



NAUTICA

**Riportare
i diportisti**
pag. ► VIII

CONSORZI

**Scatta l'ora
delle fusioni**
pag. ► XII

CALIFORNIA

**A scuola
di Ict**
pag. ► XV

Udine 2024, il nostro futuro

**@
Imprese
dite la vostra!**Suggerimenti, informazioni, notizie,
critiche e proposte sul mondo dell'economia
SCRIVETEICI!udine.economia@ud.camcom.itE ci trovate anche sul web,
sul blog www.udineconomia.wordpress.com
e su twitter @udineconomia

Gli approfondimenti a pagg. II e III

di Giovanni Da Pozzo*

All'Agenda deve seguire ora un piano strategico

Se al centro della missione di un ente come la Camera di Commercio dev'esser sempre lo sviluppo del territorio, la crisi di questi anni - assieme ai nuovi modelli che si stanno delineando, carichi di opportunità e di rischi - ci impone di rinnovare in modo attivo e partecipato il nostro ruolo, così come pone tutti i cittadini di fronte a nuove sfide e al cambiamento. Attraverso Friuli Future Forum, dal 2010, abbiamo voluto richiamare l'attenzione verso il futuro, e nel 2014 abbiamo intrapreso un progetto sul nostro futuro, della città e del Friuli. Le coordinate per i prossimi anni sono orientate tanto al rafforzamento delle peculiarità locali quanto alla capacità dei territori di internazionalizzarsi e dialogare con quelli di prossimità e pure con i mercati mondiali. Questo doppio binario, già affermato negli ultimi anni, diventa ora necessità assoluta. Ed è altrettanto necessario, non so-

lo quando si parla di futuro, uscire dagli approcci solipsistici e rivolgerci verso scelte condivise e partecipate. Per questo, assieme al Comune di Udine, la nostra Camera di Commercio ha chiamato l'Ocse, l'organizzazione internazionale punto di riferimento per l'economia e lo sviluppo, a coordinare un percorso di progettazione e strategia di crescita per il Friuli. Un percorso che abbiamo chiamato "Agenda del Futuro - Udine 2024", che ha presentato proprio di recente i suoi risultati in una giornata-evento di cui raccontiamo anche in queste pagine

di Udine Economia. Un percorso che ha visto il coinvolgimento anche dell'Università e della Regione, e che l'Ocse ha tradotto in linee guida basandosi su un corpo di analisi che è stata la nostra comunità a produrre in modo inedito. Circa 200 tra rappresentanti delle categorie economiche, le loro associazioni, il terzo settore, la scuola, le forze sociali e culturali hanno contribuito in modo determinante ad arricchire un dossier che ha offerto all'Ocse da un lato dati e statistiche e dall'altro idee vive, attese, criticità che possono rendere pratica-

bile, sostenibile (appunto perché basato su concrete risultanze di ascolto pubblico) lo scenario di futuro per la nostra terra.

L'Ocse ha utilizzato l'impegno della nostra comunità per arrivare a studiare e indicare gli scenari possibili e gli strumenti utili a ridarci prospettiva organizzata e programmata per un nuovo sviluppo. E la nostra Camera di Commercio è orgogliosa di aver promosso assieme al Comune questo percorso condiviso, rinnovando la sua capacità di dare un contributo attivo all'economia e allo sviluppo territoria-

le, perché sia più fattivo, efficace e utile possibile a tutti.

Gli scenari e le indicazioni su alcune delle direttrici che Udine potrebbe intraprendere sono una premessa, non un catalogo. A una Agenda deve seguire ora un piano strategico: l'Agenda indica delle traiettorie e dei fattori che le renderebbero probabili, prima fra tutti l'opportunità per la nostra regione di diventare "laboratorio di sperimentazione" di sviluppo utile per l'intera Italia, rinegoziando in modo nuovo la sua specialità.

Devono essere ora la comu-

nità, le sue componenti attive, i decisori pubblici e privati, a scegliere i percorsi e soprattutto a guidarli nel tempo. Oltre gli interessi di parte, in una logica di sistema e di impegno comune pubblico-privato, interpretando le opportunità che un contesto in profondo cambiamento offre Udine, al Friuli, alla regione, che hanno già dimostrato di essere capaci di superare crisi storiche, economiche, anche inflitte dalla natura, producendo ogni volta futuro e sviluppo.

*Presidente della Camera di Commercio di Udine

INNOVAZIONE, ECCO IL MODELLO DI RILANCIO



Per il futuro di Udine e del suo hinterland (ma non solo) è necessario investire con convinzione su un sistema che ponga in stretta relazione l'Università, i centri di innovazione e l'impresa: è questo in estrema sintesi il modello di cooperazione a "triplice elica" presentato nella visione dell'Ocse in "Agenda del Futuro - Udine 2024", ovvero un sistema di cooperazione in cui il governo, l'industria e il lavoro di ricerca, in tre filoni distinti ma fortemente interconnessi, siano legati insieme a formare sistemi che generano valore. [...] a pag. III

GLI OPERATORI VALUTANO TURISMO FVG



Come a un colloquio scolastico: "Si sta impegnando, le potenzialità ci sono, ma può e deve fare di più". E così che gli operatori del settore turistico, con accenti e da angolazioni diverse, valutano l'attività di Turismo Fvg, l'Agenzia regionale di promozione turistica che l'attuale amministrazione regionale ha posto al centro di una rinnovata politica turistica per un nuovo modo di lavorare al fine di far conoscere sempre di più il Friuli Venezia Giulia e di far in modo che chi arriva si trovi bene, ritorni e passi pure parola. [...] a pag. IX

Il progetto promosso dalla Camera di Commercio di Udine con il Comune, il coinvolgimento di Università e Regione e il coordinamento dell'Ocse

AGENDA DEL FUTURO UDINE 2024



LE LINEE GUIDA

Ecco la via dello sviluppo

Udine, area metropolitana, dovrà investire in migliori interconnessioni col suo territorio e valorizzare le peculiarità turistiche, storiche e ambientali

Chiara Pippo

Udine può diventare area metropolitana, città interconnessa e meglio coordinata con il suo territorio di prossimità. Investendo con convinzione sulle proprie peculiarità (ambiente, storia e cultura per un'offerta turistica di qualità riconosciuta) e su un sistema che ponga in nuova e forte relazione Università, centri di innovazione e imprese. Tutto ciò, utilizzando in modo deciso la leva dell'autonomia regionale, specialità da giocare fino in fondo e da rinegoziare con il governo perché il Friuli, la regione intera, diventino laboratorio di crescita per tutta Italia e luogo di sperimentazione, anche del sistema dell'istruzione, formazione e servizi sociali, per produrre importanti effetti sulle capacità occupazionali e della produttività. Sono le principali linee guida dell'«Agenda del futuro - Udine 2024», progetto promosso dalla Camera di Commercio (con il suo Friuli Future Forum) insieme con il Comune di Udine, il coinvolgimento dell'Università e della Regione, Agenda che è stata affidata al coordinamento e all'elaborazione da parte dell'Ocse, punto di riferimento internazionale per le politiche economiche. L'Ocse ha elaborato l'Agenda, una serie di linee guida per il futuro della città e del territorio, prodotte studiando ricerche e dati statistici locali degli ultimi 10 anni che i partner progettuati hanno raccolto e messo a disposizione del team di analisti, nonché basandosi sulla «voce», sulle aspettative e idee di una rappresentanza di 200 cittadini, che per tutto l'autunno si sono confrontati sul futuro, con un metodo innovativo (evidenziato positivamente dalla stessa Ocse) e partecipativo.



Un'immagine della conferenza stampa dell'evento con la Presidente Serracchiani e il numeroso pubblico alla presentazione



zio giugno, in Sala Valduga, alla presenza del presidente camerale Giovanni Da Pozzo, del sindaco di Udine Furio Honsell e

Uno stimolo per tutta la regione a dare maggior "specializzazione" all'autonomia e far diventare il Fvg laboratorio per tutta Italia

del vicepresidente della Regione Sergio Bolzonello, c'è stata la presentazione dell'Agenda, da parte degli analisti Ocse che l'hanno curata in prima persona, Debra Mountford (senior

policy analyst di Ocse) e Mike Emmerich (già direttore del progetto New Economy per lo sviluppo della "Greater Manchester" e senior policy adviser nel team del Primo ministro britannico), entrambi presenti in diverse occasioni a Udine dallo scorso autunno per interviste, confronti con le istituzioni, le categorie economiche, le imprese e i cittadini, per perfezionare l'elaborazione del documento. Con loro, il project manager di Fff Renato Quaglia e Michele Del Piero, presidente di Civibank, che ha sostenuto l'evento. La Camera di Commercio di Udine è la prima Cciaa in Italia ad aver commissionato un progetto di scenario. È un segnale significativo anche rispetto alla capacità del Friuli di anticipare il rinnovamento di ruoli e funzioni, che a livello naziona-

le sono in discussione e oggetto di riforma.

DA POZZO. «È ormai chiaro - commenta il presidente Da Pozzo - che la visione esclusivamente localistica è insufficiente e va superata, ma anche che dobbiamo credere e investire nelle nostre peculiarità. L'invito forte dell'Agenda è che città e regione abbiano il coraggio di cambiare ancora, perché ci sono potenzialità per invertire la rotta e creare un luogo inedito di sperimentazione di sviluppo. Ci sono nodi critici, ma ci sono anche potenzialità inesprese su cui lavorare: per esempio il turismo e l'attrattiva storico-culturale di Udine e del suo territorio. Qui Ocse indica per Udine la necessità di orientarsi verso un'area metropolitana e invita anche il territorio a relazionarsi a Udine per

costruire un'unica area interrelata. Un indirizzo molto chiaro di Ocse: come ho detto in più occasioni, non è più il momento di fare di bessoi, le sfide internazionali non consentono più la frammentazione. L'unione è una strategia dove tutti vincono e anche il metodo che abbiamo inaugurato con quest'Agenda è un primo passo che dà concretezza a quel "fare sistema" spesso rimasto solo parola».

HONSELL. «Il quadro che emerge - sottolinea Honsell - è quello di una città che ha saputo confrontarsi con la crisi e la recessione economica meglio di altri territori. Emerge però anche un diffuso sentimento di declinismo, lo chiama l'Ocse, sentimento che accomuna il capoluogo friulano ad altri territori europei e rischia di produrre conseguenze fortemente negati-

ve. Ripensando alla propria storia, e al proprio ruolo di città di riferimento per il Friuli, Udine ha secondo l'Ocse una molteplicità di risorse e opportunità, che potrà cogliere se saprà avere una leadership coesa in tutti i settori e con il contributo di tutti».

QUAGLIA. «Il documento Ocse e il lungo processo che l'ha preparato - aggiunge Renato Quaglia - ci restituiscono due immagini: un Friuli che oggi è molto più solido di quanto creda, - e un Friuli che non vuole subire le conseguenze del declino generale. L'Ocse invita questo Friuli a riprendere l'iniziativa; invece di attendere le riforme nazionali, ad assumersi con coraggio nuove responsabilità. Qualunque disegno resta condizionato però da due variabili: la capacità del territorio di condividere e partecipare a un disegno comune - come fu negli anni della ricostruzione - e la necessità di una classe dirigente, pubblica e privata, in grado di guidare questo percorso».

BOLZONELLO. «Udine deve disegnare il futuro su un ragionamento complessivo che coinvolga i territori contermini: il capoluogo friulano può guidare una serie di processi culturali, sociali e industriali ma deve farlo senza dividere, affinché emerga la forza di una regione che ha nella specificità delle comunità il suo punto di forza». Sottolinea Bolzonello, al termine della presentazione dello studio, che ha definito «una ricerca importante, anche dal punto di vista scientifico». Bolzonello ha individuato il tema dell'autonomismo come centrale. «Dobbiamo rivolgerci al governo centrale e riconstruire una serie di temi e competenze, rafforzando e non diminuendo i settori che caratterizzano l'autonomia del Fvg».

LE SCUOLE

Il lavoro di 16 istituti superiori

I progetti del futuro

Una scuola ha studiato la nascita una start up produttrice di rilevatori di Co2, in grado di segnalare il tasso di areazione degli ambienti e un istituto ha ideato un modello funzionante di micro-eolico per la produzione di energia elettrica. C'è chi ha realizzato un sistema anti-collisione per veicoli in grado di far fronte anche all'errore umano e chi ha creato la cucina solare portatile, da potersi facilmente utilizzare in zone del mondo svantaggiate. Altre scuole hanno studiato nuove vie per sviluppare il turismo attraverso l'agroalimentare reso "street food" o formulato idee per valorizzare la storia della regione, altre ancora innovativi modelli di crescita o progetti di riqualificazione concreti come il recupero dell'ex birreria Dormisch, per creare un'area per i giovani del Centro studi, con tanto di laboratori scientifici, sale lettura o per la produzione musicale.

Sono solo alcuni dei "progetti di futuro" che 16 scuole superiori della provincia hanno realizzato in quest'anno scola-

stico, con il sostegno della Regione, nell'ambito del percorso promosso dal Friuli Future Forum della Camera di Commercio e dal Comune di Udine, linea collaterale - ma complementare - dell'Agenda del futuro - Udine 2024. Proprio a

C'è chi ha realizzato un sistema anti-collisione per veicoli, chi ha creato la cucina solare portatile

questi progetti è stata dedicata la sede di FFF nella giornata di presentazione dell'Agenda da parte degli esperti Ocse: nei suoi tre piani, lo spazio si è animato grazie agli studenti e ai loro professori, che hanno sistemato pannelli, modellini, prototipi, computer e vere e proprie soluzioni scenografiche per mettere in luce il loro lavoro. La prima visita alla mostra - con gli studenti stessi come guide d'eccezione - è stata, al mattino presto, quella del pre-



sidente camerale Giovanni Da Pozzo e dell'assessore regionale all'istruzione, lavoro e ricerca Loredana Panariti, il cui assessorato ha finanziato proprio questa parte progettuale.

«Non c'è futuro senza scuola - ha affermato Panariti -, l'istruzione è fondamentale per attivare i percorsi di sviluppo di un territorio: per questo l'esperienza delle scuole secondarie all'interno de l'Agenda del futuro è estremamente positiva e utile». Gli studenti hanno illustrato personalmente i

loro progetti e le ricadute imprenditoriali a Da Pozzo e a Panariti, che ha garantito «che il percorso di collaborazione continuerà anche l'anno prossimo, anche perché gli obiettivi del progetto sono in linea anche con i criteri della "specializzazione intelligente"».

«Partiamo dalle scuole per presentare l'Agenda del Futuro di Udine - ha aggiunto Da Pozzo - perché sono i nostri giovani quelli che abiteranno il futuro che stiamo ora delineando, assieme al Comune

e all'Ocse. Averli coinvolti del percorso è stato fondamentale e ciascuna delle 16 scuole è riuscita a produrre progetti di visione, creatività, ma anche spiccato spirito imprenditoriale o comunque d'ispirazione per l'iniziativa pubblica. Un valore aggiunto notevole: ci impegneremo senz'altro a rendere realtà queste idee interessanti e già ben strutturate».

Queste le scuole partecipanti, con la collaborazione dell'Ufficio scolastico: Educandato Statale Collegio "Uccellis" (capofila) Isis V. Manzini, San Daniele Isis E. Mattei, Latisana Isis F. Solari, Tolmezzo Isis J. Linussio, Tolmezzo Isis Magrini Marchetti, Gemona Isis R. D'Aronco, Gemona Isis della Bassa Friulana Isis B. Stringher, Udine Ipsia G. Ceconi, Udine Itc A. Zanon, Udine It G.G. Marinoni, Udine Isis A. Malignani, Udine Liceo C. Percoto, Udine Liceo scientifico N. Copernico, Udine Liceo scientifico G. Marinelli, Udine.

I progetti sono riuniti anche in una pubblicazione, disponibile in Camera di Commercio. C.P.

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:
Digigraf - Udine

Stampa:
Finegil Editoriale S.p.A.
Divisione Nord-Est

Fotoservizi:
Foto Diego Petrusi - Udine

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

L'interazione tra soggetti è fondamentale per lo sviluppo del territorio. Ecco un esempio

AGENDA DEL FUTURO UDINE 2024



INNOVAZIONE

Un modello di rilancio

Per il futuro di Udine è necessario porre in relazione Università, centri di ricerca e imprese

Giada Marangone

Per il futuro di Udine e del suo hinterland (ma non solo) è necessario investire con convinzione su un sistema che ponga in stretta relazione l'Università, i centri di innovazione e l'impresa: è questo in estrema sintesi il modello di cooperazione a "tripla elica" presentato nella visione dell'OCSE in "Agenda del Futuro - Udine 2024", ovvero un sistema di cooperazione in cui il governo, l'industria e il lavoro di ricerca, in tre filoni distinti ma fortemente interconnessi, siano legati insieme a formare sistemi che generano valore. Per far questo, come indica Roberto Grandinetti a conclusione della sua riflessione sui Tavoli di Lavoro di Udine 2024, è necessario un rapporto di integrazione e interazione tra Udine e il suo territorio per ricostruire un'identità alla città in grado di svolgere un ruolo fondamentale come motore dell'economia, connettività, creatività, innovazione e centri di servizi per le zone circostanti (Fonte: City of tomorrow, Unione Europea).

Ne è convinto il sindaco di Udine **Furio Honsell**: «Con soddisfazione leggo che viene ancora raccomandato come strumento per la creazione di valore economico e sociale il modello della "tripla elica", che ho anche personalmente favorito sia come rettore dell'Università di Udine, sia in qualità di sindaco, ovvero quello del dialogo e della contaminazione reciproca tra ricerca, imprenditoria e amministrazione pubblica. Tenendo conto delle caratteristiche demografiche di Udine - continua Honsell -, penso che siano due le



direzione lungo le quali orientare la triple elica. La prima è quella dell'economia verde, declinata sia come efficientamento energetico negli stili di vita e nei servizi, sia come sviluppo sostenibile in tutti i settori, dal primario al terziario, ma con particolare attenzione alla casa, che è sempre stato il fil rouge dell'economia friulana. L'altra direzione è quella della salute e del benessere, sia negli aspetti di erogazione di servizi, sia nelle produzioni di strumenti che possano aiutare a perseguire stili di vita sani» conclude il sindaco di Udine.

In sostanza un impegno e un ruolo attivo della Pubblica amministrazione nella costruzione di un approccio strategico che garantisca per la città e il suo territorio servizi, efficienza e politiche di welfare in grado di elevare la qualità della vita, fattore chiave quest'ultimo per trattenere e attrarre "talenti" sul territorio.

Ha posto l'attenzione sul ruolo nevralgico dell'innovazione per lo sviluppo socioeconomico di Udine e il suo hinterland il presidente del centro di ricerca e trasferimento tecnologico Friuli Innovazione **Guido Nassimbeni**: «Partecipazione e coinvolgimento sono stati i principi ispiratori di "Agenda del Futuro - Udine 2024" e della progettualità che ha promosso. Gli stessi principi e lo stesso metodo si applica in tema di innovazione, dove è dal circuito virtuoso che unisce ricerca, industria, istituzioni e componenti della società civile che si sviluppa in un ecosistema vitale in grado di intercettare e costruire il futuro. Un sistema dove il ruolo di soggetti come Friuli Innovazione è proprio quello di cucire l'"elica" di queste interazioni».

Accrescere ulteriormente il numero e la qualità dei servizi per l'innovazione e la creazione di impresa che il centro

di ricerca offre al territorio è infatti il mandato di Friuli Innovazione.

