italiane d'eccellenza. A seguire, il 21 ottobre il Tour ha fatto tappa a Bruxelles (all'Antient Palais du Vin); il 27 a Colonia (al Rheinloft) e il 29 a Londra (all'Hotel Méridien Piccadilly). All'appuntamento inglese ha partecipato pure



l'influente "Master of Wine" Peter McCombie che ha lavorato, anticipatamente, alla selezione dei Pinot grigio friulani presentati nell'occasione agli operatori locali. Per chiudere, il Tour farà sosta a Copenaghen, il 13 novembre, presso la più importante Scuola di management della ristorazione del Nord Europa dove toccherà all'influente giornalista danese, Jørgen Mønster Pedersen, il compito di presentare i nostri vini.

IL RISTORANTE DEL MESE We love sushi



il giapponese, maestro di sushi, abita in via Gemona. La brasiliana, trascinatrice di locali, viaggia negli ultimi anni tra Udine e Lignano. Incroci del mondo globale. A Udine, in via Mercatovecchio, lì dove aveva costruito una storia breve e intensa il Barcollo, c'è ora "We love sushi". I soci? Federico Vinci, gestore di negozi di abbigliamento in città (a partire dal Vinci Street di Riva Bartolini), Jaqueline Pinheiro da Bahia e Stefano Bosco, proprietario dell'etichetta discografica internazionale "Sound of pirates": i contatti, e il lavoro, arrivano fino al rapper Pitbull. L'idea nasce da Stefano che nei suoi viaggi musicali ha

memorizzato le formule vincenti dei sushi bar. Jaqueline, nella seconda metà della giornata in cui non serviva spritz aperol e mojito, ha lavorato con Federico. Il risultato è l'unione di intenti che è servita a riaprire uno spazio vissuto intensamente dagli udinesi e che ora cavalca la moda, ma anche il piacere per tanti, del piatto forte della gastronomia giapponese. A realizzare capolavori anche di estetica, con ingredienti rigorosamente made in Giappone, è Masato Fukajama, il maestro di Tokyo. «Dopo una lunga ricerca nelle grandi città - racconta Vinci - abbiamo perfino messo un annuncio su "subito.it". E, incredibile, abbiamo

La magia della cucina giapponese

trovato quello che cercavamo proprio a Udine: Masato ci viveva da un anno e mezzo, impegnato in corsi ai privati ovviamente di sushi. Si è presentato come esperto della materia, critico della cucina giapponese, disponibile a lavorare. Gli abbiamo chiesto una dimostrazione

L'idea è nata da tre soci che arrivano dal mondo della moda e della musica. E ora si punta a una catena in franchising

e non abbiamo avuto dubbi: era l'uomo giusto per noi. Un "mago" capace anche di realizzazioni coreografiche con la materia prima che maneggia ogni giorno». Masato è noto in Friuli anche perché, dopo aver studiato lo shiatsu per gli uomini, ha appreso pure l'arte di quel massaggio sugli animali. Sui cani in particolare. Pure loro, assicura, hanno una capacità di autoguarigione

naturale. Masato, al sushi bar di via Mercatovecchio, lo vedi dopo il bancone, dietro un'ampia vetrata, "costruire" un menù a quattro voci. Ci sono gli Uramaki, rotolini di riso con il cuore condito con pesce crudo abbattuto a meno 20 gradi per più di 24 ore e aggiunta di spezie (le varianti sono California roll, Alaska, Tonno e Vegetariano). Quindi gli Usumaki, rotolini ancora più piccoli di alga con riso e cuoricino di pesce (Tonno, Salmone, Gambero e Seppia). E ancora i Gunkan, vassoietti di riso, alga e impasto di tartara (Neghitoro, Tartar salmone, Cocktail shrimp, Vegetariano). E infine i Nigiri, una sorta di polpetta di riso con filetto di pesce (Tonno, Salmone, Orata e Gambero).

Mix anche di avocado, carota, basilico, erba cipollina, limone, capperi, prezzemolo. Evidente l'attenzione rivolta anche ai vegetariani che possono trovare insalate, sandwich e tramezzini pensati per loro.

L'offerta si completa con quella di un bar classico - tostone, tramezzoni -, «sempre però sull'onda della qualità che si deve vedere sempre, come si capisce dalla scelta di mettere Masato e la sua arte "in vetrina"», sottolinea Vinci. Al tavolo è poi possibile ordinare, oltre al sake, birre speciali giapponesi e succhi di frutta biologici. "We love sushi" (0432/229892, sito e pagina Facebook) è aperto dalle 8 del mattino alle 11 di sera, tutti i giorni tranne la domenica. Il loca-

le mette a disposizione una cinquantina di coperti e, per accompagnare il cibo, le migliori etichette di vino locale, con escursione anche tra Franciacorta e champagne. E' Jaqueline a occuparsene. «Siamo partiti con etichette base di alto livello, anzi con i migliori vini di quelle etichette, pronti però alle selezioni a seconda dei gusti del cliente», spiega ancora Federico. Un cliente molto vario: bancari, imprenditori, professionisti, politici, calciatori, universitari. Colpiti da una proposta diversa da quella classica del territorio: il sushi nella patria del frico. "We love sushi" punta non a caso a radicarsi: «Abbiamo creato e registrato il marchio, può diventare un franchising. Per adesso ci concentriamo su questa prima vetrina che occupa, tra amministratori e collaboratori, sei persone». Più divertente vendere giacche e pantaloni o riso e pesce crudo? «Due mondi molto lontani, ma hanno a che fare entrambi con il pubblico. Ed è quello che conta».

Marco Ballico

Un mercato di nicchia in notevole espansione.

INNOVAZIONE

SPIN OFF

Nutrizione animale

“Nutrigene” si occupa dell’interazione tra alimenti ed espressione genetica dei migliori amici dell’uomo

David Zanirato

Sono le farmacie, le cliniche veterinarie ed i Pet Shop altamente specializzati i target verso i quali guarda “Nutrigene”, lo Spin Off dell’Università di Udine che si occupa di ricerca e sviluppo nel settore della genetica animale e della nutrizione, con particolare riferimento all’interazione fra nutrienti, espressione genetica e risposta biologica degli animali da reddito e da compagnia.

“Nel 2008 in Dipartimento stavano lavorando sulla nutrigenomica applicata agli animali – racconta il professor Bruno Stefanon, docente di nutrizione, genetica e biotecnologie nonché fondatore e CEO di Nutrigene – e da lì è nata l’idea di studiare dei prodotti dedicati agli animali per salvaguardare il loro diritto di essere rispettati nella loro natura e nella loro specificità, attraverso una corretta alimentazione in funzione delle rispettive caratteristiche genetiche”.

Ecco quindi si è iniziato a cercare dei partner per completare il triangolo ricerca-produzione-marketing; successivamente però il supporto di queste due componenti è venuto meno ed il partenariato si è modificato con l’ingresso di due figure molto più attente alle innovazioni di prodotto, Misa Sandri e Luna Sandri, rispettivamente impegnate nella ricerca e nel marketing.

Dal canto suo Stefanon, impegnato da molti anni nello studio dei nutraceutici nell’alimentazione degli animali e dell’uomo, attraverso le sue ricerche ha contribuito allo sviluppo del concetto di “nutrigenomica”, chiarendo alcuni dei meccanismi molecolari e cellulari che regolano l’attività e l’effetto dei composti funzionali contenuti nei nutraceutici e negli estratti ve-



getali con attività fitoterapica. “Oltre agli studi scientifici, il nostro lavoro è ispirato dalla passione per gli animali – aggiunge ancora Stefanon – con particolare attenzione al loro benessere nell’ambiente in cui vivono, considerando anche il rapporto animale-uomo: rendere più semplice al proprietario la gestione del proprio animale è uno strumento per facilitare e rafforzare il loro legame”.

Dal 2011 l’attività si è rimessa in moto: “Progettiamo e prepariamo alimenti complementari e completi, premisce e integratori per il mantenimento della salute, per la prevenzione e per il supporto terapeutico delle malattie e delle condizioni fisiopatologiche degli animali da compagnia e da reddito (principalmente cani e gatti), prendendo in considerazione anche le loro caratteristiche genetiche”.

I servizi offerti da Nutrigene si rivolgono anche ad Aziende e Professionisti per trasferire al mondo produttivo nuove conoscenze scientifiche e tecnologiche nel campo della nutrizione e del benessere animale. “Come società abbiamo

partecipato a diversi progetti Por-Fesr, i prodotti sono stati appena completati – riferisce ancora il professor Stefanon – e ci sono già significativi contatti commerciali che si dovrebbero concretizzare entro il 2015, permettendoci di triplicare il fatturato.

La nostra è una nicchia di mercato individuata a fine 2010 grazie ad una corretta intuizione, oggi lo stesso settore si sta popolando di prodotti che millantano proprietà o vantaggi nutrizionali particolari ma che non hanno alle spalle una valutazione scientifica in loro supporto e per questo saremo avvantaggiati”.

Attraverso l’area “progetti”, Nutrigene si sta impegnando anche in favore dell’uomo, attraverso “Nutriheart”, che punta allo sviluppo di nuovi prodotti e servizi quali cibi funzionali, diete personalizzate, integratori, nutraceutici e kit per la diagnosi precoce che consentano il riconoscimento di varianti genetiche di rischio e di nuovi biomarker per le patologie cardiovascolari nell’uomo. Nutriheart ha anche l’obiettivo di migliorare l’educazione alimentare e di costruire buone basi per il disegno di nuove strategie terapeutiche.

Tra i partner ci sono altre realtà del territorio come CBM, Euroclone, Illy, G&Life, l’Università degli Studi di Trieste, il Burlo Garofolo, l’Area Science Park, Friuli Innovazione ed il Polo Tecnologico di Pordenone.

“L’applicazione delle nuove tecnologie di analisi del DNA ha permesso di valutare le varianti genetiche correlate al rischio cardiovascolare – ricorda Stefanon – e lo scopo finale di questo tipo di progetti è infatti di sviluppare un approccio di medicina personalizzata per la cura dei pazienti e per prevenire l’insorgenza di malattie specifiche”.

BREVETTO

Il supporto virtuale per i registi

Si chiama “Director’s lens” (letteralmente amministratore delle lenti), il brevetto registrato dal 2013 negli Stati Uniti da un gruppo di ricercatori, tra cui Roberto Ranon – docente di Grafica 3D del Dipartimento di matematica e informatica dell’Università di Udine – e pensato per fornire un supporto virtuale intelligente ai registi ed animatori cinematografici. “L’idea – racconta Ranon – nasce nel 2010 grazie ad una collaborazione internazionale tra l’Università di Udine, due ricercatori francesi (William Bares e Marc Christie) ed un membro della Inria, l’Istituto nazionale francese per la ricerca in informatica e nell’automazione (Christophe Linon), tutti impegnati nella “cinematografia virtuale”. Si tratta della branca che racchiude la realizzazione di film totalmente a computer (in stile Pixar), quelli parzialmente virtuali (è il caso di Avatar per metà virtuale e per metà live-action), ma anche delle pellicole tradizionali che però si servono di produzione al computer per ricostruire certe scene, per decidere i posizionamenti delle telecamere e degli attori, per risolvere in definitiva i problemi organizzativi della pre-produzione e così risparmiare sui costi”. In sostanza il brevetto prevede un software che è in grado di collaborare e proporre al regista una serie di soluzioni per camere da presa e montaggio, seguendo sempre e

comunque i dettami classici della cinematografia. Il tutto si concretizza in una finta camera che si muove nell’ambiente e riproduce gli scenari che si vogliono testare. “Inria sta completando ora un lavoro di ingegnerizzazione del brevetto – specifica ancora Ranon – attraverso un “plugin” integrabile ai principali programmi di montaggio video per i computer, in ma-



niera tale da allargare la platea dei fruitori, come per esempio i videomaker amatoriali e non solo”. La filosofia del brevetto infine sta per essere declinata anche in un altro progetto: “stiamo lavorando – svela ancora Ranon – in collaborazione con il dipartimento dell’aviazione americana, per un applicativo che ricostruisca e spieghi le procedure di sicurezza dell’evacuazione dagli aerei; un lavoro di due anni che permetterà di analizzare e risolvere le criticità che si vengono a creare in casi di emergenza negli aerei”. (d.z)

IL BANDO

5 milioni di euro per le imprese

Cinque milioni di euro in agevolazioni per la valorizzazione di disegni e modelli industriali: è l’ammontare delle risorse a disposizione di micro, piccole e medie imprese italiane previsto dal bando denominato “Disegni+2”. L’iniziativa è promossa dall’Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo Economico e da Unioncamere, cui spetta anche il compito di curare gli adempimenti tecnici e amministrativi per l’istruttoria delle domande e l’erogazione delle agevolazioni previste. Le agevolazioni sono finalizzate all’acquisto di servizi specializzati esterni per favorire da un lato la messa in produzione di nuovi prodotti correlati a un disegno/modello registrato, dall’altro la commercializzazione di un disegno/modello registrato. Nel primo caso l’importo massimo dell’agevolazione è pari a 65 mila euro, nel secondo caso a 15mila. Le domande di agevolazione possono essere presentate a partire dal 6 novembre 2014 e fino all’esaurimento delle risorse disponibili. Le spese ammissibili sono specificate nella versione integrale del bando, disponibile, con tutta la relativa documentazione per la presentazione delle domande, sui siti del Ministero dello Sviluppo Economico www.sviluppoeconomico.gov.it e di Unioncamere www.unioncamere.it ed in particolare sul sito www.disegnipi2.it.



Camera di Commercio
Udine

MARCHI BREVETTI DISEGNI COME DIFENDERLI

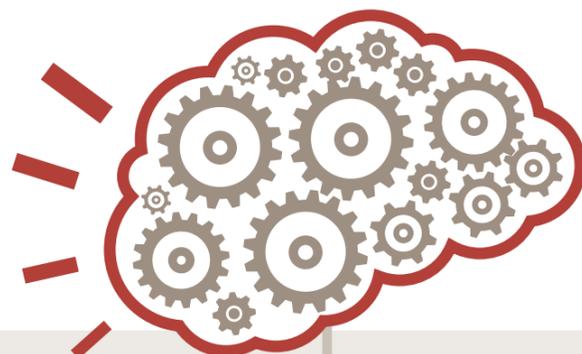
Nuovo Punto Orientamento Proprietà Intellettuale, un esperto risponde

Servizio di consulenza sui principali aspetti legati al deposito e alla tutela di un titolo di proprietà industriale allo scopo di valorizzare e tutelare la propria idea imprenditoriale e capire prospettive e benefici:

- modalità e costi del deposito di un marchio brevetto disegno in Italia o all’estero;
- indicazioni sulle ricerche nelle banche dati nazionali e internazionali;
- ricerche esplorative volte a supportare la verifica della novità e brevettabilità dell’idea;
- assistenza informativa specialistica per la tutela della proprietà industriale sui mercati e sugli strumenti di protezione più adeguati all’idea proposta.

Presso l’Ufficio Brevetti e Marchi della Camera di Commercio di Udine è attivo il servizio di orientamento in materia di proprietà industriale, rivolto all’imprenditore che vuole valorizzare e tutelare la propria idea imprenditoriale ma anche all’inventore e a coloro che vogliono conoscere gli strumenti a disposizione per sfruttare al meglio le proprie idee innovative.

Ufficio Brevetti e Marchi
Cciaa di Udine - Via Morpurgo 4
tel. 0432 273 271 / 255
brevetti@ud.camcom.it - www.ud.camcom.it



Il servizio si avvale della collaborazione di consulenti in proprietà industriale iscritti al relativo ordine ed aderenti all’iniziativa. **La consulenza è gratuita.**

I titoli di PI: strumenti di innovazione

I titoli di Proprietà Industriale costituiscono per le imprese un importante strumento da tutelare e valorizzare: marchi, brevetti per invenzione industriale, modelli di utilità, disegni e modelli sono un importante strumento per le imprese per poter sviluppare una strategia di crescita e ottimizzare i propri investimenti in ricerca e innovazione.

Difendi la tua idea! - Contatta la Camera di Commercio e prenota il tuo appuntamento con il consulente in proprietà industriale.



prodotti e servizi informatici

forniamo alle aziende un prodotto gestionale e tutti i servizi correlati puntando alla qualità e all'eccellenza competitiva attraverso un'attenta applicazione delle nuove tecnologie

Tel. 0432.673693 | Fax 0432.673694 | www.novasoftware.it



Si è svolto a Palazzo Torriani il tradizionale appuntamento per gli operatori della comunicazione

CATEGORIE

CONFINDUSTRIA

Consigli per la crescita

Gli investimenti in marketing sono moltiplicatori di idee, di creatività e di opportunità

Non voglio parlare di dati statistici che vengono di volta in volta confutati ad ogni aggiornamento. Con uno zero virgola non possiamo certo annunciare né una ripresa consolidata né una crescita del Paese. Occorre rimbocarsi le maniche facendo leva sui fattori competitivi vincenti, tra cui gli strumenti innovativi di marketing. In pochi anni siamo passati dal marketing tradizionale al marketing 4.0 con conseguenti complessità da gestire, ma, allo stesso tempo, con grandi opportunità per le imprese da cogliere. Incontri come questo fanno parte della mission della nostra Associazione, ovvero la crescita culturale e manageriale dei nostri imprenditori. Presi dalle problematiche aziendali, difficilmente noi imprenditori riusciamo infatti a fermarci al di là della gestione della quotidianità. Trovare spazio e occasioni per la crescita formativa di noi stessi non è un lusso, ma una necessità.

E' quanto ha dichiarato Massimiliano Zamò, vice-presidente di Confindustria Udine, intervenendo a palazzo Torriani alla nona edizione di marketing.innova, evento nazionale annuale di riferimento per gli operatori del marketing e della comunicazione pubblicitaria.

L'incontro, intitolato "Riscossione!", è stato organizzato dal Gruppo regionale TP Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti e dalla Delegazione regionale AISM Associazione Italiana Marketing del FVG, sotto l'egida degli Organi Direttivi nazionali, e promosso dalla sezione Marketing e Comunicazione del Gruppo Terziario Avanzato di Confindustria Udine, il cui capogruppo Giovanni Claudio Magon, nell'intervento di apertura, ha rimarcato come "gli investimenti da parte delle aziende in comunicazione e marketing siano multipli-



Da sinistra Francesco Granbassi, Giovanni Claudio Magon, Massimiliano Zamò e Giuseppe Carlini (foto Gasperi)

catori di idee, di creatività e di opportunità".

"L'obiettivo dell'incontro - spiegano i coordinatori dell'evento Tiziana Pitta, di Espressione srl e Vice-presidente vicario TP, e Giuseppe Carlini, Consulente di Direzione M.C. Management Consulting e Delegato Regionale AISM - è stato quello di fornire un quadro economico generale attendibile e proporre risposte tecniche praticabili per affrontare le situazioni che si presenteranno in Italia con l'obiettivo di promuovere il rilancio socio-economico. I partecipanti si sono potuti aggiornare sulle nuove tecniche di attacco su settori e mercati per intercettare la ripresa e limitare gli effetti della depressione causata dalla disoccupazione e dalla propensione negativa ai consumi".