Parla di "connessione e sviluppo" il rettore dell'Ateneo friulano **Alberto Felice De Toni**: «È dimostrato da esperienze e studi che la via maestra per far innovare nell'impresa è mettere in relazione studenti, startup e parchi di ricerca».

È un modo di acquisire competenze specifiche altamente qualificate - spesso scarse o difficili da reperire -, sviluppare idee e progetti, farli crescere e poi farli acquisire dalle aziende una volta sviluppati.

«Questo attiene - continua il rettore dell'Università di Udine - il tema della connessione e dello sviluppo. La ricerca vera e propria è troppo lunga e rischiosa per le nostre aziende. Ciò che si può fare è porre in connessione la ricerca con la cultura universitaria, mettendo a punto un sistema di fare connessione/ricerca esterno e poi sviluppare interno. Ci vuole un sistema integrato e livello europeo, ad esempio ciò che facciamo in Eurotech».

Di parere affine sembra essere il presidente del DiTeDi - Distretto delle Tecnologie Digitali - **Mario Pezzetta**: «L'Università deve fare ricerca, didattica e alta formazione; deve, in sostanza, dar vita a startup. Quest'ultime possono essere per la piccola impresa manifatturiera, per l'artigianato (con le centinaia di piccole aziende, fatte in particolar modo da giovani), e per il commercio, nicchie di ricerca e sviluppo, possono altresì aiutare ad allungare la filiera produttiva, gestire in modo nuovo e organizzato l'azienda, aprire di fatto un "mondo" alle aziende quasi sconosciute».

ALBERTO ALESINA

"Avere il coraggio delle riforme"

Alberto Alesina, economista internazionale, editorialista del Corriere della Sera e professore dell'Università di Harvard, è stato insieme a Sergio Arzeni, direttore dei programmi Leed (dello sviluppo dell'occupazione e dell'impresa locali) dell'Ocse, il protagonista dell'incontro conclusivo dell'"Agenda del Futuro - Udine 2024".



«Credo che Udine, come tutte le città italiane, debba offrire e costruire il miglior ambiente possibile per l'industria privata per attrarre investimenti» sottolinea con convinzione il rinomato economista. Per Alesina: «Burocrazia eccessiva, tasse elevate, rigidità del mondo del lavoro (elevata disoccupazione, specie giovanile, produttività del lavoro bassa e costo del lavoro elevatissimo, profitti delle imprese e investimenti privati crollati, rapporto debito-Pil ancora altissimo) negli ultimi anni hanno generato un andamento molto poco positivo dal punto di vista della produttività».

Diventa pertanto necessario invertire questo trend negativo e uscire dal rischio "declinismo" agendo in sinergia sia dal lato della domanda che da quello dell'offerta, aprendosi all'innovazione.

«Ci vuole più domanda aggregata del settore privato,

più consumi e investimenti. La prova empirica dimostra che la riduzione delle imposte e della spesa pubblica hanno effetto positivo sulla domanda aggregata e sono stimolo positivo per l'economia».

Un sì di Alesina a riforme strutturali concrete, volte all'efficientamento e allo sviluppo integrato. Positiva per l'economista la riforma sul mercato del lavoro, necessaria ma non sufficiente se non inserita in un quadro più ampio e organico di riforme.

«Quello attuale è un momento favorevole - il tasso dollaro-euro è sceso, il prezzo del petrolio è crollato e molti Paesi europei stanno ricominciando a crescere e a espandere gli investimenti - per mettere in atto un vero cambiamento, partendo, ad esempio dalla tanta attesa riforma sulle pensioni» evidenzia l'editorialista.

Gi.Ma

DEBRA MOUNTFORD

"Rivedere il sistema della formazione"

«Non esiste vento favorevole per il marinaio che non sa dove andare» con questa frase di Seneca si apre il documento di raccomandazioni dell'"Agenda del Futuro - Udine 2024", un lavoro condiviso e partecipato di scenario, promosso per la prima volta in Italia da una Camera di Commercio, quella di Udine (nell'ambito del suo programma d'innovazione Friuli Future Forum), con il Comune di Udine, in partnership con l'Università degli Studi di Udine e la Regione, e con il coordinamento generale e l'elaborazione diretta da parte dell'Ocse, la più grande organizzazione internazionale di studi economici che sostiene globalmente governi e città attraverso i suoi progetti Leed volti allo sviluppo delle economie locali. Si tratta di processo importante che inaugura un percorso di ascolto e prefigurazione di scenari importanti per lo sviluppo della città di Udine e del suo hinterland. Molte, infatti, sono le città europee che si sono dotate di questo tipo di strumenti. La pianificazione partecipata è stata l'azione chiave da cui partire per immaginare e costruire una "nuova Udine". Il modello presentato dall'Ocse nell'incontro pubblico nella sede della Camera di

Commercio di Udine il 9 giugno scorso potrebbe essere replicato in altri contesti e città italiane e diventare una best practice a livello nazionale. Quella delineata durante la presentazione è stata una griglia di possibili scenari per il futuro prossimo



del capoluogo, consegnata alle forze politiche, alle rappresentanze decisionali e alla città stessa. Nello specifico, secondo Debra Mountford, senior analyst dell'Ocse, il progetto "Agenda del Futuro - Udine 2024" passa attraverso quattro punti fermi: «Il primo è l'importanza che Udine diventi una "piccola" città metropolitana, ovvero che Udine si proponga assieme agli altri centri del territorio per costituire un'area metropolitana». Quella delineata dalla consulente dell'Ocse è un'area inter-

connessa al proprio interno tale da determinare la possibilità per ogni centro territoriale, che aderisce a quest'area metropolitana, di avere una sua specifica funzione. In questa visione, tutti questi centri territoriali sono fortemente interconnessi e interrelati.

La Mountford parla poi della necessità di "rimettere in moto" quella che viene definito come il sistema della "tripla elica", un sistema che ponga in fortissima relazione Università, centri di innovazione e sistema imprenditoriale e produttivo.

«Bisogna rivedere il sistema della formazione - continua l'affermata analista dell'organizzazione internazionale -, dell'educazione e, al contempo, quello del welfare. Questo porterebbe certamente a concreti e importanti esiti occupazionali e produttivi per lo sviluppo del territorio della città di Udine e del suo hinterland».

La Mountford chiude il suo intervento con l'invito agli enti pubblici di rivedere strutturalmente e semplificare l'apparato burocratico e normativo locale, risolvendo le sovrapposizioni di competenze tra enti e normative regionali, riducendo la forte pressione amministrativa e regolamentando il sistema produttivo locale.

G.M

MIKE EMMERICH

"Ripartire dal patrimonio culturale"

Un ruolo importante alla presentazione dell'"Agenda del Futuro - Udine 2024" l'ha certamente avuto Mike Emmerich, senior policy analyst dell'Ocse, già direttore del progetto New Economy per lo sviluppo della "Greater Manchester" e senior policy adviser nel team del Primo ministro britannico. Emmerich ha portato all'evidenza del pubblico l'importanza del progetto per Udine e il suo territorio, della rete di processi che si è definita dall'inizio del progetto nel 2014, illustrando in maniera sintetica le potenzialità e le criticità della città. La produzione di visioni e progetti concreti di futuro per Udine 2024 è infatti frutto del confronto fra 180 stakeholder, rappresentanti dei vari settori della società e dell'economia, con il supporto e l'elaborazione analitica dell'Università di Udine e il coordinamento generale dell'OCSE.

L'analista, durante l'incontro, definisce Udine come: «una città forte, con maggiori prospettive rispetto ad altri Paesi europei», che però tende a un pessimismo di fondo, insito nel "dna" della propria comunità. La teoria economica e sociologica definisce questo fenomeno

"declinismo": credere che le cose vadano peggio di quanto invece stanno andando. Il rischio è che quanto si percepisce diventi realtà a forza di convincersene. Nello stesso momento però la popolazione di questo territorio ha saputo



già in passato reagire con determinazione alle avversità e attuato un piano di rilancio davvero unico e positivo. Per Emmerich: «Udine vanta un grande patrimonio culturale ancora inespresso, punto d'incontro di culture italiane e germaniche» e sottolinea come questo sia un luogo ideale per il turismo (interno e internazionale) e dotato di elevata attrattività storico-culturale; ne è un esempio Aquileia. Il senior policy analyst

dell'Ocse, inoltre, mette in rilievo la buona posizione geografica della città (e del suo vasto entroterra), economicamente e culturalmente dinamica, che ha saputo rispondere in maniera efficace alla crisi degli ultimi anni. Anche Emmerich, come la Mountford in precedenza, evidenzia la necessità per Udine e il suo hinterland di configurarsi come un'area metropolitana, in grado di aprirsi all'esterno dei propri confini e relazionarsi con il territorio limitrofo per creare e sviluppare un'unica ampia area interrelata e interconnessa.

In questa visione per la città vanno pertanto smantellati atteggiamenti solipsistici o di isolamento che alimentano la frammentazione e va colta la sfida verso un'economia globale e allargata. La strategia vincente da perseguire per Udine 2024 è quella dell'inclusione e dell'unione sinergica. Propulsore di questa crescita deve necessariamente essere l'innovazione. Per spingere verso una vera innovazione però è necessario collegare al meglio e potenziare Ateneo udinese, centri di ricerca sul territorio e l'universo delle imprese.

G.M

Non solo sedie e tavoli, ma anche giocattoli.
Nella diversificazione sta la ricetta del successo

IMPRESE



UNIVERSAL & C

Naturalmente legno

L'azienda a conduzione familiare riesce a superare la crisi del Distretto grazie a scelte di qualità

Lucia Aviani

Affrontare l'urto della crisi economica, assorbirlo. Contrastare la paralisi dei consumi - quasi una condanna a morte, come noto, per la realtà del Triangolo della Sedia - con strategie mirate e, così, sopravvivere in un settore produttivo (quello della lavorazione del legno) che non naviga certo, di questi tempi, in buone acque. E' la sintesi dell'esperienza di una piccola, ma affermata, ditta locale, la Universal E C Srl di Pavia di Udine, 45 anni di operatività alle spalle: uno stabilimento -



Nata nel 1970, la Universal & C si è imposta da subito nel ramo delle levigature industriali e della realizzazione di semilavorati

dislocato nella zona industriale che si sviluppa fra il centro appena citato e Percoto - la cui attività fa leva, sostanzialmente, sul principio della conduzione familiare. La forza lavoro, così, ammonta ad appena sette unità, che devono peraltro coprire un mercato ampio (e con concrete prospettive di ulteriore crescita sul breve e medio periodo). Nata nel 1970, la Universal E C srl si impose da subito nel ramo delle levigature industriali e della realizzazione di semilavorati, destinati a molte delle principali industrie del Manzanese e, non di meno, del Brianzolo. Qualche flash di dettaglio sulla tipologia di produzioni, allora. La Universal E C Srl opera nella sfera del legno, appunto, sia nella branca dei semilavorati, come detto, che dei prodotti finiti. E i generi variano: al comparto "canonico", quelle delle sedie e dei tavoli, si aggiungono il campo, più articolato, dei componenti d'arredo e i comparti dell'oggettistica e dei giocat-

toli (in entrambi i casi sempre in legno, naturalmente). E proprio in questa diversificazione - ma non solo - sta la formula del successo della ditta, e prima ancora della sua capacità di superare senza traumi il generale ristagno dell'economia. Ma c'è, appunto, un ulteriore elemento focale, perché la differenziazione non basta: «Scelte di qualità», scandisce la famiglia Rossi, titolare della Universal. Il segreto, dicono i proprietari, sta tutto - o in buona parte, se non altro - lì. «E' proprio grazie a questo principio cardine - si motiva -, alla ferma volontà di confezionare beni e oggetti di prim'ordine, che abbiamo saputo distinguerci nel

Frequenti sono le collaborazioni con vari designer

panorama locale e che siamo stati in grado, conseguentemente, di attuire il colpo della crisi. Le nostre proposte variano, ovviamente, a seconda delle richieste e delle esigenze della clientela ma sono accomunate, tutte, dalla cura dei dettagli, dall'alta attenzione riservata alla preparazione. Cre-

iamo beni che rispondono alle necessità di chi si rifornisce da noi». Finiti o parziali, si diceva. Consideriamo, per esempio, il "capitolo" giocattoli: la Universal, nel caso, non immette sul mercato oggetti completi ma fornisce, al contrario, a una serie di aziende specializzate nel settore le componenti per l'assemblaggio dei singoli pezzi. Potrebbero comunque

do così sul fronte del prodotto finito. Ma torniamo indietro un attimo, al tema tecnico di contrasto della crisi, perché alle due voci già citate (varietà e qualità) va necessariamente aggiunto un terzo fattore, quello del costante aggiornamento. Un must, in una sfera imprenditoriale che non deve fronteggiare solo la morsa del blocco dei consumi ma pure, ovviamente, la concorrenza. Informarsi sulle nuove tendenze e cercare di adeguare il prodotto agli input del mercato è insomma imperativo: la Universal lo sa bene e frequenta, pertanto, le principali fiere di genere. Appena qualche nome, per dare un'idea: Whonen & Interieur Messe Wien, Stockholm Design Week, Design Junction, London Design Week, Salone del Mobile di Milano, Maison et Objet Paris Nord Villepinte. E frequenti sono pure le collaborazioni con vari designer, sempre nell'ottica della continua evoluzione dell'offerta e del suo mantenimento al passo con i tempi (e, dunque, con le aspettative dell'utenza). L'azienda di Pavia di Udine garantisce inol-



CURIOSITÀ

La filosofia green

E' un mercato piuttosto ampio, e non solo nazionale, quello della Universal E C Srl di Pavia di Udine. In ambito italiano l'operatività dell'azienda si esplica prevalentemente al nord; i canali attivati all'estero, invece, portano in direzione - per lo più - di Inghilterra e Svezia, cui si accosta (ma in proporzioni minori) la Germania. Questo ad oggi. Il futuro, poi, potrebbe riservare sorprese, posto che gli obiettivi della piccola - ma affermata - realtà imprenditoriale friulana sono di potenziare le relazioni con la clientela straniera. Dettaglio al riguardo non vengono forniti, al momento (ci si trova in una condizione di work in progress), ma a quello che si desume vi sarebbero contatti in corso propedeutici, appunto, a un'espansione del raggio d'azione della ditta. Ditta che, nel mentre, ha sposato con convinzione un approccio green, una politica di produzione nel segno del rispetto ambientale. Da anni, ormai, la Universal E C Srl è autosufficiente sul fronte energetico: «Tutta l'energia che consumiamo con le attività produttive - spiega uno dei titolari dell'attività imprenditoriale, Luca Rossi - la produciamo noi. Abbia-

mo attrezzato lo stabilimento in funzione dell'"autarchia" già da tempo». Si potrebbe quasi dire che l'industria ha giocato un ruolo da pioniere, nel settore, posto che l'operazione strutturale volta al perseguimento dello scopo appena citato fu eseguita ancora nel 2000, e dunque 15 anni fa. Piena attenzione all'ambiente, insomma: l'intera filiera produttiva sfrutta fonti di energia rinnovabile. «E' uno dei nostri vanti», commenta ancora il proprietario, evidenziando come i punti di forza della fabbrica siano «qualità ed esperienza» nonché «attenzione al dettaglio e collaborazioni con importanti realtà del Contract». «Puntiamo - aggiunge - su affidabilità e creatività, cercando le migliori soluzioni produttive e garantendo rapidità e puntualità delle consegne». E si fa leva, pure, sulla sinergia con vari designer (non solo su scala nazionale: anche all'estero). «Siamo partner fidati - ribadisce Rossi -, che offrono, fra l'altro, il servizio di magazzino di prodotti e semilavorati, la prototipazione e industrializzazione di oggetti lignei, la levigatura di semilavorati in legno, pral e corian».

l.a.

IN CIFRE



1 stabilimento, a Pavia di Udine; 7 dipendenti; 45 anni di attività, dal 1970; 5 comparti produttivi, che comprendono semilavorati e oggetti finiti: sedie, tavoli, componenti d'arredo, oggettistica e giocattoli; 3 Paesi per il mercato estero dell'azienda: Inghilterra, Svezia, Germania

AZIENDA AGRICOLA CISORIO

Frutteti ma non solo

Luca, Andrea e il sogno... in cantina



Ci sono aziende che dal passaggio generazionale ne guadagnano forza e competenze, pronte a crescere, a cambiare e ad espandersi. Questo è il caso della Società Agricola Cisorio, un fatturato di circa 500 mila euro l'anno Luca e Andrea, rispettivamente di 33 e 26 anni, sono pronti ad accettare nuove sfide. Il tutto ha inizio nel 1961 quando Giuseppe Cisorio, mezzadro a Belfiore, un piccolo paese vicino a Verona, giunge a Palazzolo dello Stella per iniziare una nuova vita.

Dopo un primo periodo scandito dal lavoro tra Belfiore e Palazzolo, Giuseppe, portando con sé la moglie e i giovani figli Antonio, Giovanni e Salvatore, decide di trasferirsi definitivamente in Friuli, dove aveva acquistato un casale e sette ettari di terreno, coltivati inizialmente a vigneto,

due anni più tardi, trasformati in coltivazione di mele. Con il passare degli anni l'azienda si è ingrandita arrivando fino ai 50 ettari, distribuiti tra Poccina e Palazzolo.

Di questi terreni, attualmente, 14 ettari sono destinati al frutteto di cui 13 a mele e 1 a pere, 16 a vigneto e 20 ettari a seminativo che fino al 2014 si coltivavano a mais o frumento che venivano destinati esclusivamente all'allevamento di vitelli da carne, mentre recentemente spazio è stato dato anche alla coltivazione della soia.

I bovini, vengono allevati e seguiti passo dopo passo dall'azienda friulana anche se la proprietà degli animali è dell'azienda Veronesi, conosciuta nel settore e solida.

«Il seminativo - ha commentato Luca - entro qualche anno tenderà a scomparire per-

ché vorremmo trasformare la zona dedicata a questa attività, in vigneto e chiudere anche l'area dedicata all'allevamento. In questo momento, infatti, la viticoltura è decisamente più remunerativa dell'attività di allevamento e di frutteto.

Questa scelta è stata dettata oltre che dalle richieste del mercato, anche dalla composizione societaria che al momento vede ancora impegnati in azienda mio papà, i miei due zii ma che a breve vorrebbero godersi la pensione lasciando spazio a mio cugino Andrea e a me, che però non abbiamo le competenze di zio Salvatore nell'ambito della zootecnia avendo preso altre tipologie di specializzazioni e che avremmo il sogno di realizzare una cantina, con magari anche un piccolo Bed&breakfast.

Per anni abbiamo studia-

to in Italia e all'estero per cercare di apprendere il più possibile i segreti carpiti dalla Toscana alla Francia fino all'Australia e la nuova Zelanda ma poi abbiamo deciso di rientrare a casa e di scommettere sulla nostra terra e sulla nostra azienda, forse scegliendo la via più difficile».

La Società Agricola Cisorio dal 2012 fa parte del progetto "Campagna Amica". I trasformati come succhi di mela e di pera, sidro, aceto di mela, nettare di pera e una notevole varietà di golose marmellate sono arrivati fino in Australia e in Inghilterra mentre alcune tipologie di mele, quelle da pelare, arrivano addirittura fino nella "Patria" delle mele in Trentino Alto Adige per la realizzazione di dolci come lo strudel.

Luciana Idelfonso

L'azienda è leader in Italia nei software per la gestione delle attività di manutenzione di grandi impianti e nella mobility

IMPRESE



OVERIT

Servizi all'avanguardia

“Tecnologia alla portata di tutti”. Così si diventa una delle migliori aziende al mondo nell'Ict

Anna Casasola

«Siamo un'azienda friulana che partendo da una regione periferica come la nostra è riuscita a portare l'innovazione nel mondo». Ad affermarlo Marco Zanuttini, fondatore, presidente e amministratore delegato della OverIT, azienda con sedi a Udine e Fiume Veneto oltre che a Milano, Roma e a San Paolo in Brasile e che da oltre 15 anni si occupa di information technology. Unica azienda italiana OverIT è sul Gartner Magic Quadrant per il Field Service, ovvero è tra le 15 migliori aziende al mondo del settore. «OverIT sviluppa soluzioni talmente innovative che stanno conquistando il mondo» afferma Zanuttini. Ultima in ordine di tempo quella in fase di presentazione in questi giorni a Milano e che vede OverIT tra i protagonisti di uno dei nuovi prodotti Apple, l'Apple watch. «Stiamo cercando di portare la nostra capacità innovativa competendo con le aziende della silicon valley - aggiunge -. E lì negli States le aziende hanno alle spalle un sistema Paese che funziona e aiuta le aziende innovative. Noi, non solo come italiani ma nemmeno come europei, non possiamo contare su questo valore aggiunto. Se un'azienda californiana presenta un prodotto, quel prodotto, ha l'immagine di una nazione all'avanguardia nella tecnologia. Noi se presentiamo qualcosa non siamo neanche considerati europei, ma italiani, una nazione piccola in un contesto mondiale. L'Italia non ha politiche economico-finanziarie che sostengano le aziende e l'Europa ad oggi è solo la moneta



Il fondatore e Presidente Marco Zanuttini



IN CIFRE

Dipendenti, l'85% è laureato

Tra le 15 migliori aziende al mondo del settore

Dal 2004 fa parte del Gruppo Engineering, la più grande azienda italiana del settore;

Negli ultimi 7 anni ha registrato una crescita annuale del fatturato e degli utili del 20%;

250 dipendenti, l'85% dei quali laureati in informatica o ingegneria e un'età media di 35 anni

5 le sedi: a Udine, Pordenone, Milano, Roma e San Paolo in Brasile; prevista l'apertura di una sede negli USA entro l'anno

CURIOSITÀ

L'Apple Watch parla friulano

È l'ultimo nato in termini di oggetti che prima non esistevano in casa Apple. È l'Apple Watch, l'orologio intelligente molto più vicino a uno smartphone che a un comune segna tempo per quantità di funzioni. Il piccolo gioiello di casa Apple parla anche un po' friulano visto che la friulanissima OverIT ha realizzato nuove APP specifiche per supportare le attività di tecnici nel settore della manutenzione. A fine giugno la presentazione ufficiale a Milano dei nuovi prodotti assieme ad Apple. Il fatto di poter legare il proprio nome a colossi dell'innovation technology per OverIT non è una novità. L'anno scorso a Bruxelles, durante l'evento Engineering and innovation in the information technology sector, organizzato all'ambasciata italiana, OverIT ha presentato le sue innovative applicazioni per i Google glass. Si tratta di speciali occhiali sviluppati dal colosso californiano di Mountain View che, grazie ad un visore integrato, sono in grado di aggiungere informazioni virtuali alla realtà che in quel preciso momento stiamo guardando.



unica, con però tutti i problemi che leggiamo sui giornali». Zanuttini spiega come aziende quali la OverIT debbano fare una fatica assolutamente superiore per poter essere ve-

ramente competitive, rispetto ai competitor americani ad esempio. Da qui la particolare soddisfazione nell'aver tagliato risultati eccezionali nonostante le innumerevoli difficoltà.

«Pensiamo solo alla viabilità del Nordest - spiega -, non abbiamo l'alta velocità, i collegamenti aerei sono pochissimi e abbiamo ancora un'autostrada che ci collega con il

resto dell'Italia che non riesce a sopportare il traffico attuale. Un'azienda come la nostra si posiziona sul mercato internazionale, quello nazionale è troppo piccolo per poter competere. Partendo da qui siamo comunque disagiati». Perché rimanere allora? «Noi siamo nati nel 2000 - ricorda -, nel 2004 siamo stati acquisiti dal Gruppo Engineering. Nei primi anni di attività infatti abbiamo capito che, come piccola azienda del territorio, in questo settore, non avremmo avuto nessuna chance per emergere, senza far parte di un grande gruppo. Nel settore dell'information technology infatti ci sono le aziende grandi che investono e parecchio. Quelle medie investono poco e in modo discontinuo. Per cui la scelta di entrare in un grande gruppo come Engineering pur mantenendo la nostra connotazione regionale che è un valore aggiunto. La maggior parte del nostro personale proviene dalle province di Udine e Pordenone, gente molto preparata dalle ottime Università della nostra regione. Un'azienda co-

me la nostra consente a persone laureate in regione di poter sviluppare la propria carriera in regione senza doversi trasferire lontano per poter trovare aziende ad alto contenuto tecnologico. Questo - conferma Zanuttini - ci ha dato modo di costruire un'azienda che basa la propria forza sulla qualità e competenza del nostro personale. D'altro canto essere qui è un fattore distintivo. Oggi più di ieri, essendo il nostro il mercato mondiale, l'essere qui o a Milano non fa quindi grossa differenza». Con un fatturato e un utile d'esercizio che sta registrando negli ultimi anni una crescita costante del 20%, OverIT attualmente è leader in Italia nei software per la gestione delle attività di manutenzione di grandi impianti (in alcuni settori è addirittura monopolista) e nella mobility (area tablet e smartphone). «Siamo riusciti a creare dei prodotti finora mai realizzati da nessun altro: evidentemente siamo stati i più bravi a sperimentare e semplificare tecnologie sofisticate per renderle alla portata dell'uomo della strada».

RISPARMIONETTO.IT

Alberto Praturlon a 25 anni ha lasciato il posto fisso e ha coltivato un'idea

Il sito delle offerte

È nata come un'idea contro la crisi. Oggi, a distanza di tre anni, è diventato un fenomeno sui social e sul web. Il protagonista di questa bella favola è un friulano, di soli 28 anni. Il suo nome è Alberto Praturlon, perito elettrotecnico di Talmassons. Non uno

Le offerte arrivano fino al 70%. Lo sconto diventa un coupon, basta scegliere la propria offerta, acquistarla sul sito e usufruirne nel negozio indicato

avvezzo con il mondo dell'informatica, ma che studiando da autodidatta le tecniche di marketing, e cogliendo le potenzialità del web, è riuscito a sfondare del mondo del lavoro. La sua impresa è Risparmionetto.it, un sito che permette di acquistare le migliori offerte della regione e risparmiare quindi sui vari servizi: offerte fino al 70% dai ristoranti, ai centri benessere, dal

tempo libero alla salute e lo sport e molto altro. Lo sconto su Risparmionetto.it diventa un coupon, basta scegliere la propria offerta, acquistarla sul sito e usufruirne nel negozio indicato.

Il suo successo è diventato il successo anche per le 350 aziende aggregate al progetto. Un'idea nata sulla scrivania di un ufficio. Alberto infatti ha avuto il coraggio di mollare un lavoro a tempo indeterminato per buttarsi nel campo dell'imprenditoria. «Ero impiegato in uno studio di consulenza di impianti elettrici a Cervignano. - dice -. Lì ho lavorato per 5 anni.

Mi trovavo bene e dopo essermi diplomato al Malignani, per logica il mio futuro era lì, ma non era quello che desideravo. Avevo voglia di inserirmi nel mondo del lavoro a modo mio».

Alberto ha iniziato a studiare da solo marketing pubblicitario nel web. Quindi ha preso la macchina e ha cominciato a cercare i clienti «aziende - dice - che avevano la necessità di incrementare il proprio parco clienti come il detto "chi assaggia ritorna". Con un costo pubblicitario solo a risul-

tato raggiunto. Ho abbinato il concetto del risparmio all'anticrisi. E da lì è nato il sito risparmioetto.it. I coupon vanno a ruba: sono circa 20 mila finora quelli venduti e il fatturato raddoppia di anno in anno». Ma chi acquista questi sconti? «Sono persone dinami-

Un fenomeno dilagante che ha aggregato 350 imprese. E ora l'azienda cerca personale con esperienza nel Web marketing, web design, Seo e social media marketing

che, ricettive e che hanno voglia di fare nuove esperienze, in particolare donne, dai 25 ai 45 anni».

Oggi l'azienda vanta due soci (uno per la parte gestionale, l'altro per l'amministrativo) e due collaboratori esterni (che si occupano dello sviluppo del sito e della parte commerciale) e una piccola rete



Alberto Praturlon

commerciale. Ma Risparmionetto.it non si ferma qui. E tra poco sbarcherà anche in Veneto. Per questo sviluppo crescente l'azienda cerca personale con esperienza nel Web marketing, web design, Seo e social media marketing, e una persona da introdurre nella rete commerciale per le nuove zone.



CURIOSITÀ

In arrivo la App

Entro l'estate è in arrivo la App per poter accedere alle offerte. Le visite da smartphone e tablet del sito Risparmionetto hanno superato negli ultimi mesi il 50%. Sempre più utenti quindi dal Friuli Venezia Giulia, ma anche dal resto d'Italia, dove Risparmionetto sta prendendo piede con sempre maggiore insistenza, utilizzano i nuovi mezzi informatici per poter acquistare le offerte, lasciando alle spalle i Pc. Nell'ultimo semestre si è assistito a un vero e proprio boom dai telefonini e dai computer di nuova generazione «Ciò smentisce il fatto - dice Alberto Praturlon - che una regione come la nostra sconta un così vistoso gap informatico. Siamo pronti per nuove frontiere». E la dimostrazione arriva dall'applicazione che sarà pronta entro l'estate. Il progetto di Risparmionetto quindi non si ferma. 20 mila i coupon finora venduti, un fatturato che raddoppia di anno in anno. E tra poco Risparmionetto sbarcherà anche in Veneto. Per questo sviluppo crescente l'azienda cerca personale con esperienza nel Web marketing, web design, SEO e social media marketing e una persona da introdurre nella rete commerciale per le nuove zone. Per maggiori informazioni basta scrivere a posta@risparmionetto.it.

La giovane giornalista friulana Greta Sclaunich oggi scrive per il Corriere, per cui vive e testimonia ogni giorno dall'interno l'esperienza Expo

EXPO



L'INTERVISTA

Raccontato da Greta

“Anche per il Fvg Expo sarà occasione per farsi conoscere attraverso gli ottimi prodotti locali”

Giulia Zanella

Dal primo maggio a fine ottobre Milano è capitale dell'alimentazione, della nutrizione, della tecnologia e dell'innovazione. Expo Milano 2015 è una vetrina mondiale dove più di 140 Paesi e organizzazioni internazionali, in un'area espositiva di 1,1 milioni di metri quadrati, mostrano il meglio delle tecnologie e offrono soluzioni per dare una risposta concreta e sostenibile all'esigenza di garantire cibo sano, sicuro e sufficiente per tutti i popoli, nel rispetto del pianeta. L'esposizione universale è an-

“Il visitatore esce da Expo con la consapevolezza che un'inversione di rotta è necessaria”

boratori creativi e mostre. Ecco come Greta Sclaunich, giornalista friulana trapiantata nel capoluogo lombardo e approdata al “Corriere della Sera”, vede l'esperienza di Expo. Originaria di Villesse, classe 1983, Greta si laurea a Trieste in Scienze della Comunicazione, ma nel

ve a un master di giornalismo a Milano e comincia la sua avventura al “Corriere della Sera”, dove ormai collabora dal 2009 e oggi, da Casa Corriere - unico giornale con un padiglione alla fiera - gestisce la parte contenutistica del sito della storica testata per la sezione Expo.

Lo slogan è “Nutrire il pianeta, energia per la vita”. Come? Valorizzando la tradizione e le produzioni locali, o attraverso la ricerca di nuove applicazioni tecnologiche?

Esattamente tutte e due. Direi che sono ben rappresentate entrambe e l'equilibrio è ben riprodotto anche dal punto di vista architettonico: ogni padiglione fonde tradizioni locali con le tecnologie più green.

La tendenza è quella di andare verso il biologico o l'ogm?

Si parla di biologico e nuovi tipi di coltivazione. Diversi padiglioni hanno puntato sul “future food” e sulle tendenze alimentari del futuro: dagli insetti, alle serre verticali con ortaggi, a quelle galleggianti in mezzo al mare, agli hamburger a base d'alga per dimostrare che si può fare, che anche questo potrebbe essere uno dei cibi dei prossimi decenni. Dell'ogm se ne parla a livello di dibattito, ma non c'è un preciso orientamento in merito.

Nei padiglioni cosa si vede di nuovo?

In primis l'utilizzo delle tecnologie più “green”, ma anche più innovazione tecnologica e si guarda alle “smart cities”, ovvero alla gestione intelligente degli spazi urbani. Inoltre, ci sono i cluster, aree comuni in cui anche i Paesi con una situazione economica più dif-



ficile possono essere rappresentati. Per la prima volta, infatti, non vengono raggruppati in padiglioni collettivi secondo criteri geografici, ma secondo identità tematiche e filiere alimentari. Ogni Paese presente nei cluster ha uno spazio espositivo individuale, dove svilup-

“Il riscontro è stato finora positivo per le altre regioni anche perché la posizione è particolarmente centrale e il passaggio obbligato”

pa una sua propria interpretazione del tema e sono tutti da scoprire.

Nelle proposte degli stand quale messaggio coglie il visitatore? C'è la percezione che è necessario un cambiamento nello stile di vita?

Il visitatore esce da Expo con la consapevolezza che un'inversione di rotta è necessaria, e coglie la diversità delle proposte in merito al

problema dell'alimentazione. Tutti gli “attori” forniscono risposte, anche se alcuni padiglioni rappresentano più una vetrina che una soluzione concreta ai temi di cui si parla.

Dal 3 al 9 luglio la regione FVG sarà presente con un suo stand, come “finestra” sulle eccellenze del territorio. Un'opportunità per i produttori locali?

Ogni regione programma al meglio la gestione del proprio spazio e per quelle che hanno già avuto l'opportunità di esporre i propri prodotti il riscontro è stato positivo anche perché la posizione è particolarmente centrale e il passaggio obbligato. Naturalmente, bisogna trovare il modo di attirare i visitatori all'interno, cercando di incuriosirli ed esponendo al meglio le proprie eccellenze. Per la nostra regione sarà sicuramente un momento importante per farci conoscere con i nostri ottimi prodotti locali.

Come vedono l'Expo i giovani: un grande happening agroalimentare o un momento di approfondimento conoscenza e confronto sulla storia del cibo?

Questo è stato il tema di un'intervista che ho rivolto ai ragazzi qualche giorno fa e devo dire che mi hanno stupito le risposte, visto che la maggior parte di loro non era interessata alla cena e alla serata musicale, ma volevano comprendere le tendenze della nostra società. Sono interessati ai problemi della nutrizione, vogliono conoscere le proposte e alcuni erano anche delusi: basano la visita sui contenuti e per loro, l'Expo, non è solo musica e cibo, ma un'esperienza formativa.



che un'occasione per scoprire le eccellenze della tradizione agroalimentare e gastronomica di ogni Paese, il tutto accompagnato da eventi artistici e musicali, convegni, spettacoli, la-

frattempo passa tre anni a Parigi come redattrice dell'Ansa, poi per un anno collabora al “Messaggero Veneto” e dopo altri dodici mesi in Bulgaria con Confindustria, si iscrive

I NOSTRI PRODOTTI

Un patrimonio che va sfruttato meglio

I grand cru dei formaggi di montagna

Il padiglione della Germania ad Expo è uno dei più pragmatici ed anche piacevoli. Ben lontani dall'immagine teutonica che spesso noi abbiamo di quel Paese.

Un dato ci ha sorpreso e fatto riflettere: la Germania, nel 2013, ha venduto all'estero generi alimentari per 68 miliardi di euro. Noi, blasonati italiani delle tante Dop e culla della cultura del buon mangiare, arriviamo a 33, mentre ci supera anche il piccolo Belgio, con 34. Possibile? Purtroppo è così.

La nostra mente è corsa veloce al Friuli. Terra ricca di ogni Bendiddio - Fred Plotkin l'ha definita, in un suo libro a noi dedicato, “Terra fortunata” - che però riesce a far conoscere fuori dai confini solo pochi dei nostri prodotti: il vino, il San Daniele, la trota e i distillati. Il Montasio? Non siamo stati in grado di farlo apprezzare come si deve. Dopo decenni di finanziamenti al settore, ci ritroviamo spiazzati sui mercati. E' anche vero che la Regione, attraverso ERSA, ha varato, anni fa, un piano di riqualificazione esemplare delle malghe e dei suoi formaggi di alto valore sia sociale sia qualitativo sia turistico. Chapeau!

Solo che ci siamo scorda-

ti che i prodotti devono essere venduti a prezzi remunerativi per dare senso al fare azienda. Il Formadi di mont e il Montasio in generale riassumono quel gap che ci separa dalla Germania, come descritto in apertura. Non è che la Germania abbia un'agricoltura diversa, strutturalmente, dalla nostra. Infatti i tedeschi hanno superfici aziendali simili al Trentino e all'Alto Adige (con una media, nei frutteti, di 2 ettari), o alle nostre friulane. E' che loro sanno sommare le varie entità. Noi, invece, siamo bravissimi nel costruire campanili. Torniamo al Montasio di malga per parlare di mercato. Per capirci meglio chiediamo aiuto al mondo del vino, che è riuscito a trasformare poveri contadini in imprenditori preparati, mentre il latte oggi costa meno dell'acqua minerale. Qualcosa non quadra e non è sempre colpa degli Altri.

Nel vino esistono i vini bandiera sui quali s'investe molto sia in qualità sia in marketing, comunicazione, posizionamento sul mercato, distribuzione. Più si alza l'immagine di questi vini (e il loro prezzo) e più si eleva la visibilità e la forza del marchio dell'azienda. Trainando verso l'alto vini a maggior

diffusione. E' una regola applicata in ogni settore: moda, auto, gioielli, mobili e potremmo continuare. Nel Montasio no: si rinuncia alla forza catalizzatrice che potrebbero avere i grands cru del Montasio di malga (sul modello dei vini). Non si comprende che mettendo assieme formaggi di alta gamma con quelli di maggior quantità e diffusione, si potrebbero creare sinergie positive.

In Friuli Venezia Giulia esistono una quarantina di malghe autorizzate a produrre formaggio. Un patrimonio che va fatto fruttare a dovere.

Come hanno fatto i vignaioli, è necessario investire, contemporaneamente, sulla qualità, sul mercato (tenendo in mano la commercializzazione, una delle scelte che ha fatto la fortuna dei nostri produttori) e sull'immagine. Perché se è vero che il malga si vende, è anche vero che si vende male e spesso a prezzi troppo bassi. Quando mi dicono che non si riescono a spuntare prezzi maggiori, mi viene da urlare: il cliente bisogna andarselo a cercare, vaddio, non aspettarlo. Bisogna entrare in un mercato o di nicchia e non appiattirsi sui prezzi dell'industria, che ha obiettivi



e, di conseguenza, comportamenti diversi. Il mercato offre molte più possibilità di quelle che noi immaginiamo. Ci sono ben 72 mila ristoranti italiani nel mondo che cercano i prodotti italiani. Poi va esplorata la vendita on-line, che sta dando ottimi risultati per i prodotti alimentari. Non scordiamoci che, finalmente, disponiamo di una distribuzione organizzata di alto livello (la vera forza di penetrazione sui mercati dei prodotti francesi) come Eataly. Solo che nel negozio di Dubai, nella grande carta dell'Italia dei formaggi, il Friuli Venezia Giulia è vuoto. Il Montasio non compare! Mi si è stretto il cuore. In-

somma: le strade da percorrere ci sono. Vanno ricercate quelle più consone.