Dopo le presentazioni introduttive di Giuseppe Carlini, per l'Aism, e di Francesco Granbassi, coordinatore regionale TP, che hanno ricordato la funzione attualissima delle due Associazioni Professionali impegnate rispettivamente da 60 e 69 anni nella Qualificazione, For-

mazione e Aggiornamento di Risorse per le imprese e le professioni, il convegno è entrato nel vivo con la relazione di Andrea Cornelli, CEO Ketchum Italia e Presidente ASSOREL. Cornelli ha dato alcuni consigli legati alla sua esperienza professionale nell'ambito dell'efficacia della comunicazione. "Ci sono tre aspetti fondamentali da osservare: la costruzione di sinergie, l'attenzione alle valenze reputazionali e la capacità di venire percepiti come innovatori dove l'impegno in prima persona dell'imprenditore per trasmettere i valori della propria azienda risulta un fattore vincente".

Sono seguite le due testimonianze aziendali di Andrea Zampa, titolare di Fibre Net srl di Pavia di Udine, e Emilio Giacobbi, titolare di Ottica E. Giacobbi nonché Ad del Consorzio Ottico Italiano. Gruppo Greenvision, con 580 punti vendita in tutta Italia.

Quindi, è stata la volta di tre contributi sulle tecniche innovative di marketing e comunicazione pubblicitaria a cura di Fabrizio Bellavista, Roberto Collavizza e Pasquale Diaferia

FIAIP

I dati

Si riaccendono le luci nei capannoni

"Dobbiamo rimettere l'immobiliare al centro della politica di crescita perché senza la casa il Paese non potrà ripartire". E' lo slogan della Fiaip, la Federazione Italiana degli agenti immobiliari professionali, lanciato nel corso della conferenza stampa svoltasi a Confindustria Udine.

Sono passati sette anni dall'inizio della crisi: sette anni di difficoltà oggettive testimoniate dai dati: le compravendite residenziali in Italia che avevano sfiorato quota 900 mila nel 2006 si sono più che dimezzate ad oggi, toccando il fondo lo scorso anno (403 mila). Stesso trend nella nostra regione: in Provincia di Udine, per fare un esempio, nel 2007 erano 7.500 le compravendite annue, nel 2013 sono state 4004. "In un qualsiasi mercato immobiliare non strutturato e maturo sarebbe scoppiata la "bolla" da molti operatori economici prevista - commenta il Presidente della Fiaip Fvg, Leonardo Piccoli - Questo non è successo in Friuli Venezia Giulia". E il 2014 farà segnare una lieve ripresa per quanto riguarda il settore residenziale e l'ultima nota del 2° trimestre 2014 a cura dell'Agenzia delle Entrate-OMI, induce a pensare che a fine anno ci sarà un 2% in più in Friuli Venezia Giulia. A

rallentare saranno ancora le destinazioni commerciali e del terziario (uffici) mentre la sorpresa saranno le destinazioni produttive (capannoni) le cui transazioni molto probabilmente chiederanno con un segno positivo a due cifre rispetto al 2013. Cosa succederà quindi nei prossimi 5 anni? La Fiaip attraverso il proprio Centro Studi ha elaborato



una fotografia attuale del comparto ed una visione per i prossimi cinque anni. "Avremo una società multietnica in cui l'integrazione con gli stranieri sarà una risorsa se governata da chi ha responsabilità di governo ad ogni livello, mentre la decentificazione dovrà essere una costante congiuntamente al recupero dell'esistente. Occorre dare sostegno alla natalità, un'urgenza trasversale a tutte le forze politiche, mentre l'accesso al credito dovrà tornare ad essere considerato necessario per lo sviluppo".

ETICA&ECONOMIA

Etico è comunicare

Etico è comunicare correttamente. La comunicazione condiziona i comportamenti altrui. Occorre, pertanto, necessariamente prestare la massima attenzione a cosa e come si comunica a tutti i livelli. La comunicazione è alla base della gestione delle relazioni. Non a caso sono innumerevoli i corsi di formazione che in varie realtà operative vengono attivati proprio al fine di favorire una miglior comunicazione tra colleghi di lavoro. Anche agli stessi cassintegrati o disoccupati sono stati proposti seminari di riqualificazione contenenti nozioni specifiche di comunicazione al fine di poter presentare al meglio il proprio curriculum e riuscire ad avere maggiori chances di nuove occupazioni. Comunicazione significa anche e soprattutto ascolto. Indispensabile è capire i talenti dei propri collaboratori per farglieli sviluppare al meglio. Comunicare significa condividere, mettere in comune. Una buona comunicazione si basa sulla fiducia verso se stessi e gli altri. Sono assolutamente convinto che solo un'ottima comunicazione interna a una struttura possa garantire una buona comunicazione esterna. Solitamente quando si comunica con una persona ciò che arriva può essere cancellato, oppure generalizzato o ancora distorto. Queste tre reazioni sono umane e le possiamo riscontrare continuamente. Do un'informazione e la stessa non viene tenuta minimamente in considerazione in quanto subito cancellata, dimenticata. Non ho comunicato nulla. Quanto ho detto viene generalizzato e non trattato sul punto specifico al quale avevo chiesto attenzione particolare. Il risultato non sarà mai ottimale, anzi. Talvolta siamo dinanzi anche alla distorsione di quanto da noi proferito, si badi bene non sempre con malizia per descrivere situazioni più favorevoli a chi distorce ad arte, il più delle volte per una distorsione assimilazione della comunicazione. Che fare allora? Essere sempre se stessi e non imitare altri. Parlare chiaramente e il più sinteticamente possibile. Fare riferimento a valori che si vive realmente, usare le immagini per descrivere ciò che si vuole. Raccontare storie (brevi), aneddoti, fatterelli magari della propria vita vissuta, cercare di colpire l'attenzione altrui. Nel dialogo a tu per tu è indispensabile guardare negli occhi il proprio interlocutore, ma su tutto e prima di tutto occorre sincerità. Etico è comunicare, se finalizzato positivamente e con trasparenza.

Daniele Damele

CONFAPI/1

Imprese ortopediche penalizzate dallo stato

Finalmente qualcuno si accorge dei danni ai pazienti disabili provocati dall'inerzia e dai ritardi dello Stato nel campo della normativa in materia di ortopedia. Lo dichiara l'Associazione Piccole e Medie Industrie del Friuli Venezia Giulia - Confapi FVG a conclusione di una riunione delle imprese ortopediche regionali, che rappresenta nella larga maggioranza.

Le inchieste svolte da alcune testate giornalistiche televisive ("Unomattina" per Rai 1 e le "Iene" per Italia 1) hanno portato alla ribalta le pesanti disfunzioni generate dal mancato aggiornamento della disciplina tecnica per l'assistenza protesica, il nomenclatore tariffario, rimasta congelata a un decreto del Ministro della sanità del 1999. Detta normativa sconta, infatti, pesantemente la mancata applicazione di ben 15 anni di progressi tecnologici nel campo delle protesi, oltre all'aggiornamento dei prezzi di vendita da tempo ormai non più remunerativi, con danno sia ai pazienti sia alle imprese.

Tuttavia, per le imprese regionali dell'ortopedia i problemi non si esauriscono qui. Il nomenclatore tariffario - ricordano



i piccoli e medi industriali - prevede che, ai fini della vendita, i principali ausili ortopedici riportati in un elenco allegato al decreto (carrozze, plantari, calzature, protesi e altri ancora) non si possano bandire con gara. Accade, invece, che in Friuli Venezia Giulia alcune Aziende sanitarie li mettano a gara pubblica, sollecitando, una riduzione dei prezzi fissati dal nomenclatore e già non remunerativi poiché ormai datati, e consegnino poi le protesi direttamente ai pazienti, sebbene le norme prevedano

che la cessione avvenga da parte di ditte convenzionate. Si ha così, da un lato, il risultato di ridurre le opportunità di lavoro delle imprese ortopediche regionali, svilendo la professionalità accumulata in tanti anni e mettendo a repentaglio posti di lavoro, e, dall'altro, di far venir meno ai pazienti la puntuale e capillare assistenza sul posto, la quale può essere garantita solo da una molteplicità di imprese. Per di più, finisce con l'essere anche vulnerato il diritto del paziente alla libera scelta del fornitore di tali ausili, riconosciuta da pronunciamenti della Corte costituzionale in tema di cure, luoghi di cura, tipologia delle prestazioni e di struttura sanitaria.

Confapi FVG si augura che dopo il pubblico impegno assunto nei giorni scorsi dal Presidente del Consiglio e dal Ministro della salute, si giunga dopo 15 anni all'aggiornamento delle disposizioni tecniche e di prezzo del nomenclatore, ma anche al rispetto del principio della libera scelta del paziente che così potrà scegliere il fornitore dei presidi ortopedici.

CONFAPI/2

Pubblicità

Il fisco controverso

Alcune imprese della regione, oggetto di verifiche da parte dell'amministrazione finanziaria, si sono viste contestare la deduzione di costi riferiti alla pubblicità e alle sponsorizzazioni, ritenendo eccessivi rispetto al fatturato e antieconomici. Le imprese interessate, disorientate dalle contestazioni sollevate, si sono adoperate per fornire tutta la documentazione del caso al fine di dimostrare la correttezza dell'operato e l'incremento di fatturato riscontrato a seguito dell'iniziativa promozionale. Ciò non è valso ad evitare recapiti di accertamenti con la ripresa a tassazione di questi costi di pubblicità perché ritenuti sproporzionati rispetto alle dimensioni aziendali. Confapi rammenta che ciò che viene contestato è il rispetto del principio della competenza economica. Si tratta di un principio secondo il quale l'impresa può portare in deduzione dal proprio reddito solo i costi che effettivamente si riferiscono all'attività svolta dall'imprenditore. Volendo semplificare un produttore di calzature può dedurre dal pro-

prio reddito tutti i costi riferiti alla sua organizzazione aziendale e gli acquisti di cuoi e pellami e altri materiali necessari alla sua produzione ma non quelli riferiti ad esempio al settore dell'abbigliamento. Si tratta di un principio assolutamente condivisibile posto a tutela delle regole che riguardano la determinazione del reddito d'impresa. Non è invece assolutamente condivisibile la contestazione della congruità degli importi spesi. L'Associazione delle Piccole e Medie Industrie non entra nel merito dei contenuti ma segnala con forza che si tratta di un fatto increscioso perché si tratta di un giudizio sulle scelte aziendali degli imprenditori, con la conseguenza che, questi, possono essere censurati dal fisco per ogni genere di acquisto. E' il caso ancora di ricordare che le scelte aziendali sbagliate sono pagate in prima persona dall'imprenditore. E' facile per l'amministrazione finanziaria, a distanza di molti anni, esprimersi sulla validità o meno di qualsiasi investimento o spesa. Ma questa chance non è data all'imprenditore

PERCHÉ MERITA ARIA DI QUALITÀ

ReliaSENS, IL SISTEMA DI MONITORAGGIO
AMBIENTALE IN CLOUD COMPUTING



ReliaSENS è una centralina di monitoraggio ambientale che utilizza sensori di ultima generazione ad alta precisione.