Basilare è la collocazione del prodotto. Il malga non è un formaggio che va in contrapposizione a quelli a maggior diffusione o industriali: è ad essi complementare. Questo è un passaggio fondamentale: è stupido, diabolico e controproducente alimentare gelosie, che già, peraltro, esistono. Bisogna comprendere che il prodotto di punta va “sfruttato” da tutta la produzione del comparto, in quanto in grado di aumentare immagine, visibilità e quindi penetrazione sui mercati.

Walter Filiputti

BIRRA (BY) CHIARA

Happy BeerDay
Foglie d'Erba

Il Birrificio Foglie d'Erba promette di portare di nuovo a Forni di Sopra un gran numero di appassionati per il suo settimo compleanno, l'11 luglio.

Ad essere coinvolti in «Happy BeerDay Foglie d'Erba», a partire dalle 10.30 sino a notte inoltrata, saranno infatti tutti gli esercizi commerciali e operatori turistici del paese. I ristoranti, ad esempio, offriranno piatti preparati con le birre di Foglie d'Erba: dal risotto con taleggio e Babel dello Zwar Bar, allo stinco di maiale alla Joyce dell'hotel Davost, al rustico con zucchini e speck in salsa alla Hopfelia de La Suita. Chi poi volesse l'intero menù non ha che da rivolgersi all'hotel Posta - punta di diamante è il filetto di manzo alla Hot Night at the Village Breakfast Edition, la porter fresca di premio Unionbirrai dai caratteristici sapori di caffè con un tocco di vaniglia. Ma non si sono tirati indietro i centri estetici come For-Fashion, che ha preparato uno scrub al malto e luppolo; o il Namaste, che ha battezzato «Joyce» uno dei massaggi offerti.

Numerosi gli intrattenimenti, dal volo in parapendio con piloti abilitati, al giro in carrozza, alla gara di sci estivo organizzata dal Dolomiti Ski Bar; mentre gli appassionati della birra fatta in casa potranno assistere alla cotta pubblica dell'Associazione Homebrewers Fvg. Non mancheranno gli ospiti, tra cui Simone Dal Cortivo del vicentino Il Birrone - «Birraio dell'anno 2015» per Unionbirrai - e Costantino Tesoratti e Andrea Marchi del birrifico goriziano Antica Contea; mentre altri birrifici, come Zahre, saranno ospiti in quanto ci sarà la possibilità di degustare anche le loro birre.

Le protagoniste saranno comunque le birre del Foglie d'Erba. Su tutte la «portabandiera» Babel, una pale ale dagli aromi erbacei di luppolo particolarmente intensi e il finale di un amaro agrumato; la Joyce, una weizen rinfrescante con il 40% di frumento maltato che le conferisce un caratteristico tono acidulo; la Hopfelia, una ipa in cui spiccano i profumi resinosi; e la Hot Night at the Village «versione originale», medaglia d'oro al Brussels Beer Challenge 2013, una porter che amalgama sapori di caffè, cioccolato e liquirizia.

Chiara Andreola

Tra i problemi da risolvere i canali dai fondali scarsi e una organizzazione dei servizi "polverizzata"

TURISMO



NAUTICA

Riportare i diportisti

Tasse e prezzi bassi hanno spinto finora il turista in Croazia. Ora si punta al turismo integrato

Rosalba Tello

Turismo nautico e "Bolkestein" sono i temi su cui si incentrerà il terzo mandato di Denis Puntin, confermato alla presidenza di Assonautica. A partire da una difficoltà di fondo che andrà superata, se possibile, con un salto di qualità dell'associazione: "le scelte fatte in passato, come le tasse sulle imbarcazioni e gli ormeggi, hanno penalizzato lo sviluppo del settore". Le unità da diporto nautiche in Fvg iscritte nei registri marittimi sono 4.542, pari al 4% di quelle presenti in Italia, quasi 16 mila i posti barca su 94 km di litorale (170 a km, contro i 19 posti barca in Italia); 24 le marine della regione: 4 a Grado, Monfalcone e Lignano, 3 ad Aprilia Marittima e a San Giorgio di Nogaro, una ad Aquileia, Marano lagunare, Muggia, Palazzolo della Stella, Trieste. Tutti numeri da valorizzare e rendere appetibili al turista, "che finora ha preferito la Croazia per risparmiare". E se le marine rappresentano un punto di forza, assieme alla disponibilità di spazi a terra e alla facile accessibilità, come contraltare c'è una viabilità difficoltosa, con canali dai fondali scarsi, e una organizzazione dei servizi alla nautica "polverizzata". "Quest'anno stiamo lavorando sul collegamento del turismo nautico alla terraferma - spiega Puntin - affinché si visiti l'entroterra, ricco di storia e cultura. Riguardo la laguna di Grado e Marano, va creata la navigabilità sulla litoranea veneta per dare mag-

giore accesso al collegamento mare-terra. Esiste già una proposta fatta alla Regione: pensiamo ad esempio di partire da Lignano fino ad arrivare alle foci dell'Isonzo; da lì magari si prosegue con la ciclabile fino a Grado, passando per gli scavi di Aquileia. Si potrebbero noleggiare barche, bici, auto, houseboat".

Insomma, le idee non mancano, ma il presidente ammette che finora Assonautica è cresciuta poco, "le aspettative erano diverse". Sarà per la commistione pubblico-privato del sodalizio, che non ha consentito di operare in piena libertà, e per le piccole dimensioni ("28 soci, le entrate sono rappresentate dalla tessera associativa, il bilancio è di 6mila euro"), tant'è che Assonautica finora si è sentita un po' monca. Col nuovo mandato però il presidente punta a raggiungere obiettivi concreti, "ma già ci siamo dati da fare per i dragaggi, il sostegno alle imprese a fiere all'estero, sono stati organizzati convegni su temi caldi", aggiunge Puntin. L'ultimo, ad Aquileia, verteva la vicenda "Bolkestein" che investe le concessioni demaniali marittime presenti sulle coste italiane. Con la nuova normativa il bene demaniale non è più dato in gestione per 99 anni (con relativo rinnovo) e va ad asta pubblica, "il che è un bene, ma va anche varata una legge che tuteli chi ha già effettuato investimenti".

Le potenzialità turistiche sono interessanti: la capacità ricettiva in regione, in posti letto, è di 150mila. Gli arrivi sono 2



Denis Puntin

milioni, le presenze quasi 8, di cui il 54% straniere: 753 gli alberghi e 386 le strutture complementari. Le presenze straniere sono oltre 4 milioni, per lo più austriaci e tedeschi, seguiti da turisti del nord Italia. A questi numeri potrebbero aggiungersi gli arrivi via mare, se solo trovassero una rete di accoglienza e ospitalità organizzata. Tra marine, parchi industriali e imprese della nautica (concentrate nel polo industriale di Monfalcone e nelle zone industriali di Aussa Corno e Trieste), la nostra regione - con un'industria cantieristica che conta 276 aziende, 23 attività di commercio di natanti e accessori, 72 imprese di trasporto marittimo, 5 di noleggio mezzi trasporto anche fluviale - ha un potenziale enorme. "Nel settore nautico - chiude Puntin - bisogna credere". E investire.



IN CIFRE

28 mila occupati in Fvg

L'economia del mare dà lavoro a 3.762 imprese, pari a 3,5% del totale economia regionale, per 1.800 milioni di euro di valore aggiunto prodotto nel 2014 (5,3% del totale economia regionale). Gli occupati sono 28 mila (4,8% del totale occupati in regione, in Italia sono oltre 790mila), l'export nel 2014 ha dato frutti per 960 milioni di euro (8% del totale export regionale) che nel comparto "Navi e imbarcazioni" è suddiviso tra le province di Gorizia (60%), Trieste (39%) e Udine (circa 1%). I paesi di destinazione di questo prodotto sono Usa (58%) e Francia (40%), in misura minore Hong Kong, Malta, Cina, Belize, Turchia, Slovenia, Montenegro. In Friuli Venezia Giulia il moltiplicatore dell'economia del mare è pari a 2,5: per ogni euro investito in una delle attività di questo segmento se ne attivano mediamente nel resto dell'economia 2,5. In valori assoluti questo significa che a 1,8 miliardi di valore aggiunto prodotti dalle attività direttamente legate al mare hanno fatto riscontro altri 4,6 miliardi di euro attivati nel resto dell'economia. L'intera filiera ha quindi generato 6,4 miliardi di euro di valore aggiunto, pari al 18,6% dell'economia complessiva.

RT

DITENAVE

Capoleva Presidente

Anche il Distretto Tecnologico Navale e Nautico del Friuli Venezia Giulia ha nominato il suo presidente. L'Assemblea dei Soci, su indicazione della Regione, ha scelto Massimo Capoleva, che subentra ad Alfredo Pascolin. Triestino, 55 anni, laureato in Economia a Trieste, dottore commercialista e revisore contabile, Capoleva è CFO del gruppo Almeco di San Giuliano Milanese. Vanta alle spalle un percorso professionale in attività afferenti al ramo finanziario, in particolare ha maturato una lunga esperienza in Illycaffè SpA. Il Distretto navale è nato nel 2008 con l'accordo di programma che ne definisce la mission, il modello organizzativo e la governance, ossia supportare la competitività dell'industria leader, driver tecnologico che alimenta PMI, Università e Parchi scientifici. Il 2 aprile 2009 viene costituita l'associazione senza scopo di lucro Ditenave come soggetto gestore, nel 2011 è stato siglato il protocollo d'intesa tra il Ministero dell'Istruzione (Miur) e la Regione per lo sviluppo del Distretto che ha portato alla costituzione, nel 2012, di Ditenave Scarl.

RT

MARE E MONTAGNA Si guarda con fiducia dopo i primi risultati

La stagione del rilancio: tornano gli italiani

Si guarda con fiducia all'estate a Lignano. Lo dicono i numeri dei primi "ponti" festivi che hanno sfiorato il tutto esaurito in spiaggia e negli hotel, lo dicono anche le prenotazioni per le prossime settimane che quest'anno vedono un ritorno degli italiani. Dopo la stagione "nera" del 2014 dove il maltempo costante e la crisi avevano messo in ginocchio non poche attività sul litorale, questa deve essere la stagione del rilancio. Gli operatori economici hanno avuto un anno di tempo per arrivare pronti all'appuntamento. Un anno in cui si è cercato di avviare un processo di rinnovamento dell'offerta, dell'accoglienza e della promozione. Operazione che ora, come conferma la Lignano Sabbiaadoro Gestioni. «Austria e Germania hanno già risposto all'appello con prenotazioni già acquisite da tempo, - ha affermato il presidente Loris Salatin - mentre la fine delle scuole dovrebbe segnare l'arrivo degli italiani che tendono a prenotare anche all'ultimo. Il nuovo sito web ha raddoppiato le visite in pochi mesi e sono sempre più apprezzate le innovazioni che semplificano la vacanza, come ad esempio la possibilità di prenotare on line l'ombrellone evitando le file». «Il bar Aurora diventerà la location dei concerti li-



ve che faranno ballare anche il liscio in riva al mare e fino all'una di notte. - ha aggiunto Salatin -. E poi è grande il successo delle escursioni guidate in bicicletta o in sup». In quest'avvio di stagione è aumentata anche l'attrattiva delle darsene. «Interessanti sono anche le presenze alla darsena di Porto Vecchio - ha concluso - dove - grazie a lavori di ristrutturazione e dragaggio - i nuovi pontili hanno subito registrato il tutto esaurito».

La montagna - Cauti ottimismo arriva anche dalla montagna. «I primi segnali sembrano buoni, così come le proiezioni per i mesi venturi - analizza

Claudio Tognoni, direttore del Consorzio di Promozione Turistica del Tarvisiano, di Sella Nevea e di Passo Pramollo -. Certo, sarà difficile registrare il +18% maturato lo scorso inverno rispetto a quello precedente, ma se le condizioni climatiche ci daranno una mano, attendo riscontri importanti».

«Il cicloturismo, grazie anche alla pista "Alpe Adria", è in forte crescita: sono moltissimi i visitatori da Austria e Germania che apprezzano la nostra ciclovia - prosegue Tognoni -. Da qualche tempo abbiamo registrato un aumento di arrivi, legati sempre alla passione per le due ruote, anche dagli Sta-

ti Uniti. Non dimentichiamo, inoltre, i molti turisti, stranieri e non, appassionati di trek-

Il cicloturismo conquista tutti. Molti gli appassionati soprattutto da Austria e Germania, ma anche dagli Stati Uniti

king». Durante l'estate, inoltre, il calendario delle manifestazioni propone piatti forti quali l'Alpenfest nel periodo di Fer-

ragosto e il No Borders Music Festival.

E in Carnia? Una analisi viene da Ervin Rama, gestore del bar e ristorante "Al Comune Rustico" di Arta Terme: «Per quanto mi riguarda, le previsioni sono positive e ho un +15% di prenotazioni rispetto alla scorsa estate». Qual è "l'identikit" di chi sceglie queste zone? «Il target è diversificato, si va dalle famiglie agli anziani. Credo che in futuro possa crescere la presenza di giovani coppie in cerca di relax. Per questa estate, attendiamo molti visitatori alla scoperta dei luoghi legati alla Grande Guerra, oltre agli appassionati di ciclismo attratti dallo Zoncolan». Rama, infine, lancia un appello al pubblico: «Noi privati ci mettiamo tutto per rendere appetibile la zona, però noto una mancanza di regia che valorizzi le nostre eccellenze. Dalla natura alla gastronomia di qualità, i fiori all'occhiello non mancano, ma il territorio è poco promosso. E occorre che tutta la Carnia faccia squadra e crei sinergia».

E proprio ad Arta Terme uno dei gioielli sono le terme. Anche grazie ai recenti interventi di potenziamento e riqualificazione, a due passi da Udine è possibile fruire di cure termali che impiegano la giustamente famosa Acqua Pudia, dalla consolidata efficacia terapeutica.



Fanghi, bagni, svariate tipologie di inalazioni, cure idropiniche: il Servizio Sanitario garantisce a tutti almeno un ciclo di cure termali l'anno, per far fronte a malanni.

Oltre alle cure, fruibili con il pagamento del solo ticket, ove dovuto, TermeArta offre anche un poliambulatorio dove visitano molti medici attivi anche presso la Casa di Cura Città di Udine, e riabilitazione con uno staff di fisioterapisti e fisioterapisti che possono avvalersi delle varie piscine terapeutiche per predisporre piani riabilitativi individuali estremamente efficaci.

In funzione anche l'estetica mentre per il divertimento ed il fitness vengono proposti corsi sia in palestra che in acqua per utenti dai tre mesi in su, e tanto, tanto wellness, con il nuovo reparto, recentemente inaugurato e già apprezzatissimo dagli amanti di saune, bagno turno, docce emozionali, in un contesto reso ancor più suggestivo dal sapiente impiego di pietra naturale e legni di pino.

Viviana Zamarian
Luciano Patat

Come deve strutturarsi l'offerta turistica? Lo abbiamo chiesto ad Andrea Pollarini, uno dei massimi esperti del settore

TURISMO



L'INTERVISTA

Sinergie e innovazione Così il turismo vola

Francesca Gatti

“I sistemi turistici devono pensarsi e strutturarsi come industriali”: ne è convinto Andrea Pollarini, professore universitario e fondatore della Scuola Superiore del Loisir e degli Eventi di Comunicazione, l'istituto di ricerca che dal 2001 esplora i consumi vocazionali e i nuovi turismi. “Occorre che il turismo diventi un sistema industriale con infrastrutture adeguate (i collegamenti ad esempio), con un'opportuna definizione della



referirsi solo agli studenti universitari o a quelli delle scuole superiori perché in questo settore, in virtù della sua accelerata trasformazione, la life long learning degli operatori risulta ancor più necessaria e strategica.

Qual è il suo punto di vista sull'industria turistica italiana?

A causa della progressiva scomposizione della domanda turistica il territorio si scompone in una serie di “linee di prodotto” differenti (per esempio nel caso di Rimini di cui curò il piano integrato dell'accoglienza turistica: balneare, nautica, wellness, nightlife, bambini, cultura, tipicità, ecc.). Questa scomposizione, se opportunamente governata, genera un'offerta territoriale particolarmente ricca. Diversamente tende invece a generare conflitti. Una piattaforma comune dell'accoglienza serve proprio a precostituire un

“territorio comune”, riducendo le possibilità di conflitto e massimizzando invece le sinergie.

All'interno degli enti territoriali e nel rapporto pubblico-privato esistono forme di coordinamento ancora insufficienti che solo in alcuni casi sono realizzate attraverso apposite conferenze dei servizi. Servono piani dell'accoglienza con lo scopo di rendere “trasversali” e sistematiche queste interazioni.

Cosa manca di più al turismo? Un progetto nazionale o la preparazione dei singoli?

La consapevolezza “effettiva” (non solo enunciata) del carattere sempre più “industriale” di questo settore e della sua strategia non solo per il volume di fatturato che genera ma anche per la sua capacità di fare da vetrina all'insieme delle produzioni del territorio. In questa fase, ad esempio, il settore turistico è in assoluto il più innovativo (persino più dell'high-tech) eppure non esiste alcun piano - a livello nazionale o locale - di sostegno alla ricerca e all'innovazione turistica. Anzi, riesce persino difficile definire il framework dell'innovazione in campo turistico.

Far East Film Festival, Mitelfest, Barcolana, Aria di Festa sono alcuni dei grandi eventi del Friuli Venezia Giulia. Che valore hanno per il turismo?

Gli eventi possono avere grande efficacia sia in termini di marketing “esterno” sia “in-



terno” per la capacità di rendere visibile agli enti territoriali e agli operatori l'esistenza e la consistenza di determinati

“Spesso singoli territori hanno linee di prodotti differenti al loro interno”, ma “manca una piattaforma comune di accoglienza”

pubblici (su cui investire oltre l'evento). Quello che si stenta a comprendere è che ogni evento sviluppa un doppio piano: il progetto in quanto tale (l'organizzazione) e il progetto delle “ricadute” turistiche, produttive, urbanistiche, d'immagi-

ne che esso è in grado di produrre. Questo secondo livello dovrebbe essere un compito degli enti territoriali, ma pochissimi lo svolgono appieno per un deficit culturale e organizzativo. In questo modo finiamo per sfruttare una percentuale minima del potenziale dell'evento, come se investissimo in un nuovo negozio e poi lo tenessimo aperto un giorno alla settimana.

Il web ha cambiato profondamente il turismo: la competitività passa attraverso gli strumenti digitali?

Il web è stato l'acceleratore e per molti versi anche il catalizzatore di un insieme di cambiamenti profondi; si è inserito in un processo di trasformazione già avviato che riguarda innanzitutto la trasformazione del “paradigma di consumo” e, quindi, dei contenuti e della

conformazione dell'offerta turistica moltiplicandone gli effetti.

Senza questa combinazione, innovazione dei contenuti più innovazione tecnologica, quest'ultima da sola perde gran parte della propria efficacia.

Com'è cambiato il turista e come sarà quello del prossimo futuro?

Da momento di “sospensione dell'identità”, la vacanza si è trasformata in fondamentale occasione per la “costruzione dell'identità” individuale e di gruppo. Di conseguenza il turismo è diventato il luogo dell'incontro tra l'offerta di identità di un territorio ed il bisogno di identità di un insieme di individui. Questo ha prodotto un rovesciamento di 180° dei modi tradizionali di pensare, progettare e programmare l'offerta turistica con quanto ne consegue.

matrice prodotti/mercati e con un sistema avanzato di ricerca. In più nel turismo la connessione pubblico/privato non è un “di più” ma l'essenza stessa dell'offerta (necessità di modelli di governance adeguati). Troppi operatori considerano ancora l'impresa turistica come una sorta di rendita fondiaria in cui la “posizione” è di per sé garanzia di successo. La formazione da sola può fare ben poco: in più è importante non

TURISMO FVG VISTO DAGLI OPERATORI LOCALI

“Serve un'azione più decisa e un progetto a lungo termine”

Come a un colloquio scolastico: “Si sta impegnando, le potenzialità ci sono, ma può e deve fare di più”. È così che gli operatori del settore turistico, con accenti e da angolazioni diverse, valutano l'attività di Turismo Fvg, l'Agenzia regionale di promozione turistica che l'attuale amministrazione regionale ha posto al centro di una rinnovata politica turistica per un nuovo modo di lavorare al fine di far conoscere sempre di più il Friuli Venezia Giulia e di far in modo che chi arriva si trovi bene, ritorni e passi pure parola.

“L'Agenzia sta cercando di darsi una struttura”, concede in premessa la presidente di Federalberghi Fvg, Paola Schneider, “vedremo se ce la farà”. Il punto cruciale, secondo la rappresentante degli albergatori, è che “non ha leadership, non si capisce da dove parta, dove arriverà, che cosa sta facendo”. Non giova rilanciare nella discussione il nuovo Piano strategico del Turismo messo a punto dalla Regione, i segnali positivi dei primi mesi dell'anno e anche le nuove iniziative per dare concretezza alle linee strategiche individuate dall'amministrazione regionale. “I club di prodotto sono, si passi il bisticcio di parole, un prodotto vecchio, che ci era già stato proposto. Il sito di Turismo Fvg è misconosciuto”. La lettura di Schneider è tagliente, ma l'intento per nulla demo-

litorio, perché dobbiamo arrivare ad “un'azione turistica più decisa e fare un progetto a lungo termine” e perché Schneider non nasconde che



Paola Schneider

l'Agenzia sta lavorando in un contesto con diverse falle. “Commercializza un prodotto di fatto non strutturato e dice che questa è una responsabilità dei Consorzi turistici. Sta di fatto che c'è una filiera non filiera”. Nel mettere insieme i limiti, la presidente evidenzia anche le aree su cui insistere per non accontentarsi di qualche segno più. Pur importanti, “con quelli non andiamo da nessuna parte”. E allora? “Dobbiamo trovare il sistema di unificare tutto e di amalgamarci, processo non facile dopo che per vent'anni siamo andati a briglia sciolte”. Turismo Fvg, quindi, “ha ancora una direzione troppo labile per farci ritrovare tutti sotto un unico ombrello; noi

abbiamo bisogno di più dinamismo e di concertazione e magari anche di confrontarci in modo serrato”.

Carlo Dall'Ava, vice presidente di Confcommercio Udine con delega al Turismo, un'idea chiarissima su cosa dovrebbe essere Turismo Fvg ce l'ha e non da oggi. “Dovrebbe essere il faro del sistema Friuli - afferma - ed è invece è un'Agenzia autoreferenziale e scollegata dal territorio”. Ma è possibile che alcuna avvisaglia si veda dopo l'azione messa in campo della Giunta regionale e in specie dal vice presidente della Regione, Sergio Bolzonello? Che, per altro, ha già individuato in Marco Tullio Petrangelo, direttore di Promotur, il prossimo direttore generale della nuova realtà PromoturismoFvg che nascerà per fusione a gennaio. “Il Piano triennale è bello, interessante e condivisibile. Ma

La critica “I club di prodotto sono vecchi e il sito è misconosciuto”

sulla governance ancora non ci siamo”. Ora, però, prosegue Dall'Ava, “non c'è più tempo per pensare. Adesso bisogna fare e basta. Attendiamo fatti con speranza, ma è necessario il confronto con gli operatori e Confcommercio nella sola

provincia di Udine ne schiera 6mila”. Anche per lui il lavoro deve avere come prospettiva “la riqualificazione sul lungo periodo e Turismo Fvg



Carlo Dall'Ava

dovrebbe essere quel soggetto che dà fiducia agli operatori, che corre a 100 all'ora per farsi inseguire”.

Sollecitato su “Aria di Friuli Venezia Giulia”, la grande kermesse promossa dal Consorzio del prosciutto di San Daniele che per l'edizione dell'Expo ha cambiato il suo nome - “Aria di festa” - stringendo un'alleanza con la Regione in quanto evento clou sul territorio dell'esposizione universale, Dall'Ava sveste i panni di rappresentante di Confcommercio e da imprenditore del settore e della zona evidenzia che sì, in questa circostanza “squadra si è fatta, tra Consorzio e Regione”. È “un'idea unica”, precisa, però “potrebbe mostrare l'inizio di

un nuovo percorso”. Anche perché, conclude, “il food è leva per il turismo e il turismo lo è per il food”.

Edoardo Marini, componente il Consiglio provinciale di Confcommercio Udine, illumina i vantaggi del “prodotto” che Turismo Fvg deve promuovere: “Ha un territorio molto diversificato, dalla montagna al mare passando per la collina e per una molteplicità di altre realtà, adatte a moltissimi turismi - sottolinea -. Una varietà che è di qualità e alle volte è anche nascosta, da scoprire”. Marini riconosce che “in questo ultimo periodo l'Agenzia ha individuato in modo preciso i prodotti e sta investendo. Inoltre - aggiunge - ha cominciato a coinvolgere gli operatori per promuovere le offerte in maniera integrata”. Se questa è la faccia felice della medaglia, non manca anche per Marini, quella che

La proposta “Abbiamo bisogno di più dinamismo e di concertazione e magari anche di confrontarci in modo serrato”

sta nell'ombra. Il presente, infatti, non può non risentire di “ultimi dieci anni in cui ad ogni cambio di assessore

e direttore c'è stato un cambio di indirizzo. È prevalso il principio politico, non quello economico”.

Da operatori, quindi, “ci sen-



Edoardo Marini

tiamo frastornati, perché investiamo idee, energie, risorse in progetti dei quali poi non se ne fa nulla”. L'esempio a Marini non occorre neppure chiederglielo: “Il progetto sul turismo congressuale - dice -. Tanto lavoro e poi niente. Dopo anni ora si riparte, ma intanto si è perso tempo”. All'Agenzia regionale in definitiva Marini riconosce di saper individuare i problemi e le opportunità e di lavorare anche, “ma sulla promozione, che è l'aspetto precipuo che le compete, non ci siamo ancora. C'è una falla che - conclude - si colma con progetti a lungo termine e chiedendo un apporto agli operatori per una co-progettazione”.

Antonella Lanfrit

L'enogastronomia porta sviluppo. I suoi punti di forza sono creatività, tradizione e innovazione

STORIE DI IMPRENDITORI



GIOVANI IMPRENDITORI

"Nutrire" il territorio

Giovani Chef e imprenditori a confronto sul settore agroalimentare in vista dell'appuntamento dell'Expo

Mara Bon

L'eccellenza dell'enogastronomia porta sviluppo e valore per l'economia.

Se ne è parlato durante un incontro dal titolo 'Nutrire il territorio, il locale che diventa universale' tenutosi al Castello di Udine, nella Casa della Contadinanza, giovedì 11 giugno.

Chef e imprenditori del settore agroalimentare del Friuli Venezia Giulia si sono riuniti per confrontarsi sui punti di forza (creatività, tradizione e innovazione) che hanno portato le eccellenze della regione ad affermarsi a livello internazionale.

L'evento è stato organizzato dal Team Giovani 2.0 della Banca di Udine in collaborazione con il Gruppo Giovani di Confindustria Udine e il Comitato Giovanile della Camera di Commercio.

"La Banca di Udine - ha spiegato Giulia Grion - coerentemente con il suo ruolo di Banca del Territorio, si distingue per il proprio orientamento sociale, conosce e supporta le aziende e le associazioni delle zone in cui opera. Il Team Giovani 2.0 della Banca di Udine, attraverso le proprie iniziative intende raccontare i giovani e il territorio stesso. La decisione di organizzare "Expo 2015 Nutrire il territorio" è nata dalla volontà di dare visibilità alle eccellenze in ambito enogastronomico di cui è ricco il Friuli. E' stata quindi fondamentale la collaborazione con i gruppi giovani di Confindustria Udine e della Camera di Commercio in quanto riteniamo che la cooperazione e la condivisione siano fondamentali per raggiungere obiettivi comuni". Durante la tavola



Foto di gruppo al convegno organizzato al Castello di Udine

rotonda, in cui ha partecipato anche Sergio Bolzonello, vicepresidente della Regione e assessore alle Attività produttive, è stato sottolineato come l'eccellenza del sistema enogastronomico e agroalimentare del Fvg sia un elemento portante

Creatività, tradizione e innovazione hanno finora portato le eccellenze della regione ad affermarsi a livello internazionale

dell'economia e della promozione del territorio. E' emerso come il successo dei ristoratori friulani sia fondato sulla capa-

rità di interpretare il territorio attraverso i suoi prodotti tipici e le sue tradizioni.

Tra gli chef presenti all'incontro vi erano Emanuele Scarello e Maurizio Berlinghieri, moderati da Piero Villotta, assieme agli imprenditori Luca Comello e Paolo Dentesano e Elisabetta Leoni di Icrea Holding. Con la voce storica di Radio 24 Davide Paolini.

L'iniziativa ha offerto anche l'occasione per indicare le potenzialità e le opportunità che i giovani imprenditori potranno cogliere all'interno di questo comparto.

"C'è una similitudine - ha commentato Massimiliano Zamò, presidente del Comitato Giovani Imprenditori CCIAA di Udine - tra elementi di successo dell'enogastronomia e il made in Italy. Qualità, passione, territorio, creatività rappre-

sentano un mix di elementi che i clienti esteri cercano non solo nell'enogastronomia, ma anche



Il Team Giovani 2.0 della Banca di Udine

nei prodotti delle nostre aziende. C'è un forte parallelismo tra questi aspetti".

Inoltre, ha aggiunto "si è creata una significativa rete tra le istituzioni e l'imprenditoria per fare sistema". Questi aspetti di sviluppo, si devono poi riflettere nel settore del turismo. "Abbiamo tante perle - ha detto Zamò - da mettere a sistema per farne una preziosa collana".

Alla tavola rotonda ha collaborato con convinzione anche il Gruppo Giovani di Confindustria Udine, guidato da Davide Boeri.

E una prestigiosa vetrina delle eccellenze enogastronomiche avverrà in occasione dell'Expo a Milano dal 3 al 9 luglio, nella settimana dedicata al Friuli Venezia Giulia.

In questo periodo i riflettori di tutto il mondo saranno accesi sull'esposizione universale, il più grande evento mai realizzato sull'alimentazione. E dove anche la nostra regione potrà far conoscere le sue perle.

ETICA&ECONOMIA

Etico è realizzare il futuro

Sempre più si pensa al futuro come una minaccia e non come una promessa. Invece ciò che serve è disegnare il futuro ridando prospettiva, specie ai giovani.

Negli ultimi anni la finanza sembra essere divenuta l'unico metro di misura della qualità degli Stati mentre la politica ha fatto un passo indietro lasciando ai tecnici nazionali (anche l'attuale ministro dell'Economia lo è), ma soprattutto europei, il compito di disporre misure gravose per i cittadini. Siamo ancora in una fase definibile, almeno in parte, di recessione, nonostante segnali sempre più incoraggianti, e la percezione è quella di vedere un futuro minaccioso davanti a noi. Eppure è proprio adesso che si devono fare progetti concreti per ridare speranza e fiducia a imprese e cittadini.

Dobbiamo tornare, specie nel Nordest italiano, a porre al primo posto il dinamismo produttivo che ci ha caratterizzato per tanti anni. Non progettare il futuro è pericoloso e non corrisponde a un popolo, come quello friulano ancestralmente dedito al lavoro e al sacrificio.

A proposito di lavoro e di giovani, poi, va detto che devono lavorare senza rinunciare allo studio e senza vivere a carico dei genitori. Si collocino in alberghi, bar, ristoranti e altre realtà e frequentino l'università o corsi serali per il diploma. Imparino le lingue, l'inglese, ma, perché no, anche cinese e arabo. Se ci si sofferma davanti alle vetrine delle agenzie interinali proposte di lavoro ci sono, se si va ai Centri per l'impiego si possono ottenere risposte a patto che si sia disponibili a fare esperienze lavorative anche non inerenti le proprie ambizioni.

Per guardare al futuro con fiducia i genitori non siano fragili e pessimisti per evitare di avere un domani figli viziosi e immobili. Non si diventano capi o amministratori delegati il giorno dopo la laurea, occorrono sacrificio ed esperienza. Per realizzare eticamente il futuro occorre andare all'estero. Solo così avremo giovani appassionati e fiduciosi con identità combattive. Si può fare.

Daniele Damele

LUIS ALBERTO VALDEZ E MONICA DEL VALLE BOCALON

Argentini, ma con origini italiane

"Cono Loco", il paradiso dei golosi

Un paradiso per i golosi di tutte le età, nato per dare libero sfogo alla fantasia di un artigiano formatosi nelle migliori botteghe di gelato italiano a Buenos Aires: è il "Cono Loco" di piazzale XXVI Luglio a Udine, minuscolo, ma frequentatissimo negozio, da dove è impossibile uscire senza una coppetta in mano, oppure conquistati da un vassoio ricolmo di gustosi semifreddi o di coppe "speciali". "Abbiamo aperto nel maggio 2014 qui a Udine, dopo aver fondato e gestito la gelateria Antares per 23 anni a Codroipo", racconta il gelataio-inventore Luis Alberto Valdez, mentre è alle prese con la guarnizione di un tartufo alle nocchie nell'attiguo laboratorio. Non si ferma mai, perché è sempre all'opera, dietro il banco o nella gestione della parte amministrativa, anche la sua consorte Monica Del Valle Bocalon, pure lei nata in Argentina.

Sono entrambi originari di una cittadina particolarmente nota da queste parti: Colonia Caroya, il centro della provincia di Cordoba che negli scorsi decenni era abitato per oltre il 90% da friulani e veneti partiti per l'America in cerca

di fortuna. Quella di Luis Alberto e Monica è stata, invece, una migrazione all'incontrario o "di ritorno", come si dice in termini tecnici. "Nati da famiglie italiane a Colonia Caroya, dove ci siamo sposati - spiega Luis -, a un certo punto abbiamo deciso di venire in Italia, perché all'epoca in Argentina la situazione non era rosea: il Paese era appena uscito dalla dittatura militare di Videla". "Un periodo difficile - aggiunge Monica -, segnato dalla tragedia dei desaparecidos: a Colonia Caroya non ce ne sono stati molti, ma i casi erano numerosi, invece, nella vicina città di Cordoba".

Già trent'anni di matrimonio alle spalle (l'anniversario il 21 giugno), Luis e Monica formano una coppia affiatata e complementare anche sul lavoro. Pragmatica ed efficiente lei, artistica e un po' romantico lui. "Mi piace fare un gelato buono, con ingredienti sani", afferma Luis. Ci sono i gusti alla frutta (fresca al 70%), tra i quali spiccano il pompelmo, il cocco, la banana, fino alle contaminazioni "tropicali": frutto della passione e mango. E poi, i fiori all'occhiello delle creme: cioccolato fondente "nerissimo" e l'insoli-

pera-cannella, una leccornia che Luis è orgoglioso di presentare come "unica" in città e dintorni. Tutti i gelati, evidenzia Luis, sono privi di aromi e conservanti.

Entrambi felici di essere in Friuli, dove si sono sempre sentiti bene accolti. "Sin da quando siamo arrivati all'epoca della grande nevicata del 1987", spiega Luis, che ricorda la mano tesa in loro aiuto dalle famiglie Pituello e Seculini di Bertiolo, "alle quali rivolgo volentieri un pensiero di gratitudine perché all'epoca ci hanno

dato un grande appoggio". Entrambi fieri della propria origine e attaccati alla terra natia. "Laggiù in Argentina ci sono le mie sorelle - confessa Monica -, quindi mi prende spesso la nostalgia e sento la voglia di tornare".

Luis Alberto, invece, ama molto ricordare le sue radici italiane: figlio di madre friulana e padre ispanico, conserva gelosamente il certificato di nascita della bisnonna materna, cognome Solari, nata a Prato Carnico a fine Ottocento. "I miei nonni materni, invece, erano

di Gemona del Friuli", sottolinea, mentre Monica gli fa eco rammentando che la propria famiglia (da parte di papà) proveniva da Motta di Livenza, in provincia di Treviso.

A Colonia Caroya non è facile perdere le proprie radici, "perché - fa sapere Monica - i giovani che animano il Fogolar Furlan, sono molti, organizzano feste di continuo, mantengono gelosamente le tradizioni". E così, quando Luis e Monica (soci del Fogolar) sono arrivati in regione, pur non masticando molto l'italiano, si sono ambientati subito anche grazie all'uso della "marilenghe".

Quanto al mestiere, Luis non si stanca mai di aggiornarsi. "E poi c'è l'esperienza maturata sul campo - precisa - in tanti anni di attività". Nel negozio, un via vai continuo nelle ore più calde della giornata. "Nonostante la crisi, siamo contenti perché gli affari vanno bene", annota Monica, impacchettando alcune coppe grandi, con frutta o amaretti, nocchie, cioccolato e panna. Vanno a ruba coni e coppette da passeggio, ma anche torte e semifreddi da asporto. Per ordinarli basta telefonare al numero 348 3310519.