La centralina raccoglie ed analizza i parametri dell'aria e, grazie alla tecnologia Cloud, crea un'efficiente rete di monitoraggio e una semplice visualizzazione dei risultati di misura.

Grazie alle sue dimensioni compatte (18x36x15 cm), l'installazione è possibile su pali della luce e strutture esistenti.

- **Ideale per il monitoraggio di siti produttivi, aree urbane, vie di traffico e cantieri**
- **Compatta, adatta ad ogni tipo di installazione**
- **Gestione dei parametri di qualità dell'aria in tempo reale**
- **Visualizzazione dei dati via web, smartphone e tablet**

Nel periodo 2009-2013 il settore ha registrato segnali positivi: +5,5% il giro d'affari, +4,6% gli addetti occupati

CATEGORIE

CONFCOMMERCIO

Sportello franchising

Nuovo servizio a Feletto per chiunque desideri aderire a questa formula commerciale

Confcommercio Udine attiva lo Sportello Franchising Confcommercio Udine nella sede di via Alpe Adria a Feletto (Tavagnacco) in partnership e con il supporto di Assofranchising. Lo Sportello è attivo dal lunedì al venerdì previo appuntamento telefonico (0432/538762) o via e-mail a sindacale@ascom.ud.it.

L'obiettivo è fornire un servizio di consulenza specifica a chiunque desideri aderire a questa formula commerciale. Oltre alla consulenza iniziale, lo Sportello Franchising mette a disposizione un servizio di assistenza durante le fasi di avvio dell'attività commerciale in franchising, rivolgendosi sia al privato che vuole aprire un negozio, sia all'imprenditore già affermato che intende ampliare la propria azienda e creare una rete. Lo Sportello Franchising permetterà anche l'incontro tra i Franchisor (affilianti detentori del marchio) e i Franchisee (affiliati) e darà assistenza anche durante la scelta della location più adeguata per la propria attività. Allo stesso tempo Confcommercio Udine fornirà supporto in vari altri ambiti: contrattuale e legale, credito e finanziamenti, business plan, sindacale, assistenza fiscale e gestione contabile, tenuta libri paga e tutta la formazione obbligatoria, a progetto e finanziaria.

Il Franchising, uno dei più moderni ed efficaci sistemi per la distribuzione di prodotti e di servizi, permette di operare in un sistema strutturato con minori rischi d'impresa. È una formula che spinge anzi le im-



prese a lavorare insieme, con obiettivi comuni. Si applica infatti una "logica win win": vince l'affiliante solo e se vince l'affiliato. Nel periodo 2009-2013, il settore ha tenuto infatti le posizioni nonostante la crisi, registrando anche segnali positivi: +5,5% il giro d'affari, +4,6% gli addetti occupati nei punti vendita, +14,2% il numero dei Franchisor, sostanzialmente invariato risulta il numero dei punti vendita.

Nel 2013 si sono contati oltre 51 mila punti vendita in Franchising in Italia che danno lavoro a 187 mila addetti

per un giro di affari di oltre 23 miliardi di euro, in aumento dell'1% sul 2012. I numeri in Friuli Venezia Giulia parlano di 927 punti di vendita per un giro di affari di 435 milioni di euro e 3.486 addetti e 15 franchisor (detentori del marchio) con sede legale in regione. Alcuni brand sono inoltre interessati a espandere la propria rete nella nostra provincia, in particolare nel settore della moda e nel settore dei servizi.

La rete dei negozi in franchising attrae soprattutto giovani imprenditori e donne: cir-

ca l'80% degli imprenditori del settore ha infatti un'età compresa tra i 25 e i 45 anni. Altro dato significativo la presenza delle donne con il 38% di imprenditrici in Franchising.

Assofranchising-Associazione Italiana del Franchising aderisce a Confcommercio-Imprese per l'Italia dal 2013. Assofranchising è il marchio storico della rappresentanza del franchising italiano. È socio fondatore della E.F.F.-European Franchise Federation, di cui fa parte come unica associazione italiana, e membro del World Franchise Council.

A PALMANOVA

Il bar dell'anno

Quattro novità ai vertici e oltre cento new entry nella guida Bar d'Italia 2014 del Gambero Rosso. Ma il Bar dell'Anno è un locale che già era stato premiato: la Caffeetteria Torinese di Palmanova di Nereo Ballescrio e Marina Macor. Un mondo in continuo movimento quello dei bar: si abbassano migliaia di saracinesche, molte altre se ne aprono, ma soprattutto c'è un bilancio molto positivo sul fronte della qualità e dell'offerta. Tanto che alcuni bar fanno da modello anche al mondo della ristorazione e della gastronomia in generale proponendosi come riferimento. Un riconoscimento per la Caffeetteria alla qualità e varietà della proposta: si comincia in bellezza con il cestino della colazione in cui l'ottimo espresso Arabica 100% è accompagnato da croissant e frutta fresca, oppure da mignon, frolle, tartellette e un soffice pan brioche, tutti prodotti nel laboratorio interno. Ovviamente ci sono anche proposte salate di livello: presidi Slow Food targati Friuli Venezia Giulia, come formadi frant e pitina, ma anche acciughe del Cantabrico da accompagnare al fragrante pane di Matera.

CNA

Incontro con Informest

Informest incontra la Cna e annuncia collaborazione con le categorie per sostenere le imprese nell'internazionalizzazione. Il presidente Enrico Bertossi, accolto nella sede udinese di via Verona dai vertici della Cna regionale del Fvg - il presidente regionale Brotto, il segretario regionale Fabris, il presidente provinciale di Udine Coppeto e di Gorizia Meletti, il segretario di Pordenone Donadel -, ha illustrato la mission di Informest, che si occupa di realizzare progetti di sviluppo economico del nord-est, finanziati dall'Unione Europea in sinergia con altre istituzioni italiane ed estere, anche al servizio delle associazioni di categoria della regione. "Accompagniamo le imprese nell'internazionalizzazione in un sistema regionale in cui non vi sono doppiotti", sottolinea Bertossi, precisando che l'assistenza diretta alle imprese proposta da Informest non è un'attività in concorrenza con le Cciaa ("c'è massima collaborazione"). Dall'anno della sua costituzione, quindi dal 1991, "mai era accaduto che un presidente di Informest chiedesse di incontrare le categorie, un segnale importantissimo - commenta il segretario regionale Cna Roberto Fabris. - Va creato un legame con le associazioni e, a livello regionale, un organismo unico che si occupi dell'internazionalizzazione delle imprese, anche alla luce della riforma del sistema camerale". Le parti si incontreranno di nuovo nei prossimi mesi, stavolta in forma di seminario, a cura di Informest, aperto agli operatori delle associazioni di categoria. "Troppi soggetti pubblici e istituzionali hanno svolto in passato, o coprono ora, il ruolo di collettori per le nostre imprese che vogliono andare all'estero - aggiunge Fabris. - Informest possiede competenze e conoscenze sulle tematiche dell'internazionalizzazione, con specializzazione sui Paesi dell'Europa centro-orientale, garantita dalla struttura stessa e dalla sua società di servizi costituita ad hoc". All'incontro si è parlato della potenzialità di una collaborazione sul tema delle reti di impresa; la Cna regionale ne sta realizzando 3, per la cui operatività è stato richiesto il contributo previsto da un bando della Camera di Commercio di Udine: la prima riguarda imprese artigiane dei settori dell'arredamento di interni su misura, comprensivo di prodotti e servizi complementari, e del restauro architettonico e di beni storico-culturali. La seconda rete riguarda imprese artigiane del contract e dell'efficienza e risparmio energetico. La terza riguarda le imprese artigiane del settore lavorazioni meccaniche, precisione, carpenterie e servizi.

CONFARTIGIANATO

InVista

Una casa "in rete"

Una casa vera e propria all'interno della Fiera di Udine. È stato questo il progetto innovativo di Vista Casa - rivista di arredamento, design e architettura del Friuli Venezia Giulia - in collaborazione con Confartigianato Udine presentato alla sessantunesima edizione della fiera Casa Moderna.



Un esempio di rete d'impresa mai sperimentato sul nostro territorio, che ha dato grandi soddisfazioni e raccolto molti apprezzamenti. Lo spazio-casa "InVista" collocato all'interno del padiglione 8 della fiera, occupava una superficie di 350 metri quadrati suddivisi in 4 ambienti: un soggiorno, una cucina, un bagno e una camera da letto più uno spazio esterno che ha accolto la sintesi delle proposte di artigiani e commercianti friulani del mondo dell'arredo. "Questo è il frutto del lavoro di 45 artigiani e commercianti friulani ed è un esempio - come hanno spiegato il vice presidente

di Confartigianato Udine Franco Buttazzoni e il titolare di Vista Casa Daniele Bressan - della capacità di aziende e di professionisti diverse di mettersi in rete e di collaborare fra loro".