Alberto Rochira



Ecco come e chi ci fa scoprire le bellezze naturalistiche del nostro territorio

DONNE IMPRENDITRICI



ANGELA FAVALLI

L'amore per la natura

Si chiama guida ambientale escursionistica ed è uno dei tanti nuovi profili professionali in ascesa

Raffaella Mestroni

Si è vero, la rivoluzione digitale, ha contribuito notevolmente alla riduzione di posti di lavoro in molti settori, ma è altrettanto vero che – grazie a Internet – sono innumerevoli, oggi, le possibilità di far conoscere quello che ognuno sa fare. A fronte di mestieri e professioni che sono meno richieste, ci sono tanti profili professionali nuovi, che vanno a occupare nicchie di mercato in ambiti fino a pochi anni fa non presi nemmeno in considerazione. Uno di questi comparti è di certo l'ambiente, "in gran spolvero" ultimamente, con un duplice vantaggio: benefici per il territorio e la qualità della vita; nuove opportunità professionali. E fra queste la guida ambientale escursionistica è certamente uno dei mestieri in ascesa. Angela Favalli è un'antesignana, da questo punto di vista, dal momento che è stata fra le prime a frequentare uno dei corsi istituiti dalla Regione Fvg una decina di anni fa con l'obiettivo di cambiare professione. In origine, infatti, il suo percorso di studi l'aveva portata a fare l'interprete (è madrelingua tedesca), ma l'amore per la natura e un marito "faunista" (Marco Favalli si occupa della gestione della fauna in modo sostenibile, per due Parchi naturali oltre a realizzare documentari, svolgere attività didattica e innumerevoli altre attività) l'hanno spinta a cercare un'alternativa. E l'ha trovata. Il fatto che parli perfettamente il tedesco poi, aiuta, perché sono numerosi i gruppi di turisti che arrivano in Friuli Venezia Giulia proprio dall'Austria e dalla Germania, con il desiderio di sco-



prire le bellezze naturalistiche di questo territorio che affascina perché è ancora abbastanza selvaggio, ha molto da offrire dal punto di vista della flora e della fauna, e racchiude in un'area di piccole dimensioni, una biodiversità fantastica, che nessuna altra regione può vantare. Agenzie di viaggi, WWF, associazioni ambientaliste, circoli culturali e ricreativi sono i principali canali attraverso i quali passano le richieste che arrivano alla AIGAE (l'associazione italiana che riunisce le guide ambientali escursionistiche) che poi le distribuisce agli iscritti oppure direttamente alle singole guide. Le richieste riguardano principalmente escursioni, ma anche visite ai musei del territorio, passeggiate guidate nei parchi, nelle riserve o nelle località dove il passaggio della storia ha lasciato i segni più evidenti. "La Val Resia, la riserva naturale del lago di Cornino dove sono stati reintrodotti i grifoni,

i Parchi naturali delle Prealpi Giulie e delle Dolomiti friulane – spiega Angela – sono molto apprezzati e richiesti da un pubblico che comprende persone di tutte le fasce d'età. Ci sono gli appassionati di flora,

Le richieste riguardano principalmente escursioni, ma anche visite ai musei del territorio, passeggiate guidate nei parchi

quelli che sono disposti a qualsiasi attesa pur di riuscire a vedere un gatto selvatico, quelli che invece sono più interessati alla storia di un luogo". Spesso e volentieri è lei che propone un itinerario, prendendo spunto da una richiesta generica che le viene rivolta: studia



il percorso, si documenta, verifica che le strutture dove pensa di accompagnare gli ospiti siano aperte, cerca anche, a volte, un ristoro dove far assaggiare i prodotti tipici locali. Le soddisfazioni non mancano "anche perché la gente – afferma contenta – sta riscoprendo il valore delle tradizioni, della tipicità, della cultura contadina". E alla soddisfazione degli ospiti si affianca quella delle genti che vivono nel territorio, orgogliosi di raccontare la loro storia e di poter valorizzare le loro specificità. Un esempio fra i tanti è rappresentato proprio dalla Val Resia suddivisa in cinque frazioni (San Giorgio, Prato, Gniva, Oseacco e Stolizza) a cui si aggiungono una manciata di borgate dove sembra che il tempo si sia fermato, un'area diventata una meta privilegiata per gli amanti delle escursioni che abbinano natura e cultura. E le tante manifestazioni dedicate ai balli resiani, al lavoro degli arrotini (un mestiere tipico di questa terra e le cui testimonianze sono raccolte in uno splendido museo), alle erbe officinali, ai riti magici di cui ancora è rimasta qualche traccia, sono il collante perfetto fra visitatori e abitanti.

CURIOSITÀ

Il paradiso nel bosco

Per arrivarci ci vogliono circa 15 minuti di passeggiata. In macchina proprio non si può. Niente cellulari, tanto silenzio, poche comodità ma tutto il necessario è garantito. Questa sorta di "paradiso nel bosco" è il Centro Didattico Naturalistico (www.naturaforyou.it) una struttura ricavata da una antica casa resiana ristrutturata e trasformata in uno spazio accogliente e ospitale. Singoli, piccoli gruppi di adulti o ragazzi, scolaresche, qui trovano veramente l'opportunità di vivere a contatto con la natura. Diversificate a seconda delle esigenze le proposte: si va dall'alloggio con la possibilità di uso della cucina, al soggiorno in tenda (c'è un'apposita area attrezzata), fino alle "settimane verdi" strutturate con escursioni, laboratori e perfino "rally naturalistici". "Li portiamo a passeggiare anche di notte, nel bosco – spiega Angela – un evento che all'inizio affrontano con molta paura, salvo poi restare affascinati dal passaggio di una civetta e scordare il timore. Al termine del percorso, di solito, non vogliono più rientrare". Durante i soggiorni Angela e Marco Favalli insegnano ai ragazzi i rudimenti dell'orientamento, le caratteristiche delle piante principali e come riconoscerle, nonché le abitudini degli animali. Per gli adulti, invece, ci sono anche brevi seminari monotematici e tante proposte culturali. A fine giugno, per esempio ci sarà un corso di archeologia sperimentale, tenuto da Alfio Tomaselli, un vero e proprio personaggio. Culture e sperimentatore di tecnologie preistoriche, con le sue lezioni punta a far scoprire aspetti poco conosciuti del passato più lontano dell'uomo all'insegna del "divulgare coinvolgendo". Da sempre collabora con università, musei, scuole e, naturalmente, parchi naturalistici e archeologici. L'attività del Centro non si limita al periodo estivo, ma prosegue tutto l'anno. In autunno il bosco è meraviglioso e offre una gamma di colori e profumi inimmaginabili, mentre d'inverno è particolarmente suggestivo partecipare alle ciaspolate, anche in notturna, oppure trascorrere un fine settimana di tutto relax per fermarsi ad ascoltare la natura.



Il centro didattico naturalistico

IN BREVE

CATAS, QUASI 80 MILA PROVE EFFETTUATE

Il bilancio approvato dall'assemblea dei soci di Catas Spa conferma il trend positivo già registrato nel periodo precedente. La società di San Giovanni al Natisone chiude l'esercizio 2014 con un fatturato di 5,5 milioni e un incremento del 10% rispetto ai dati 2013. "La dinamica gestionale e la crescita del fatturato hanno consentito di ottenere un incremento dell'ebitda del 25% e un risultato operativo pari a più del doppio dell'esercizio precedente - commenta l'amministratore delegato Angelo Speranza -. La posizione finanziaria netta a breve è più che positiva, frutto dell'attività della struttura che non utilizza alcun contributo pubblico. Il risultato finale è stato nettamente positivo anche dopo le imposte pagate nell'anno, che hanno superato i 300 mila euro. Abbiamo inoltre effettuato investimenti per oltre 600 mila euro". Tutti i numeri della Spa, guidata dal presidente Bernardino Ceccarelli, sono positivi, dal numero dei dipendenti (ben 44), a quello dei clienti, pari a 1.841 (un punto in più rispetto al 2013), di cui il 34% con sede in Friuli Venezia Giulia, il 20% in Veneto, il 17% all'estero, il 13% in Lombardia, il rimanente 16% in altre 15 regioni italiane. La fetta maggiore del fatturato è legato ad aziende clienti stranieri (37%, provenienti da 47 Paesi), il 22% proviene dalla nostra regione, il 18% dal Veneto, 11% dalla Lombardia, il rimanente 12% dalle altre regioni italiane. "Il lavoro con le aziende estere porta comunque a trasferire conoscenze anche al territorio - commenta il direttore generale Andrea Givon -, e a fornire servizi sempre più articolati che non si limitano alle sole prove, il cui numero complessivo ha superato le 79.000 unità, delle quali oltre 36.700 di pertinenza del legno-arredo, con un incremento rispetto l'anno precedente in questo settore di circa l'11%". A fine anno erano ancora attive oltre 115 certificazioni di prodotto con il marchio CQA nei vari campi (formaldeide, vernici per legno per esterni, profili in legno lamellare, ecc.) rilasciate a 46 aziende, alcune delle quali residenti all'estero.



EDITORIA

"I pendolari della valigia"

Nuove e vecchie migrazioni

Emigrazioni e migrazioni sono un argomento che, nel tempo, è sempre esistito. Il Friuli ne sa qualcosa come paese migrante. E ne sa qualcosa anche, come altre regioni d'Italia, perché attualmente è diventato esso stesso meta dei nuovi migranti. Oggi l'emigrazione è cambiata. Tutti sanno che non si parte più con la valigia di cartone legata con una corda, ma con una valigia tecnologica e, più che la forza lavoro delle braccia, si esportano cervelli.

Angelica Pellarini è una giovane giornalista, laureata in lettere moderne, che per 12 anni ha lavorato nei quotidiani e periodici del Friuli Venezia Giulia. Ha anche pubblicato "La forza delle radici - L'emigrazione friulana nel Sandanielese", un lavoro del 2009, frutto di ricerche e storie vere. Angelica ritorna alla ribalta con un nuovo libro dal titolo "I pendolari della valigia" che ha come sottotitolo "L'altra emigrazione: costruttori friulani nel mondo dagli anni Sessanta ad oggi".

E' così che, da appassionata di persone che viaggiano e che lavorano all'estero, racconta, descrive e analizza storie dei pendolari, persone che si spostano di cantiere in cantiere alle dipendenze di ditte

di costruzione friulane. Gente che si sposta per lavoro da un Paese all'altro.

Perché Angelica affronta questo argomento? "Prima di tutto perché sono una impegnata curiosa per quanto riguarda vicende, fatti e risultati di persone che vivono esperienze lavorative in diretta e che, a partire dagli anni Sessanta ad oggi, hanno saputo creare un nuovo tipo di emigrazione, cioè sono partiti per l'estero ma già con un lavoro che li aspetta perché questi emigranti moderni sono per lo più giovani, istruiti, laureati, alla ricerca di una

valorizzazione delle proprie capacità e di un mondo nuovo da conoscere.

Questo intenso lavoro della Pellarini è stato condotto assieme ad una sua collaboratrice, Duska Kovacevic, che ha contribuito nella stesura dei testi.

"Le storie individuali, le biografie, i percorsi di vita e di lavoro – scrive Mauro Pascolini, geografo dell'Università di Udine – diventano sempre più condivisi, meno personali e più pubblici, patrimonio collettivo di una coscienza comune di un essere popolo portatore di originalità e diversità e allo stesso tempo di una forte matrice identitaria e culturalmente marcata".

Ci sono, nel libro della Pellarini, le testimonianze, ugualmente preziose, degli anni Sessanta quando andare in Svizzera, in Francia o in Germania era già una avventura. Figurarsi poi l'attraversare gli oceani, che comportava tempi lunghi, e i collegamenti con la famiglia, che aspettava le notizie e i racconti di vita, erano difficoltosi.

Oggi le distanze sono meno pesanti di ieri con l'avvento dei voli low cost e le notizie volano in tempo reale con Skipe, il telefonino ed altre opportunità.



Partenze e ritorni, appunto "pendolari", non iniziatori di generazioni di italiani all'estero, che nelle venti storie del libro fanno parlare i protagonisti delle loro esperienze vissute. Gli intervistati, ventidue in tutto, hanno dai 22 ai 76 anni e l'orizzonte temporale compreso nel volume, dagli anni Sessanta ad oggi, documenta realtà e intrecci di storia ed attualità friulane e mondiali che spaziano dall'Inghilterra alla Germania, dall'Australia all'Africa, dalla Russia alla Cina.

Silvano Bertossi



Stanno per scadere i sei mesi di tempo concessi dalla Regione per deliberare i rispettivi percorsi di aggregazione

AREE PRODUTTIVE



CONSORZI



Oltre 400 imprese e 10 mila addetti

L'incognita Aussa Corno sul processo delle fusioni

David Zanirato

Stanno per scadere i sei mesi di tempo concessi ai dieci Consorzi Industriali del Friuli Venezia Giulia per deliberare i rispettivi percorsi di fusione previsti dalla legge regionale "Rilancimpresa" varata a febbraio dal Consiglio regionale. Ed in vista di tale appuntamento il vice-presidente della Regione Sergio Bolzonello, durante la recente presentazione dell'Agenda Udine 2024, è tornato a "strigliare" gli enti interessati, soprattutto quelli presenti in provincia di Udine, affinché realizzino il prima possibile il più ampio disegno aggregativo individuato dalla Giunta con l'obiettivo di ridurre costi di gestione e rendere più competitivo il sistema. Altrimenti, lo prevede la stessa legge, toccherà alla stessa Regione prendere in mano la situazione, attraverso commissariamenti e razionalizzazioni molto spinte. Quale sia al momento lo stato dell'arte e le posizioni dei vari consorzi? Lo abbiamo provato a chiedere ai presidenti dei quattro enti attivi in Friuli: Ziu, Ziac, Cipaf e Cosint.

Renzo Marinig, alla guida del Cda del Consorzio per lo sviluppo industriale del Friuli Centrale (Ziu) spiega: "il percorso previsto dalla legge sta per essere concretizzato ed entro la fine nel mese di giugno l'impianto di fusione con il Cipaf, attivo nella pedemontana friulana, sarà formalizzato dalle rispettive assemblee". Per quanto riguarda invece l'aggregazione con la Ziac della bassa friulana "occorrerà attendere un secondo momento - aggiunge Marinig -. E' stato sì presentato un ordine del giorno che immagina una struttura a dimensione provinciale capace di essere strumento di promozione, sviluppo industriale e inter-



nazionale, rimane il fatto però che prima di raggiungerla vanno compiute tutta una serie di procedure e verifiche orientate alla fattibilità dell'operazione. Nessuno ci obbliga a realizzare il percorso nella stessa tornata, occorre gradualità".

Dello stesso avviso **Luigi Bottoni**, presidente del Cipaf, il Consorzio per lo sviluppo industriale ed economico della zona pedemontana Alto Friuli, attivo tra Osoppo, Gemona e Buja: "i termini di legge saranno rispettati, siamo pronti per la fusione con la Ziu. Pur continuando a ritenere la norma sbagliata in quanto non farà raggiungere i risultati previsti e non darà vantaggi di sorta - precisa - la rispetteremo; attraverso i nostri tecnici sono state portate a termine le verifiche tecniche ed organizzative, le perizie sono state asseverate, il cammino si è innestato". Tenuto conto dell'autonomia prevista per il Cosint in ambito montano, relativamente all'ulteriore aggregazione alla Ziac dell'Aussa Corno, Bottoni lascia la porta aperta: "prima di tutto quel consorzio va sanato, altrimenti una fusione a freddo affosserebbe tutti gli altri partner; in chiave futura

sicuramente un nucleo unico a livello friulano è auspicabile ma ribadisco, è indispensabile guardare ai conti delle singole realtà altrimenti è utopia".

Quale sia a questo punto la situazione nella bassa friulana? Si fa ancora fatica a delinearla. Il presidente del Consorzio industriale Aussa Corno, **Giorio Cudicio**, nominato nel febbraio scorso, chiede tempo: "i nostri soci non si sono ancora pronunciati e quindi anche come Cda non ci sbilanciamo in dichiarazioni che potrebbero poi non venire confermate; siamo ancora impegnati nella chiusura del bilancio ed in una attività che ci vede obbligati a tenere la barra dritta". Gli stessi soci di peso del Consorzio in occasione di un vertice sul Rilancimpresa tenutosi a metà mese si sono fatti portatori di una richiesta alla Regione affinché venga posticipata la data del 25 agosto sulla fusione con gli altri enti consortili, in attesa di verificare un contesto ancora troppo fluido. Simile a quello che si starebbe vivendo tra l'altro nei Consorzi di Gorizia e Monfalcone e tutti quelli del Pordenonese, pure loro in fase di valutazione su quale strada scegliere. Da registrare

che proprio dall'isontino è stata lanciata un assist aggregativo all'area industriale di San Giorgio di Nogaro, magari in coppia con l'interporto di Cervignano.

Chi invece può permettersi di stare alla finestra e godersi appunto la propria riconosciuta autonomia è il Consorzio per lo sviluppo industriale di Tolmezzo, il Cosint, che in un primo momento pareva destinato al matrimonio con il Cipaf. Il presidente del Cda, **Paolo Cucchiario**, annunciando per fine luglio l'assemblea deputata a deliberare l'adeguamento di statuto alle altre disposizioni di legge, ribadisce che la normativa regionale ha riconosciuto di fatto la "fragilità e la delicatezza del tessuto produttivo ed economico montano, il quale necessita di un ente radicato, capace di fornire risposte immediate alle imprese locali, come nel caso di Automotive. Naturalmente il fatto di mantenerci indipendenti - specifica Cucchiario - non pregiudicherà di certo i rapporti e le collaborazioni già in essere con gli altri Consorzi provinciali, soprattutto a livello di programmazione, gestione urbanistica e scambio di dati".

LE CATEGORIE

"Necessario rivedere ruoli e funzioni a favore delle imprese"

Alla fine di agosto scadranno i termini posti dalla legge regionale di riforma delle politiche industriali in base alla quale gli attuali consorzi di sviluppo dovranno procedere a operazioni di fusione, di adeguamento e accorpamento. «Le prospettive dei consorzi di sviluppo economico locale, come vengono definiti da Rilancimpresa i consorzi industriali che deriveranno dai previsti processi di aggregazione, sono legate, nel quadro del rilancio delle politiche industriali, alla capacità di attrarre nuovi insediamenti e di sostenere lo sviluppo delle imprese esistenti, valorizzando il ruolo dei poli industriali attrezzati e puntando sulla integrazione della logistica e del trasporto intermodale, nonché sul coordinamento dei servizi infrastrutturali». Questa la posizione di **Confindustria Udine**. Per l'associazione, i consorzi devono puntare a diventare meno gestori immobiliari, qualificandosi quali interlocutori diretti delle imprese insediate, per l'individuazione e l'offerta di servizi a valore aggiunto,

adeguati alle esigenze delle imprese; in modo da migliorare la qualità e, contando sulle economie di scala, ridurre i costi. «In questo senso i processi di aggregazione in corso a livello provinciale che tendenzialmente potrebbero portare, e con la dovuta gradualità, alla costituzione di un unico ente, andranno gestiti puntando sulla professionalità degli assetti di

"Agire in un'ottica diversa a vantaggio delle imprese"

governo, sulla capacità di promuovere sistemi a rete, sulla creazione di sportelli unici per i rapporti con le pubbliche amministrazioni». «A oggi non pare che tutti i consorzi siano ancora giunti a decisioni definitive - fa notare **Bernardino Ceccarelli**, vicepresidente dell'Associazione Piccole e Medie Industrie Fvg e Confapi Fvg -. Ma non risiede solo qui il problema di questi enti". Con-

fapi è concorde col legislatore regionale sulla necessità di rivisitare ruolo e funzioni. «Mediante, infatti, pur con alcune significative eccezioni, non sono riusciti a svolgere un'importante funzione attrattiva di investimenti nel territorio regionale, specie con riguardo alle piccole industrie». Quali le cause? «Vincoli, condizionamenti urbanistici e ambientali, e tempistiche non commisurate alle imprese, oltretutto svantaggiosi rispetto alle altre aree insediative; poi c'è la ripartizione di quota parte dei propri costi di gestione sulle imprese insediate, senza che queste ottengano apprezzabili vantaggi compensativi». Per Ceccarelli, i consorzi si sono rivelati per lo più autoreferenziali e, anche per questo, non vi è stata fino a oggi una reale convenienza per le piccole e medie industrie a insediare i propri stabilimenti nelle aree da loro gestite». Per Confartigianato Udine il presidente **Graziano Tilatti** sottolinea l'importanza della razionalizzazione: «è necessario - dice - che queste realtà gestiscano non solo la proprietà, ma

che lo facciano in un'ottica diversa. Mi viene in mente, ad esempio, il recupero dei capannoni e il recupero generale del patrimonio. Sì, quindi, alla fusione, per contenere i costi, ma anche per avviare interventi di demolizione e bonifica laddove servono». Opere a 360 gradi, quindi: «sono azioni, queste, che il consorzio piccolo non può fare, e come farlo non spetta deciderlo alle categorie. Credo sia necessario, in generale, tenere conto delle dimensioni omogenee e di alcune eccellenze che, in Friuli, hanno dimostrato di aver gestito bene i siti produttivi, con nuove acquisizioni e riqualificazioni. Oggi serve poi pensare a un'eventuale collocazione in affitto di aree dismesse, alla posa di infrastrutture, dotazione di reti tecnologiche come la fibra ottica, ma pure a soluzioni moderne per un impiego intelligente di calore ed energia. I consorzi, in ultima analisi, devono cambiare e assumere una funzione nuova a 360 gradi. In tal senso la mera fusione non basta».

Paola Treppo



ZIU - E' il Consorzio per lo sviluppo industriale del Friuli Centrale, con 120 aziende insediate e più di 3200 addetti. Il bilancio d'esercizio registra un utile, pagate le imposte, di 415 mila 541 euro, in crescita rispetto al 2013.



CIPAF - E' il Consorzio per lo Sviluppo industriale ed economico della pedemontana Alto Friuli. Sono 50 le aziende presenti in zona, con un numero di addetti di oltre 1.600 unità. L'area dell'insediamento consortile in totale è di 220 ettari e comprende anche uno scalo con raccordo ferroviario.



ZIAC - E' il Consorzio per lo sviluppo industriale dell'Aussa Corno, ricadente in un'area totale di circa 1.200 ettari. Sono insediate 99 imprese che danno lavoro a 2.500 addetti, oltre all'indotto. Comprende anche una importante attività portuale e logistica.



COSINT - E' il Consorzio per lo sviluppo industriale di Tolmezzo. Può contare su 247 ettari di superficie entro i quali operano 137 aziende e 3 mila addetti. Significativa l'attività di produzione energetica da fonti rinnovabili.

Il caso di un giovane che ha scoperto una vecchia passione grazie a 80 ore di corso

CAMERA DI COMMERCIO



IMPRENDERÒ

Dare luce alle idee

La storia di Massimiliano Vitale: grazie alla formazione sta aprendo un'azienda di web marketing

Oscar Puntel

Idee imprenditoriali che all'inizio sembrano fantastiche. Ma poi ci si rende conto che no: realizzarle sarebbe un'impresa titanica. Tirando le somme, Massimiliano Vitale, 35 anni, di Udine, è arrivato a questa conclusione, quando si è presentato al percorso di formazione di "Imprenderò". Ma ha anche capito che quello che voleva fare, la strada da intraprendere era un'altra. E andava cercata dentro di sé.

Vitale, cominciamo dall'inizio di tutta questa storia. Lei si diploma al Marinelli, poi comincia un corso all'Ateneo di Udine, che oggi non c'entra nulla con quello che fa. Poi molla.

"Spesso all'Università si cambia modo di pensare. C'è stato un momento in cui ho desiderato uscire dall'ambito accademico: volevo lavorare, mi piacevano altre attività, per esempio quelle commerciali, che erano così diverse dall'ambito che avevo scelto. Quindi mi sono dedicato a settori che potevano portare a buone prospettive qualche anno fa, come assemblaggi e vendite di corsi per aziende. Ma capii presto che non tiravano più. Nel 2012 ho frequentato un corso al Civiform, in marketing e comunicazione, mi sono dedicato a uno stage che però non ha portato a nulla, e quindi ne ho fatto un altro in contabilità, visto che la parte "da ragioniere" mi mancava nel Cv. Quella competenza in questi giorni mi sta tornando utile".

Come entra Imprenderò?
Avevo una idea. Io e miei compagni di un corso al Civiform del 2014 avevamo pensato a una impresa fantastica,

io sono arrivato a Imprenderò con l'idea di farla diventare vera, realizzarla.

E ci è riuscito?

No. Ma Imprenderò mi ha dato gli strumenti per capire che la mia strada era un'altra. Che quello che avevo in testa era troppo complicato tramutare in realtà. Ho realizzato che, per una serie di motivi, avrebbe avuto difficoltà a decollare. L'ho capito proprio grazie a quei corsi. Pazienza: resterà nel cassetto come una bella proposta. Da lì ho capito che potevo concentrarmi su una mia passione: il web marketing.

Cominciata quando?

Sempre al Civiform, ma nel 2014, avevo frequentato un corso di promozione agroalimentare, grazie al quale si era avviato un contatto con la Distilleria Tosolini, con cui sto collaborando da un anno, in quello specifico settore. E' stata una fortunata coincidenza di eventi. Finito a Cividale, e monitorando sempre i corsi attivati a livello Lal o Enaip, mi sono imbattuto in Imprenderò. Ottanta ore: proviamo, mi sono detto. All'atto dell'iscrizione ho pensato di portare proprio quella

proposta che io e gli altri corsisti di Cividale avevamo in mente, per poi uscirne con tutt'altro, cambiando la mia idea di business iniziale. Ho riscoperto me stesso e ho studiato la possibilità di creare una mia azienda che fornisca proprio servizi di web marketing. In fondo, così si intercetta l'esigenza di molte aziende di ricercare visibilità sul mercato. La strategia di base è fornire un servizio tagliato su misura, con tecniche specifiche come la Seo, Search Engine Optimization, il contest marketing e tante altre. E poi si tratta di convincere lo stesso tuo cliente che la proposta è la migliore possibile per la loro realtà.

Quando partirà con la sua nuova azienda?

Sono pronto a partire, ora.

Ha già un portafoglio clienti?

Ovvio. Distillerie Tosolini è fra questi, ma non è il solo. Quando una parte vuol dire che ha già un portafoglio clienti, ma non glielo voglio rivelare.

Quali saranno gli ostacoli da superare all'inizio?

Passando dalla libera professione a una impresa individuale, la principale difficoltà sarà le-



gata all'aspetto fiscale. Le tasse.

Che aspettative si è posto?

Voglio che sia principalmente un investimento professionale, oltre che una nuova attività. Ci sarà una crescita a livello formativo, mia personale, perché per essere un esperto in un settore bisogna conoscere anche se stessi. Ecco voglio che sia un'azienda che cresca un passo alla volta. E che io cresca con lei.

Immagini di trovarsi di fronte un giovane che voglia avviare un'attività. Che cosa gli consigliereste?

Nel settore in cui si trova a operare, deve specializzarsi in una nicchia specifica e diventare il più bravo di tutti. E poi deve arrivare al cliente non con il prodotto, ma attraverso se stesso. Il prodotto viene per ultimo. Prima devi essere bravo a vendere il tuo valore, il cliente deve fidarsi di te. E poi devi essere bravo a sviluppare e a forgiare una "unique selling proposition", una argomentazione esclusiva di vendita. Devi differenziarti a tal punto da portare il cliente a voler cercare solo te. Quello che conta è il rapporto con le persone, più che quello che vendi. E questi sono consigli che valgono per tutti i settori e per tutte le attività.



AREA CASPICA

Adesioni per la missione di fine anno

È in programma la missione, dal 30 novembre al 4 dicembre, tra Azerbaijan, Georgia, Turkmenistan e Kazakhstan, le cui adesioni vanno inviate entro il 31 luglio. In preparazione, sono anche proposti, nell'ambito dei servizi di Desk Azerbaijan e Kazakhstan offerti dal sistema camerale regionale, dei check up personalizzati, per valutare la propensione e le opportunità su quei mercati delle singole aziende interessate. I Desk esteri consistono in un servizio di "assistenza specialistica", una delle iniziative della Camera di Commercio per aiutare le imprese, in particolare le Pmi, a operare nei mercati a elevato potenziale di business. Per il programma, l'organizzazione e i costi di partecipazione è possibile rivolgersi alla Ccfaa di Udine: Telefono 0432.273534, mail progetti.info@ud.camcom.it. Per le attività le aziende aderenti possono accedere ai voucher "Internazionalizzazione", secondo le modalità spiegate sul sito www.ud.camcom.it alla sezione "Contributi".

PAESI DEL GOLFO

Opportunità per il viaggio d'affari

Vanno inviate entro il 31 luglio le adesioni alla missione multi-tappe già programmata tra il 22 e il 26 novembre nei Paesi del Golfo, con scelta tra località del Kuwait, Bahrein, Emirati Arabi Uniti o Arabia Saudita. Alle imprese è proposta la serie di Paesi dell'area con attività diversificate, sulla base delle esigenze delle singole aziende, che potranno comporre il proprio viaggio di affari sulla base della traccia di programma individuato. Le economie dei Paesi del Golfo presentano un andamento dell'economia con caratteristiche simili. In particolare, hanno tassi di crescita sostenuti grazie all'andamento del greggio; sono strutturalmente oil oriented ma avviate a processi di "diversificazione economica", con sistemi di mercato già aperti alla libera concorrenza e alle regole del commercio internazionale; si caratterizzano per livelli qualitativi della domanda elevati, che orientano l'acquisto verso prodotti/servizi ad alto valore aggiunto e di qualità. Per informazioni: www.ud.camcom.it, tel. 0432.273537, progetti.info@ud.camcom.it

Investire in professionalità

30/06

STORYTELLING E OLTRE: TECNICHE E STRATEGIE PER RAGGIUNGERE OBIETTIVI SUL WEB

Storytelling è divenuta ormai una parola magica per chi vuole promuovere il proprio business attraverso la comunicazione o il marketing online. Ma per capire davvero come sfruttare al massimo le tecniche di Storytelling, dobbiamo prima di tutto conoscere gli strumenti e le tecniche per comunicare efficacemente i nostri contenuti anticipando i bisogni del potenziale cliente, ovvero:

- saper scrivere per il web in modo efficace (anche per i dispositivi mobili, smartphone e tablet);
- sapersi far trovare su Google, attraverso le tecniche SEO (Search Engine Optimization) copywriting;
- saper pianificare i contenuti in modo strategico con un piano editoriale.

Relatore: **Francesco De Nobili** esperto in comunicazione e web, consulente aziendale e docente presso l'Università di Bologna.

Date previste: **30 giugno**
Orario: **09.00 - 18.00**
Iscrizioni: **daniela.morgante@ud.camcom.it**



Seminari

08/07

PASSAGGIO GENERAZIONALE: COME LEGGONO GLI ANALISTI ESTERNI LO STATO DI SALUTE DELLA MIA AZIENDA

Spesso nelle aziende familiari gli "eredi" sviluppano esclusivamente competenze di gestione aziendale senza approfondire aspetti indispensabili per svolgere il ruolo di imprenditori, ovvero l'analisi del valore del business e la valutazione dello stato di salute economico-finanziario della propria azienda. Il seminario ha come obiettivo trasferire conoscenze e competenze in merito alla lettura dei bilanci aziendali e all'interpretazione dello stato di salute economico-finanziaria.

Relatori: **Alessandra Gruppi** e **Francesco Lagonigro** di Strategia e Controllo.

Date previste: **08 luglio**
Orario: **09.00 - 18.00**
Iscrizioni: **daniela.morgante@ud.camcom.it**



Seminari

09/07

CORSO DI BASE IN ESTIMO IMMOBILIARE SECONDO GLI STANDARD INTERNAZIONALI DI VALUTAZIONE

Date previste: **09-16 luglio**
Orario: **14.30 - 18.30**
Docente: **geom. E. Boscaro**
Durata: **8 ore**
Costo: **€ 95,00 (esente Iva)**
Iscrizioni: **mauro.chiaruttini@ud.camcom.it**



Corsi

COMUNICAZIONE DI SERVIZIO

Gli uffici operativi dell'**Azienda Speciale I.Ter - Formazione** si trovano in Via Morpurgo 4, Udine (al piano terra), presso la sede della Camera di Commercio di Udine (tel. 0432 273 245).



Comunicazioni

Imprenderò 4.0
L'IMPRESA DEL TUO FUTURO



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA



www.imprendero.eu

Il progetto Imprenderò 4.0 è finanziato dal Fondo Sociale Europeo - 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.



Formazione

Azienda Speciale I.TER

Camera di Commercio di Udine

Via Morpurgo 4 - 33100 Udine

Tel. 0432 273 245

www.ricercaformazione.it

ricercaformazione@ud.camcom.it

La Camera di Commercio di Udine, attraverso la sua Azienda Speciale I.Ter Formazione progetta azioni formative mirate a sostegno delle imprese. L'intento è quello di trasmettere ai partecipanti strumenti, capacità e competenze necessari per vincere la sfida proposta dal nuovo scenario economico.

Programmi e adesioni online:

www.ricercaformazione.it

Una cinquantina tra Imprenditori e rappresentanti del mondo produttivo e della Pa presenti in Sala Valduga

INTERNAZIONALIZZAZIONE



IL SEMINARIO

Opportunità europee

I fondi europei rappresentano una risorsa. Ma spesso il loro utilizzo è al di sotto delle disponibilità

Formazione a cittadini, imprenditori, professionisti, per aiutarli a comprendere modalità e meccanismi affinché possano presentare progetti efficaci, in grado di essere finanziati dall'Unione Europea.

In Sala Valduga, a metà giugno, una cinquantina tra rappresentanti del mondo produttivo e della Pa ha preso parte ai seminari gratuiti sui fondi europei, organizzata dal Dipartimento Politiche Europee, d'intesa con l'Istituto Europeo di Pubblica Amministrazione (Eipa) e in collaborazione e con il supporto finanziario della rete Enterprise Europe Network (Een), di cui la Camera di Commercio di Udine-Friuli Future Forum è sportello sul territorio, e Europe Direct Trieste.

Ad aprire i lavori, per la Cciaa il consigliere Matteo Di Giusto, e il vicepresidente regionale Sergio Bolzonello, che hanno introdotto il primo intervento di Giorgia Pasciullo, dello European Institute for Public Administration (che intervistiamo in questa pagina). A Di Giusto il compito di evidenziare la disponibilità e la preparazione degli uffici camerali in tema di opportunità offerte alle imprese dall'Ue. Opportunità da cogliere per lo sviluppo, ha proseguito Bolzonello, perché «è fondamentale sapere come arrivare a queste risorse in una fase in cui i fondi vanno a calare, avendo le nostre terre meno disagi rispetto ad altre aree europee».

Parliamo di risorse ingenti ed è quindi necessario che le nostre imprese abbiano tutti gli strumenti per accedervi.

Il Fvg, inteso come sistema dove operano la Regione con Friulia, Mediocredito, Frie e Congafi, è una terra dove è possibile fare impresa. Migliorando alcuni fattori, come l'accesso al credito, e cogliendo l'opportunità dei fondi europei, possiamo diventare ancora più competitivi».

E i seminari di Udine avevano proprio questo obiettivo. Partendo dal riuscire a rendere comprensibile il "bruxellesse", come l'ha definito Pasciullo, perché spesso - ha sottolineato - il vero gap linguistico non è tanto l'inglese, ma il saper "tradurre" correttamente le nostre idee nella lingua di progetto. Che però, come dimostrato in questi approfondimenti, si rivela anche "lingua" molto diretta e con richieste decisamente chiare e replicabili, che si possono imparare e mettere in pratica con successo.

A Udine, era l'ottava tappa del ciclo 2014-2015, che vede corsi nelle varie regioni d'Italia per illustrare ai cittadini le politiche comunitarie dei cicli finanziari 2007-2013 / 2014-2020 e dei fondi a gestione diretta erogati dalla Commissione europea. Intervento informativo importante, visto che l'utilizzo dei fondi tematici da parte dell'Italia è ancora molto al di sotto delle disponibilità, e una necessità urgente in un quadro generale che ha visto il nostro Paese lasciare in Europa, nella precedente programmazione, un cospicuo saldo negativo tra fondi versati e ricevuti: 22 miliardi di euro per il quadriennio 2007-2011.

L'INTERVISTA

"Da Horizon a Cosme: ecco le possibilità di finanziamento"

Se ne discute tanto nel bene e nel male ma l'Europa resta una vera fucina di opportunità per lo sviluppo e la crescita delle imprese che ne fanno parte. Quali sono i finanziamenti possibili, le modalità di adesione, i meccanismi e i tempi necessari ce lo spiega Giorgia Pasciullo, esperta in progettazione e programmazione europea dell'Eipa (Istituto Europeo di Pubblica Amministrazione): "La Commissione Europea offre una vastità di possibilità di finanziamento, bisogna solo capire quali sono quelle più affini alla mission della nostra azienda". "Per fare qualche esempio concreto - prosegue Pasciullo - il progetto Cosme si occupa proprio della competitività e del rafforzamento di piccole e medie imprese. Un altro programma molto interessante è l'Horizon 2020, che dispone di una dotazione finanziaria di 80 miliardi di euro per la programmazione 2014-2020. Inoltre, essendo i progetti trasversali, accanto a quelli più tarati per le imprese, ce ne sono altri dall'obiettivo più ampio come Life Plus, volto ad agevolare aziende che operano nel settore dell'ambiente; Europa Creativa, per il settore della cultura o Connecting Europe Facility, per il miglioramento delle reti di trasporti". Quali sono, però, le difficoltà che le imprese possono trovarsi ad affrontare nella ricerca di finanziamenti? "Due - specifica Pasciullo - possono essere i problemi principali: primo, la scarsa capacità di fare rete

intesa come la costituzione di partenariati, di consorzi che coinvolgano imprese ma anche pubbliche amministrazioni, associazioni ed enti perché il network, oltre che transazionale (coinvolgendo solitamente almeno tre stati membri), dev'essere anche transettoriale, toccando, quindi, più campi della società. Secondo, non è sempre facile riuscire a tradurre le proprie idee in una lingua o metodologia adatta al programma. A tal proposito, nei corsi che noi dell'Eipa teniamo, cerchiamo proprio di trasmettere la giusta metodologia progettuale". Ogni anno escono nuovi bandi di gara. La procedura per l'invio della domanda di finanziamenti va fatta direttamente online: una volta iscritti al portale europeo, si riceve il codice PIC, necessario per completare l'applicazione form e inserire la propria proposta progettuale. Dopo il termine della scadenza passano circa tre o quattro mesi



Giorgia Pasciullo

prima di avere l'esito e altri tre prima dell'avvio vero e proprio del progetto.

"L'ammontare dei finanziamenti - sottolinea Pasciullo - dipende dal tipo di progetto, solitamente noi sappiamo qual è la dotazione finanziaria per tutta la programmazione pluriennale. In tal senso, risulta fondamentale leggere il work programme per capire qual è la disponibilità e cosa si vuole

fare per l'anno in corso. Di solito i finanziamenti diretti, gestiti quindi direttamente dalla Commissione Europea, sono a cofinanziamento, a parte l'Horizon che copre il 100%: la CE mette a disposizione l'80% mentre il restante 20% sono risorse che l'impresa stessa deve trovare". "Un consiglio che cerchiamo sempre di trasmettere per dare continuità all'idea progettuale è di creare una sinergia forte tra fondi diretti e fondi strutturali, creati e gestiti dalla politica regionale dell'Unione Europea come il FESR (Fondo Europeo di Sviluppo Regionale) e il FSE (Fondo Sociale Europeo). In questo modo, se io ho in mente un progetto di ampio respiro in grado di migliorare qualitativamente il mio territorio rendendolo sostenibile e voglio farlo finanziare tramite fondi diretti, posso far sì che prosegua, anche una volta scaduti gli anni di finanziamento, attraverso quelli strutturali. Così facendo rendiamo i nostri piani efficaci non solo a livello europeo ma anche locale".