"InVista - hanno sottolineato Daniele Bressan, Claudio Papa, progettista e coordinatore del progetto e la stylist Scilla Mantovani - non era uno stand collettivo, ma uno spazio-casa attrezzato e arredato, dove toccare con mano prestazioni ed effetti estetici di ogni elemento inserito in un contesto armonico". Ma i bilanci si fanno anche con i numeri. Eccone alcuni sui risultati del progetto InVista: 10.850 visitatori effettivi dello spazio-casa durante la fiera; 12.600 "post-it" informativi sui prodotti staccati dai visitatori; 120 richieste di contatto da parte di potenziali clienti, compilati dalle hostess coinvolte; 430 "Mi piace" in un mese e mezzo sulla pagina Facebook. Numeri davvero incoraggianti se si pensa che il progetto è stato presentato alle imprese soltanto il 24 luglio! In meno di due mesi è stato creato un format che non ha fatto solo parlare di sé, ma che ha permesso alle imprese di capire che unire le forze, con l'aiuto di una regia attenta e professionale, porta a risultati importanti. Un successo che ha già proiettato l'attenzione delle imprese coinvolte sui futuri sviluppi che potrà avere, non soltanto in ambito locale.

FACTORY

Nuovi spazi per under 35

A 12 mesi dalla sua inaugurazione, Factory Banca Manzano riapre le porte per dare ospitalità a nuovi professionisti e imprenditori under 35 negli spazi ricavati nel palazzo Moretti di piazza XXVI Luglio, a Udine. C'è tempo fino al 15 dicembre 2014. Possono fare richiesta i giovani professionisti con partita Iva tra i 18 e i 35 anni e i titolari di nuove imprese giovanili. Unico requisito richiesto, il fatto di essere soci (o richiedenti soci) della Banca di Manzano. A scegliere i 10 professionisti che potranno insediarsi sarà un Comitato formato da componenti indicati dalla banca e da rappresentanti espressione del mondo dell'innovazione e della ricerca Fvg. I giovani selezionati potranno prendere possesso degli spazi a partire dal 31 gennaio 2015, avendo a loro disposizione un ufficio ricavato in un ambiente funzionale, senza pagare affitto e potendo contare su sale riunioni, zona relax e su un open space riservato alla creatività. Il periodo di insediamento nella Factory sarà di 12 mesi. «I ragazzi della Factory - afferma il presidente di Banca Manzano, Silvano Zamò - hanno mostrato capacità e voglia di fare, come dimostrano le tante collaborazioni avviate con il mondo imprenditoriale.

CONFCOOPERATIVE

Attenzione agli appalti

Le riforme e le novità in tema di appalti pubblici sono state sotto i riflettori di Confcooperative Fvg e dei massimi esperti italiani sull'argomento nell'ambito di un seminario svoltosi a Villa Manin di Passariano di Codroipo. Oltre cento i professionisti partecipanti.

«Sul tema degli appalti va mantenuta la massima attenzione - spiega il presidente di Confcooperative Fvg, Franco Bosio - perché la necessità di contenere la spesa nel settore pubblico, conseguenza dei tagli di bilancio, rischia di tradursi in una grave penalizzazione per l'occupazione e la qualità dei servizi offerti, se non si privilegia il criterio della qualità rispetto al mero prezzo nell'aggiudicazione degli appalti. I frequenti stravolgimenti normativi in tema di appalti pubblici e, soprattutto, di appalti di servizi, impongono riflessioni sugli esiti ultimi dell'applicazione

delle regole di legge, in particolare quelli che incidono sulla vita di imprese e cittadini - aggiunge Bosio -. Imprese che sono gravate pure da tempi di pagamento sempre più lunghi da parte delle Pubbliche amministrazioni, difficoltà di accesso al credito e oneri burocratici in aumento».

Al seminario hanno portato il loro importante contributo professionale tre esperti di assoluto rilievo: Marco Lipari (Consigliere del Consiglio di Stato) intervenuto su: "Le nuove Direttive europee e il loro recepimento nell'ordinamento nazionale"; Oberdan Forlenza (segretario generale del Consiglio di Stato) che ha relazionato su: "Temi giurisprudenziali "caldi" in materia di contratti pubblici" e Massimiliano Brugnolletti (dello Studio legale Brugnolletti & Associati, Roma - Milano) il quale ha fatto una rassegna esaustiva della normativa italiana 2014.



NAUTICA

Omar & C. s.a.s
POPESSO

Professionalità da 50 anni

*Il fuoribordo del futuro.
Disponibile oggi.*

5 anni di garanzia sul motore
5 anni di garanzia anti corrosione
500 ore senza tagliando

**Creato per battere tutti
i fuoribordo del settore**

**PROGETTA CON
NOI IL TUO
EVINRUDE E-TEC G2**

Evinrude® E-TEC® G2™

Esclusiva tecnologia Evinrude E-TEC G2

1 Combustione PurePower

Con l'ausilio della modellazione computerizzata abbiamo esplorato l'interno di un motore in funzione e creato il più efficiente gruppo pistone/cilindro oggi esistente nel mercato per offrirvi prestazioni migliori ma anche consumi ridotti del 15%.

2 Design del motore tribordo-tribordo

Abbiamo dato nuovo sprint al settore dei motori fuoribordo. Con il nuovo design tribordo-tribordo potrai contare su un'accelerazione più rapida, eccezionali scatti alla partenza e una maggiore potenza di traino, nonché su un motore più affidabile.

3 Sistema di assemblaggio a doppio asse

Niente più confusione nel retro del tuo motoscafo. Il sistema di assemblaggio a doppio asse convoglia i cavi del motore in un unico tubo, lasciando maggiore spazio utile sull'arcaccia, per generare minore attrito e prevenire un'usura prematura.

4 i-Trim System™

Il nostro nuovissimo sistema di controllo assetto rileva i livelli di assetto e dell'acqua ed esegue la regolazione automatica per garantire il controllo ottimale sull'acqua.

5 Cambio SLX

Il nuovo e slanciato cambio SLX idrodinamico riduce lo sforzo durante la sterzata senza compromettere la velocità.

L'Evinrude E-TEC G2 è il primo motore fuoribordo al mondo con pannelli/superiore/anteriore/laterali e colori complementari personalizzabili. Ora puoi scegliere tra centinaia di diverse combinazioni di colore. Crea un Evinrude E-TEC G2 perfettamente abbinato al tuo motoscafo, oppure scegli un allestimento in tinta con i colori del tuo Evinrude E-TEC G2.



Officina nautica - Rimessaggio imbarcazioni - Vendita e installazione motori marini

NAUTICA POPESSO - Via riva Canal de San Piero, 3 - Marano Lagunare (UD) - Tel. e Fax 0431.67212 - Cell. 339.8612333 - www.nauticapopesso.it - officina.popesso@tiscali.it



DBS è la soluzione ideale ai problemi di risparmio energetico del consumatore privato, delle aziende e degli installatori.

PER I PRIVATI



Attestati di prestazione Energetica secondo le ultime normative UNI/TS 11300-1e2



Pratiche catastali



Consulenza e progettazione per la riqualificazione energetica globale degli edifici



Pratiche per detrazione fiscale

PER LE AZIENDE



Consulenza globale per gli interventi di riqualificazione energetica e rinnovo degli impianti, incluse le richieste di contributo

PER GLI INSTALLATORI



Servizio completo di gestione di pratiche di connessione (incluse richieste di autorizzazione paesaggistica e pratiche presso il comune)

DBS è inoltre rivenditore di Impianti Fotovoltaici Tecnologia CIS



Pompe di Calore Rotex



Sistemi di accumulo per impianti nuovi ed esistenti

Entra nella scatola dell'energia:

THE ENERGY BOX, il contenitore di prodotti e servizi dedicati al risparmio energetico, offerti dai migliori installatori del settore, acquistabili anche online comodamente da casa con finanziamenti a tasso agevolato. Visita il nostro sito o passa a trovarci!

Fotovoltaico, sicurezza, condizionamento, domotica, illuminazione led, riscaldamento ibrido, attestati di prestazione energetica, pratiche per detrazione fiscale: **TUTTO IN UNA SCATOLA!**



DBS - Via XXIV Maggio, 7/a
34077 Ronchi dei Legionari (GO)
Tel: 0481-779561

www.dbs-group.it
info@dbs-group.it

Sono oltre 13 mila le imprese cerealicole

CATEGORIE

COLDIRETTI

Il crollo del mais

Appello alla Regione. Il Presidente Ermacora: "Occorre un piano di rilancio"

"Con una miglior organizzazione della filiera del mais (acquisti collettivi delle materie prime e razionalizzazione dell'essiccazione e commercializzazione del prodotto) è possibile recuperare alle imprese agricole almeno 1 euro al quintale che significa almeno 150 euro a ettaro, se consideriamo le rese di quest'anno".

Lo ha detto, nel corso di una conferenza stampa, il



Con una miglior organizzazione della filiera del mais sarebbe possibile recuperare alle imprese agricole almeno 1 euro al quintale che significa almeno 150 euro a ettaro

presidente di Coldiretti Fvg Dario Ermacora, affiancato dal direttore Danilo Merz e dalla presidente di Coldiretti

di Udine, Rosanna Clochiat. "Con la remunerazione di quest'anno (10,40 euro al quintale) le aziende chiudono e quindi - ha detto ancora Ermacora - non c'è altra strada che quella dell'aggregazione delle strutture che essiccano e commercializzano il mais per assicurare una maggiore marginalità alle imprese".

Lo stesso vale per la soia che quest'anno viene pagato solo 30 euro al quintale. Da qui l'appello alla Regione e alla cooperazione per fare uno

sforzo, ognuno per la sua parte, di razionalizzazione della filiera in modo di ridurre i costi. Sono oltre 13 mila e 300 le imprese agricole che coltivano cereali in Fvg.