"Il primo report sull'andamento del progetto - conclude Pasciullo - lo si fa a metà attuazione del programma, il secondo e ultimo, invece, alla fine e poter così ricevere l'ultima parte del finanziamento europeo". I bandi europei offrono risorse ingenti ed è quindi fondamentale che le imprese abbiano un quadro chiaro del sistema al fine di poterne usufruire e diventare sempre più competitive.

Giulia Muscio



Missioni Imprenditoriali

Simply Italian Great Wines Great Britain | Londra
07 settembre | Food&Wine

Brokerage event Contact Contract | Brno (REPUBBLICA CECA)
14 - 15 settembre | Meccanica Elettronica

Area Sud Est Asiatica | GIAPPONE, VIETNAM, INDONESIA, THAILANDIA
12 - 16 ottobre | Multisetoriale

Grandi Degustazioni di Vini Italiani in Canada 2015 - XX edizione | Vancouver, Calgary (CANADA)
27 - 29 ottobre | Vitivinicolo

Grandi Degustazioni di Vini Italiani in Canada 2015 - XX edizione | Toronto, Montreal (CANADA)
02 - 04 novembre | Vitivinicolo

Sudamerica | CILE, PERÙ, COLOMBIA
02 - 06 novembre | Multisetoriale

Florida e partecipazione alla fiera "Fort Lauderdale Boat Show" | STATI UNITI D'AMERICA
05 - 09 novembre | Meccanica Elettronica (nautica), Arredo Design

Paesi del Golfo | KUWAIT, BAHREIN, EMIRATI ARABI UNITI o ARABIA SAUDITA
22 - 26 novembre | Multisetoriale

Area Caspica | AZERBAIJAN, TURKMENISTAN, GEORGIA, KAZAKHSTAN
30 novembre - 04 dicembre | Multisetoriale



Visite Studio

Fiera campionaria Mos | Celje (SLOVENIA)
08 - 09 settembre | Meccanica Elettronica

Fiera Anuga | Colonia (GERMANIA)
10 - 11 ottobre | Food&Wine

Fiera Metal-Expo | Mosca (RUSSIA)
11 - 12 novembre | Meccanica Elettronica, Energia Sostenibilità



Seminari

Check Up Sudamerica | Udine
luglio | Multisetoriale

Meeting Donne Imprenditrici del Forum Adriatico Ionico | Lignano Sabbiadoro
01 - 15 ottobre | Multisetoriale



Expo Milano

Incontri bilaterali per tutto il periodo dell'EXPO
in collaborazione con Promos Milano/PWC

European Commission Worldwide Matchmaking Events at EXPO
29 settembre - 02 ottobre | ASIA



Camera di Commercio Udine



FRIULI FUTURE FORUM

Internazionalizzazione

Azienda Speciale I.TER

Camera di Commercio di Udine
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Tel. 0432 273 516 / 534
www.ud.camcom.it
progetti.info@ud.camcom.it

DESK - Servizio di assistenza specialistica e checkup: sono attivi i desk per i Paesi Canada, Azerbaijan, Kazakhstan, Sudafrica e Marocco. Le richieste dovranno pervenire entro il 13/11/2015.

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".

Vuoi essere informato su attività di promozione della Camera di Commercio? Registrati su <http://ciaoimpresa.it/public>

L'Azienda Speciale I.Ter fa parte della Rete Enterprise Europe Network, cofinanziato dall'Unione Europea.

Un "viaggio nel futuro" dove start up, ricerca e imprese sono strettamente collegati

CAMERA DI COMMERCIO



CALIFORNIA

A scuola di Ict

Fitta serie di incontri nella Silicon Valley e a San Francisco per dodici aziende friulane

A lezione nel quartier generale di Facebook, ma anche all'Università di Berkeley e nel campus di Stanford. Incontri in atenei e centri di ricerca, con le start up e le imprese tra le più innovative al mondo. È stata fitta di incontri proficui la missione esplorativa nella Silicon Valley e San Francisco, studiata su misura per imprese regionali dell'Ict (12 le partecipanti), nonché Friuli Innovazione, Ditedi e Insiel, guidata dalla Camera di Commercio di Udine (progetto Unioncamere Fvg cofinanziato dalla Regione "Fvg Vs Global Competition"). «Abbiamo costruito il viaggio con la collaborazione dell'Italy-America Chamber of Commerce West e del sistema Italia in loco, che ci hanno assicurato davvero un'agenda di qualità - ha commentato il presidente Cciaa Giovanni Da Pozzo -. Si è potuto fare formazione e soprattutto un'esperienza di altissimo livello nell'area che è punto di riferimento mondiale per l'Ict». Il presidente di Friuli Innovazione, Guido Nassimbeni, ha descritto la realtà californiana come «vero e proprio "ecosistema" integrato tra università, centri di ricerca, incubatori, start up, con massiccia disponibilità di capitali, finanziamenti pubblici e privati. Un circolo virtuoso in cui "crescita" è imperativo, e la rapidità è incredibile. Friuli Innovazione torna in regione con un messaggio importante: essere sempre più connettore, e sempre più veloce, tra Università e impresa». Per il presidente Ditedi Mario Pezzetta, «il viaggio ci ha permesso di capire gli sviluppi futuri dell'Ict contando in un forte ritorno in termini di contatti e nuove



opportunità per le aziende del Ditedi», che hanno preso parte al viaggio con sette tra imprenditori e manager. E per il presidente Insiel Simone Puk-

sic «è stato un viaggio nel futuro, dove l'attitudine mentale al successo, la velocità e la voglia di cambiare il mondo si respirano nell'aria. Riporto in Insiel

la voglia di creare un ecosistema dell'innovazione che possa consolidare la leadership della nostra regione in Italia sui temi del digitale».

Tra le imprese in missione, c'era la Over It, con sedi in regione a Udine e Fiume Veneto, rappresentata nel viaggio educativo da Salvatore Amaduzzi. «C'è un forte "cuore" friulano, in Silicon Valley, tra gli italiani che ce l'hanno fatta, e a livelli altissimi, sia nel campo universitario sia dell'impresa Ict», ha ricordato, evidenziando tra le esperienze l'evento di networking per la presentazione a una cinquantina di italiani e al console a San Francisco delle competenze delle aziende friulane, alla presenza fra gli altri di Kim Polese, ex product manager di Sun (quando ha lanciato Java), conside-

Tra le esperienze l'evento di networking per la presentazione a una cinquantina di italiani e al console a San Francisco delle competenze delle aziende friulane

rata tra le donne più influenti nell'Ict. «Abbiamo anche appurato l'incredibile mobilità, tra le aziende, di persone con elevatissima preparazione - ha aggiunto Amaduzzi -: le imprese la nascono e muiono senza sconvolgimenti, i "venture capitalist" finanziano le idee che sembrano avere opportunità: una su 20 resiste, una su 100 tra chi resiste arriva davvero a

toccare il cielo». Oltre alla formazione, ha realizzato un'agenda di incontri mirati di business la "Its B2b" di Udine, azienda rappresentata in missione da Federico Cussigh e Sabrina Cosolo. «L'esperienza - ha raccontato Cosolo - è stata positiva sia come cibo per la mente, per comprendere come è fatto questo ambiente e chi sono le persone che vi lavorano, sia per capire quale potrebbe essere il mercato per la nostra azienda». E se i B2b sono stati "azzeccati", anche Cosolo ha sottolineato la positività degli incontri e il networking con gli italiani, «un modo anche per vedere i risultati raggiunti da chi è là dagli anni '90. Interessanti anche le visite alle Università e alle aziende più note e soprattutto parlare con i loro manager».

GIORNATA DELL'ECONOMIA E INDAGINE CONGIUNTURALE

Spiragli per l'occupazione, ma regna ancora l'incertezza

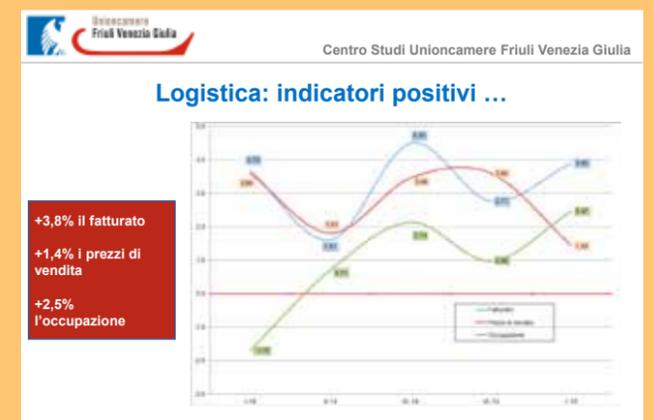
Sono coincise, quest'anno, la 13esima Giornata dell'Economia e l'indagine congiunturale trimestrale di Unioncamere Fvg.

Il Registro imprese. Nel 2014 le imprese attive sono calate di 2.139 unità (1.054 al netto di agricoltura, silvicoltura e pesca). Un segnale d'allarme proviene dalle iscrizioni, ossia la nascita di nuove imprese, che nel 2014 ha toccato il minimo storico, segno delle difficoltà (anche) dei giovani a investire nell'impresa. Al 31 marzo 2015 in Fvg esistevano 92.036 imprese: 28.776 artigiane, 21.096 femminili e 10.164 "straniere", cioè guidate da imprenditori nati all'estero. Le imprese guidate da "under 35" sono solo il 7,5% del totale, percentuale tra le più basse d'Italia. Aspetto positivo: molte imprese si sono rafforzate. Lo si legge da due indicatori. Il primo, i bilanci: dal 2013 sono cresciuti ricavi e produttività; il secondo, l'export. Nel 2014, dopo due anni, torna a essere positivo.

Occupazione. Da 14 anni il sistema camerale rileva

i fabbisogni occupazionali, professionali e formativi delle imprese. Dopo 6 anni di saldo negativo, le previsioni del progetto Excelsior per il 2015 tornano positive. Cambiano le tipologie contrattuali: le imprese sono per ora orientate a utilizzare i contratti in somministrazione (le collaborazioni occasionali e gli incarichi a professionisti con partita Iva) e altre forme piuttosto che le assunzioni dirette.

La congiuntura. Complessivamente il 2014 ha dato segnali positivi per la manifattura, confermato da un buon andamento del vitivinicolo e della logistica, ma con una situazione critica per commercio, costruzioni ospitalità. Sulle previsioni degli imprenditori, complessivamente improntate all'incertezza, gravano ancora il forte ridimensionamento della crescita dell'economia mondiale e le attese



per possibili ricadute degli interventi della Bce (che certamente saranno di medio periodo).



Camera di Commercio
Udine

MARCHI BREVETTI DISEGNI COME DIFENDERLI

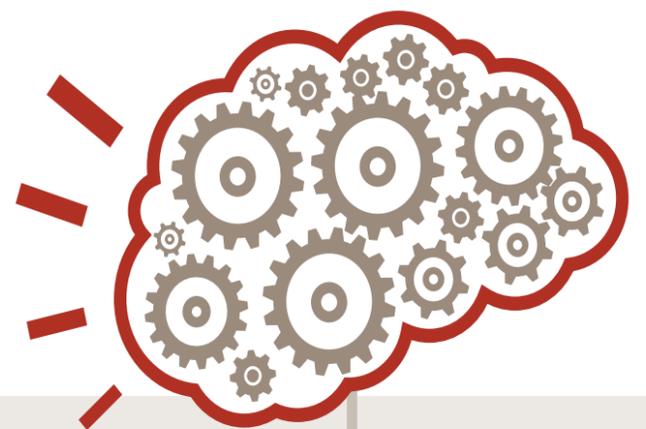
Nuovo Punto Orientamento Proprietà Intellettuale, un esperto risponde

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.

Sono arrivati a cinque i Paesi extra Ue su cui le aziende vinicole regionali hanno deciso di promuovere i propri vini

CAMERA DI COMMERCIO



IL PROGETTO

Ocm vino si allarga

Ancora un record per l'Ati Friuli Future Wines. Cinquanta domande di adesione con il nuovo bando

Usa, Cina, Russia, dall'anno scorso Giappone e per la prossima annualità anche il Canada. Sono arrivati a cinque i Paesi extra Ue su cui le aziende vinicole regionali hanno deciso di promuovere i propri vini grazie al progetto "Ocm vino", il cui bando è appena stato pubblicato e cui aderisce anche la Camera di Commercio di Udine. È dal 2009-2010 che l'ente camerale, nell'ambito del progetto Ocm, ha dato avvio, rinnovandola di anno in anno, alla più grande rete d'impresie italiana del settore. E il successo dell'iniziativa sembra confermarsi anche per questa nuova annualità, visto che sono arrivate ben 50 domande di adesione da parte delle imprese regionali. L'Ati (associazione temporanea d'impresie) Friuli Future Wines è la formula aggregativa, "capitanata" dalla Cciaa, scelta per dare attuazione all'Ocm, e la nuova edizione sarà sottoscritta in settembre, una volta concluso l'iter approvativo del progetto.

In attesa del nuovo progetto, proseguono le iniziative di quello in corso, ma le opportunità riservate alle aziende vinicole si moltiplicano (grazie anche ai voucher che posso-



no richiedere per abbattere le spese), con offerte molto appetibili. Due in particolare le attività proposte, con adesioni in scadenza (consultare sempre www.ud.camcom.it). Il Canada, con la partecipazione alla XX edizione delle "Grandi Degustazioni di Vini Italiani in Canada", organizzata da Ice, in due tappe, dal 27 ottobre al 4 novembre, tra Vancouver e Calgary, Toronto e Montréal. E, ancor prima, la Gran Bretagna: il 7 settembre, a Londra, la Cciaa propone la partecipazione delle imprese vitivinicole alla tappa del Simply italian Great Wines.

PREMIAZIONE LAVORO

Domande entro il 24 luglio

Si è appena aperto il bando per la 62esima Premiazione del Lavoro e progresso economico, con cui la Camera di Commercio di anno in anno premia lavoratori, studenti, imprenditori e personaggi che con il loro impegno quotidiano hanno onorato il Friuli, nella "piccola Patria" e oltre. Le domande per il concorso vanno presentazione entro il 24 luglio. I premi sono riservati a tre categorie distinte: "imprese", "contaminazione lavoro-impresa" rivolto ai lavoratori, "contaminazione scuola-impresa" rivolto alle scuole secondarie di secondo grado (scuole superiori) della provincia di Udine, alle quali è riservato un premio. Per ulteriori informazioni e modulistica www.ud.camcom.it.

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.

REGNO UNITO - STAMPA 3D

Azienda inglese che realizza materiali destinati alla stampa 3d per stampanti open source FFF (Fused Filament Fabrication)/ PJP (Plastic Jet Printing) è interessata ad accordi di distribuzione. (Rif. 2015.06.01 BOUK20150407002)

GERMANIA - STAMPA INIEZIONE

Azienda tedesca attiva nello stampaggio a iniezione di precisione offre i propri servizi per accordi di produzione nel settore automotive, elettronica, tecnologia medica e di ingegneria. (Rif. 2015.06.02 BODE20150414004)

GERMANIA - VINO

Falegname tedesco è interessato a cooperare con produttori di vino che possano fornirgli botti in legno usate per riconvertirle ad uso diverso. (Rif. 2015.06.03 BRDE20141230002)

POLONIA - MACCHINE AGRICOLE

Azienda polacca di grande esperienza nel settore e con ampio portfolio, cerca fornitori di macchinari agricoli interessati ad entrare sul mercato. (Rif. 2015.06.04 BRPL20150326001)

GERMANIA - ARREDO

Azienda tedesca specializzata nel settore design e realizzazione mobili e accessori cerca partner per produzione. (Rif. 2015.06.05 BRDE20150209001)

OLANDA - IMBALLAGGI INNOVATIVI

Azienda olandese con un innovativo sistema di imballaggio di facile apertura, destinato ad alimenti, cerca agenti, distributori. (Rif. 2015.06.06 BONL20150527002)

BRASILE - PLASTICA

Azienda chimica brasiliana cerca fornitori di sacchetti in plastica per rifiuti medicali, sanitari. (Rif. 2015.05.07 BRBR20141001002)

CROAZIA - DOLCIUMI

Importatore croato offre servizi di intermediazione commerciale a produttori di dolci. (Rif. 2015.06.08 BRHR20131025001)

FRANCIA - PRODOTTI ALIMENTARI

Agente francese offre i propri servizi a produttori di alta qualità per catering professionale, ristoranti, macellerie. (Rif. 2015.06.09 BRFR20150324003)



L'Europa alla portata della vostra impresa.

AVVISO

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

Camera di Commercio di Udine
Azienda Speciale Imprese e Territorio - I.TER
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Tel 0432 273516 273826
Fax 0432 503919
e-mail: progetti.info@ud.camcom.it



GIUGNO

30 STORYTELLING E OLTRE: tecniche e strategie per raggiungere obiettivi sul web
IMPRENDERÒ 4.0 - Cciaa Udine (ore 09.00 - 18.00)

LUGLIO

01 CHECK UP MERCATI SUDAMERICA
Cciaa Udine (01 - 31 luglio)

01 BROKERAGE EVENT E-HEALTH CONNECTION
Castres, Francia (01 - 03 luglio)

05 MISSIONE MULTISETTORIALE IN AFRICA SUBSAHARIANA
(05 - 08 luglio)

06 VERSAMENTO DIRITTO ANNUALE 2015 per i contribuenti per i quali sono previsti gli studi di settore

08 PASSAGGIO GENERAZIONALE: come leggono gli analisti esterni lo stato di salute della mia azienda
IMPRENDERÒ 4.0 - Cciaa Udine (ore 09.00 - 18.00)

09 CORSO DI BASE IN ESTIMO IMMOBILIARE secondo gli standard internazionali di valutazione
(09 - 16 luglio ore 14.30 - 18.30)

14 DIFFUSIONE VARIAZIONI INDICI FOI SENZA TABACCHI
(dopo le 13.00) - tel. 0432 273 265



Incontri bilaterali tra aziende friulane e controparti straniere durante Expo Milano 2015 - fino ad ottobre 2015

15 SOSTEGNO A PROGETTI DI IMPRENDITORIA FEMMINILE
Presentazione domande dalle ore 09.15

24 BANDO PREMIAZIONE DEL LAVORO E PROGRESSO ECONOMICO
Scadenza presentazione domande

31 MISSIONE ECONOMICA MULTISETTORIALE NEI PAESI DEL GOLFO
(22-26 novembre) - Scadenza presentazione adesioni

31 MISSIONE ECONOMICA MULTISETTORIALE in Azerbaijan, Georgia, Kazakhstan e Turkmenistan
(30 novembre - 04 dicembre) Scadenza presentazione adesioni

31 AUTOVEICOLI ECOLOGICI
Scadenza presentazione domande

Calendario

Camera di Commercio di Udine
Via Morpurgo 4 - 33100 Udine
Centralino 0432 273 111
www.ud.camcom.it - urp@ud.camcom.it
PEC: urp@ud.legalmail.camcom.it

Novità dalla Cciaa

Statistica e Prezzi

Centro Studi - Ufficio Statistica e Prezzi
statistica@ud.camcom.it

Contributi

Informazioni: Punto Nuova Impresa
nuovaimpresa@ud.camcom.it

Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER

Ramo Promozione
progetti.info@ud.camcom.it

Azienda Speciale Imprese e Territorio I.TER

Ramo Formazione
www.ricercaformazione.it

Friuli Future Forum

www.friulifutureforum.com
info@friulifutureforum.com



Camera di Commercio
Udine