"In Francia - ha detto ancora Ermacora - ci sono solo due grandi gruppi per la gestione del mais e dei seminativi, mentre in Fvg sono decine (per l'esattezza sono 42 i centri di stoccaggio di cui 12 sono cooperative delle quali 9 sono essiccatoi con 13 centri stoccaggio + 21 centri raccol-



ta, 3 cooperative senza essiccazione e con 6 centri raccolta) gli essiccatoi privati e cooperativi. Anche i Comuni hanno avviato processi di fusione e di associazionismo, dobbiamo farlo anche noi", conclude Ermacora che invita la Regione a svolgere la regia di un processo aggregativo che andrebbe premiato (così come per i Comuni) anche finanziariamente.

Il direttore Merz ha illustrato i dati del settore dei seminativi. La superficie coltiva-

ta a mais nel 2014 è stata di 65.000 ettari con un calo di circa 12.000 ettari (pari al 18-20%) rispetto al 2013. La soia è stata coltivata su 50.000 ettari con un aumento di circa 10.000 ettari rispetto al 2013 (pari a circa il 20% in più) considerando primo e secondo raccolto.

Al 4 ottobre sono stati trebbiati il 25% del mais e il 15% di soia. Rispetto al 2013 la produzione di mais è cresciuta del 15% mentre quella della soia del 5-8%

CONSORZIO AGRARIO

Alleanza con Cefap per la formazione

Una nuova importante occasione per trovare un posto di lavoro per persone in stato di disoccupazione viene dal mondo agricolo e precisamente dal Consorzio Agrario del Fvg che ha incaricato il Cefap (Centro di formazione permanente in agricoltura) di avviare un corso professionalizzante per la "gestione commerciale di un punto vendita". È un corso gratuito, inserito all'interno delle attività previste dal programma PIPOL supportato dalla Regione Fvg, dal ministero del Lavoro e dal Fondo Sociale Europeo e, come accennato, si rivolge a persone in stato di disoccupazione. "Dalle esperienze precedenti - osserva il direttore del Consorzio Oliviero Della Picca - abbiamo avuto riscontri assolutamente positivi, inserendo in organico negli ultimi 5 anni, oltre il 50% dei frequentanti i corsi. La formazione specifica in ambito agronomico, capace di colmare le eventuali lac-

Il corso professionalizzante riguarda la "gestione commerciale di un punto vendita". Inseriti in organico negli ultimi 5 anni, oltre il 50% dei frequentanti i corsi

cune di partecipanti senza una formazione pregressa in materia, unita a quella sulle tecniche di vendita e commercializzazione del prodotto ed allo stage nelle nostre filiali, consente infatti all'azienda di poter contare su un bacino di potenziali risorse umane da inserire in organico adeguatamente preparate rispetto al settore in cui devono operare. Negli ultimi anni - conclude Della Picca - il Consorzio Agrario ha sviluppato nuovi ed ambiziosi progetti, che prevedono l'inserimento di nuove figure sempre più specializzate, in ambito agrolattiero (filiera del latte e di prodotti orticoli di IV gamma) e nella distribuzione di prodotti e servizi legati al giardinaggio tramite i punti vendita Market Verde. "La progettazione del corso - spiega il direttore del Cefap, Massimo Marino - è stata impostata per rispondere ai continui adeguamenti e sviluppi aziendali del Consorzio, una realtà molto attiva che si colloca tra le prime 20 aziende in regione. Le competenze che saranno acquisite nelle 250 ore di aula e nelle successive 250 ore di stage - in particolare quelle relative al marketing, vendita, relazione col cliente, organizzazione logistica, contabilità - sono ad oggi molto ricercate dal mercato". Per informazioni segreteria del Cefap a Crodriop (0432.821111, info@cefap.fvg.it) o dott.ssa Barbara Borean (0432.821117, b.borean@cefap.fvg.it).

CONFIDI FRIULI

La convenzione

4,5 milioni per le imprese

Un accordo per nuovi finanziamenti a favore delle imprese. Confidi Friuli conferma la sua azione a supporto delle aziende in difficoltà nell'accesso al credito siglando a palazzo Torriani con il suo presidente Michele Bortolussi (presente anche il vicepresidente Pietro Cosatti) una convenzione di

rata minima di 18 mesi e massima di 36 mesi e d'importo unitario massimo di 250mila euro a favore di imprese regolarmente associate a Confindustria Udine e nel contempo socie del Confidi Friuli.

Banca di Udine, che si impegna a stanziare a favore dell'iniziativa un plafond complessivo fino a un mas-

due anni. Convenzioni come questa sono un'iniezione non solo di liquidità, ma anche di fiducia per tutto il mondo produttivo. «Con la sottoscrizione di questa convenzione - aggiunge Sirch - la Banca di Udine dimostra ancora una volta il proprio sostegno e il proprio legame con le imprese del territorio. L'accordo con

Firmata a Palazzo Torriani una convenzione di durata biennale con Banca di Udine Credito cooperativo e Confindustria

Confidi Friuli e Confindustria Udine rappresenta un segnale di supporto concreto all'imprenditoria locale, in un momento così difficile per l'economia.

L'obiettivo è quello di aiutare le imprese ad essere competitive, a rafforzarsi patrimonialmente, a innovare, ad ampliare i propri mercati di sbocco, a fare "rete". Per il presidente Tonon Confindustria «continua a investire sul territorio. Rinunciando a una parte del rendimento per assicurare alle pmi associate finanziamenti garantiti dal Confidi Friuli e a tassi preferenziali, l'associazione impegna infatti liquidità per mettere in campo un volume di finanziamenti del valore di quattro milioni e mezzo di euro finalizzati al sostegno, per le più svariate finalità, delle imprese. E' una modalità innovativa attraverso cui Confindustria si pone a servizio delle imprese associate in uno dei segmenti più critici della gestione aziendale, quello costituito dai vincoli all'accesso al credito».



Michele Bortolussi, Matteo Tonon e Lorenzo Sirch

durata biennale con Banca di Udine Credito cooperativo, rappresentata dal presidente Lorenzo Sirch, e Confindustria Udine, che ha firmato con il presidente Matteo Tonon.

L'intesa prevede la concessione da parte della Banca di mutui di durata minima di 18 e massima di 36 mesi e d'importo unitario massimo di 250mila euro

Nel dettaglio l'intesa prevede la concessione da parte della Banca di Udine di mutui chirografari di du-

CONFIDIMPRESSE FVG

L'Assemblea

Approvata la fusione



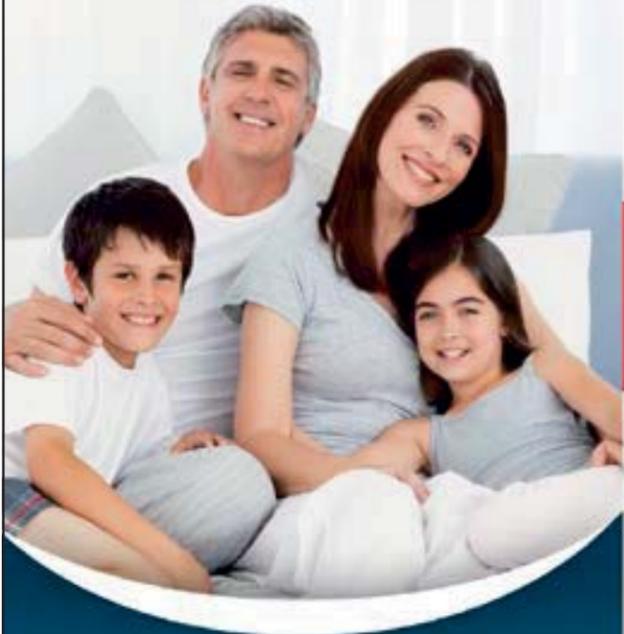
Via libera alla fusione tra Confidimpresse Fvg e Confidi Artigiani e Pmi Trieste. Le Assemblee dei soci dei due Consorzi di garanzia hanno infatti approvato - rispettivamente il 10 e il 13 ottobre - le relazioni programmatiche che porteranno all'unione delle due realtà a partire dal 1° gennaio del prossimo anno. Particolarmente significativa la riunione udinese dove il presidente di Confidimpresse Fvg, Roberto Vicentini, è stato affiancato dal dottor Leonardo Nafissi - direttore generale di Fedart - Fidi - che ha espresso il plauso personale e di tutta la Federazione per un'operazione che ha ricevuto il sì convinto con oltre 600 voti a favore (tra presenti e soci con delega in mano) a dimostrazione di come siano gli imprenditori stessi a rappresentare il volano della fusione. "Abbiamo messo in moto un meccanismo importante - ha commentato Vicentini - l'ennesimo scatto in avanti del mondo dell'artigianato locale che ha preferito governare gli eventi piuttosto che subirne passivamente il cambiamento. Dal 1° gennaio del prossimo anno il Fvg potrà contare su uno dei più importanti Confidi, a livello numerico e qualitativo, di tutta Italia". La fusione di Confidi Artigiani e Pmi Trieste porterà alla nascita di un unico e nuovo soggetto che manterrà la denominazione di Confimprese Fvg e dal 1° gennaio racchiuderà la bellezza di 12 mila 500 imprese socie per un volume di affidamenti garantiti superiore ai 350 milioni di euro. La nuova unione, voluta e approvata dai due Confidi artigiani, segue quella operata alcuni anni fa tra Pordenone

e Udine, con l'obiettivo di semplificare il numero degli operatori - come richiesto più volte dalla Regione anche nel corso dell'ultimo incontro con il Vicepresidente della giunta Sergio Bolzonello - e punta a migliorare sempre di più la qualità dei servizi offerti alla imprese socie. I Confidi, come noto, concedono garanzie in virtù delle commissioni versate dai soci e, soprattutto, dei conferimenti decisi dalla Regione e linfa vitale per continuare ad assicurare buoni livelli di mutualità alle aziende. Confidimpresse Fvg e Confidi Artigiani e Pmi di Trieste si muovono sui rispettivi territori - friulano-pordenonese e giuliano - da oltre 35 anni operando a favore di tutte le categorie di imprese, oltre che a livello di concessione di garanzie qualificate, anche come assistenza finanziaria per i prestiti ritenuti più idonei e vantaggiosi. La nuova Società Cooperativa per azioni avrà sede legale nel comune di Udine e sedi secondarie nei comuni di Pordenone e Trieste. I componenti del Cda saranno nominati dalle rispettive Assemblee separate dei soci (una per ogni capoluogo) e sarà il Consiglio ad eleggere tra i suoi componenti il Presidente, il Vicepresidente vicario e un secondo Vicepresidente: tali cariche, nel loro complesso, devono essere rappresentative dei territori provinciali di Pordenone, Udine e Trieste





CENTRO MEDICO
Università Castrense



Insieme per garantire
il diritto alla salute

CURE DENTALI DI QUALITÀ A PREZZI SOCIALMENTE ACCESSIBILI

Non serve andare all'estero per avere cure dentali a prezzi convenienti. Oggi presso la nostra struttura puoi avere cure dentali di qualità a prezzi bassi e convenienti grazie a medici odontoiatri esperti, attrezzature di ultima generazione, materiali e protesi prodotte in Italia.

CHIAMA SUBITO

PRENOTA UNA VISITA SENZA IMPEGNO ALLO 0431 620990

PREVENTIVI GRATUITI E SENZA IMPEGNO

ALCUNI PREZZI

Impianto endosseo osteointegrato	€ 545	Estrazione indaginosa semincluso	€ 190
Corona in ceramica	€ 400	Fissaggio protesi mobile con 2-3 impianti	€ 1600
Corona in zirconia	€ 450	Arcata completa con barra titanio e 4-6 impianti	€ 5800
Ablazione tartaro (20 minuti)	€ 45		
Estrazione semplice	€ 45		

Centro Medico Università Castrense - Via Fratel Giorgio Bigotto, 4 - **San Giorgio di Nogaro (UD)** - www.cmuc.it

Officine Nuove

Grondaie
Taglio e piegatura lamiera nera
Pannelli coibentati e lamiera grecate
Lavorazioni su misura

Via della Croce, 40
33030 Basaldella
di Campoformido (UD)
Tel: +39.0432.561586
Fax: +39.0432.561648
info@officinenuove.it
www.officinenuove.it

Interessati i settori edilizia, nautica, arredamento, e medicina

APPUNTAMENTI CCIAA

IN ASIA E AMERICA

Affari mondiali

Aziende impegnate in Texas, Florida, Colombia, Perù e Medio Oriente

Americhe e Asia sono le mete dei prossimi viaggi d'affari che la Camera di Commercio di Udine promuove per le sue imprese di diversi settori. Per informazioni progetti.info@ud.camcom.it

Texas. Direzione Houston per le imprese friulane dal 9 al 12 novembre, nell'ambito della missione promossa dalla Cciao di Udine quale parte attiva del Consorzio Camerale per l'Internazionalizzazione. La città, con il suo "Center for Houston's Future", è diventata quest'anno nuovo partner internazionale del Friuli Future Forum, nell'ambito delle attività di innovazione della Cciao udinese. I

Il Texas è tra gli Stati più ricchi degli Usa ed è particolarmente interessante per aziende con un prodotto di qualità media o alta, che siano pronte ad adattarsi alle richieste del competitivo mercato statunitense e a impegnarsi direttamente nella promozione del prodotto. Nel dettaglio, la missione si rivolge ai settori del sistema casa (stile tradizionale - con design in crescita -, arredamento, complementi d'arredo, tessile per la casa) e del sistema persona.

Florida. La missione è dedicata alle aziende della nautica e prevede una partecipazione collettiva di quattro imprese del comparto del Fvg (in particolare mega-yacht) al "Fort Lauderdale International Boat Show", dal 30 ottobre al 3 novembre. Fort Lauderdale è definita la "capitale mondiale dello yachting".



Un'immagine dell'Italian Luxury Interiors che si svolge a novembre dal 18 al 21 grazie all'Ice con la collaborazione di Cna e Confartigianato

Canada. Dal 16 al 20 novembre la missione imprenditoriale si terrà a Toronto, appositamente rivolta al sistema arredo e complementi, illuminazione, finiture di interni e rivestimenti ed edilizia. L'iniziativa mira a sostenere le nostre Pmi nel

la ricerca di nuove opportunità commerciali nel mercato canadese, supportando l'attivazione dei contatti tra i vari operatori attraverso l'organizzazione di incontri d'affari mirati a seguito di un'attenta valutazione dei profili ricevuti.

Colombia e Perù. Dal 16 al 22 novembre, a Bogotá e Lima, e le imprese friulane potranno

ricercare nuove opportunità attraverso incontri B2b con potenziali controparti locali, nei settori macchinari, strumentazione, chimico, edilizia, medicina, energia e ambiente.

Arabia Saudita, Emirati Arabi Uniti, Oman, Qatar. Per ciascun Paese, in cui sono previste attività tra il 12 e il 20 novembre, ci saranno iniziative diver-

sificate, sulla base delle esigenze delle singole aziende.

La missione economica in Medio Oriente tappe nelle città di Jeddah, Doha, Muscat, Dubai e Riyadh. Alcuni degli happening in loco sono la Jeddah Decofair (10-13 novembre - » <http://www.decofair.com>), ossia la principale manifestazione fieristica per il settore abitare in Arabia Saudita, mercato di estremo dinamismo per il comparto. Ma c'è anche il Big5 Show a Dubai (17-20 novembre) al Dubai World Trade Center: gli Emirati sono uno dei principali mercati di sbocco dei prodotti italiani, con interessanti previsioni di crescita nei prossimi anni, anche in vista dell'Expo 2020.

C'è poi anche Italian Luxury Interiors (18-21 novembre). L'evento, realizzato da Ice con la collaborazione di Cna e Confartigianato, proporrà una suggestiva esposizione basata su una serie di ambientazioni d'uso domestico presso l'albergo Ritz Carlton di Dubai.

Scopo dell'evento è proporre agli operatori ed al pubblico di Dubai la variegata ed esclusiva produzione realizzata dalle piccole e medie imprese dell'Artigianato italiano di eccellenza che oggi si posizionano su un mercato di altissimo livello, dal complemento di arredo agli accessori per la casa, dall'illuminazione agli oggetti per la tavola.

NOVITÀ

Ricerche in corso

Unioncamere Fvg. Il 7 ottobre è iniziata la 9a Indagine congiunturale Fvg. I dati sono raccolti dalla Questlab srl. Il campione interessa circa 1500 aziende Fvg dell'industria, edilizia, commercio, ospitalità, logistica e vitivinicolo. Info: 0432.273219-200 (Centro Studi) e 0432.273210-543 (Urp). Unioncamere Italiana. 1) Realizza un'indagine sulle prospettive di mercato delle imprese italiane. Il campione è formato da 9.000 imprese che, dal 1 ottobre al 7 novembre, saranno coinvolte tramite una telefonata da operatore della Almaviva Contact S.p.A. 2) Indagine Excelsior sulle previsioni dell'occupazione nelle imprese nel 1° trimestre 2015. L'indagine si svolge tra l'8 ottobre e il 5 dicembre ed è inserita tra quelle ufficiali con obbligo di risposta previste dal Programma Statistico Nazionale (Decreto Presidente Repubblica 19 luglio 2013). Info: www.unioncamere.gov.it.

Calendario CCIAA

Camera di Commercio di Udine - Tel. 0432 273111
urp@ud.camcom.it - Pec: urp@ud.legalmail.camcom.it

NOVEMBRE 2014

Per informazioni costantemente aggiornate
www.ud.camcom.it

NOVEMBRE	CONTRIBUTI - Informazioni: Punto Nuova Impresa nuovaimpresa@ud.camcom.it	FORMAZIONE - Azienda Speciale Ricerca&Formazione Programmi e adesioni: www.ricercaeformazione.it	FUTURE FORUM II - Seconda edizione della RASSEGNA SU FUTURO E INNOVAZIONE - Programma completo e aggiornato su: www.futureforum.it Per iscriversi: friulifutureforum@ud.camcom.it
nov/dic	CONSULENZE Imprendero' 4.0 - PASSAGGIO GENERAZIONALE O TRASMISSIONE D'IMPRESA	10 FUTURE FORUM II - BASTA IL PIL ? Come l'amministrazione misura i suoi risultati in una società post-industriale Rapporto BES FVG, Istituto Deganutti di Udine Sala Valduga CCIAA Udine - ore 17.30	14 CONTRIBUTI - VOUCHER TURISMO E VOUCHER INTERNAZIONALIZZAZIONE scadenza presentazione domande
2	MISSIONE ESPLORATIVA in NORDAMERICA (Florida) - settore ICT - dal 2 al 6 novembre	10 Formazione - PARLARE IN PUBBLICO 10 novembre - 3 ore - dalle 18.30 alle 21.30	15 FUTURE FORUM II - MA QUALI BAMBOCCIONI Sala Valduga CCIAA Udine - ore 17.30
3	Formazione - RESILIENZA: L'ABITUDINE DI USCIRE DALLE DIFFICOLTA' CON SUCCESSO 3 e 17 novembre - 6 ore - dalle 18.30 alle 21.30	10 Formazione - SAPER LEGGERE L'ESTRATTO CONTO E NEGOZIARE CON LA BANCA 10 novembre - 3 ore - dalle 18.30 alle 21.30	15 FUTURE FORUM II - HACKATON UDINE - LA SFIDA: 24 ore non-stop di programmazione e di elettronica per aiutare le persone ad utilizzare al meglio i servizi dell'Ospedale di Udine Aula Magna Kolbe - Udine - 15 e 16 novembre
3	FUTURE FORUM II. IL FUTURO DELLA MEDICINA FRA MOLECOLE E CELLULE - Ospedale Udine - ore 16.00	10 Formazione - L'INTELLIGENZA NEGOZIALE 10 novembre - 3 ore - dalle 18.30 alle 21.30	16 MISSIONE imprenditoriale in CANADA - settori ArredoDesign (contract) EnergiaSostenibilità (edilizia) dal 16 al 20 novembre
3	FUTURE FORUM II. LA FARMACIA DEL FUTURO Sala Valduga CCIAA Udine - ore 20.00	11 FUTURE FORUM II - II PORTO-REGIONE, UNO SCENARIO PER IL FUTURO DEL FVG: definirlo, pianificarlo, realizzarlo Sala Gusmani, Palazzo Antonini, Udine, ore 14.30	16 MISSIONE imprenditoriale in COLOMBIA, PERU' Multisetoriale - dal 16 al 22 novembre
4	FUTURE FORUM II - PROGRAMMAZIONE E VISIONE: UNA CITTA' COSTRUITA INSIEME Sala dell'Economia CCIAA Udine - ore 17.00	12 FUTURE FORUM II - SME INSTRUMENT: conoscere e valorizzare lo strumento di finanziamento nel Programma Europeo HORIZON 2020 per supportare le attività di innovazione delle PMI Sala dell'Economia CCIAA Udine - ore 16.00	18 FUTURE FORUM II - STRATEGIE DI SVILUPPO PER I CLUSTER DEL FUTURO Friuli Innovazione - Udine - ore 9.00
5	FUTURE FORUM II - ANCORA IL GRAND TOUR NEL 2050: Il turista cerca esperienze, il turismo offre esperienze - Sala Valduga CCIAA Udine - ore 10.00	12 MISSIONE economica in MEDIORIENTE (Arabia Saudita, Qatar, Oman, Emirati Arabi Uniti) Multisetoriale - dal 12 al 20 novembre	20 PROGETTO Imprendero' 4.0. SEMINARIO: FAI SMART LA TUA IMPRESA. LE STRATEGIE DEL SOCIAL MEDIA MARKETING Udine - 20 novembre - dalle 9.00 alle 18.00
6	FUTURE FORUM II. LA FABBRICA NON E' MAI STATA COSI' COOL ! Sala Economia CCIAA Udine, ore 17.00	13 STATISTICA E PREZZI: Diffusione variazioni INDICI FOI senza tabacchi (dopo le ore 13.00) tel. 0432 273 265	20 FUTURE FORUM II. FILM "NON LASCIARMI" di Mark Romanek - Sala Valduga CCIAA Udine - ore 17.30
6	FUTURE FORUM II. FILM "BRASIL" di Terry Gilliam Sala Valduga CCIAA Udine - ore 17.30	13 FUTURE FORUM II. FILM "ANOTHER HEART" di Mike Kaill - Sala Valduga CCIAA Udine - ore 17.30	20 REGISTRO IMPRESE - LABORATORIO PRATICHE TELEMACO - dalle 14.30 alle 17.00 (tel.0432 273543)
7	FUTURE FORUM II - LE NUOVE FRONTIERE NEL SOCIO-ASSISTENZIALE: Innovazione tecnologica e social media al servizio dell'utenza Sala dell'Economia CCIAA Udine - ore 10.30	13 FUTURE FORUM II - CSR THE BUSINESS GAME: la sfida per integrare la sostenibilità nelle strategie Sala FFF, via Calzolari, Udine - ore 15-18	24 Formazione - STRUMENTI E TECNICHE PER GESTIRE IN MODO OTTIMALE LA LIQUIDITA' IN AZIENDA APPLICANDO METODOLOGIE LEAN 24 e 26 novembre - 7 ore - dalle 18.00 alle 21.30
7	FUTURE FORUM II - IL FUTURO DELL'ALIMENTAZIONE TRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE Sala dell'Economia CCIAA Udine - ore 17.30	13 FUTURE FORUM II - UDINE 3D Iniziativa di Confartigianato Udine con FFF Auditorium delle Grazie, Udine 7 e 8 novembre - info su www.udine3d.it	24 Formazione - ESSERE ORIENTATI AL PROBLEM SOLVING - 24 novembre - 3 ore - 18.30 / 21.30
7	FUTURE FORUM II - UDINE 3D Iniziativa di Confartigianato Udine con FFF Auditorium delle Grazie, Udine 7 e 8 novembre - info su www.udine3d.it	14 FUTURE FORUM II - QUESTIONI DI VITA E DI MORTE Sala Valduga CCIAA Udine - ore 17.30	30 MISSIONE imprenditoriale in AZERBAIJAN Multisetoriale - dal 30 novembre al 3 dicembre
8	FUTURE FORUM II - DEMOCRAZIA DIGITALE ET/AUT DEMOCRAZIA TRADIZIONALE Sala Valduga CCIAA Udine - ore 17.30		



unidea

IL CONTRATTO È MIO E ME LO GESTISCO IO!

**LO PORTO A
BLUENERGY CHE
MI DÀ 200€***



SOTTOSCRIVI UN CONTRATTO GAS E LUCE PRESSO UNO DEGLI UFFICI DI BLUENERGY E RICEVERAI IN FATTURA UN BUONO SCONTO DI 200€: CODROIPO - CAMPOFORMIDO - AZZANO DECIMO - GRADO - CERVIGNANO DEL FRIULI - TRIESTE - UDINE - FELETTO UMBERTO - GORIZIA - PORDENONE - UFFICIO MOBILE.

Nata e cresciuta insieme a te, Bluenergy è l'energia della tua terra; dando valore ai tuoi contratti dai valore al tuo territorio.

www.bluenergygroup.it
Numero Verde 800 087587
Da cellulare 0432 632993

BLUENERGY®
L'energia degli italiani *group*

* Offerta riservata alle nuove attivazioni di clienti domestici del mercato libero, non cumulabile con altre promozioni in corso. Il buono sconto viene erogato all'inizio della fornitura, sotto forma di rimborso dell'importo totale delle fatture (comprese imposte), ed è vincolato ad una durata della fornitura di almeno 36 mesi. In caso di recesso della fornitura prima di detto limite il buono sconto verrà riacdebitato. Il regolamento completo dell'offerta è disponibile presso gli uffici di Bluenergy e su www.bluenergygroup.it. ** Importo massimo del buono sconto erogabile.

Realizza il tuo risparmio energetico con un nuovo impianto!

Potrai beneficiare delle detrazioni fiscali* e avrai anche un **buono spesa di 500 €**** da utilizzarsi in ulteriori servizi offerti dal Gruppo Bluenergy.

**Sostituzione Caldaia
a partire da
100*** € al mese**



**Impianto Fotovoltaico
a partire da
180*** € al mese**



Chiamaci senza impegno e prenota una visita gratuita di un nostro tecnico che effettuerà un sopralluogo e ti fornirà uno studio di fattibilità per l'installazione del nuovo impianto o la sostituzione di quello esistente.

0432 632955
clienti@fynenergy.it

BLUENERGY®
L'energia degli italiani *group*

in partnership con:

BLUENERGY®
ENERGIE ALTERNATIVE

FYNENERGY®
FINANZIAMENTI SU MISURA

* Per maggiori informazioni su modalità e condizioni di ottenimento delle detrazioni fiscali visitare il sito www.agenziaentrate.gov.it.

** Buono spesa, erogato dalla Società Bluenergy Energie Alternative srl, usufruibile entro il 30/06/2015 per l'acquisto di uno o più servizi offerti dalle società Bluenergy Home Service srl, Bluenergy Assistance srl e Ciel srl. Per maggiori informazioni consultate il regolamento sul sito www.bluenergygroup.it o presso gli uffici Bluenergy.

*** Le immagini e i prezzi dei prodotti sono puramente indicativi. Per un preventivo dettagliato richiedere un sopralluogo tecnico.



Union TELEO

SERVIZI ALLE AZIENDE

Se sei...

CONTRIBUENTE MINIMO, AGENTE DI COMMERCIO, ARTIGIANO,
COMMERCIANTE, LIBERO PROFESSIONISTA,
PROMOTORE FINANZIARIO, VENDITORE PORTA A PORTA,
AMBULANTE, PICCOLA / MEDIA IMPRESA, ASSOCIAZIONE,
liberati da adempimenti e preoccupazioni.

Per la tua contabilità e pratiche fiscali, rivolgiti al SAF CISL di UDINE! Fissa un appuntamento per avere un preventivo chiamando il n° **0432/246511**, contattandoci via mail : **saf.udine@cisl.it**.



I NOSTRI SERVIZI

- Tenuta della contabilità ordinaria, semplificata e redazione del bilancio d'esercizio
- Contabilità e dichiarativi per contribuenti minimi
- Preparazione dichiarazioni tributarie e studi di settore per ogni tipologia di attività
- Trasmissione telematica delle dichiarazioni tributarie (Modello Unico, IVA, IRAP, 770)
- Predisposizione degli elenchi richiesti dalla normativa (Intrastat, Clienti-Fornitori, etc.)
- Apertura e variazione posizioni IVA, posizioni INPS, INAIL, ed altri Enti
- Adempimenti presso l'Agenzia delle Entrate e la Camera di Commercio
- Partner ufficiale del gruppo InfoCert: rilascio di caselle PEC e dispositivi di firma digitale

UDINE SEDE: Via Caterina Percoto 7 - tel. 0432-246511 / tel. 0432-246512
Presenti altri uffici sul territorio

